



ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมใน
องค์การ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยนวมินทราชินา

โดย

นายพิติดา แจ้งกิจจา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2560
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมใน
องค์การ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยนวมินทราชินา

โดย

นายพิติดา แจ้งกิจจา



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2560
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ATTITUDES TOWARD INTERNAL COMMUNICATION PATTERNS
AND PARTICIPATION IN ORGANIZATIONS A CASE STUDY
OF NAVAMINDRADHIRAJ UNIVERSITY

BY

MR. PITIDA JANGKITJA



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS
PROGRAM IN CORPORATE COMMUNICATION MANAGEMENT
FACULTY OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2017
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

วิทยานิพนธ์

ของ

นายพิติดา แจ้งกิจจา

เรื่อง

ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ
กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต (การจัดการการสื่อสารองค์กร)

เมื่อ วันที่ 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2561


ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....
(รองศาสตราจารย์กัลยกร วรกุลถันฐานีย์)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์


.....
(รองศาสตราจารย์แอนนา จอมพลเสถียร)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....
(รองศาสตราจารย์สุเมธ สมภักดี)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาตรี ใต้ฟ้าพล)

คณบดี


.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา ปิ่นทรานวงศ์)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในและพฤติกรรม การมีส่วนร่วมในองค์การ กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช
ชื่อผู้เขียน	นายพิติดา แจ้งกิจจา
ชื่อปริญญา	วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขา/คณะ/มหาวิทยาลัย	การจัดการการสื่อสารองค์กร วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์แอนนา จุมพลเสถียร
ปีการศึกษา	2560

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช” นี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีประชากรคือ ผู้ที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช และเคยเปิดรับข่าวสารภายในของมหาวิทยาลัย แบ่งบุคลากรออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ พนักงานมหาวิทยาลัย ข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ ข้าราชการกรุงเทพมหานครในสถาบันอุดมศึกษา ลูกจ้างประจำ และบุคลากรภายนอกช่วยปฏิบัติงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการสื่อสารภายในมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช ให้ตอบสนองต่อความต้องการของบุคลากรภายในและมีประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีให้ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามเอง (Self-administered Questionnaire) จำนวน 360 ตัวอย่าง ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ในลักษณะสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยตารางแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) แสดงค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งสรุปผลได้ดังนี้

1. ลักษณะของประชากร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีช่วงอายุ 24 – 34 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นบุคลากรประเภทพนักงานมหาวิทยาลัย มีเงินเดือน (ไม่รวมเงินประจำตำแหน่งและเงินสวัสดิการ) 20,001 – 30,000 บาท สื่อที่เปิดรับมากที่สุดคือ บันทึกรับข้อความ/หนังสือเวียน โดยมีทัศนคติต่อรูปแบบการสื่อสารภายในอยู่ในเชิงบวก

2. เปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทบันทึกข้อความ/หนังสือเวียนมากที่สุด เฉลี่ย 15 ครั้ง ต่อเดือน ในช่วงเช้า 08.00 - 12.00 น. และผลการวิจัยยังพบว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา และทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแนวราบ ด้านช่องทาง

3. มีทัศนคติเชิงบวกในประเด็นการติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านประเด็นเนื้อหา มากที่สุด และผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง แบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา และแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

4. มีส่วนร่วมกับองค์การบ่อย ในกิจกรรมประเภทสังคมและสิ่งแวดล้อมของ มหาวิทยาลัยมากที่สุด การเข้าร่วมกิจกรรมทางวิชาการมีการเข้าร่วมกิจกรรมอบรมให้ความรู้มากที่สุด การเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมและสิ่งแวดล้อมมีการเข้าร่วมกิจกรรมวันสถาปนามหาวิทยาลัย นวมินทราชินีมามากที่สุด เหตุผลในการเข้าร่วมกิจกรรมคือเพื่อทำให้เกิดความสามัคคีและได้ทำงานร่วมกับผู้อื่นมากที่สุด วัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมกิจกรรมคือเพื่อความสามัคคีและได้ทำงานร่วมกับผู้อื่นมากที่สุด ช่วงเช้า 08.00 - 12.00 น. วันศุกร์สะดวกในการเข้าร่วมกิจกรรมมากที่สุด

5. มีความตั้งใจมากในการมีส่วนร่วมภายในองค์การ โดยมีความตั้งใจเข้าร่วมการประชุมที่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ และแนะนำบุคคลอื่นให้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว มากที่สุด และผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา ด้านช่องทาง แบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา ด้านช่องทาง และแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

คำสำคัญ: ทัศนคติ, รูปแบบการสื่อสารภายใน, การมีส่วนร่วมในองค์การ

Thesis Title	ATTITUDES TOWARD INTERNAL COMMUNICATION PATTERNS AND PARTICIPATION IN ORGANIZATIONS A CASE STUDY OF NAVAMINDRADHIRAJ
Author	Mr. Pitida Jangkitja
Degree	Master of Arts
Department/Faculty/University	Corporate Communication Management Journalism and Mass Communication Thammasat University
Thesis Advisor	Associate Professor Anna Choompolsathien
Academic Year	2017

ABSTRACT

This case study is a studying of attitudes toward internal communication and participation patterns in Navamindrathiraj University. The case study is a quantitative research by using a survey approach. The Sample data is from Navamindrathiraj employees that divided into 5 categories such as University Staffs, Bangkok Government officers, Bangkok Government officials in higher education institutions, government employees and temporary employees. The questionnaire was used as a tool to collect the sample data from 360 people. Navamindrathiraj employees could do questionnaire by self-administered. The research showed the results as the followings:

1. Characteristics of the population: Most of the samples were female between 24 and 34 years of age and had Bachelor's degree. Most of sample were a University Staffs that had salary between 20,001 – 30,000 baht (not including position and welfare income). The attitudes toward the internal communication patterns were positive.

2. The most media that the samples would like to receive is First Person Formal Note/First Person Informal Note. The average of receiving the media was 15 times per month in the morning 08.00 a.m. – 12.00 p.m. It was found that The most media that the samples would like to receive is First Person Formal Note/First Person Informal Note relation with Attitude toward internal communication patterns Downward Communication content and Horizontal Communication channel.

3. The positive attitudes toward the internal communication were top-down patterns that were concerned the most about content issues. It was found that Attitude toward internal communication patterns Downward Communication channel. Upward communication content and Horizontal Communication content relation with participation in the organizations.

4. The frequency of participation in the organizations: The most participation were social and environmental activities of the university during the Navamindrathiraj University Establishment Day. The most participation in training was knowledge training. The main reason for joining the event was to harmonize and work with others as a team. The most convenient period to attend was Friday morning between 08.00 a.m. - 12.00 p.m.

5. Participation in the organization was very intentional. They were the most willing to participate and invite more people to join in the conference that allows them to express their opinions freely. It was found that Attitude toward internal communication patterns Downward Communication content and channel. Upward communication content and channel. Horizontal Communication content and channel relation with willing to participate organization activity.

Keywords: Attitudes, Internal Communication Patterns, Participation in Organizations

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัย เรื่อง “ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช” ข้าพเจ้ากราบขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ แอนนา จุมพลเสถียร ที่ให้โอกาสและกรุณารับข้าพเจ้าเป็นที่ปรึกษาในการจัดทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ และขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์กัลป์กร วรกุลลัญญานีย์ รองศาสตราจารย์สุเมธ สมภักดี และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธাত্রี ไต้ฟ้าพูล ที่ให้คำแนะนำ คอยชี้แนะ ดูแลเอาใจใส่ และคอยผลักดันให้ข้าพเจ้าประสบความสำเร็จ

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกๆ ท่านในคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน ที่ให้ความรู้ลูกศิษย์คนนี้อย่างดีเสมอมา และขอบคุณนางวิยะดา ปิ่นแก้ว มารดาที่คอยเป็นกำลังใจและสนับสนุนในทุก ๆ ด้านซึ่งเป็นแรงผลักดันอันยิ่งใหญ่ที่ส่งผลให้มีวันนี้ได้ อีกทั้งเพื่อน ๆ MCM 17 ทุกคน ที่ตั้งใจเรียนมาด้วยกัน นอกเหนือจากความรู้ที่ได้แล้ว ยังได้มิตรภาพที่ไม่มีวันจบ ขอขอบคุณทุกสิ่งทุกอย่างที่ทำให้เราได้เจอกัน

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณทุกอุปสรรคและทุกความยากลำบาก ที่เป็นเสมือนบททดสอบให้ข้าพเจ้าสามารถก้าวผ่านและประสบความสำเร็จได้ในวันนี้

นายพิติดา แจ็งกิจจา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(17)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย	4
1.3 สมมติฐานการวิจัย	5
1.4 ขอบเขตการวิจัย	5
1.5 นิยามศัพท์	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กร	10
2.1.1 ความหมายของการสื่อสารในองค์กร	10
2.1.2 แนวความคิดการสื่อสารในองค์กร	12
2.1.3 ความสำคัญของการสื่อสารในองค์กร	17
2.1.4 ลักษณะการติดต่อสื่อสารที่ใช้ในองค์กร	18

	(7)
2.1.5 ประเภทการติดต่อสื่อสารในองค์การ	19
2.1.6 หลักการติดต่อสื่อสารในองค์การ	23
2.1.7 อุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดขึ้นในองค์การ	26
2.2 แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับสื่อและลักษณะทางประชากร	29
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	35
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในองค์การ	46
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	50
2.6 เหตุผลในการตั้งสมมติฐานการวิจัย	59
2.7 กรอบความคิดในงานวิจัย	74
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	75
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	75
3.2 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	76
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	77
3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	78
3.5 การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ	79
3.6 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	91
3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล	93
3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	93
3.9 สรุปสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้	94
บทที่ 4 ผลการวิจัย	120
4.1 ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร	120
4.2 ส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช	124
4.3 ส่วนที่ 3 ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช	131
4.4 ส่วนที่ 4 การมีส่วนร่วมกับองค์การ	144
4.5 ส่วนที่ 5 แนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมภายในองค์การ	150
4.6 ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน	152

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ	213
5.1 สรุปผลการวิจัย	213
ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากร	213
ส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช	214
ส่วนที่ 3 ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัย นวมินทราธิราช	216
ส่วนที่ 4 การมีส่วนร่วมกับองค์กร	218
ส่วนที่ 5 แนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมภายในองค์กร	219
ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน	220
5.2 อภิปรายผล	230
5.2.1 อภิปรายผลการวิจัยลักษณะตัวแปร	230
5.2.2 อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	236
5.2.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	248
5.2.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	250
รายการอ้างอิง	251
ภาคผนวก	253
ประวัติผู้เขียน	264

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	โครงสร้างวัตถุประสงค์พื้นฐาน 4 ประการ ของ Dave Francis	13
2.2	การบิดเบือนการสื่อสารในแต่ละระดับ	26
3.1	แสดงจำนวนบุคลากรและกลุ่มตัวอย่างประเภทของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จำแนกตามประเภทบุคลากร	77
3.2	ตารางคำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช	83
3.3	ตารางเกณฑ์การให้คะแนนและแปลความหมายทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช	86
3.4	ตารางคำถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมกับองค์การประเด็นต่าง ๆ	87
3.5	ตารางเกณฑ์การให้คะแนนและแปลความหมายการมีส่วนร่วมในองค์การ	87
3.6	ตารางคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ	90
3.7	ตารางเกณฑ์การให้คะแนนและแปลความหมายแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ	90
3.8	ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้	94
4.1	จำนวนและร้อยละลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	120
4.2	จำนวนและร้อยละลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	120
4.3	จำนวนและร้อยละลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	121
4.4	จำนวนและร้อยละลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทบุคลากร	121
4.5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	122
4.6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาทำงานในหน่วยงาน	123
4.7	จำนวนและร้อยละของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จำแนกตามประเภทสื่อ	124
4.8	จำนวนการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จากสื่อ 3 อันดับแรก	125
4.9	จำนวนและร้อยละของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จากสื่อ 3 อันดับแรก	126

4.10	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จากสื่ออันดับที่ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน)	127
4.11	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จากสื่ออันดับที่ 2 (เว็บไซต์ www.nmu.ac.th)	127
4.12	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จากสื่ออันดับที่ 3 (วารสารมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช)	129
4.13	จำนวนและร้อยละของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จำแนกตามช่วงเวลา	129
4.14	จำนวนและร้อยละของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จำแนกตามประเภทข่าวสาร	130
4.15	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านประเด็นเนื้อหา	131
4.16	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านช่องทาง	133
4.17	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการสื่อสารจากล่างขึ้นบน ด้านประเด็นเนื้อหา	135
4.18	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการสื่อสารจากล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง	137
4.19	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการสื่อสารตามแนวราบ ด้านประเด็นเนื้อหา	139
4.20	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการสื่อสารตามแนวราบ ด้านช่องทาง	141
4.21	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช	143
4.22	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมกับองค์กร	144
4.23	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช	145
4.24	จำนวนและร้อยละการเข้าร่วมกิจกรรมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช	146

4.25	จำนวนและร้อยละการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมและสิ่งแวดล้อมของมหาวิทยาลัย นวมินทราธิราช	147
4.26	จำนวนและร้อยละของเหตุผลในการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย นวมินทราธิราช	147
4.27	จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย นวมินทราธิราช	148
4.28	จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย นวมินทราธิราช	149
4.29	จำนวนและร้อยละของวันที่สะดวกในการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย นวมินทราธิราช	149
4.30	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวโน้มพฤติกรรมการมี ส่วนร่วมภายในองค์การ	150
4.31	เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มี ผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกตามเพศ	152
4.32	เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มี ผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกตามช่วงอายุ	153
4.33	เปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/ เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/ หนังสือเวียน) จำแนกตามเพศ	154
4.34	เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มี ผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกระดับการศึกษา	155
4.35	เปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/ เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกระดับการศึกษา	156
4.36	เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มี ผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกตามประเภท บุคลากร	157
4.37	เปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/ เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกตามประเภทบุคลากร	158

- 4.52 เปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) จำแนกตามระยะการศึกษา 173
- 4.53 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) จำแนกตามประเภทบุคลากร 174
- 4.54 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) จำแนกตามรายได้ 175
- 4.55 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) จำแนกตามระยะเวลาทำงาน 176
- 4.56 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุด อันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) จำแนกตามระยะเวลาทำงาน 177
- 4.57 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน 178
- 4.58 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) กับทัศนคติการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา 179
- 4.59 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) กับทัศนคติการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง 180
- 4.60 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) กับทัศนคติการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา 181
- 4.61 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) กับทัศนคติการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง 182

- 4.62 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/ 183
เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน)
กับทัศนคติการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา
- 4.63 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/ 184
เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน)
กับทัศนคติการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง
- 4.64 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/ 185
เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวม
ที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน
- 4.65 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ 186
(ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) กับทัศนคติการสื่อสาร
ภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา
- 4.66 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ 187
(ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) กับทัศนคติการสื่อสาร
ภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง
- 4.67 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ 188
(ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) กับทัศนคติการสื่อสาร
ภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา
- 4.68 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ 189
(ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) กับทัศนคติการสื่อสาร
ภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง
- 4.69 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ 190
(ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) กับทัศนคติการสื่อสาร
ภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา
- 4.70 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ 191
(ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) กับทัศนคติการสื่อสาร
ภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง
- 4.71 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ 192
(ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัย
นวมินทราชินราช) กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน

- 4.72 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัย นวมินทราชิราช) กับทัศนคติการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา 193
- 4.73 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัย นวมินทราชิราช) กับทัศนคติการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง 194
- 4.74 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัย นวมินทราชิราช) กับทัศนคติการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา 195
- 4.75 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัย นวมินทราชิราช) กับทัศนคติการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง 196
- 4.76 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัย นวมินทราชิราช) กับทัศนคติการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา 197
- 4.77 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัย นวมินทราชิราช) กับทัศนคติการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง 198
- 4.78 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี) 199
- 4.79 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน แบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี) 200
- 4.80 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน แบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี) 201
- 4.81 คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน แบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี) 202

4.82	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน แบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)	203
4.83	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน แบบแนวราบ ด้านเนื้อหา กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)	204
4.84	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน แบบแนวราบ ด้านช่องทาง กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)	205
4.85	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน กับแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย	206
4.86	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน แบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย	207
4.87	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน แบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง กับแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของ มหาวิทยาลัย	208
4.88	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน แบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา กับแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม ของมหาวิทยาลัย	209
4.89	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน แบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง กับแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม ของมหาวิทยาลัย	210
4.90	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน แบบแนวราบ ด้านเนื้อหา กับแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม ของมหาวิทยาลัย	211
4.91	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน แบบแนวราบ ด้านช่องทาง กับแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม ของมหาวิทยาลัย	212
5.1	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	220

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	การศึกษาทัศนคติตามแนวคิดของ ฟิชไบน์และไอเซน (Martin Fishbein & Icek Ajzen)	37
2.2	รูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้ปฏิบัติงาน	49



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การติดต่อสื่อสาร เป็นกระบวนการสำคัญ ในการทำงานและการใช้ชีวิตของเรา เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ถ่ายทอดความคิดและความเข้าใจจากบุคคลหนึ่งไปยังคนอื่น ๆ ซึ่งจะช่วยให้การทำงานในองค์กรบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ผู้บริหารจะการใช้การติดต่อสื่อสารในการนำและชักจูงให้สมาชิกปฏิบัติตามที่เขาต้องการ และยังคงใช้ทักษะในการติดต่อสื่อสาร เพื่อสร้างความเข้าใจกับบุคคลต่างๆ เช่น ผู้ถือหุ้น ลูกค้า ผู้ขายวัตถุดิบ หน่วยงานของรัฐ และสังคม (มัลลิกา ต้นสอน, 2546, น. 101) นอกจากนี้ยังพบว่า การสื่อสารยังเป็นรากฐานของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีความสำคัญยิ่งต่อการดำรงอยู่ขององค์กร ความสำเร็จในการประสานงานและการร่วมมือกันต้องอาศัยปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลอย่างสม่ำเสมอ ปฏิสัมพันธ์นี้ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในตำแหน่งงานต่างๆ ภายในองค์กรที่เชื่อมโยงเครือข่ายองค์กรเข้าด้วยกัน ดังนั้น องค์กรจึงเป็นเครือข่ายความสัมพันธ์แบบพึ่งพาอาศัยกัน โดยมีการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นพื้นฐานสำคัญขององค์กรและเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงบุคคลภายในองค์กรเข้าด้วยกัน (ณัฐชุตตา วิจิตรจามรี, 2558, น. 116) ระหว่างผู้ส่งสาร (ผู้บริหาร) และผู้รับสาร (ผู้ปฏิบัติงาน) หรือการสื่อสารในระดับเดียวกันเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสานงาน หรือแม้แต่การสร้างความสัมพันธ์อันดีของบุคคลในระดับต่างๆ ขององค์กร เช่น ผู้บริหาร เพื่อนร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชา การสื่อสารภายในองค์กรสามารถกระทำได้หลากหลายรูปแบบต้องคำนึงถึงความถูกต้อง ความรวดเร็ว และความเหมาะสมเป็นสำคัญ

ทั้งนี้ รูปแบบการสื่อสารสามารถจำแนกตามเส้นทางของการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) เป็นการสื่อสารจากระดับผู้บริหารที่มีตำแหน่งสูงกว่าไปยังผู้ปฏิบัติงานที่มีตำแหน่งต่ำกว่าเกี่ยวกับวิธีการปฏิบัติงาน คำสั่ง กฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ รวมถึงการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) เป็นการสื่อสารจากบุคคลผู้ปฏิบัติงานที่มีตำแหน่งต่ำกว่าไปยังผู้บริหารที่มีตำแหน่งสูงกว่า เกี่ยวกับการรายงานผลการปฏิบัติงาน หรือการติดต่อสื่อสารตามแนวนอน (Horizontal Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลและผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานและระดับเดียวกัน และการติดต่อสื่อสารแบบข้ามสายงาน (Cross-Functional Communication) เป็นการสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ปฏิบัติงานที่มีระดับต่างกัน หรือผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาต่อกันโดยตรงตามโครงสร้างองค์กร

องค์การจึงต้องดำเนินงาน และปรับตัวอย่างฉับไว การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เป็นเครื่องมือสำคัญขององค์การ ที่ทำให้บุคลากรทุกคนร่วมมือกัน เพื่อให้องค์การสามารถบรรลุ วัตถุประสงค์ ตามวิสัยทัศน์ พันธกิจที่องค์การได้ตั้งไว้

มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จัดตั้งโดยกรุงเทพมหานคร (ชื่อเดิม มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร) เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสงานฉลองสิริราช สมบัติครบ 60 ปี ตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2553 เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน พ.ศ. 2553 เป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่เป็นหน่วยงานของรัฐอยู่ในกำกับของ กรุงเทพมหานคร มีฐานะเป็นนิติบุคคล เป็นสถาบันอุดมศึกษาท้องถิ่นแห่งแรกของประเทศไทย ได้รับ พระราชทานนามว่า มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช เมื่อวันที่ 20 มิถุนายน พ.ศ. 2556 โดยโอนภารกิจ และงบประมาณของวิทยาลัยแพทยศาสตร์กรุงเทพมหานครและวชิรพยาบาล และวิทยาลัยพยาบาล เกื้อการุณย์ไปเป็นของมหาวิทยาลัยฯ

มหาวิทยาลัยได้เริ่มจัดการเรียนการสอนโดยพัฒนาวิทยาลัยแพทยศาสตร์กรุงเทพมหานคร และวชิรพยาบาล และวิทยาลัยพยาบาล เกื้อการุณย์ เป็นคณะแพทยศาสตร์วชิร พยาบาลและคณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์ ซึ่งเน้นแผนการศึกษาวิชาการที่ไม่ซ้ำซ้อนกับ มหาวิทยาลัยที่มีอยู่ในประเทศ และเน้นผลิตบุคลากรสาขาวิชาที่ขาดแคลน และเป็นที่ต้องการของ กรุงเทพมหานคร โดยมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชเปิดสอนและผลิตบัณฑิต ระดับอนุปริญญา 3 หลักสูตร ได้แก่ สาขาวิชาการพัฒนาเด็กปฐมวัย สาขาวิชาการบริหารจัดการอาคารสูง และ สาขาวิชาเทคโนโลยีระบบราง และระดับปริญญาตรี 3 หลักสูตร ได้แก่ แพทยศาสตรบัณฑิต (ได้รับการรับรองจาก WFME) พยาบาลศาสตรบัณฑิต (ได้รับการรับรองจากสภาการพยาบาล 5 ปี) และวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการปฏิบัติการฉุกเฉินการแพทย์ (ได้รับการรับรองจากสถาบัน การแพทย์ฉุกเฉิน)

นอกจากนี้มีแผนเปิดสอนหลักสูตรขาดแคลนอีก 3 หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรวิทยาศา สตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีเครื่องมือแพทย์และห้องผ่าตัด (หลักสูตร 4 ปี) หลักสูตรวิทยาศา สตรบัณฑิต สาขาวิชาอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในสถานพยาบาล (หลักสูตร 4 ปี) และ หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชารังสีเทคนิค

ในส่วนของการบริหารจัดการมหาวิทยาลัยได้ดำเนินการให้เป็นไปตามบทบัญญัติ พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช พ.ศ. 2553 กล่าวคือ ให้จัดตั้งมหาวิทยาลัยนวมินทรา ธิราชเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่เป็นหน่วยงานของรัฐอยู่ในกำกับของกรุงเทพมหานคร มีฐานะเป็น นิติบุคคลที่ไม่เป็นส่วนราชการตามกฎหมายว่าด้วยระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน ไม่เป็นรัฐวิสาหกิจ ตามกฎหมาย ว่าด้วยวิธีการงบประมาณและกฎหมายอื่นให้กรุงเทพมหานครจัดสรรในลักษณะเงิน อุดหนุนทั่วไป แก่มหาวิทยาลัยโดยตรง ซึ่งจะต้องไม่น้อยกว่าร้อยละเจ็ดสิบของงบประมาณรายจ่าย

ประจำปี ของมหาวิทยาลัยสำหรับเป็นค่าใช้จ่าย ในการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัย และการพัฒนามหาวิทยาลัยเพื่อประกันคุณภาพการศึกษา

รูปแบบการสื่อสารได้มีการกำหนดในแผนพัฒนามหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช 10 ปี (พ.ศ. 2560 – 2569) และ 4 ปี (พ.ศ. 2560 - 2563) เป้าประสงค์ที่ 6.4 พัฒนาการสื่อสารทั้งภายใน และภายนอก เพื่อการสร้างสัมพันธภาพที่ดีและการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยให้เป็นที่รู้จัก (แผนพัฒนามหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช , 2559 , น. 72) ในส่วนของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช นั้นก็ได้มีการใช้รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรที่มีความหลากหลาย ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานใน มหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช ทั้ง 5 ประเภท ได้แก่ พนักงานมหาวิทยาลัย ข้าราชการกรุงเทพมหานคร สามัญ ข้าราชการกรุงเทพมหานครในสถาบันอุดมศึกษา ลูกจ้างประจำ และบุคลากรภายนอกช่วย ปฏิบัติ สามารถรับทราบข้อมูลข่าวสาร มีการติดต่อสื่อสารกันอย่างทั่วถึง ถูกต้องชัดเจน และสร้างความเข้าใจที่ตรงกัน

สื่อในการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราชมีมากมาย สามารถแบ่งตาม ทิศทางของรูปแบบการสื่อสารได้ 3 รูปแบบ ประกอบด้วย

1. การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) ได้แก่ บันทึก ข้อความ คำสั่ง ระเบียบ ข้อบังคับ ซึ่งมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราชได้นำแนวคิดในการบริหารจัดการ LEAN มาใช้เพื่อลดการสูญเปล่าในการบริหารงาน โดยลดการใช้ทรัพยากรมนุษย์ในการเดินทางหนังสือ และทรัพยากรการใช้กระดาษจากเอกสารคำสั่ง หนังสือเวียน บันทึกข้อความ มาเข้าระบบ NMU eDocument เพื่อเวียนแจ้งให้บุคลากรเพื่อทราบ หรือเพื่อดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้อง ตามภารกิจ ของมหาวิทยาลัย ผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ในแต่ละส่วนงาน นอกจากนี้ยังมีสื่อวารสารข่าว มหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช บอร์ดประชาสัมพันธ์ การประชุม การมอบหมายงาน การพูดคุยแบบ เป็นทางการ สื่อโซเชียล จดดิจิทัลโซเชียล เว็บไซต์ (www.nmu.ac.th) เฟซบุ๊กออฟฟิเชียล และไลน์ ออฟฟิเชียล

2. การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) ได้แก่ บันทึก ข้อความ กล้องรับความคิดเห็น เว็บไซต์รับข้อร้องเรียน การพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ และการ ประชุม กล่าวคือ มหาวิทยาลัยนวมินทราชินราชมีภารกิจที่ต้องดำเนินการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้ ตั้งไว้ การประชุมถือเป็นการสื่อสารภายในที่สำคัญในการกำหนดนโยบายขององค์กร การประเมินผล การดำเนินงาน แบ่งตามคณะกรรมการที่มีหน้าที่ปฏิบัติภารกิจที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จ

3. การติดต่อสื่อสารตามแนวราบ (Horizontal Communication) ได้แก่ บันทึก ข้อความ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) และการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งเป็นการสื่อสารผ่าน การพูดคุยของคนภายในองค์กร และสื่อสารกับผู้รับบริการด้านสาธารณสุขของโรงพยาบาล วชิรพยาบาล

จุดมุ่งหมายในการสื่อสารภายในองค์กรของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช เพื่อต้องการให้เกิดการมีส่วนร่วมในองค์กร ไม่ว่าจะเป็ระหว่างระดับผู้บริหารกับระดับผู้ปฏิบัติงาน หรือในระดับผู้ปฏิบัติงานระดับเดียวกัน เกิดการช่วยเหลือหรือสนับสนุนทำประโยชน์ในเรื่องต่างๆ หรือการร่วมทำกิจกรรมใด ๆ ในทุกระดับอันอาจเป็นการมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ หรือการมีส่วนร่วมในกระบวนการบริหารด้วยความสมัครใจ ความกระตือรือร้น ความตั้งใจ ความจริงใจ โดยมีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายร่วมกัน ทำให้เกิดความผูกพันและความรับผิดชอบต่องค์กรมากยิ่งขึ้น

จากโครงสร้างของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช ที่มีความแตกต่างกันไปตามบทบาทตำแหน่งหน้าที่ไม่ว่าจะเป็นระดับผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงาน หรือในระดับเดียวกัน อาจเกิดปัญหาในการติดต่อสื่อสาร ตั้งแต่ผู้ส่งสารการส่งข่าวสาร ผู้รับข่าวสาร หรือข้อมูลย้อนกลับ ปัญหาในการสื่อสารภายในจะสะท้อนถึงปัญหาอื่นภายในองค์กร จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นทำให้เกิดความสนใจในการศึกษาทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในและการมีส่วนร่วมในองค์กร กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช ว่ามีรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรเป็นอย่างไร เพื่อนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการสื่อสารภายในมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช ตอบสนองต่อบุคลากรภายในเพื่อให้มีประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ทัศนคติ พฤติกรรมการมีส่วนร่วม และแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมภายในองค์กรของพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช
2. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน กับการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กรของพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์กรของพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช กับแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์กรของพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์การที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การจากสื่อที่เปิดรับมากที่สุด 3 ลำดับแรก แตกต่างกัน
2. การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การ
3. ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย
4. ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในและการมีส่วนร่วมในองค์การกรณีศึกษามหาวิทยาลัยนวมินทราชินราชมงคลธัญบุรี” ในครั้งนี้ เป็นการศึกษาการสื่อสารภายในองค์การตามทิศทางของการติดต่อสื่อสาร 3 ประเภท ได้แก่ การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) การสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) และการติดต่อสื่อสารแนวราบ (Horizontal Communication) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยศึกษาด้านประเด็นเนื้อหาและด้านช่องทาง ซึ่งประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราชมงคลธัญบุรี และเคยเปิดรับข่าวสารภายในของมหาวิทยาลัย แบ่งบุคลากรออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ พนักงานมหาวิทยาลัย ข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ ข้าราชการกรุงเทพมหานครในสถาบันอุดมศึกษา ลูกจ้างประจำ และบุคลากรภายนอกช่วยปฏิบัติงาน โดยทำการศึกษาวิจัยในช่วงเดือนมิถุนายน – กรกฎาคม พ.ศ. 2561

1.5 นิยามศัพท์

1. องค์การ หมายถึง ศูนย์รวมกลุ่มบุคคลหรือกิจการที่ประกอบกันขึ้นเป็นหน่วยงานเดียวกัน เพื่อดำเนินกิจการตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในกฎหมายหรือในตราสารจัดตั้งซึ่งอาจเป็นหน่วยงานของรัฐ เช่น องค์การของรัฐบาล ในส่วนของหน่วยงานเอกชน เช่น บริษัทจำกัด สมาคมหรือหน่วยงานระหว่างประเทศ เช่น องค์การสหประชาชาติ (พจนานุกรม ราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554) ในการศึกษาครั้งนี้หมายถึงมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราชมงคลธัญบุรี

2. ลักษณะส่วนบุคคล หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทบุคลากร เงินเดือน ระยะเวลาการทำงานในหน่วยงาน ของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช

ประเภทบุคลากร หมายถึง บุคลากรระดับปฏิบัติการ – ชำนาญงาน ที่ปฏิบัติงานตาม ความเชี่ยวชาญในแต่ละสาขาวิชาชีพ อันประกอบไปด้วย

2.1 พนักงานมหาวิทยาลัยมี 3 ประเภท ดังนี้

2.1.1 พนักงานมหาวิทยาลัยตำแหน่งประเภทวิชาการ มีชื่อตำแหน่ง เช่น ศาสตราจารย์, รองศาสตราจารย์, ผู้ช่วยศาสตราจารย์, อาจารย์, นักวิจัย, ตำแหน่งอื่น ๆ ที่สภามหาวิทยาลัยกำหนด

2.1.2 พนักงานมหาวิทยาลัยตำแหน่งประเภทผู้บริหาร มี 3 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

2.1.2.1 ตำแหน่งประเภทผู้บริหารระดับต้น – ระดับกลาง – ระดับสูง เช่น ตำแหน่งอธิการบดี ตำแหน่งรองอธิการบดี คณบดี ผู้อำนวยการ ผู้ช่วยอธิการบดี รองคณบดี รองผู้อำนวยการ ผู้อำนวยการโรงพยาบาล หัวหน้าภาควิชา

2.1.2.2 ตำแหน่งประเภทผู้บริหาร (อำนวยการ) เช่น หัวหน้าสำนักงาน อธิการบดี ผู้อำนวยการกอง เลขานุการคณะ

2.1.2.3 ตำแหน่งประเภทผู้บริหาร (ตำแหน่งระดับหัวหน้าหน่วยงานใน โรงพยาบาล และระดับหัวหน้างานในส่วนงาน/หน่วยงาน) เช่น หัวหน้าฝ่ายการพยาบาล, หัวหน้าฝ่ายเภสัชกรรม, รองหัวหน้าฝ่ายการพยาบาล, หัวหน้างานการพยาบาล หัวหน้าฝ่ายอื่น ๆ ในโรงพยาบาล, ผู้ตรวจการพยาบาล, หัวหน้าหอผู้ป่วย, หัวหน้าหน่วย (ทางการพยาบาล), หัวหน้าพยาบาลประจำภาควิชา, หัวหน้างาน

2.1.3 พนักงานมหาวิทยาลัยประเภทสนับสนุน มี 4 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

2.1.3.1 กลุ่มวิชาชีพเฉพาะ หมายถึง ตำแหน่งในสายงานวิชาชีพเฉพาะ ตามพระราชกฤษฎีกาการได้รับเงินประจำตำแหน่งของข้าราชการและผู้ดำรงตำแหน่งผู้บริหารซึ่งไม่เป็นราชการ (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2538 หรือตำแหน่งในสาขาที่พระราชกฤษฎีกากำหนดให้เป็นสาขาการประกอบโรคศิลปะตามพระราชบัญญัติการประกอบโรคศิลปะ

2.1.3.2 กลุ่มสนับสนุนวิชาการ หมายถึง ตำแหน่งที่สนับสนุนวิสัยทัศน์ พันธกิจของมหาวิทยาลัย และส่วนงานทางด้านการเรียนการสอนและการวิจัยโดยตรง และ/หรือ ตำแหน่งที่สนับสนุนการผลิตผลงานทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอน หรือเป็นงานบริการ ที่เป็นงานหลักของส่วนงาน/หน่วยงาน

2.1.3.3 กลุ่มสนับสนุนทั่วไป แบ่งออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่

1) ตำแหน่งระดับปฏิบัติการ หมายถึง ตำแหน่งที่สนับสนุนงานทั่วไปของมหาวิทยาลัย/ส่วนงาน/หน่วยงาน และเป็นตำแหน่งที่มีลักษณะงานเฉพาะด้าน ซึ่งต้องบรรจุผู้มีคุณวุฒิระดับปริญญาตรีขึ้นไป

2) ตำแหน่งระดับช่วยปฏิบัติการด้านต่างๆ หมายถึง ตำแหน่งที่สนับสนุนงานทั่วไปของมหาวิทยาลัย/ส่วนงาน/หน่วยงาน ซึ่งมีลักษณะงานที่เป็นผู้ช่วยของตำแหน่งระดับปฏิบัติการโดยบรรจุผู้มีคุณวุฒิต่ำกว่าระดับปริญญาตรี

2.2 ข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ ได้แก่ ข้าราชการกรุงเทพมหานครซึ่งรับราชการในกรุงเทพมหานคร แต่ไม่รวมถึงข้าราชการครูกรุงเทพมหานคร

2.3 ข้าราชการกรุงเทพมหานครในสถาบันอุดมศึกษา ได้แก่ ข้าราชการกรุงเทพมหานคร ซึ่งทำหน้าที่หลักทางด้านการสอนและการวิจัยในสถาบันอุดมศึกษา

2.4 ลูกจ้างประจำ หมายถึง บุคคลที่ทำงานคล้าย ๆ กับข้าราชการ แตกต่างกันเพียงหน้าที่ที่รับผิดชอบ

2.5 บุคลากรภายนอกช่วยปฏิบัติงาน หมายถึง บุคลากรสัญญาจ้างให้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัย/ส่วนงาน/หน่วยงาน โดยให้เงินตอบแทนจากโครงการต่าง ๆ การต่อสัญญาจะขึ้นอยู่กับแต่ละโครงการ

3. การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ช่วงเวลาที่เปิดรับสื่อ เหตุผลในการเปิดรับ และประเภทของข่าวสารที่เปิดรับเป็นประจำ ผ่านสื่อต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราช ได้แก่ วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราช บันทึกข้อความ บอร์ดประชาสัมพันธ์ เสียงตามสาย สื่อโซเชียลมีเดีย จอทีวีจอแอลซีดี เว็บไซต์ (www.nmu.ac.th) เฟซบุ๊ก และไลน์ออฟฟิเชียล

4. ทักษะที่มีต่อรูปแบบการสื่อสาร หมายถึง ระดับความรู้สึกรู้สึกที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร โดยศึกษาในด้านประเด็นเนื้อหาและด้านช่องทาง ทั้ง 3 รูปแบบ ได้แก่ การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) และการติดต่อสื่อสารตามแนวนอน (Horizontal Communication) และประเด็นเนื้อหา ได้แก่ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมองค์กร กฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ คำสั่งปฏิบัติงาน การแต่งตั้งคณะกรรมการ และการประชุมคณะกรรมการ การสื่อสารผ่านการรายงานผลการปฏิบัติงาน ปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงาน การขอคำปรึกษา และการแสดงความคิดเห็น การประสานงาน การมอบหมายงาน แลกเปลี่ยนความรู้ นวัตกรรม ข้อมูลเกี่ยวกับแผนงานและกิจกรรมต่าง ๆ

5. รูปแบบการสื่อสาร หมายถึง ลักษณะและพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร หรือวิธีการในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งมีทั้งผู้รับ และผู้ส่งสารผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น การรับ ส่งข้อความ ทั้งการพูดหรือตัวอักษร สัญลักษณ์หรือข่าวสารต่าง ๆ เพื่อให้ความเข้าใจในการสื่อสารร่วมกันอย่างชัดเจน การศึกษาครั้งนี้จะศึกษาเนื้อหาและช่องทางที่ใช้ในการสื่อสารทั้ง 3 รูปแบบ ได้แก่

5.1 การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) หมายถึง การสื่อสารจากผู้บริหารไปยังผู้ปฏิบัติงานที่มีตำแหน่งต่ำกว่า

5.2 การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) หมายถึง การส่งข่าวสารจากผู้ปฏิบัติงานที่มีตำแหน่งต่ำกว่าไปยังผู้บริหารที่มีตำแหน่งสูงกว่า

5.3 การติดต่อสื่อสารตามแนวราบ (Horizontal Communication) หมายถึง การส่งข่าวสารระหว่างผู้ปฏิบัติงานที่อยู่ภายในหน่วยงานและระดับเดียวกัน

6. เนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสาร หมายถึง สารหรือเรื่องราวที่ผู้ส่งสารส่งไปยังผู้รับสาร ซึ่งอาจจะเป็นความคิดหรือเรื่องราว ซึ่งนำมาเรียบเรียงให้เป็นไปอย่างมีระบบ เพื่อให้ได้ใจความตามเนื้อหาที่ต้องการ ด้วยการเลือกใช้รหัสสารที่เหมาะสมภายใต้ 3 รูปแบบ ดังนี้

6.1 การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) ได้แก่ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมองค์กร กฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ คำสั่งปฏิบัติงาน การแต่งตั้งคณะกรรมการ และการประชุมคณะกรรมการ

6.2 การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) ได้แก่ การสื่อสารผ่านการรายงานผลการปฏิบัติงาน ปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงาน การขอคำปรึกษา และการแสดงความคิดเห็น

6.3 การติดต่อสื่อสารตามแนวราบ (Horizontal Communication) ได้แก่ การประสานงานการมอบหมายงาน แลกเปลี่ยนความรู้ นวัตกรรม ข้อมูลเกี่ยวกับแผนงานและกิจกรรมต่าง ๆ

7. ช่องทางที่ใช้ในการสื่อสาร หมายถึง ตัวกลางที่ช่วยในการนำส่งสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร เป็นการถ่ายทอดจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง แบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่

7.1 การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) ได้แก่ วารสารมหาวิทยาลัย บันทึกรายงาน คำสั่ง ระเบียบ ข้อบังคับ บอร์ดประชาสัมพันธ์ การประชุม การมอบหมายงาน การพูดคุยแบบเป็นทางการ สื่อโซเชียลมีเดีย จอดิจิทัลทีวี เว็บไซต์ (www.nmu.ac.th) เฟซบุ๊กออฟฟิเชียล และไลน์ออฟฟิเชียล

7.2 การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) ได้แก่ บันทึกข้อความ กล้องรับความคิดเห็น เว็บไซต์รับข้อร้องเรียน การพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ และการประชุม

7.3 การติดต่อสื่อสารตามแนวนอน (Horizontal Communication) ได้แก่ บันทึกข้อความ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) และการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ

8. พฤติกรรมการมีส่วนร่วม หมายถึง ระดับความบ่อยครั้งที่ผู้ปฏิบัติงานเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ โดยบุคคลจะเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ตัดสินใจ แก้ไขปัญหา หรือแสดงความคิดเห็น เน้นการมีส่วนร่วม สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

8.1 กลุ่มกิจกรรมทางวิชาการ เช่น กิจกรรมอบรมให้ความรู้ กิจกรรมพัฒนาศักยภาพ

8.2 กลุ่มกิจกรรมทางสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น กิจกรรมจิตอาสา กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์

9. แนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วม หมายถึง ระดับความตั้งใจในการมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรม และระดับความตั้งใจในการแนะนำให้ผู้อื่นเข้าร่วมกิจกรรมภายในขององค์การ ทั้งในกลุ่มกิจกรรมทางวิชาการ และกลุ่มกิจกรรมทางสังคมและสิ่งแวดล้อม

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ และแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การของมหาวิทยาลัยนวมินทราช

2. เพื่อนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงระบบการสื่อสารภายในองค์การของมหาวิทยาลัยนวมินทราช

3. เพื่อเป็นแนวทางการสื่อสารข้อมูลข่าวสารไปยังบุคลากรเป้าหมายทุกระดับอย่างถูกต้อง และเหมาะสม ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ เช่น นโยบาย แนวทางปฏิบัติ การดำเนินการ กฎระเบียบ ข้อบังคับ และกิจกรรม เป็นต้น

4. เพื่อนำเสนอผลการวิจัยไปยังผู้บริหารมหาวิทยาลัย เพื่อให้ผู้บริหารใช้เป็นแนวทางในการพิจารณา นำไปกำหนดอยู่ในแผนพัฒนามหาวิทยาลัยและแผนปฏิบัติงานประจำปี

5. เพื่อเผยแพร่แนวคิดทางการสื่อสารภายในองค์การและเสนอแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารในองค์การให้มีประสิทธิผลและประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

6. เพื่อสร้างความร่วมมือภายในองค์การ ในการมีส่วนร่วมแก้ไขปัญหาการสื่อสารภายในมหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในเรื่อง ทักษะคนที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในและพฤติกรรมกรรมมีส่วนร่วมในองค์การ กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์การ
 - 2.1.1 ความหมายของการสื่อสารในองค์การ
 - 2.1.2 แนวความคิดการสื่อสารในองค์การ
 - 2.1.3 ความสำคัญของการสื่อสารในองค์การ
 - 2.1.4 ลักษณะการติดต่อสื่อสารที่ใช้ในองค์การ
 - 2.1.5 ประเภทการสื่อสารในองค์การ
 - 2.1.6 หลักการติดต่อสื่อสารในองค์การ
 - 2.1.7 อุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดขึ้นในองค์การ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับสื่อและลักษณะทางประชากร
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในองค์การ
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 เหตุผลในการตั้งสมมติฐานการวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์การ

2.1.1 ความหมายของการสื่อสารในองค์การ

การสื่อสารถูกใช้เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างความเข้าใจที่ตรงกันของผู้ปฏิบัติงานภายในองค์การ เนื่องจากในแต่ละองค์การจะมีความแตกต่างกันในหลายด้าน อาจทำให้เกิดความไม่เข้าใจกันหรือความขัดแย้ง ซึ่งการสื่อสารจะช่วยลดปัญหาเหล่านี้ได้ นอกจากนี้การสื่อสารในองค์การยังสามารถทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดการถ่ายทอดความรู้ ความคิดเห็น และจะเป็นตัวสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน เกิดการประสานงานระหว่างหน่วยงาน ผ่านการเลือกใช้สื่อและสารที่แตกต่างกันตามสภาพการณ์ในขณะนั้น

Carl Weick (อ้างถึงใน สมิทธิรา จิตตลดากร, 2546, น.182) การสื่อสารในองค์การคือการรวมกำลังกันเพื่อทำงาน องค์การจึงมีความหมายถึงการทำกิจกรรม ไม่ใช่มีความหมายในลักษณะที่เป็นโครงสร้างที่มองเห็นได้ แต่เป็นกิจกรรมที่มองไม่เห็น มีการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือพฤติกรรมการประสานสัมพันธ์ของบุคคล (Interlocked Behavior) ซึ่งมีลักษณะของการสื่อสารเป็นแบบปฏิกริยาสองชั้น (Double Interacts) กล่าวคือ เมื่อหนึ่งบุคคลหนึ่งมีการกระทำ (Act) อย่างใดอย่างหนึ่งลงไปแล้ว ก็จะมีการตอบสนองต่อการกระทำอันแรกจากอีกคนหนึ่ง เรียกการตอบสนองนี้ว่าเป็นการตอบโต้การกระทำ (Interact) จากนั้นผู้ที่กระทำ (Act) คนแรกนั้นจะมีปฏิกริยาตอบกลับจึงเรียกว่าเป็นปฏิกริยาสองชั้น (Double Interacts) คือเป็นการกระทำจากบุคคลที่เริ่มต้นกระทำก่อนนั้นเป็น 2 ครั้งคือ การทำแล้วมีการตอบสนองแล้วจึงมีการตอบกลับอีกครั้งหนึ่ง เช่น ผู้บังคับบัญชาสั่งเลขให้เตรียมรายงาน (Act) เลขจัดเตรียมรายงานและนำมามอบให้ผู้บังคับบัญชา (Interact) ผู้บังคับบัญชากล่าวขอใจหรือชมเชยเลข (Double Interacts)

Richard Farace, Peter Monge and Hamish Russell (อ้างถึงใน สมิทธิรา จิตตลดากร, 2546, น. 184) การสื่อสารในองค์การคือระบบที่คนอย่างน้อย 2 คนมีความสัมพันธ์กันตามแนวทางของการมีปัจจัยนำเข้า (Input) ผ่านเข้าไปภายใน (Throughout) และกลายเป็นปัจจัยนำออก (Output) โดยมีข่าวสารข้อมูล (Information) เป็นทรัพยากร โดยหน้าที่ของการสื่อสารแบ่งออกเป็นงานประสานงานและการควบคุมกิจกรรมให้เกิดเป็นผลผลิต การทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและริเริ่มใหม่ ๆ ในระบบ และการรักษาค่านิยมและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเพื่อดำรงไว้ซึ่งระบบ

กิติมา สุรสุนธิ (2548, น. 41) กล่าวว่า การสื่อสารในองค์การ คือกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารระหว่างบุคคลทุกระดับ ทุกส่วนงาน อยู่ภายใต้วัฒนธรรมของแต่ละองค์การสามารถเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ เร็วหรือช้า และวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร รูปแบบของการจัดองค์การจะมีส่วนช่วยในการผลักดันให้บุคลากรเกิดความชำนาญในการติดต่อสื่อสาร เช่น การฟัง การพูด การอภิปราย และยังให้ความสำคัญกับช่องทางหรือสื่อที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร เช่น บันทึกรวบรวมข่าวสารภายใน จัดหมายข่าว ฯลฯ

สมยศ นาวิการ (2544, น. 4) ได้ให้ความหมายของการติดต่อสื่อสารในองค์การว่า การติดต่อสื่อสารเป็นการแปลความหมายข่าวสารระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ หรือบุคคลในตำแหน่งต่าง ๆ ที่อยู่ภายในองค์การ

สุรเชษฐ์ ชีระมณี (2534, น. 64) ได้ให้คำจำกัดความของการติดต่อสื่อสารในองค์การว่าเป็นกระบวนการถ่ายทอด แปลความหมายข่าวสาร ผ่านประสบการณ์และอื่น ๆ ระหว่างสมาชิกภายในองค์กรด้วยการพูด การเขียน

Dubrin (1984, p. 280) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) เป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารภายในองค์การ เพราะข่าวสารทั้งหมดจะถูกส่งผ่านจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่งหรือคนหลาย ๆ กลุ่ม

Gibson & Hodgetts (1991, p. 12) ได้นิยามการสื่อสารในองค์การว่าเป็นการถ่ายทอดความรู้และข่าวสารระหว่างสมาชิกในองค์การ เพื่อให้บรรลุถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์การ ตามภารกิจขององค์กร โดยเกิดขึ้นระหว่างสมาชิกในองค์กรเดียวกัน

กล่าวโดยสรุป การสื่อสารภายในองค์การ หมายถึง การถ่ายทอด แลกเปลี่ยนความรู้ ข่าวสาร ของผู้ปฏิบัติงานในองค์การ ระหว่างผู้ปฏิบัติงานในระดับเดียวกันหรือระดับที่ต่างกัน เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ พันธกิจ ขององค์กรที่ได้ตั้งไว้ และสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคลากรในองค์การ การสื่อสารในองค์การจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายที่องค์กรได้ตั้งไว้

2.1.2 แนวความคิดการสื่อสารในองค์การ

การสื่อสารในองค์การเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างความเข้าใจระหว่างบุคลากรในองค์การ ซึ่งในการสร้างความเข้าใจที่ตรงกันต้องอาศัยการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ ความคิดเห็น และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกัน เพื่อให้การดำเนินงานร่วมกันบรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์การ นอกจากนี้ยังจะช่วยให้บุคลากรเกิดการพัฒนาด้านปัญญาและเกิดความคิดสร้างสรรค์อีกด้วย

Dave Francis (อ้างถึงใน ดาริกา จารุวัฒนกิจ, 2539, น. 15 - 23) การสื่อสารเปรียบเสมือนสายเลือดในองค์การ ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการสื่อสารมีความจำเป็นอย่างมากต่อองค์การ ดังคำกล่าวที่ว่า “องค์การ” หมายถึง การรวบรวมทรัพยากรภายในซึ่งถูกทำให้มีชีวิตชีวาขึ้นด้วยการสื่อสาร

แนวความคิดของ Dave Francis กล่าวว่า องค์การบางแห่งประสบความสำเร็จมากกว่าองค์การอื่น ๆ เพราะพนักงานร่วมแรงร่วมใจกันเพื่อทำให้เกิดความรู้สึกที่ดี ความสามัคคีของพนักงาน เพื่อรวบรวมความพยายามให้เป็นหนึ่งเดียว องค์การที่เข้มแข็งและมีการตัดสินใจอย่างฉลาด มีวัตถุประสงค์ 4 ประการ ที่เป็นพื้นฐานของทฤษฎีการสื่อสารภายในองค์การ ดังนี้

ตารางที่ 2.1

โครงสร้างวัตถุประสงค์พื้นฐาน 4 ประการ ของ Dave Francis

(1) การติดต่อสื่อสารเพื่อ ให้ทัศนะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน	(2) การติดต่อสื่อสารเพื่อก่อให้เกิด การรวมความพยายามเข้าด้วยกัน
(3) การติดต่อสื่อสารเพื่อ คงไว้ซึ่งความสมบูรณ์ขององค์การ	(4) การติดต่อสื่อสารเพื่อ การตัดสินใจที่ถูกต้อง

หมายเหตุ: จาก Dave Francis, อ้างถึงใน ดาริกา จารุวัฒนกิจ, 2539, (น. 15-23) ; อ้างอิงจาก *Unblocking Organization Communication*, by Francis, 1987.

1. การติดต่อสื่อสารเพื่อให้ทัศนะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน การสื่อสารเป็นสื่อกลางที่ผู้บริหารใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ โดยผู้บริหารจะเป็นผู้กำหนดทิศทางในองค์การ โดยจุดประสงค์หลักคือ ผู้บริหารต้องหาปัจจัยที่กระทบต่อความอยู่รอดขององค์การแล้วพยายามสื่อสารไปยังพนักงานให้รับรู้ แนวความคิดนี้มีองค์ประกอบย่อย 3 ประการที่เกี่ยวข้อง

1.1 ความเอาใจใส่และความสนใจต่อสภาพแวดล้อมภายนอก ทุกองค์การมีความจำเป็นต้องมีการสื่อสารกับสภาพแวดล้อมภายนอกที่อยู่รอบองค์การนั้นๆ การสื่อสารจึงหมายถึง การแสวงหาโอกาส การระงับอุปสรรคต่าง ๆ และการสร้างภาพพจน์ที่ดีขององค์การ สารข่าวสารจากสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นสิ่งจำเป็น ข่าวสารจากสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นสิ่งที่จำเป็น การสื่อสารกับโลกภายนอกให้องค์การพยายามสร้างระบบเปิด จะช่วยให้องค์การสามารถปรับตัวให้ทันต่อ

เหตุการณ์และสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้ตลอดเวลา พนักงานทุกคนจึงควรติดตามเหตุการณ์ภายนอกองค์การอย่างใกล้ชิด

ด้านของผู้บริหารระดับสูง ต้องคอยหมั่นศึกษาสภาพแวดล้อม ติดตามความเคลื่อนไหวของเทคโนโลยี แนวคิด และการพัฒนาใหม่ๆ จะช่วยให้องค์การมีความสามารถทางการแข่งขันในอนาคตได้ติดตามเหตุการณ์ภายนอกองค์การอย่างใกล้ชิดจะมีลักษณะของการสื่อสาร 2 ทาง คือองค์การจำเป็นต้องมีปฏิริยาและอิทธิพลเหนือสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อจะได้ใช้ประโยชน์จากเงื่อนไขที่เอื้ออำนวยของสภาพแวดล้อมนั้น ๆ

ความบกพร่องขององค์ประกอบในข้อนี้ จะเป็นอุปสรรคในการดำเนินงานขององค์การเองกล่าวคือ ทำให้องค์การไม่สามารถปรับเปลี่ยนหรือสนองตอบต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไปได้

1.2 เป้าหมายเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ผู้บริหารควรมีการชี้แจงเป้าหมายที่เด่นชัดแก่พนักงาน การสื่อสารในองค์การให้ทราบถึงลักษณะขององค์การและนิยามให้ได้ว่าองค์การกำลังมุ่งไปในทิศทางใดต้องชี้ให้เห็นถึงเป้าหมายในอนาคตขององค์การ ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอยู่บนพื้นฐานของหลักการและช่วยให้องค์การดำเนินต่อไปได้ ทั้งนี้จะประกอบไปด้วย การตั้งใจ แรงกระตุ้น การมองการณ์ไกล ความเข้าใจอย่างชัดแจ้ง และการใช้วิจรรย์ญาณที่ดี พนักงานในองค์การต้องได้รับการชี้หน้าที่เพียงพอ มีจุดหมายและแรงจูงใจในการทำงาน

เป้าหมายในอนาคตขององค์การจะแสดงถึงทิศทางกลยุทธ์ขององค์การ และจะมีคุณค่าในการกำหนดนโยบายขององค์การ เป้าหมายที่ดีจะเป็นแรงกระตุ้นขององค์การ และควรได้รับการกำหนดร่วมกัน จากผู้บริหารในทุกๆ ส่วนขององค์การ

ความบกพร่องขององค์ประกอบในข้อนี้ จะเป็นอุปสรรคต่อองค์การในด้านการขาดเป้าหมายที่ไปในทิศทางเดียวกันของผู้ปฏิบัติงาน

1.3 การบริหารแบบจูงใจ ผู้บริหารต้องสามารถจูงใจผู้ปฏิบัติงานให้ทำตามแผนที่วางไว้โดยมีกลยุทธ์ในการติดต่อสื่อสาร และมีทักษะในการชักนำผู้ปฏิบัติงานร่วมกันทำงานตามเป้าหมาย การจูงใจจะสร้างทัศนคติ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ยกระดับมาตรฐานและสร้างบรรยากาศที่ดี ในการก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความสำคัญของการทำงานร่วมกัน

ข้อบกพร่องขององค์ประกอบนี้ จะก่อให้เกิดอุปสรรคแก่องค์กร คือ การบริหารของผู้บริหารจะไม่จูงใจพนักงาน

2. การติดต่อสื่อสารเพื่อก่อให้เกิดการรวมความพยายามเข้าด้วยกัน มีองค์ประกอบย่อย 3 ประการที่เกี่ยวข้อง คือ

2.1 กลไกในการรวมความพยายามเข้าด้วยกัน องค์การจะประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และหน่วยงานฝ่ายต่าง ๆ ซึ่งคนเหล่านี้ต้องถูกรวมความพยายามเข้า

ด้วยกัน เพื่อการทำงานร่วมกันให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร กลไกการติดต่อสื่อสารจำเป็นจะถูกนำมาใช้ เพื่อประสานและรวบรวมความพยายามเป็นหนึ่งเดียวของพนักงานในองค์กร

ระดับความจำเป็นของการรวมความพยายามนี้ จะแบ่งตามขนาดขององค์กร และชนิดของงานที่ทำ เริ่มตั้งแต่การบังคับบัญชาโดยตรงจนถึงการบริหารแบบซับซ้อน องค์กรต้องพยายามให้กลไกดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดการปรับตัวได้เร็ว เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

ข้อบกพร่องขององค์ประกอบนี้ จะก่อให้เกิดอุปสรรคแก่องค์กร คือ ความพยายามของผู้ปฏิบัติงานที่จะไม่ถูกรวบรวมเข้าด้วยกัน

2.2 โครงสร้างผังสำนักงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์ การวางผังองค์กรส่งผลอย่างมากต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารในองค์กร อาจสามารถช่วยให้การสื่อสารระหว่างกันของพนักงานดำเนินไปด้วยดีหรือไม่ก็ได้ ทั้งนี้ ในแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ การจัดวางผังสำนักงานจึงควรมีส่วนช่วยในการทำงานของผู้ปฏิบัติงานแต่ละคน ให้ราบรื่น และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกันติดต่อกันได้อย่างสะดวกอีกด้วย การรู้จักเลือกใช้อุปกรณ์สื่อสารที่ทันสมัย จะช่วยลดอุปสรรคในเรื่องนี้ได้

ข้อบกพร่องขององค์ประกอบนี้ คือ จะก่อให้เกิดอุปสรรคในด้านผังสำนักงานที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการติดต่อสื่อสาร

2.3 การสั่งการจากเบื้องบน พนักงานควรได้รับข่าวสารที่ควรรู้เพื่อช่วยในการทำงานดีขึ้น องค์กรต่าง ๆ จะมีโครงสร้างเป็นลำดับขั้น และอำนาจสั่งการจะถูกรวมไว้ที่ผู้บริหารระดับสูง ซึ่งสามารถมองเป็นภาพรวมขององค์กร ทั้งวัตถุประสงค์ นโยบาย ระเบียบวินัยในการปฏิบัติงาน การประเมินผลงานการควบคุม ตลอดจนการสั่งการ และยังเป็นพลังสำคัญขององค์กรอีกด้วย การสื่อสารจากเบื้องบนที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยให้องค์กรถูกควบคุมโดยแผนปฏิบัติงาน ข้อบังคับของนโยบายบริษัท การไหลของสารข่าวสารจากเบื้องบนอาจกระทำได้ตามสายการบังคับบัญชา การแจ้งผ่านตัวแทนพนักงาน การแจ้งผ่านสื่อมวลชน และใช้ผ่านทางกรอบรมหรือการสั่งสอน

ข้อบกพร่องขององค์ประกอบนี้ จะก่อให้เกิดอุปสรรคแก่องค์กรในด้านการสั่งการจากเบื้องบนที่ไร้ประสิทธิภาพ

3. การติดต่อสื่อสารเพื่อคงไว้ซึ่งความสมบูรณ์ขององค์กร การให้พนักงานทำงานร่วมกันเพื่อองค์กร มีองค์ประกอบย่อย 3 ประการที่เกี่ยวข้อง คือ

3.1 ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน พนักงานต้องมีความไว้วางใจต่อผู้บริหาร ความไว้วางใจ หมายถึง การที่พนักงานรู้ว่าพวกเขาสามารถให้ความเชื่อถือซึ่งกันและกันได้ เป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กรซึ่งส่งผลต่อการติดต่อสื่อสารอย่างมาก อาจสร้างได้โดยการพยายามเชื่อม

ความสัมพันธ์ระหว่างกัน ลดการมุ่งสนใจในตัวเองมากเกินไป ประพฤติตนให้ถูกต้องเหมาะสม ตลอดจนรักษาความรู้สึกที่ดีต่อกันไว้ความไว้วางใจในตัวผู้บริหารสามารถสร้างได้มากน้อยขึ้นอยู่กับว่ามีหลักการเหล่านี้หรือไม่ ได้แก่ ความซื่อตรง ความสม่ำเสมอ ทำตามทีพุดอย่างถูกต้องเป็นธรรม

ข้อบกพร่องขององค์ประกอบนี้ จะก่อให้เกิดอุปสรรคแก่องค์การ ในแง่ของความไว้วางใจของผู้ปฏิบัติงานที่มีต่อผู้บริหารอยู่ในระดับต่ำ

3.2 การปฏิบัติต่อกันกับเพื่อนต่างกลุ่มเป็นไปด้วยดี องค์การจะมีความสมบูรณ์เมื่อคนภายในองค์การมีการปฏิบัติต่อกันอย่างยุติธรรม พยายามไม่ให้เกิดอคติระหว่างกันภายในองค์การ เพราะจะมีผลกระทบในทางทำลายองค์การ ทำให้เป็นอุปสรรคอย่างยิ่งต่อ การติดต่อสื่อสารและทำให้สังคมให้องค์การห่างเหินกัน ความเห็นใจกันลดลง โดยปกติอคติมักจะมีสาเหตุมาจากความแตกต่างในด้าน สีผิว เพศ ศาสนา และชั้นทางสังคม ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นจะทำให้องค์การเสียเวลา ผลประโยชน์ และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

ข้อบกพร่องขององค์ประกอบนี้ จะก่อให้เกิดอุปสรรคในด้านที่ทำให้พนักงานมีอคติต่อกัน

3.3 การร่วมมือร่วมใจ การทำงานเป็นทีมและประสานกันด้วยดี เป็นสิ่งจำเป็นมากในทุกหน่วยงานขององค์การ ความสัมพันธ์ระหว่างกันในแต่ละคน ในทีมงานที่ทำหน้าที่ต่าง ๆ กันจะได้รับการประสานงานโดยผู้บริหารที่มีทักษะ กระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานมองเห็นคุณค่าของกันและกัน มีการร่วมแสดงความคิดเห็น กำหนดวัตถุประสงค์ พัฒนาแผนงานและสร้างจุดเด่นให้องค์การร่วมกันก่อให้เกิดความร่วมมือในการทำงานเพื่อองค์การ

ข้อบกพร่องขององค์ประกอบนี้ จะก่อให้เกิดอุปสรรคแก่องค์การ ในด้านการไม่สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีมที่สนับสนุนซึ่งกันและกันได้

4. การติดต่อสื่อสารเพื่อการตัดสินใจที่ถูกต้อง เป็นความพยายามรวบรวมการตัดโครงสร้าง และแปลสารที่เกี่ยวข้องไปยังผู้บริหารอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีองค์ประกอบย่อย 3 ประการ คือ

4.1 การส่งข้อมูลข่าวสารขึ้นสู่เบื้องบน เพื่อให้ผู้บริหารรับรู้ความเคลื่อนไหวต่างๆ ผู้บริหารจำเป็นต้องได้รับสารจากพนักงานระดับล่างซึ่งสามารถทำได้โดยการติดต่อกับพนักงานทุกคน สารต้องถูกรวบรวมและนำเสนอ เพื่อพิจารณาแก้ไขปัญหาต่างๆ ความคิดสร้างสรรค์ต่างๆ โดยมากมักจะเป็นสารย้อนกลับมาจากพนักงานเบื้องล่างไปยังผู้บริหาร

ความจำเป็นที่ผู้บริหารต้องรวบรวมสารจากพนักงานระดับล่างมีเหตุผล

5 ประการ คือ

1. เพื่อหาสารเกี่ยวกับ จุดดี จุดด้อย โอกาส และอุปสรรคขององค์การ
2. เพื่อหาประโยชน์จากแนวคิดใหม่ๆ ของพนักงาน

3. เพื่อให้รู้ถึงระดับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ในองค์กร
 4. เพื่อให้องค์กรเกิดการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ที่ท้าทายจากภายนอก
 5. เพื่อชี้ให้เห็นว่า ผู้บริหารสนใจต่อสารสะท้อนกลับจากสิ่งต่าง ๆ รอบตัว
- หลักในการเก็บรวบรวมสารจากเบื้องล่าง มี 2 วิธี คือ

1. โดยการส่งผ่านสารตามลำดับชั้น ของสายการบังคับบัญชา
2. โดยการติดต่อกันระหว่างผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติงานโดยการสำรวจ

ข้อบกพร่องขององค์ประกอบนี้ จะก่อให้เกิดอุปสรรคแก่องค์กรในด้านการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ

4.3 ทักษะด้านการติดต่อสื่อสาร พนักงานในองค์กรควรจะสามารถในการติดต่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ พื้นฐานหลักของการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิผลคือ ทักษะด้านการสื่อสารด้วยวาจาและการเขียนของพนักงานแต่ละคน นอกจากนี้ยังรวมถึง การรับรู้ที่ถูกต้อง การแสดงกิริยาตอบรับ การรู้จักฟังผู้อื่น การมีความเป็นผู้นำ การมีเหตุผล รู้จักแก้ปัญหา และทำการตัดสินใจ การรู้จักให้คำปรึกษา ความสามารถในการฝึกอบรม มีความคิดสร้างสรรค์

ข้อบกพร่องขององค์ประกอบนี้ จะก่อให้เกิดอุปสรรคต่อองค์กรในเรื่องของการขาดทักษะในการติดต่อสื่อสารที่เพียงพอ

2.1.3 ความสำคัญของการสื่อสารในองค์กร

การสื่อสารภายในองค์กรมีความสำคัญมาก เพราะเป็นเครื่องมือของผู้บริหารในการบริหารงาน โดยเฉพาะองค์กรขนาดใหญ่ที่ผู้บริหารมีหน้าที่กำหนดทิศทางการบริหารงานให้องค์กรสามารถดำเนินกิจการให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ยังจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน ทำให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ เกิดการเรียนรู้ร่วมกันในองค์กร ผู้ปฏิบัติงานแต่ละฝ่ายสามารถทำงานร่วมกันได้ หากทางออกปัญหาเหมือนกัน เกิดเป็นการพัฒนาและการทำงานที่มีประสิทธิภาพ การสื่อสารองค์กรจึงมีความสำคัญ ดังนี้ พูนสุข สังข์รุ่ง (2550), มนุษย์สัมพันธ์ในองค์กร. กรุงเทพฯ : บริษัท วิรัตน์ เอ็ดดูเคชั่น จำกัด.)

1) การสื่อสารทำให้เกิดความหมาย การสื่อสารทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร และเกิดความเข้าใจในเรื่องราว เหตุการณ์ต่าง ๆ

2) การสื่อสารทำให้เกิดการคาดคะเนความคิด การสื่อสารมีรูปแบบเฉพาะสำหรับตัวบุคคล รูปแบบการสื่อสารที่บุคคลได้ใช้บ่อยจะสะท้อนแนวคิดและพฤติกรรมที่สามารถคาดคะเนได้

3) การสื่อสารทำให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน การแลกเปลี่ยนข้อมูลสามารถสื่อสารกันใน 2 ลักษณะ คือ วัจนะภาษา (ภาษาพูดหรือเขียน) และอวัจนะภาษา (ภาษากาย หรือลักษณะท่าทาง อากัปกิริยา)

นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2525, น. 116) กล่าวว่า องค์การที่สามารถจัดการด้านการติดต่อสื่อสารได้ดี จะบ่งบอกถึงความสำคัญในการบริหาร ซึ่งการสื่อสารจะนำไปสู่ความเข้าใจ นำไปสู่ความร่วมมือประสานงาน และจะนำมาซึ่งความก้าวหน้า และความสำเร็จขององค์การ

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งของผู้บริหาร ที่จะทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์การ ลดช่องว่างระหว่างผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติงาน หากผู้บริหารเปิดโอกาสให้บุคลากรทุกระดับมีส่วนในการแสดงความคิดเห็น แต่หากขาดการสื่อสารผลที่เกิดขึ้นจะทำให้งานขาดประสิทธิภาพ

2.1.4 ลักษณะการติดต่อสื่อสารที่ใช้ในองค์การ

การสื่อสารภายในองค์การมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการบริหารงาน ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานทุกฝ่ายมีความเข้าใจที่ตรงกันในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานลักษณะของการสื่อสารในองค์การ มีนักวิชาการได้แสดงแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของการสื่อสารในองค์การไว้หลากหลายแนวคิด ดังนี้

สุภาวดี แสนทวีสุข (2543, น. 16 อ้างถึงใน ญฐวัฒน์ พระงาม 2555, น. 35) ได้แบ่งลักษณะการสื่อสารไว้ 2 รูปแบบ ดังนี้

1) การสื่อสารลักษณะเป็นทางการ (Formal Communication) หมายถึง การติดต่อสื่อสารที่มีระเบียบแบบแผนข้อกำหนดวางไว้ชัดเจน คำนึงถึงบทบาทหน้าที่และตำแหน่งระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งจะมีลักษณะเป็นแบบแผนชัดเจน เช่น การติดต่อสื่อสารทางราชการ ที่ต้องการให้กระทำเป็นระเบียบแบบแผน และธรรมเนียมการปฏิบัติราชการ การสื่อสารแบบนี้นิยมใช้หรือช่องทางการสื่อสาร 2 ช่องทาง คือ การสื่อสารแบบเป็นทางการแบบลายลักษณ์อักษร เป็นรูปแบบการสื่อสารที่เป็นระเบียบ โดยใช้ลายลักษณ์อักษร (ภาษาเขียน) เป็นสื่อในการสื่อสาร การสื่อสารรูปแบบนี้ทำให้สามารถบันทึกข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้เป็นอย่างดีสามารถเก็บไว้เป็นหลักฐานในการปฏิบัติงานได้ โดยอาจเป็นหนังสือราชการ รายงาน คู่มือ จดหมายข่าว บันทึกข้อความ จุลสาร เอกสารต่าง ๆ เพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย คำสั่ง ระเบียบ ข้อบังคับ ระเบียบปฏิบัติงาน

การสื่อสารแบบเป็นทางการด้วยวาจา เป็นรูปแบบการสื่อสารที่เป็นระเบียบแบบแผนแต่ใช้วาจาหรือการพูดเป็นการสื่อสาร ซึ่งทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว และผู้พูดสามารถปรับหรือเปลี่ยนถ้อยคำให้เหมาะสมกับความเข้าใจของผู้ฟังได้ เช่น การประชุม อบรม สัมมนา การประกาศ หรือแจ้งให้พนักงานหรือสมาชิกในองค์กรทราบถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

2) การสื่อสารลักษณะไม่เป็นทางการ (Informal Communication) เป็นการสื่อสารที่ไม่ได้เป็นระเบียบแบบแผน ซึ่งแสดงออกในลักษณะของการมีสัมพันธ์ส่วนตัว เป็นการสื่อสารที่อยู่นอกเหนือการควบคุม เช่น จดหมายส่วนตัว การสื่อสารทางโทรศัพท์ การพูดคุยสนทนา แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เป็นต้น

เรวัตร์ สมบัติทรัพย์ (2543, น. 18) กล่าวว่า ลักษณะการสื่อสารอาจทำได้ 2 แบบ คือการติดต่อสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล และการสื่อสารกับกลุ่มคน คือ

1) การติดต่อสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคล คือ การติดต่อกันของคนทำงานในองค์กร อาจเป็นการติดต่อกันระหว่างผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติงาน หรือระหว่างผู้ปฏิบัติงาน ผู้ติดต่อสื่อสารคนเดียวมุ่งหมายที่จะส่งข่าวให้ผู้รับคนใดคนหนึ่งโดยเฉพาะเจาะจง การติดต่อสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคลนี้อาจทำได้โดยการพูดหรือการเขียน ทางด้านการพูด ได้แก่ การพูดเป็นการส่วนตัว การติดต่อทางโทรศัพท์ และการพูดแบบเป็นทางการ เป็นต้น ด้านการเขียน ได้แก่ การบันทึกจดหมาย การรายงาน และหนังสือที่มีถึงตัวบุคคลแบบต่าง ๆ เป็นต้น

2) การติดต่อสื่อสารกับกลุ่มคนทำงาน เป็นการติดต่อสื่อสารกันของคนทำงานในองค์กร โดยผู้ส่งสารอาจเป็นบุคคลเดียวหรือกลุ่มคนก็ได้ โดยมุ่งหมายที่จะส่งข่าวสารให้ผู้รับซึ่งมีจำนวนมาก เป็นกลุ่มบุคคลในองค์กร ซึ่งอาจเป็นพนักงานทั้งหมดในองค์กร กลุ่มพนักงานใหม่ กลุ่มพนักงานเก่า เป็นต้น การติดต่อสื่อสารลักษณะนี้เป็นการสื่อข้อความระหว่างผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติงาน และระหว่างฝ่ายจัดการกับกลุ่มผู้ปฏิบัติงาน อาจทำได้ 2 ทาง คือ การพูดและการเขียน ทางด้านการพูดอาจทำได้โดยวิธีการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ การประชุมแบบเป็นทางการ การส่งเสียงตามสาย และการฝึกอบรม เป็นต้น ส่วนการเขียนทำได้โดยการทำโปสเตอร์

2.1.5 ประเภทของการติดต่อสื่อสารในองค์กร

การสื่อสารภายในองค์กรสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ตามเนื้อหาของการสื่อสารในองค์กร เรวัตร์ สมบัติทรัพย์ (2543, น. 23)

1) จำแนกตามระบบปฏิสัมพันธ์ แบ่งเป็น

1.1 การสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication) คือ การสื่อสารที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดข่าวสารไปยังผู้รับสารโดยไม่มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีการสื่อสารแลกเปลี่ยนกัน โดยมักจะอยู่ในสารรูปแบบนโยบาย ประกาศคำสั่งของผู้บริหารระดับสูงสู่ผู้ปฏิบัติงานในองค์กร

1.2 การสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) คือ การติดต่อสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถตอบสนองกัน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ในรูปแบบนี้ผู้ส่งสารเห็นความสำคัญกับปฏิกริยาการตอบกลับของผู้รับสาร (Feedback) ซึ่งถือว่าเป็น

สิ่งสำคัญมากในการบริหาร โดยการให้ออกาสผู้รับสารในการแสดงความคิดเห็น เป็นสิ่งที่สามารถช่วยลดช่องว่างของการตีความหมายสารไปคนละทิศคนละทาง ยิ่งไปกว่านี้การสื่อสารสองทางสามารถสร้างขวัญ กำลังใจ และการมีส่วนร่วมในงาน โดยมักจะอยู่ในรูปของการประชุมปรึกษาหารือ (อิทธิณัฎฐ์ ชัยภัทรานนท์, 2552, น. 10)

2) จำแนกตามทิศทางของการติดต่อสื่อสาร แบ่งเป็น 3 รูปแบบ คือ

2.1 การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication)

เป็นการติดต่อสื่อสารจากบนสู่ล่างภายในองค์การ หมายถึง การส่งสารจากตำแหน่งที่สูงกว่าลงมายังตำแหน่งที่ต่ำกว่า โดยเป็นลักษณะของการสั่งงาน การวางกฎระเบียบ ข้อบังคับ วัตถุประสงค์ในการทำงานและนโยบาย เพื่อให้พนักงานได้รับทราบนโยบาย หรือวัตถุประสงค์ของการทำงาน ซึ่งจะทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกถึงคุณค่าในงานที่ทำอยู่ และเป็นขวัญกำลังใจเพื่อทำให้พนักงานเกิดความคิดสร้างสรรค์ผลงานให้ดียิ่งขึ้นไป ในการติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง ผู้บริหารควรพิจารณาช่องทางการสื่อสารที่ผู้บริหารจะส่งข่าวสารไปยังผู้ปฏิบัติงาน และการส่งข่าวสารที่ดี มีประสิทธิภาพควรทำอย่างไร

โดยปกติข่าวสารที่ติดต่อสื่อสารจากผู้บริหารมายังผู้ปฏิบัติงานจะมีอยู่ 5 ประเภท คือ 1.ข่าวสารที่เกี่ยวกับการทำงาน 2.ข่าวสารที่เกี่ยวกับเหตุผลของการทำงาน 3.ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายขององค์การ 4.ข่าวสารเกี่ยวกับผลการปฏิบัติของพนักงาน และ 5.ข่าวสารเกี่ยวกับเป้าหมายขององค์การ ข่าวสารประเภทนี้จะเกี่ยวข้องกับสิ่งที่พนักงานถูกคาดหวังให้ทำ โดยวิธีการในการให้ข่าวสารประเภทนี้จะเป็นในรูปแบบคำสั่ง การอธิบาย คู่มือปฏิบัติงาน และคำบรรยายลักษณะงาน ซึ่งข่าวสารประเภทนี้ต้องการให้พนักงานทราบว่าจะงานของพวกเขามีความสัมพันธ์กับงานและตำแหน่งอื่นขององค์การอย่างไร โดยสารประเภทนี้ช่วยให้พนักงานทราบและเกิดการเรียนรู้ว่างานของพวกเขามีส่วนช่วยต่อการบรรลุเป้าหมายขององค์การได้อย่างไร (สมยศ นาวิการ, 2544, น. 22)

2.2 การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) เป็น

การติดต่อสื่อสารจากล่างสู่บนจะเป็นการสื่อสารในผู้ที่มีระดับต่ำกว่าที่ต้องการจะทำการสื่อสารกับผู้บริหารหรือผู้ที่มีระดับสูงกว่า ข่าวสารที่ผ่านจากล่างขึ้นบนจะเป็นข้อมูลที่ผู้บริหารต้องการเพื่อที่จะนำไปสรุปผลต่อไป เช่น ข้อมูลที่ต้องการเพื่อการตัดสินใจและสถานภาพของโครงการต่างๆ โดยจากการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบนจะทำให้ผู้บริหารตระหนักถึงสิ่งที่กำลังดำเนินอยู่ การติดต่อสื่อสารประเภทนี้จำเป็นต่อผู้บริหารเพื่อที่จะประเมินประสิทธิภาพของการสื่อสาร และจะช่วยในการทำให้บุคคลรู้สึกว่าเขาเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในองค์การด้วย โดยจะมีข่าวสารหลายประเภทที่จะทำการสื่อสารในช่องทางนี้ เช่น ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงความรู้สึกต่องานและองค์การ ปัญหาหรือการ

ร้องทุกข์ การร้องขอ และการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (สมยศ นาวิการ, 2537, น. 457 - 458)

2.3 การติดต่อสื่อสารแนวนราบ (Horizontal Communication)

Adler&Elemhorst (อ้างถึงใน รสชงพร โกมลเวสิน, 2550, น. 81) เห็นว่า การติดต่อสื่อสารแนวนราบเป็นการติดต่อสื่อสารในระดับเดียวกัน ซึ่งจะช่วยในการประสานงานระหว่างแผนกและจะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแผนกให้เป็นไปในทิศทางที่องค์การต้องการ เป็นอีกหนึ่งช่องทางการติดต่อสื่อสารที่จะทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ ๆ ในองค์การ เพราะแต่ละหน่วยงานจะมีโอกาสถ่ายทอดและรับรู้ข้อมูลข่าวสารระหว่างหน่วยงานที่ต่างกัน ทำให้พนักงานเห็นโอกาสและมุมมองใหม่ๆ ในการทำงานมากขึ้น

3) จำแนกตามลักษณะของการติดต่อสื่อสาร แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

3.1 การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) เป็นการสื่อสารในในองค์การที่ทำการติดต่อสื่อสารตามลักษณะหน้าที่ของภารกิจตามโครงสร้างขององค์การที่เป็นทางการโดยมีการระบุถึงผู้รับผิดชอบในการบริหารงานลำดับชั้นในการบริหารอย่างชัดเจน (อิทธิณัฐ ชัยภัทรานนท์, 2552, น. 11)

3.2 การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารที่เกิดขึ้นโดยไม่เป็นตามระบบตามแผนขององค์การ เป็นการสื่อสารที่ผู้สื่อสารมีความสนใจที่เป็นในเรื่องเดียวกัน โดยมีได้ทำตามกฎระเบียบที่ถูกกำหนดไว้ การสื่อสารในลักษณะนี้จะไม่ได้ให้ความสำคัญกับตำแหน่ง หน้าที่ แต่ส่วนใหญ่จะคำนึงถึงความชอบที่เหมือนกัน ความคุ้นเคยที่สนิทกัน โดยรูปแบบการติดต่อสื่อสารจะเป็นแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการสามารถมีทั้งคุณและโทษ โดยประโยชน์คือสามารถทำให้เกิดการรับสารที่ไวขึ้น แต่ในขณะเดียวกันการสื่อสารในลักษณะนี้สามารถเกิดการบิดเบือนของสารจนกลายเป็นข่าวลือ ข่าวซุบซิบได้

ทั้งนี้ การสื่อสารภายในองค์การยังต้องอาศัยภาษาที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ซึ่งมีด้วยกัน 2 ลักษณะ (สมยศ นาวิการ, 2549, น. 427 - 438)

1. การติดต่อสื่อสารทางภาษา (Verbal Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารที่ใช้ถ้อยคำเป็นลายลักษณ์อักษรหรือวาจาเพื่อที่จะติดต่อสื่อสาร โดยการติดต่อสื่อสารประเภทนี้มีมีการใช้อย่างแพร่หลายในบริษัท การติดต่อสื่อสารทางลายลักษณ์อักษรจะเกิดขึ้นผ่านทางวิธีการ เช่น จดหมายธุรกิจ บันทึกรของสำนักงาน จดหมายข่าว รายงาน คู่มือนโยบาย และแบบฟอร์มต่างๆ โดยส่วนมากบริษัทจะใช้วิธีการติดต่อสื่อสารทางลายลักษณ์อักษรเป็นจำนวนมาก ยกตัวอย่างเช่น จดหมายเป็นอีกหนึ่งวิธีที่สามารถสื่อสารกับบุคคล ทั้งภายในและนอกองค์การ แต่ถ้าเป็นวิธีการที่ใช้กันอย่างแพร่หลายและมีความง่ายมากที่สุดที่ใช้กันภายในบริษัท คือ บันทึกร (Memo) บันทึกรจะมีความเป็นทางการน้อยกว่าจดหมาย นอกจากนี้ยังมีวิธีอื่น ๆ อีก ยกตัวอย่างเช่น คู่มือนโยบาย แบบฟอร์ม

และรายงาน โดยคู่มือจะมีหน้าที่หลายอย่างในบริษัท คู่มือนโยบายสามารถบอกบุคคลเกี่ยวกับกฎและข้อตกลงที่ทางบุคคลต้องปฏิบัติตามสิ่งที่บริษัทกำหนดขึ้น แบบฟอร์มคือเอกสารมาตรฐานเพื่อการรายงานข้อมูล ส่วนรายงานจะเป็นเกี่ยวกับการสรุปความคืบหน้าหรือผลลัพธ์ของบริษัท (สมยศ นาวิการ, 2537, น. 428 - 429)

ภายในการบริหารงานผู้บริหารได้ใช้การติดต่อสื่อสารที่สำคัญคือ ภาษา การติดต่อ สื่อสารที่ใช้ภาษาจะประกอบด้วย การพูด (การติดต่อสื่อสารทางวาจา) หรือการเขียน (การติดต่อสื่อสารทางลายลักษณ์อักษร) ข้อพิจารณาที่ส่งผลต่อการเลือกวิธีการติดต่อสื่อสารจะมีทั้งผู้ฟัง ลักษณะของข่าวสารและต้นทุนของการถ่ายทอด โดยการติดต่อสื่อสารทั้งหมดจะเป็นส่วนสำคัญในการส่งข่าวสารภายในบริษัท (สมยศ นาวิการ, 2537, น. 427)

2. การติดต่อสื่อสารที่ไม่ใช้ภาษา (Nonverbal Communication) คือ การติดต่อสื่อสารที่ไม่ใช้คำพูด เป็นการแสดงทางสีหน้า การแสดงท่าทาง การเคลื่อนไหวทางร่างกาย ระยะห่างระหว่างบุคคล รวมไปถึงการออกเสียงสูงต่ำและน้ำเสียง การสื่อสารในลักษณะนี้จะเป็นการเผชิญหน้าเป็นส่วนใหญ่ สิ่งที่น่าสนใจคือ เราทุกคนต่างต้องเรียนรู้ที่จะทำความเข้าใจความหมายของภาษากายของบุคคลอื่น ภาษากายจะให้ความหมายที่แท้จริงแทนคำพูดของผู้พูด (สมยศ นาวิการ, 2549, น. 436 - 438)

Applbaum และคณะ (อ้างถึงใน กริช สืบสนธิ, 2525, น.59) สรุปว่า การสื่อสารอวัจนภาษาคือการสื่อสารที่ปราศจากถ้อยคำ โดยเป็นพฤติกรรมที่สังเกตเห็นได้อันมิได้เป็นส่วนหนึ่งของวัจนภาษาแต่สื่อสารได้โดยตัวบุคคลและสภาพแวดล้อมของการสื่อสารในขณะนั้น

การสื่อสารอวัจนภาษามีส่วนสำคัญที่ควรนำมาศึกษาในเรื่องของการสื่อสารภายในองค์กร เนื่องจากการสื่อสารในรูปแบบของอวัจนภาษานั้น บางที่สามารถปรากฏมากกว่าการสื่อสารแบบอวัจนภาษาเสียด้วยซ้ำไป การสื่อสารอวัจนภาษาเรียกได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งที่มีส่วนร่วมในกระบวนการของการสื่อสารของมนุษย์ (กริช สืบสนธิ, 2525, น. 59)

การสื่อสารขององค์กรก็คือ การใช้ข่าวสารข้อมูล (Information) เพื่อลดความไม่แน่นอนให้บุคคลสามารถจะทำนายถึงผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นจากระบบขององค์กรได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารนั้นจะต้องเกี่ยวข้องกับการกำหนดสัญลักษณ์ (Symbolic Forms) ซึ่งเป็นการสร้างความเข้าใจให้กับบุคคลบนพื้นฐานของสิ่งที่บุคคลเคยมีความรู้ความเข้าใจมาก่อน หรือภูมิหลังของแต่ละบุคคล

ในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษารูปแบบการสื่อสารสามารถจำแนกได้ตามทิศทางการสื่อสารได้ 3 รูปแบบ คือการติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) การติดต่อสื่อสารแบบจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) และการติดต่อสื่อสารแนวราบ (Horizontal Communication) นอกจากนี้จะศึกษาทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร

ทั้ง 3 รูปแบบ เพื่อนำผลการศึกษาไปสนับสนุนการวางแผนการสื่อสารภายในองค์กรของผู้บริหาร ในการนำไปสู่การสร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมภายในองค์กร

2.1.6 หลักการติดต่อสื่อสารในองค์กร

อรุณ รัชธรรม (ทงนเกียรติ เจริญวงศ์เพ็ชร, 2545, น. 22 - 37) กล่าวว่า การปรับปรุงกระบวนการติดต่อสื่อสารเพื่อให้มีประสิทธิภาพดีขึ้นอาจทำได้โดยวิธีต่างๆ หลายวิธี ได้แก่ การส่งผลสะท้อนกลับของข่าวสาร เป็นวิธีในการลดการผิดเพี้ยนของข่าวสารได้ดี เพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารให้มากขึ้น ใช้การติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัว มีความรู้สึกไวต่อโลกของผู้รับจะช่วยให้เลือกใช้ช่องทางหรือวิธีการในการติดต่อสื่อสารอย่างเหมาะสมกับผู้รับ รู้ซึ่งถึงความหมายเชิงสัญลักษณ์ สนับสนุนคำพูดด้วยการกระทำหรือกิริยาอาการ เพื่อเน้นย้ำความหมายหรือความสำคัญของข่าวสารที่ต้องการส่ง ใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสารอย่างง่าย ๆ ตรงไปตรงมาเพื่อแก้ไขปัญหาการตีความผิดของผู้รับข่าวสาร

กรีซ สืบสนธิ์ (2538, น. 73) กล่าวว่า การสื่อสารด้วยเมตตาธรรมเมื่อใช้ควบคู่กับการสื่อสารแบบตัวต่อตัวหรือการสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน (Interpersonal Communication) จะเป็นการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสูงสุด หากเปรียบเทียบกับ การสื่อสารในระดับกลุ่มหรือระดับมวลชน ทั้งนี้เพราะผู้ส่งสาร และผู้รับสารสามารถโต้ตอบแสดงปฏิกิริยาตอบสนองกันได้ที่ทันทีทันใด

นิตยา เงินประเสริฐศรี (2541, น. 191) เสนอหลักการติดต่อสื่อสารไว้ดังนี้

1. ช่องทางของการติดต่อสื่อสารควรประกาศให้รู้อย่างชัดเจนและแน่นอน
2. อำนาจหน้าที่ปรากฏอยู่ในช่องทางของการติดต่อสื่อสารอย่างเป็นทางการ
3. เส้นทางการติดต่อสื่อสาร (Line of Communication) ต้องสั้น และตรงประเด็น
4. เส้นทางการติดต่อสื่อสารที่สมบูรณ์จะถูกนำมาใช้
5. ผู้ที่มีความสามารถจะเป็นศูนย์กลางของการติดต่อสื่อสาร ซึ่งได้แก่หัวหน้างาน
6. เมื่อองค์กรกำลังดำเนินการ ไม่ควรขัดขวางเส้นทางการติดต่อสื่อสาร
7. ระบบการติดต่อสื่อสารทุกระบบต้องเชื่อถือได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541, น. 191 - 192) กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารในองค์กรให้เกิดประสิทธิผลมีดังนี้

1. ผู้บริหารระดับสูงต้องให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสาร ผู้บริหารระดับสูงจะต้องเห็นความสำคัญ และมีความชำนาญในการรับรู้ และมีความตั้งใจที่จะส่งข่าวสาร ตลอดจนชี้แจงให้ผู้ปฏิบัติงานทราบถึงความสำคัญของการติดต่อสื่อสารว่าเป็นสิ่งจำเป็นที่ทำให้เป้าหมายขององค์การประสบความสำเร็จ
2. ผู้บริหารต้องมีการกระทำและคำพูดที่สอดคล้องกัน ข่าวสารซึ่งผู้จัดการส่งออกไปต้องไม่ขัดแย้งกับข่าวสารที่เป็นทางการ เพราะจะทำให้ผู้บริหารสูญเสียความเชื่อถือจากผู้ปฏิบัติงาน ดังนั้นคำพูดต้องสอดคล้องกับการกระทำ
3. เงื่อนไขการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง บริษัทควรมีการส่งเสริมให้มีการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน และจากบนลงล่างโดยอนุญาตให้ผู้ปฏิบัติงานถามคำถามและได้รับคำชี้แจงจากฝ่ายจัดการระดับสูงสิ่งพิมพ์ของบริษัทควรมีคอลัมน์สำหรับการถามตอบ ควรพัฒนากระบวนการร้องทุกข์ ควรใช้เทคนิคการป้อนกลับข้อมูล และมีการให้รางวัลแก่ผู้ที่ใช้การป้อนกลับข้อมูลด้วย
4. การเน้นเรื่องการติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า ผู้บริหารระดับสูงควรแสดงตนและให้ข่าวสารที่สำคัญด้วยตนเอง ทำอย่างตรงไปตรงมาและเปิดเผย โดยใช้การติดต่อสื่อสาร แบบเผชิญหน้ากับพนักงาน
5. การแบ่งปันความรับผิดชอบสำหรับการติดต่อสื่อสารกับพนักงาน ผู้บริหารระดับสูงจะจัดทำแผนการดำเนินงานว่าบริษัทกำลังไปในทิศทางใด ผู้บริหารระดับต้นจะต้องแจ้งกับผู้ปฏิบัติงาน ทำให้พนักงานทราบถึงความรับผิดชอบอย่างชัดเจนในสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลง หรือการดำเนินงานของบริษัท ซึ่งอาจจะมีผลต่อตัวเขาจากผู้บริหารมากกว่าเพื่อนร่วมงาน
6. ความเกี่ยวข้องกับข่าวที่ไม่ดี องค์การที่มีการติดต่อสื่อสารที่ดีย่อมไม่หวาดกลัวที่จะเผชิญหน้ากับข่าวร้าย องค์การทุกองค์การจะมีผลิตภัณฑ์ที่มีปัญหา การขนส่งล่าช้า ลูกค้าย่ำแย่ ฯลฯ การติดต่อสื่อสารที่ดีจะทำให้พนักงานไม่อึดอัดที่จะต้องอธิบายถึงปัญหาเหล่านั้น โดยการแก้ปัญหาเฉพาะหน้ากับข่าวร้าย โดยการแถลงการณ์ด้วยความรวดเร็ว จริงใจ และจริงจัง ด้วยการเผชิญหน้า
7. การวางรูปแบบข่าวสารสำหรับผู้ฟังให้เหมาะสม บุคคลในองค์การจะต้องการข้อมูลที่แตกต่างกัน ผู้บริหารระดับต้นและผู้บริหารระดับกลางจะต้องการข่าวสารที่แตกต่างกันแผนกการผลิต และแผนกบัญชี จะต้องการข้อมูลที่แตกต่างกันด้วย ผู้บริหารต้องทราบว่าข้อมูลอะไรที่บุคคลและกลุ่มต้องการและวิธีที่ดีที่สุดที่ควรใช้กับบุคคลกลุ่มนั้น เช่น ส่งข่าวสารไปที่บ้าน จดหมายข่าว e-mail การประชุมที่มืองาน เป็นต้น
8. จงทำการติดต่อสื่อสารให้เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง บริษัทชั้นนำมองการติดต่อสื่อสารกับพนักงานเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง บริษัทชั้นนำมองการติดต่อสื่อสารกับพนักงานเป็นกระบวนการบริหารที่สำคัญ 5 ประการ ดังนี้

8.1 ผู้จัดการต้องสื่อความหมายโดยใช้หลักเหตุผล การตัดสินใจอย่างมีเหตุผล

8.2 จังหวะเวลาคือสิ่งที่สำคัญยิ่ง

8.3 การติดต่อสื่อสารอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลาที่วิกฤต ต้องสื่อสารโดยให้ข้อเท็จจริงด้วยความรวดเร็ว เมื่อพนักงานต้องการข้อมูลแต่ไม่สามารถหามาได้ เขาอาจย้อนกลับไปสู่ช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ

8.4 การให้เชื่อมโยงภาพรวมจากภาพเล็ก ๆ การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิผล จะเกิดขึ้นเมื่อผู้ปฏิบัติงานเข้าใจภาพรวมทั้งหมดว่ามีผลกระทบต่อเขา และงานของเขาอย่างไร การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ การแข่งขันระหว่างคู่แข่งจะต้องโยงให้เข้าไปเกี่ยวข้องกับแต่ละเขตที่ตั้ง แผนก และผู้ปฏิบัติงาน ความรับผิดชอบนี้เป็นหน้าที่ของผู้บริหารระดับชั้นต้น

8.5 ไม่ชี้นำ สิ่งที่คุณควรรู้สึกเกี่ยวกับข่าว พนักงานไม่ต้องการชี้นำ ในการตีความและความรู้สึกเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ตัวอย่างที่ไม่ควรสื่อสาร เช่น การเปลี่ยนแปลงสิ่งใหม่ๆ อาจจะทำให้พนักงานเกิดความตื่นเต้น หรือการจัดการรูปแบบองค์กรใหม่ เพราะอาจทำให้เกิดความลำเอียงหรือเกิดการต่อต้านได้ การติดต่อสื่อสารที่จะเป็นผลดีโดยใช้คำถาม ใคร อะไร เมื่อไร ที่ไหน ทำไม และอย่างไร แล้วจึงให้ผู้ปฏิบัติงานสรุปด้วยตัวของเขาเอง

สร้อยตระกูล อรรถมานะ (2541, น. 352 - 353) กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิผลและประสิทธิภาพต้องใช้วิธีการและเทคนิคต่างๆ เข้าช่วย คือ การสร้างบรรยากาศ แบบสนับสนุน (Supportive Climate) ได้แก่ การบรรยาย ซึ่งเป็นเพียงการบอกเล่า หรืออธิบายขยายความทำให้ผู้รับข่าวสารเกิดความเข้าใจที่ถูกต้องมากขึ้น การมุ่งเน้นแก้ปัญหาเป็นการเน้นให้ความสนใจในตัวปัญหาที่เกี่ยวข้องมีใจเน้นที่ตัวผู้ติดต่อสื่อสาร การติดต่อสื่อสารที่เป็นไปตามธรรมชาติ ไม่เสแสร้ง แกล้งทำหรือลักษณะกำกวม มีการเอาใจเขามาใส่ใจเรา ความเสมอภาคนั้นเป็นบรรยากาศที่ทำให้ผู้ติดต่อสื่อสารเกิดความสบายใจและเกิดความไว้วางใจระหว่างกัน อันช่วยทำให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างราบรื่นเช่นกันกับการเอื้ออำนวยซึ่งเป็นบรรยากาศที่เปิดช่องให้มีการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพอย่างเพียงพอ บรรยากาศเหล่านี้เป็นบรรยากาศที่สร้างความมั่นใจและความไว้วางใจระหว่างกัน

หนทางสู่การเป็นผู้สื่อสารที่ดีขึ้นนั้นต้องปรับปรุงการติดต่อสื่อสารในเรื่องต่อไปนี้

1. Empathy ความสามารถที่เข้าใจความรู้สึกของผู้อื่นว่าทำไมเขาถึงพูด หรือทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2. Listening การเป็นผู้ฟังที่ดี จะช่วยพบปัญหาและแนวทางแก้ไขมากขึ้น

3. Reading Skills ความสามารถในการอ่าน และเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว เป็นทักษะที่จำเป็น

4. Observation การสังเกตสิ่งที่อยู่รอบตัว เช่น การแต่งกาย กิจกรรมต่าง ๆ จะทำให้ได้รับข้อมูลมาก

5. Word Choice การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ต้องเลือกใช้คำอย่างระมัดระวัง เหมาะกับผู้รับคำธรรมดาที่ใช้ทั่วไปเป็นคำที่ดีที่สุด

6. Body Language ควรให้ความสำคัญและระวังในการสื่อสาร โดยไม่ใช่ภาษา เนื่องจากการสำรวจพบว่า 90% ของความรู้สึกประทับใจเมื่อแรกพบ จะให้ความสำคัญกับการสื่อสาร โดยไม่ใช่ภาษา

7. Action การติดต่อสื่อสารวิธีใดวิธีหนึ่งจะใช้ได้กับคนบางคน หรือบางสถานการณ์ ไม่ใช่จะใช้ได้กับทุกคนหรือทุกสถานการณ์ ต้องเลือกวิธีการสื่อสารที่เหมาะสม

8. Directing ต้องมั่นใจว่าผู้รับข้อมูลรู้ว่าจะต้องทำอะไร อย่างไร เมื่อไร และทำไม ต้องทำความเข้าใจผิดพลาดมักเกิดจากผู้สื่อสารคิดว่าผู้รับมีข้อมูลอยู่แล้ว

2.1.7 อุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดขึ้นในองค์กร

อุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดขึ้นในองค์กรนั้นมีหลายประการ ซึ่งอาจแยกพิจารณาสรุปได้ดังนี้ นิตยา เงินประเสริฐศรี (2544, น. 204 - 206)

1) การบิดเบือนการสื่อสาร การบิดเบือนสามารถเกิดขึ้นในการสื่อสารทั้งแบบตั้งใจและไม่ตั้งใจ การบิดเบือนเกิดขึ้นในการสื่อสารทุกระดับ ดังนี้

ตารางที่ 2.2

การบิดเบือนการสื่อสารในแต่ละระดับ

ระดับของการติดต่อสื่อสาร	การบิดเบือนโดยตั้งใจ	การบิดเบือนโดยไม่ตั้งใจ
1. ระดับบนลงสู่ระดับล่าง	1. ผู้บริหารไม่ยอมให้สิ่ง ย้อนกลับแก่ผู้ปฏิบัติงาน 2. ผู้บริหารลัษใจที่จะส่ง ข่าวร้ายให้ทราบ	1. ความทุกข์ใจของของ ผู้บริหารในเรื่องควาขัดแย้ง ภายใน 2. การถ่ายทอดข่าวสาร หลาย ๆ ครั้งจนเนื้อหา แตกต่างไปจากเดิม

ตารางที่ 2.2

การบิดเบือนการสื่อสารในแต่ละระดับ (ต่อ)

ระดับของการติดต่อสื่อสาร	การบิดเบือนโดยตั้งใจ	การบิดเบือนโดยไม่ได้ตั้งใจ
2. ระดับล่างขึ้นสู่ระดับบน	<ol style="list-style-type: none"> 1. ต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี 2. หลีกเลี่ยงความรับผิดชอบเกี่ยวกับความล้มเหลว 3. ลังเลใจที่จะบอกข่าวร้ายแก่ผู้บริหาร 4. ระดับต่างๆ ที่เป็นทางผ่านของการติดต่อสื่อสารขึ้นอยู่กับระดับบน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความไว้วางใจของผู้ปฏิบัติงานที่มีต่อผู้บริหาร 2. ความทะเยอทะยานของผู้ปฏิบัติงาน 3. ความต้องการเรื่องความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติงาน 4. ระยะห่างไกลของการสื่อสาร 5. โครงสร้างองค์การอย่างเป็นทางการ
3. แนวนอน	<ol style="list-style-type: none"> 1. ข่าวลือต่างๆ 2. ความชำนาญในวิชาชีพหรือความสนใจเฉพาะด้าน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การสื่อสารแนวนอนมีมากเกินไปทำให้ไม่มีสิ่งย้อนกลับ 2. การสื่อสารแนวนอนถูกนำมาใช้ทดแทนการสื่อสารจากระดับบนลงสู่ระดับล่างและจากระดับล่างขึ้นสู่ระดับบน

หมายเหตุ. จาก การสื่อสาร กลยุทธ์สู่ความสำเร็จ (น. 8), โดย ทรวงธรรม ธีระกุล.

2) ภาระหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการสื่อสาร

ภาระในการสื่อสารเป็นเรื่องเกี่ยวกับปริมาณและความสลับซับซ้อนของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมาซึ่งตัวแปรทั้งสองตัวนี้จะต้องพิจารณาร่วมกัน บุคคลจะได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับช่องทางของการสื่อสาร นอกจากนี้บุคคลสามารถจัดการกับข้อมูลข่าวสารที่ไม่สลับซับซ้อนได้ดีกว่าข้อความที่สลับซับซ้อนและไม่อาจคาดคะเนได้ ภาระที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการสื่อสารที่ก่อให้เกิดอุปสรรคในการสื่อสาร แบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

2.1 ภาวะในการสื่อสารที่น้อยเกินไป โดยผู้ปฏิบัติงานถูกตัดออกจากสายใยของการสื่อสารขององค์กร ก่อให้เกิดผลเสียต่อการสื่อสารขององค์กร คือ

2.1.1 องค์กรสูญเสียทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งจะให้สิ่งนำเข้าการกระทำตอบสนอง และสิ่งย้อนกลับแก่องค์กร

2.1.2 ผู้ปฏิบัติงานที่ถูกทะเลาะเลยจะตอบสนองความต้องการในเรื่องการสื่อสารด้วยการพูด นินทา และการพูดคุยนินทา

ผลจากการที่มีภาวะความรับผิดชอบเกี่ยวกับการสื่อสารน้อยเกินไปทำให้บุคคลรู้สึกวุ่นวายต่ออำนาจที่จะควบคุมกิจกรรมการทำงาน ขาดแรงจูงใจ และเกิดความเฉื่อยชาในการปฏิบัติงาน

2.2 ภาวะในการสื่อสารที่มากเกินไป จะเกิดขึ้นเมื่อผู้ปฏิบัติ หรือองค์กร ไม่สามารถดำเนินการกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมา จะเกิดในองค์กรที่ผู้ปฏิบัติงานสามารถหาข้อมูลข่าวสารอย่างไม่จำกัดปัญหาเรื่องภาระที่มากเกินไปในการสื่อสารของผู้บริหาร เกิดความซับซ้อนที่มีมากขึ้นของข้อมูลข่าวสารทำให้ไม่สามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและถูกต้องเพื่อนำมาใช้ในการปฏิบัติงานและการตัดสินใจ

ผลจากการที่มีภาวะความรับผิดชอบเกี่ยวกับการสื่อสารมากเกินไปทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดความสับสน เกิดแรงกดดันในการทำงาน และทำงานผิดพลาดได้

2.3 ภาวะในการสื่อสารที่เหมาะสม จะเป็นประโยชน์ในการดำเนินงาน เพราะผู้ปฏิบัติงานจะรู้สึกมีแรงจูงใจในการ มีการบริหารจัดการความสำคัญของข้อมูลข่าวสาร และการเลือกใช้ข้อมูลอย่างเหมาะสมทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน

ในการศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชินี จะศึกษาการเปิดรับข่าวสารจากสื่อที่มีเปิดรับมากที่สุด 3 ลำดับแรกจากสื่อทั้งหมด 10 ประเภท ได้แก่ บันทึกรายการ/หนังสือเวียน,วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราชินีราช,บอร์ดประชาสัมพันธ์, จดดิจิทัลโซเชียล/จอ LED, กล่องรับความคิดเห็น,เว็บไซต์ (www.nmu.ac.th), เฟซบุ๊กออฟฟิเชียล,ไลน์ออฟฟิเชียล,ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ (eDocument),จดหมายอิเล็กทรอนิกส์/อินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังศึกษาช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชินีราชเป็นประจำ รวมไปถึงประเภทของข่าวสารภายในมหาวิทยาลัยนวมินทราชินีราชที่เปิดรับเป็นประจำ 10 ประเภท ได้แก่ วิทยุทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมองค์กร, กฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ, ข่าวประชุมวิชาการ, กิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย, ข่าวสารการเข้าสู่ตำแหน่งวิชาการ, ข่าวสารด้านการศึกษา, ข่าวสารด้านงานวิจัย, ข่าวสารด้านการบริการวิชาการ (ความรู้สู่ประชาชน), ข่าวสารด้านสวัสดิการพนักงานมหาวิทยาลัย, จดหมายอิเล็กทรอนิกส์/อินเทอร์เน็ต

2.2 ทฤษฎีการเปิดรับสื่อและลักษณะทางประชากร

พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ หมายถึง ความบ่อยครั้ง หรือความต่อเนื่องในการรับชมรูปแบบ เนื้อหาของข่าวสารจากสื่อต่างๆ อาทิ การอ่านหนังสือพิมพ์ การดูโทรทัศน์ การฟังวิทยุ และการพูดคุยกับสื่อบุคคล เป็นต้น โดยผู้รับสารแต่ละคนต่างมีพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนตามแบบเฉพาะของตนซึ่งแตกต่างกันไป สำหรับผลักดันให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเลือกรับสื่อ เกิดจากพื้นฐาน 4 ประการ (Merrill & Lowenstein, 1971) คือ

1) ความเหงา เมื่อบุคคลต้องอยู่ลำพัง ขาดการติดต่อปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ จะเกิดพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อขึ้น เพื่อแก้อาการเหงา ซึ่งในบางครั้งบางคนพอใจอยู่กับสื่อมากกว่าการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ เนื่องจากสื่อมวลชนไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือแรงกดดันทางสังคมให้แก่ตนเอง

2) ความอยากรู้อยากเห็น เนื่องจากมนุษย์ทุกคนมีพฤติกรรมอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ อยู่แล้วซึ่งเป็นนิสัยตามธรรมชาติ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงถือเอาจุดนี้มาเป็นหลักในการนำเสนอข่าวสาร โดยเริ่มจากเรื่องใกล้ตัวไปจนถึงเรื่องไกลตัว

3) ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์จะแสวงหาข่าวสารและใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนเองบรรลุ เพื่อใช้ข่าวสารที่ได้มาเสริมบารมี การช่วยให้ตนเองสะดวกสบาย หรือให้ความบันเทิงแก่ตน โดยจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุดและได้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด

4) ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง มีส่วนทำให้ผู้รับสารแสวงหาและได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ผู้รับสารแต่ละคนย่อมจะเข้าใจในลักษณะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

Klapper (1960, อ้างถึงใน ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์, 2554) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกรอง 4 ชั้น ตามลำดับ ดังนี้

1. การเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นตอนแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลากหลาย เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจ และเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) บุคคลมีแนวโน้มที่จะเลือกให้ความสนใจสารจากแหล่งข่าวใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน

เพื่อสนับสนุน ทักษะคิด และความเชื่อดั้งเดิมของคุณคนนั้นๆ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว และมีแนวโน้มแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้น (Reinforcement Information) มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดแย้งกับสิ่งที่กระทำลงไป

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความสารที่ได้รับด้วย ตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ผู้รับสารจะมีการตีความข่าวสารที่ได้รับมาตามความเข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ความเชื่อ ความต้องการ และแรงจูงใจของบุคคลในขณะนั้น

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เมื่อผ่านขั้นตอนของการเลือกเปิดรับสาร เลือกสนใจ และเลือกรับรู้ และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อของบุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสาร ในส่วนที่ต้องการจำเอาไว้เป็นประสบการณ์ และมักจะไม่จดจำในสิ่งที่ตนเองไม่สนใจ หรือขัดแย้งกับ ความคิด ทัศนคติ ตนเอง บุคคลจะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร วัตถุประสงค์ และความต้องการ ในการเปิดรับสารที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ คือ (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์, 2544)

4.1 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เปลี่ยนแปลงลักษณะนิสัย หรือเปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างได้ โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละบุคคลมีวัตถุประสงค์ และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป

4.2 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคล หมายถึง ผู้ที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งจะมีปฏิสัมพันธ์ต่อบริเวณกัน ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้ สามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

4.2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact)

เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจกับประโยชน์โดยตรง

4.2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Communication Public)

โดยกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวมช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ เพราะเมื่อกลุ่มมีความสนใจในเรื่องหรือทิศทางเดียวกัน บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมีคามสนใจนั้นด้วย

4.3 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ โดยสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมา โดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจง และมีจุดมุ่งหมายหลักผู้ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม

Hunt and Ruben (1993, อ้างถึงใน ประมะ สตะเวทิน, 2541) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ

2. ทักษะคิดและค่านิยม (Attitude and Values) ทักษะคิด คือ ความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่างๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคน ซึ่งทักษะคิดและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่างๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำ เพื่อสนองเป้าหมายของตน

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเรา ในการที่จะเลือกรับข่าวสารเลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7. สภาวะ (Context) สภาวะในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสาร สิ่งต่างๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วยมีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร อิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูก

มองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเราและการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสาร อันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่ออื่นชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

เว็บไซต์สาระดีดี.คอม ได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารในแวดวงสื่อมวลชน (Mass Communication) ซึ่งเป็นรูปแบบของการสื่อสารที่กลุ่มผู้รับสารจะต้องเป็นกลุ่มชนขนาดใหญ่ที่มีความหลากหลายและไม่จำเป็นต้องเคยรู้จักอยู่ในสังคมเดียวกันหรือมีประสบการณ์ร่วมกันมาก่อน ดังนั้น ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา และสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม โดยผู้รับข่าวสารที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรม ความสนใจ ในการรับข่าวสารแตกต่างกันไปด้วย บทความดังกล่าวได้นำเสนอผลการศึกษาที่เป็นการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์เพื่อทำความเข้าใจความเกี่ยวพันระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการรับสาร มีรายละเอียดดังนี้

1. อายุ เป็นคุณลักษณะทางประชากรอีกลักษณะหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาของการมีชีวิตอยู่หรือตามวัยของบุคคล เป็นลักษณะประจำตัวบุคคลที่สำคัญมากในการศึกษาและวิเคราะห์ทางประชากรศาสตร์ โดยอายุจะแสดงถึงวัยวุฒิของบุคคล และเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสามารถในการทำความเข้าใจในเนื้อหาและข่าวสารรวมถึงการรับรู้ต่างๆ ได้มากน้อยต่างกัน การมีประสบการณ์ในชีวิตที่ผ่านมาแตกต่างกัน หรืออีกประการหนึ่งคืออายุจะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสนใจในประเด็นต่างๆ เช่น เรื่องการเมือง เรื่องบันเทิง การเตรียมตัวสร้างอนาคต เป็นต้น นอกจากนั้นก็จะชี้ให้เห็นอารมณ์ที่แตกต่างกันออกไปในกลุ่มคนที่มียุวัยต่างกันอันเนื่องมาจากกระบวนการคิดและตัดสินใจที่ผ่านการกลั่นกรองจากประสบการณ์ของช่วงวัยที่จะส่งผลต่อกระบวนการคิดและการควบคุมทางอารมณ์ของแต่ละช่วงอายุของบุคคล

จากการศึกษาของ ทอแรนซ์ (Tarrance, 1962 อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546) เรื่องความคิดละเอียดลออ ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของความคิดสร้างสรรค์ พบว่า อายุที่เพิ่มขึ้นของเด็กจะทำให้มีความคิดที่รอบคอบเพิ่มมากขึ้น อายุหรือวัยเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างในเรื่องความคิด และพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อยและบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไปเมื่อตนเองมีอายุมากขึ้น (Myer Myer, 1999, อ้างถึงใน สุชา จันทร์เอม, 2544)

2. เพศ ลักษณะทางเพศ เป็นลักษณะทางประชากรที่บุคคลได้รับมาแต่กำเนิดในประชากร กลุ่มใดๆ ก็ตาม จะประกอบด้วยประชากรเพศชาย (Male) และประชากรเพศหญิง (Female) ซึ่งโดยปกติแล้วจะมีจำนวนที่ใกล้เคียงกันเพราะธรรมชาติได้สร้างความสมดุลทางเพศมาให้กับประชากรทุกกลุ่ม เพศเป็นปัจจัยพื้นฐานด้านร่างกายที่แตกต่างกันของบุคคล เป็นสถานภาพที่มีมาแต่กำเนิดของบุคคล เมื่อเป็นสมาชิกของกลุ่ม เพศจะเป็นตัวกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคคลตลอดจนพัฒนาการต่างๆ ในแต่ละช่วงวัยก็มีความแตกต่างกันด้วย ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดจากการรับข่าวสารนั้นด้วย (Wilo Goidhaborsadore & Yates, 2002, อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546) ได้มีการศึกษาพบว่า ผู้ชายมีความสามารถทางการจำรูปทรงสิ่งของได้ แม้ว่าตั้งพลิกแพลงในท่าต่างๆ หรือสามารถที่จะเห็นความสัมพันธ์ ของ Space - form ในจินตนาการได้ ส่วนพาเทลและกอร์ดอน (Patel & Gordon, 1960, อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546) ศึกษาพบว่า เด็กหญิงมีแนวโน้มที่จะสามารถคล้อยตามผู้อื่น หรือถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าเด็กชาย สอดคล้องกับการวิจัยของ คิมเบอร์ (Kimber, 1974, อ้างถึงใน สุชา จันท์ธรม, 2544) ที่ศึกษาพบว่า เด็กหญิงสามารถรับสารและเลียนแบบพฤติกรรมบุคลิกภาพของผู้อื่นได้ง่ายกว่าเด็กชาย ผลการศึกษาและวิจัยของ เบอแนต และ โคเฮน (Bennett & Cohen, 1959, อ้างถึงใน สุรางค์ ใคว์ตระกูล, 2541) ที่ศึกษาเกี่ยวกับธรรมชาติของความแตกต่างกันระหว่างเพศชายกับเพศหญิงยังพบว่า เพศชายมีความคิดหนักแน่นมากกว่าความคิดของเพศหญิง แต่เพศหญิงจะมีความละเอียดอ่อนและรอบคอบในด้านความคิดมากกว่าเพศชายซึ่งจะส่งผลกระทบต่อกระบวนการรับรู้ข่าวสารและการวิเคราะห์ข้อมูลและนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตในขั้นต่อไปอีกด้วย

3. ระดับการศึกษา การศึกษาในที่นี้หมายถึงระดับการศึกษาที่ได้รับจากสถาบันการศึกษา และที่ได้รับจากประสบการณ์ของชีวิต การศึกษาบ่งบอกถึงความสามารถในการเลือกรับข่าวสาร และอัตราการรู้หนังสือ ระดับการศึกษาจะทำให้คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่างๆ กว้างขวางลึกซึ้งแตกต่างกันออกไป ทำให้ผู้พูดสามารถแยกความเหมาะสมของเนื้อหาและตัวอย่างที่จะยกมากล่าวได้

การศึกษานอกจากจะทำให้บุคคลมีศักยภาพเพิ่มขึ้นแล้ว การศึกษายังทำให้เกิดความแตกต่างทางทัศนคติ ค่านิยม และคุณธรรมความคิดอีกเช่นกัน นอกจากนี้ ปรมะ สตะเวทิน (2546, น. 116) ยังได้กล่าวว่าการศึกษา เป็นลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้น คนที่ได้รับการศึกษาในระดับต่างกัน ยุคสมัยต่างกัน ระบบการศึกษาแตกต่างกัน สาขาวิชาที่แตกต่างกัน จึงมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไปอีกด้วย

4. ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม จะเป็นเครื่องชี้ถึงเรื่องทีกลุ่มจะสนใจรับรู้ข่าวสาร บุคคลที่มีสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกันทั้งการประกอบอาชีพ รายได้ ศาสนา รวมไปถึง สถานภาพสมรสย่อมส่งผลต่อการรับสารที่แตกต่างกันด้วย (ธีระภัทร์ เอกผาชัยสวัสดิ์, 2551)

4.1 ความมั่นคงทางเศรษฐกิจและครอบครัว รายได้ของบุคคลแสดงถึงฐานะทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญแสดงถึงการมีศักยภาพในการดูแลตนเอง บ่งบอกถึงอำนาจการใช้จ่ายในการบริโภคข่าวสาร ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจสูงจะมีโอกาสที่ดีกว่าในการแสวงหาสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการดูแลตนเอง ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจต่ำมีการศึกษาน้อย ทำให้มีข้อจำกัดในการรับรู้ เรียนรู้ ตลอดจนการแสวงหาความรู้และประสบการณ์ในการดูแลตนเอง

4.2 อาชีพและลักษณะการรวมกลุ่มของผู้ฟัง ลักษณะอาชีพหรือลักษณะแห่งการรวมกลุ่มจะบ่งบอกลักษณะเฉพาะของบุคคล ช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสาร เรื่องทีกลุ่มผู้ฟังสนใจ เช่น กลุ่มชานาก็จะสนใจเกี่ยวกับเรื่องข้าว ราคาข้าว ปุ๋ย เป็นต้น ในบางกรณีคนที่มีอาชีพอย่างหนึ่งแต่อาจจะไปรวมกลุ่มกับคนที่มีอาชีพหนึ่งก็ได้ ซึ่งจะทำให้ความสนใจของเขาขยายวงกว้างออกไป

4.3 ศาสนาหรือกลุ่มความเชื่อในศาสนา เช่น ศาสนาพุทธ อิสลาม หรือศาสนาคริสต์หรืออื่น ๆ ย่อมมีแนวคิด วัฒนธรรม ประเพณี และหลักการในการคิดตัดสินใจต่อการรับสารแตกต่างกันตามรายละเอียดปลีกย่อยของศาสนา ดังนั้น การสื่อสารหรือถ่ายทอดข้อมูลโดยการพิจารณาความแตกต่างทางศาสนาย่อมเป็นผลดีในการสามารถส่งสารให้แก่ผู้รับสารได้อย่างถูกต้อง และตรงกับความต้องการของผู้รับสารมากที่สุด

4.4 สถานภาพสมรส หมายถึง การครองเรือนซึ่งอาจแบ่งออกได้เป็นคนโสด สมรส หม้าย หย่า หรือแยกกันอยู่ ลักษณะความแตกต่างด้านขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อถือทางด้านศาสนา ย่อมมีอิทธิพลต่อสถานภาพการสมรส ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการรับรู้ข่าวสาร สถานภาพสมรสของบุคคลจะบ่งบอกถึงควมมีอิสระในการตัดสินใจและอิทธิพลต่อกระบวนการคิดการวิเคราะห์ ข้อมูลข่าวสาร สตรีที่สมรสแล้ว และสตรีที่ยังโสดย่อมมีกระบวนการรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันอันเนื่องมาจากสภาพครอบครัว และอิทธิพลของจำนวนบุคคลรอบข้าง

จากแนวความคิดทฤษฎีการเปิดรับสื่อดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น สรุปได้ว่าพฤติกรรม การเปิดรับสื่อเป็นกระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสาร ซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ประกอบด้วยกระบวนการเปิดรับ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้ และตีความหมาย และการเลือกจดจำ ตามลำดับ ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อพฤติกรรม และความสนใจในการรับข่าวสารแตกต่างกันไปด้วยในการวิจัยนี้มุ่งศึกษาการเปิดรับสื่อและความถี่ในการเปิดรับสื่อของพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่ โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ หนังสือเวียน

(E-Document) ระบบอินทราเน็ต เว็บไซต์ (www.nmu.ac.th) เสียงตามสาย การบอกต่อจากบุคคลที่รู้จัก และช่องทางอื่นๆ ที่มีผลต่อการเปิดรับสื่อ และความถี่การเปิดรับสื่อภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในและการมีส่วนร่วมในองค์การ กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช” จะศึกษาลักษณะทางประชากรด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทบุคลากร เงินเดือน (ไม่รวมเงินประจำตำแหน่งและเงินสวัสดิการ) และระยะเวลาทำงานในหน่วยงานที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การแตกต่างกันหรือไม่

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

นิวคอม (Newcomb, อ้างถึงใน กรกนก นิลดำ, 2549, น. 16) ได้อธิบายว่า “ทัศนคติเป็นความโน้มเอียงของจิตที่มีต่อประสบการณ์ที่ได้รับ อาจเป็นความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย หรือรู้สึกเฉย ๆ ไม่ชอบ ไม่เกลียด”

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526, น. 3) ให้ความหมายทัศนคติว่า หมายถึง ความคิดเห็นซึ่งมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ เป็นส่วนที่พร้อมจะปฏิบัติเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก

หลุยส์ ลีออน เทอร์สโตน (Thurstone , 1964 , p. 1) ได้ให้คำจำกัดความว่า “ทัศนคติคือ ความรู้สึกในทางลบหรือบวกในระดับมากน้อยที่คนเรามีต่อสิ่งหนึ่ง อาจได้แก่ สิ่งของ บุคคล คำพูด หรือความคิด เป็นต้น ซึ่งผู้รู้สึกสามารถบอกความแตกต่างว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย”

แคทซ์ (Katz, 1961, p. 343 อ้างถึงใน ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2526, น. 2) ให้ความหมายว่า ทัศนคติ หมายถึง ส่วนประกอบสองส่วน คือ ความรู้สึกในการที่จะชอบหรือไม่ชอบ ความรู้หรือความเชื่อซึ่งอธิบายถึงลักษณะตลอดจนความสัมพันธ์ของสิ่งหนึ่งที่มีต่อสิ่งอื่น ๆ

ธนาพงษ์ จันทรชอน (2546, น. 49) ได้สรุปความหมายของทัศนคติจากงานวิจัยของตนเองไว้ว่า “ทัศนคติ เป็นความรู้สึก (Affection) ที่เกิดขึ้นต่อวัตถุหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นผลมาจากการประเมินค่า (Evaluation) วัตถุ ตามระดับความเข้มข้นของความเชื่อ (Belief) ที่มีต่อคุณลักษณะด้านต่าง ๆ ของวัตถุ และมีผลให้เกิดความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมต่อวัตถุออกมาในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ”

นอกจากนี้ ชิฟแมน และคานุก (Schiffman & Kanuk, 1983, p. 204) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของทัศนคติว่ามี 3 ประการ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความนึกคิด (Cognitions or Knowledge) เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทั่วไป ทั้งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือมีความคิดว่าสิ่งใดดี สิ่งนั้นก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น องค์ประกอบด้านความรู้ความนึกคิดประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นความรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริง (Knowledge) ส่วนที่เป็นความเชื่อ และส่วนที่เป็นการประเมิน เหล่านี้ คือ ความนึกคิดและการรับรู้ของเราทั้งสิ้น

2. องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (The Affective or Emotion Response or Attitude) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละคน และเป็นตัวเร้าความคิดอีกทอดหนึ่ง

3. องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behaviors / Conation or Practice) คือ การแสดงออกหรือแนวโน้มของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

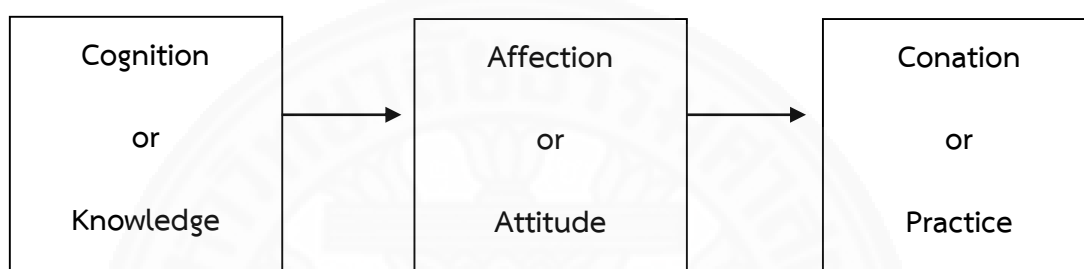
จากค่านิยมของทัศนคติที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้นมีจุดที่คล้ายคลึงกันคือ การให้ความสำคัญกับความรู้สึกชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบ (Favorable or Unfavorable) ว่ามีบทบาทที่สำคัญที่ทำให้เกิดทัศนคติ

ฟิชไบน์และไอเซน (Fishbein & Ajzen, อ้างถึงใน กรรณก นิลคำ, 2549, น. 17) กล่าวถึงประเด็นนี้ว่า ไม่ว่าค่านิยมของทัศนคติจะเป็นเช่นไร ความรู้สึกว่าชอบหรือไม่ชอบนี้จะป็นศูนย์กลางความสำคัญของทัศนคติ ดังนั้น องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affection) ซึ่งเป็นการประเมินค่า (Evaluation) ตามธรรมชาติของมนุษย์ จัดได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่โดดเด่นมากที่สุดของทัศนคติ และสามารถทำการศึกษาทัศนคติ จากองค์ประกอบด้านความรู้สึก หรือการประเมินค่าในความหมายของการเป็นทัศนคติได้อย่างโดยตรงเลยทีเดียว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติทางการตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภค เนื่องจากการวิจัยด้วยองค์ประกอบเดียว จะทำให้ประหยัดเวลา และเหมาะสมกับงานวิจัยที่มีขอบเขตในการศึกษาจำกัด

ชิฟแมน และคานุก (Schiffman & Kanuk, 1983, P. 204) ได้กล่าวถึงการศึกษาทัศนคติตามแนวคิดของ ฟิชไบน์และไอเซน ว่า

เชื่อว่าเป็นการประสานแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบ 3 อย่างของทัศนคติ ซึ่งมีลักษณะที่กว้างเข้ากับแนวคิดที่ว่าทัศนคติมีองค์ประกอบเดียว ซึ่งมีผู้วิจารณ์ว่ามีลักษณะที่แคบเกินไปและได้ประยุกต์ทัศนคติที่มีองค์ประกอบเดียวกันขึ้นมาใหม่ โดยยังคงยึดนิยามทัศนคติบนหลักการที่ว่า

ทัศนคติก็คือ ความรู้สึก (Affection) ที่เรามีต่อสิ่งต่างๆ แต่ได้เพิ่มองค์ประกอบด้านความรู้ (Cognition) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Conation) เข้ามา ซึ่งนั่นต่างก็เป็นปัจจัยสำคัญ และมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ หรือความรู้สึก กล่าวคือ องค์ประกอบด้านความรู้ จะเป็นปัจจัยนำที่ทำให้เกิดทัศนคติในขณะที่องค์ประกอบด้านพฤติกรรมจะเป็นปัจจัยตามหลังจากเกิดทัศนคติแล้ว โดยที่จัดให้องค์ประกอบด้านความรู้สึกนั้นโดดเด่นขึ้น จนกล่าวได้ว่าทัศนคติก็หมายถึง องค์ประกอบด้านความรู้สึกนั่นเอง และบทบาทขององค์ประกอบด้านความรู้และพฤติกรรมนั้นก็ถูกทำให้ลดลงเป็นเพียงหน่วยสนับสนุนทัศนคติเท่านั้น



ภาพที่ 2.1 การศึกษาทัศนคติตามแนวคิดของ ฟิชไบน์และไอเซน (Martin Fishbein & Icek Ajzen). จาก Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk, 1983, p. 205 ดัดแปลงจาก Richard J. Kutz, 1981, *The Role of Attitude Theory*, in Harold H. Kassarian and Thomas S. Roberts, eds., *Perspectives in Consumer Behavior*, p. 235.

ลักษณะของทัศนคติ

ฉัตรชนก โสมาลี (2542, น. 10) ได้สรุปทัศนคติไว้ 4 ประการ คือ

1. ทัศนคติเป็นสภาวะก่อนที่พฤติกรรมโต้ตอบต่อเหตุการณ์ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยเฉพาะ หรือจะเรียกว่า สภาวะพร้อมที่จะมีพฤติกรรมจริง
2. ทัศนคติจะมีความคงตัวอยู่ในช่วงระยะเวลา แต่ไม่ได้หมายความว่า จะไม่มีการเปลี่ยนแปลง
3. ทัศนคติเป็นตัวแปรแฝงที่นำไปสู่ความสอดคล้องระหว่างพฤติกรรมกับความรูสึกนึกคิด ไม่ว่าจะป็นรูปของการแสดงออกโดยวาจา หรือแสดงความรู้สึก ตลอดจนการที่จะต้องเผชิญ หรือหลีกเลี่ยงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
4. ทัศนคติมีคุณสมบัติของแรงจูงใจในอันที่จะทำให้บุคคลประเมินผล หรือเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งหมายความว่าไปถึงการกำหนดทิศทางของพฤติกรรมจริงด้วย

องค์ประกอบของทัศนคติ

ธีระพร อูวรรณโณ (2529, น. 15-16) กล่าวไว้ว่า ทักษะคติเป็นมโนทัศน์ที่มีนิยามต่างกันออกไป การจะเลือกยึดถือนิยามหนึ่งนิยามใด โดยทั่วไปแล้วจึงต้องพิจารณาว่านิยามใดเป็นประโยชน์มากที่สุด และนิยามใดได้รับการยอมรับมากที่สุด โดยนักวิจัยได้เสนองค์ประกอบของทักษะคติไว้เป็น 3 แนว ได้แก่

1. ทักษะคติมีสามองค์ประกอบ แนวคิดนี้ระบุว่าทักษะคติประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ

1.1 องค์ประกอบด้านปัญญา (Cognitive Component) มีส่วนย่อยประกอบด้านความเชื่อความรู้ ความคิด และความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อที่หมายของทักษะคติ (Attitude object)

1.2 องค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ความรู้สึกชอบ -ไม่ชอบ หรือทำที่ที่ดี-ไม่ดีที่บุคคลมีต่อที่หมายของทักษะคติ

1.3 องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง แนวโน้มหรือความพร้อมที่บุคคลจะปฏิบัติต่อที่หมายของทักษะคติ

2. ทักษะคติมีสององค์ประกอบ แนวคิดนี้ระบุว่าทักษะคติมี 2 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบด้านปัญญา และองค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึก

3. ทักษะคติมีองค์ประกอบเดียว แนวคิดนี้ระบุว่าทักษะคติมีองค์ประกอบเดียว คือ อารมณ์ความรู้สึกในทางชอบหรือไม่ชอบที่บุคคลมีต่อที่หมายของทักษะคติ นักจิตวิทยาที่สนับสนุนแนวคิดนี้ได้แก่ เบ็ม (Bem, 1959) ฟิชบายน์และไอเซ็น (Fishbein Ajzen, 1975) อินสโค (Insko, 1967) และเธอร์สโตน (Thurstone, 1959) นักจิตวิทยาเหล่านี้ถือเอาค่านิยามองค์ประกอบทางอารมณ์ความรู้สึกเป็นนิยามทักษะคติด้วย

จากแนวการจัดองค์ประกอบของทักษะคติ 3 แนวดังกล่าวข้างต้น แนวที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบันและเป็นแนวที่จะนำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ แนวที่เห็นว่าทักษะคติมีองค์ประกอบด้านอารมณ์และความรู้สึกเพียงองค์ประกอบเดียว

การเกิดทัศนคติ

ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมาย อย่างไรก็ตามแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญ คือ (จาระไน แกลโกศล, 2529, น. 590)

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน ตัวอย่างเช่น ถ้าพนักงานมหาวิทยาลัยได้รับประโยชน์จากการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัย ก็จะมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติเชิงบวกกับการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยรูปแบบต่าง ๆ

2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) การได้รับการติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่นได้

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ ตัวอย่างเช่น พนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชมักจะสนใจและมีทัศนคติเชิงบวกกับการสื่อสารภายในข่าวสารที่ตนกำลังสนใจอยู่

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด หน่วยงานต่างๆ ซึ่งสถาบันเหล่านี้จะเป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้เกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้ ตัวอย่างเช่น ห้องประชุมของมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชรวบรวมประวัติและรูปถ่ายประวัติศาสตร์ของวิชัยพยาบาล จะทำให้เกิดทัศนคติเชิงบวกสำหรับพนักงานของมหาวิทยาลัยได้

5. ความเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน (Mass Communication Factors) ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันว่า สถาบันสื่อมวลชนเป็นแหล่งที่สามารถสร้างทัศนคติให้แก่คนในสังคมได้

ถ้าบุคคลไม่มีความเข้าใจหรือแนวคิดเกี่ยวกับสิ่งใดก็จะไม่สามารถมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นได้ การที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดแตกต่างกัน ก็เนื่องจากบุคคลมีความเข้าใจหรือมีแนวคิดต่างกัน ดังนั้นส่วนประกอบทางด้านความรู้ความเข้าใจ จึงนับว่าเป็นส่วนประกอบขั้นพื้นฐานของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลออกมาในรูปแบบแตกต่างกันทั้งในด้านบวกและในด้านลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และการเรียนรู้ของความรู้สึกที่เกิดขึ้นต่อวัตถุหรือปรากฏการณ์นั้น ๆ เป็นสำคัญ

ประเภทของทัศนคติ

ชวนะ ภวากานันท์ (อ้างถึงใน อมรรัตน์ อ่อนนุช, 2546, น. 38) กล่าวว่า บุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. ทัศนคติเชิงบวก หรือทัศนคติที่ดี เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออกถึงความรู้สึกหรืออารมณ์จากสภาพจิตใจได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรอื่น ๆ

2. ทัศนคติเชิงลบ หรือทัศนคติที่ไม่ดี คือ ทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือ หรือไว้วางใจ หรืออาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรอื่น ๆ

3. ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กรและอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง

ทัศนคติทั้งสามประเภท บุคคลอาจจะมีเพียงประเภทเดียว หรือหลายประเภทรวมกันก็ได้ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในเรื่องราวความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด หรือค่านิยมอื่นๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของการกระทำ หรือสถานการณ์ เป็นต้น ยิ่งถ้าทัศนคติของบุคคลแต่ละคนถูกกระตุ้นให้แสดงออกมาในรูปของความเห็นร่วมกันก็จะเปลี่ยนเป็น “สาธารณมติ” ไปในที่สุด

ทัศนคติสัมพันธ์กับพฤติกรรม

ทัศนคติสัมพันธ์กับแบบแผน (pattern) ของพฤติกรรม มากกว่าจะสัมพันธ์กับพฤติกรรมหนึ่งพฤติกรรมใดโดยเฉพาะ ผู้ปฏิบัติงานสองคนมีทัศนคติเหมือนกันต่อที่หมายหนึ่ง แต่ผู้ปฏิบัติงานสองคนนี้อาจมีพฤติกรรมต่อที่หมายนั้นต่างกันได้ สิ่งที่เป็นตัวร่วมของพฤติกรรมที่ต่างกันนี้ก็คือความเป็นบวกหรือลบต่อที่หมายในระดับเดียวกัน (Ajzen & Fishbein, 1977 , Cmpbell, 1963 , Doob , 1947, Thurstone , 1931, Tittle & Hill , 1967) อ้างถึงใน ชีระพร อุวรรณโณ , 2528 , น. 19)

ในความสัมพันธ์ของทัศนคติ และพฤติกรรมนั้น ไอเซ็นและฟิชบายน์ (Ajzen & Fishbein, 1977) แนะนำว่าให้มุ่งประเด็นไปที่เจตนาที่จะแสดงพฤติกรรมของบุคคลนั้นๆ มากกว่าที่จะคาดเดา และเข้าใจเอาว่าเป็นรูปแบบของพฤติกรรมที่ตั้งใจ สภาพของพฤติกรรมที่เป็นปกติหรือการกระทำที่เหมาะสมตามแบบอย่างในการแสดงออกเป็นไปในทางบวกหรือสร้างสรรค์ ก็สามารถมองเห็นถึงพฤติกรรมเจตนาของบุคคลที่แสดงออกมาได้อย่างชัดเจน หากทัศนคติกับการแสดงออกมีความขัดแย้งไม่ตรงกัน ก็อาจจะคาดหมายถึงเจตนาของแต่ละบุคคลและพฤติกรรมที่ตามมาได้

พฤติกรรมที่ตั้งใจจึงเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นไปได้ในการอธิบายถึงพฤติกรรม หรือสถานการณ์ของการรับรู้หรือข้อขัดแย้งภายใน หรือการไม่เต็มใจก็อาจเป็นอุปสรรคไม่ให้คุณแสดงพฤติกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลกระทบของทัศนคติ

ทัศนคติเป็นสิ่งที่มั่นคง มีความโน้มเอียงที่จะตอบสนองต่อลักษณะหลากหลายของสถานการณ์หรือวัตถุประสงค์ เราอาจจะลงความเห็นถึงท่าทางของบุคคลโดยดูจากคำพูดวาจาที่แสดงถึงความเชื่อ ความรู้สึก หรือความมุ่งหมายของพฤติกรรมที่มุ่งต่อวัตถุประสงค์หรือสถานการณ์ จากปฏิกิริยาการรับรู้ และพฤติกรรมที่แสดงออกมา ยังมีอำนาจของงานที่มีความหลากหลาย บุคคลที่ยังน่าจะมีการจัดระเบียบของทัศนคติที่มากขึ้น ความเชื่อของเขาก่อตัวขึ้นอย่างมากมาจากพื้นฐานทางเศรษฐกิจ สังคม และประสบการณ์อื่น ๆ ควรจะมีความสำคัญที่ไม่เหมือนกัน และดังนั้นเป็นเหตุผลทำให้ทัศนคติแตกต่างกัน ทัศนคติที่แตกต่างเหล่านี้จะให้ผลลัพธ์ที่สำคัญสำหรับการจัดการที่มีประสิทธิภาพของความแตกต่างในองค์การ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

ทัศนคติเป็นสิ่งที่ไม่ใช่ลักษณะถาวรของบุคลิกภาพ และก็ไม่ใช่เป็นสิ่งที่แน่นอนตายตัว บางคนอาจมีประสบการณ์ที่ได้รับไม่ว่าจะเป็นความเครียด หรือความไม่สบายใจจากสิ่งต่าง ๆ ซึ่งอาจส่งผลให้คนเหล่านั้นเปลี่ยนความรู้สึกไป โดยการเปลี่ยนทัศนคติหรือพฤติกรรม เช่น การได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ อาจจะทำให้ทัศนคติเปลี่ยนแปลงได้ ผู้บริหารอาจจะมีทัศนคติที่ไม่ดีเกี่ยวกับเพื่อนร่วมงานใหม่ เพราะว่าเขาไม่มีประสบการณ์มาก่อน แต่หลังจากที่ได้ทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงานใหม่ ผู้บริหารพบว่าเขาก็มีความสามารถในเชิงพัฒนา สิ่งดังกล่าวอาจจะทำให้ผู้บริหารกลับมามีทัศนคติที่ดีต่อเพื่อนร่วมงานใหม่ได้

ทัศนคติของบุคคลจะเปลี่ยนแปลงได้ไม่่ง่ายนัก มักจะมีการเปลี่ยนแปลงไปก็ต่อเมื่อมีสิ่งเร้า หรือมีสิ่งมากระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะเปลี่ยนแปลง เช่น ถ้าสิ่งของทำให้ทัศนคติเปลี่ยนทัศนคติของคนที่มีต่อสิ่งของก็จะเปลี่ยนไปด้วย เช่นเดียวกับคนงานที่มีทัศนคติเกี่ยวกับค่าจ้างว่าไม่เป็นธรรม แต่ถ้านายจ้างเพิ่มค่าจ้างขึ้นจนทำให้ลูกจ้างเกิดความพอใจ ทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวก็จะเปลี่ยนไปในทางที่ดี

(นงลักษณ์ บุญเสรีฐ, 2554, น. 16) การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เริ่มต้นด้วยการที่ผู้สื่อสาร (Communicator) พยายามใช้รูปแบบการชักชวนต่าง ๆ เพื่อสลายความเชื่อหรือค่านิยมที่มีอยู่เดิมของบุคคล โดยอาจจะใช้เทคนิคการจูงใจ (Persuasion) เพื่อการละลายค่านิยมเดิมหรือย้าค่านิยม

ใหม่ มักเกี่ยวข้องกับการเน้นความรู้สึกเชิงอารมณ์เข้าช่วย แต่ในบางกรณีจำเป็นต้องใช้หลักของเหตุผล โดยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลช่วยจูงใจให้การเปลี่ยนเจตคติประสบความสำเร็จ ได้แก่

1. ผู้สื่อสารที่มีประสิทธิผล (The effective Communicator) โดยผ่านผู้สื่อสารที่ได้รับความเชื่อถือจะเป็นบุคคลที่สามารถโน้มน้าวใจผู้อื่นเปลี่ยนทัศนคติได้ดีที่สุด โดยความน่าเชื่อถือของผู้นั้นเกิดจากความเป็นผู้เชี่ยวชาญ ความเป็นผู้ปราศจากอคติ และความเป็นบุคคลน่าคบหา

1.1 ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ (Expert) การที่จะโน้มน้าวใจให้บุคคลอื่นเปลี่ยนทัศนคติได้ ผู้นั้นจำเป็นต้องมีความชำนาญการ (Expertise) โดยผู้อื่นยอมรับว่าเป็นผู้ที่มีความรู้และทักษะเป็นพิเศษ ซึ่งตรงกับงานขณะนั้นมานแนะนำ หรือบอกเล่าประสบการณ์ให้เห็นผลดี เพื่อเปลี่ยนทัศนคติของบุคคล

1.2 ความเป็นผู้ปราศจากอคติ (Lack of bias) นอกจากการเป็นผู้เชี่ยวชาญแล้วผู้สื่อสารเพื่อจูงใจให้ผู้ฟังเปลี่ยนทัศนคติได้นั้น จำเป็นต้องเป็นที่ยอมรับในฐานะเป็นกลางไม่มีอคติต่อฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด

1.3 ความเป็นบุคคลน่าคบหา (Likeability) ถ้าผู้สื่อสารจูงใจมีบุคลิกที่น่าคบหาหรือเป็นคนมีเสน่ห์ ย่อมมีส่วนช่วยให้การจูงใจเปลี่ยนทัศนคติประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้นกว่าการใช้ผู้ที่ตนไม่ชอบ เช่น ใช้คนมีชื่อเสียงที่เป็นที่ชื่นชอบของคนทั่วไป

2. เทคนิคการจูงใจที่ผ่านการพิสูจน์แล้ว (Proven persuasive techniques) มีหลายเทคนิค ได้แก่

2.1 ใช้การพบปะแบบสองต่อสอง (Use face – to – face) การเกลี้ยกล่อมชักจูงแบบสองต่อสองมีโอกาช่วยให้เปลี่ยนเจตคติได้ดีกว่าวิธีการสื่อสารทางอ้อม เช่น การส่งบันทึกช่วยจำ (Memo) จดหมายข่าว (Newsletter) หรือการปิดประกาศ (Posters) ทั้งนี้เพราะเป็นการสื่อสารโดยตรงแบบสองทางมีความยืดหยุ่น ต้องฟังอย่างตั้งใจ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ฟังมองเห็นถึงความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลสามารถตอบโต้ความเห็นระหว่างกัน และสามารถสร้างอารมณ์ร่วมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติได้ดี

2.2 ใช้วิธีทางเดินสายกลางเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Seek moderate change) ในการเกลี้ยกล่อมจูงใจให้ผู้ฟังเปลี่ยนทัศนคตินั้น ผู้สื่อสารควรกำหนดท่าทีที่เป็นจุดยืนให้ชัดเจนไม่แข็งเกินไปให้ผู้ฟังต้องคิดแบบตน แต่ก็ไม่อ่อนเกินไปตามทัศนคติของผู้ฟัง ดังนั้น การมีจุดยืนระหว่างกลางจะเหมาะสมที่สุด

2.3 ควรเสนอให้เห็นผลทั้งสองด้าน (Offer both side) กล่าวคือ ถ้าผู้ฟังเป็นคนเชื่อฟังง่ายการชักจูงให้เปลี่ยนทัศนคติด้วยการเสนอข้อมูลเพียงด้านเดียวตามที่ต้องการก็อาจเพียงพอ แต่กรณีของผู้ฟังที่ชอบถามและมีแง่มุมมองต่าง ๆ เชิงเหตุผล ถ้าจะเปลี่ยนทัศนคติได้

ผู้สื่อสารจำเป็นต้องให้ข้อมูลที่ครบถ้วนทั้งสองด้าน คือ ด้านบวกและด้านลบ พร้อมทั้งสามารถหาเหตุผลมาถ่วงน้ำหนักของผู้ฟังได้ การเปลี่ยนทัศนคติก็อาจเกิดขึ้นจะยากก็ตาม

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ทัศนคติมีผลต่อพฤติกรรม เพราะหากผู้บริหารต้องการให้ผู้ปฏิบัติงานกระทำพฤติกรรมบางอย่างที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติของผู้ปฏิบัติงาน จะไม่สามารถทำได้ ในระยะยาวแต่จะเป็นการบังคับในระยะเวลานั้น ๆ ได้ ดังนั้นหากต้องการให้ผู้ปฏิบัติงานมีพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งแล้ว ผู้บริหารควรสร้างและเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้ปฏิบัติงานให้มีทัศนคติในทางที่ดีต่อการกระทำนั้น ๆ ดังนั้นจึงเป็นการสมควรที่จะศึกษาถึงทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขและปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมต่อไป

ทัศนคติกับแนวโน้มพฤติกรรม

ธีระพร อูวรรณโณ (2529, น. 22 - 25) ทฤษฎีที่นำทัศนคติมาทำนายพฤติกรรมมี 3 ทฤษฎีคือ ทฤษฎีของโรคิช (Rokeach 1968) ทฤษฎีของทริยแอนดิส (1977) และทฤษฎีของไอเซ็นและฟิชบายน์ (1980)

ทฤษฎีของโรคิช (Rokeach 1968) โรคิชเห็นว่าการจะนำทัศนคติมาทำนายพฤติกรรมจำเป็นต้องพิจารณาทัศนคติ 2 ประเภท คือทัศนคติต่อที่หมาย และทัศนคติต่อสถานการณ์ ทัศนคติ 2 ประเภทนี้ร่วมกันทำนายพฤติกรรมโดยเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$B_{os} = (W) A_o + (1 - W) A_s \dots\dots\dots (2)$$

เมื่อ B_{os} = พฤติกรรมต่อที่หมายภายใต้สถานการณ์หนึ่ง (the behavior toward an object – within – a – situation)

A_o = ทัศนคติต่อที่หมาย (attitude toward an object)

A_s = ทัศนคติต่อสถานการณ์หนึ่ง (attitude toward a situation)

$W. (1 - W)$ = การรับรู้ความสำคัญของแต่ละบุคคลว่า A_o กับ A_s มีความสำคัญต่อ B_{os} เพียงไร

กล่าวโดยสรุป คือ ทัศนคติต่อสถานการณ์สามารถทำนายพฤติกรรมได้ดีพอสมควรแต่ทัศนคติต่อที่หมายกลับไม่สัมพันธ์กับพฤติกรรม หรือไม่มีส่วนช่วยเพิ่มความสามารถในการทำนายพฤติกรรม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะที่หมายในการวิจัยครั้งนี้ไม่ตรงกันกับพฤติกรรมที่ศึกษาเหมือนอย่างไอเซ็นและฟิชบายน์ (1977) อภิปรายไว้

ทฤษฎีของไอเซ็นและฟิชบายน์ ทฤษฎีนี้เรียกว่าทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action) ไอเซ็นและฟิชบายน์พัฒนาทฤษฎีนี้มาเป็นเวลากว่า 10 ปี และเสนอทฤษฎีเต็มรูปแบบเมื่อปี ค.ศ. 1980 โดยมีสาระดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมส่วนมากอยู่ภายใต้การควบคุมของเจตนาของบุคคล เจตนาเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention or I) ของบุคคลจึงเป็นตัวกำหนดที่ใกล้ชิดกับการกระทำ

2. เจตนาเชิงพฤติกรรมขึ้นอยู่กับตัวกำหนด 2 ตัว คือ

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นการประเมินทางบวกลบของบุคคลต่อการกระทำ เรียกว่าทัศนคติต่อพฤติกรรม (A_B)

A_B ขึ้นอยู่กับความเชื่อเกี่ยวกับผลของการกระทำ (Behavioral beliefs or b) และการประเมินผลการกระทำ (evaluation of consequences or e) เขียนเป็นสมการได้ว่า

$$A_B = (f \sum_{i=0}^n b_i e_i) \dots\dots\dots (6)$$

2.2 ปัจจัยทางสังคม เป็นการประมาณของบุคคลว่าตนจะมีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm or SN) เพียงใด กลุ่มอ้างอิงหมายถึงบุคคลใกล้ชิดที่มีความสำคัญต่อบุคคลผู้นั้น

SN ขึ้นอยู่กับ ความเชื่อ เกี่ยวกับบรรณณะของกลุ่มอ้างอิงต่อการกระทำของตน (Normative Belief of NB) ซึ่งหมายถึงความเชื่อที่ว่าบุคคลแต่ละคนมีอยู่ในกลุ่มอ้างอิง ประสงค์จะให้ตนทำหรือไม่ทำพฤติกรรมนั้นเพียงใด และ SN ยังขึ้นอยู่กับแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Motivation to Comply or MC) เขียนเป็นสมการได้ว่า

$$SN = F (\sum_i^n NB_i MC_i) \dots\dots\dots (7)$$

3. จากข้อ 1 และ 2 สามารถเขียนเป็นสมการได้ว่า

$$I \sim I = F (A_B W_1 + SN W_2) \dots\dots\dots (8)$$

W_1 และ W_2 เป็นน้ำหนักที่จะได้จากการคำนวณสมการถดถอยพหุคูณ

4. ความสำคัญของทัศนคติต่อพฤติกรรมและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงส่วนหนึ่งกับเจตนาเชิงพฤติกรรมหรือพฤติกรรมเอง นั่นคือพฤติกรรมบางพฤติกรรมอาจถูกกำหนดโดยทัศนคติต่อพฤติกรรมมากกว่าการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ส่วนพฤติกรรมบางพฤติกรรมอาจได้รับอิทธิพลจากการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมากกว่าจากทัศนคติต่อพฤติกรรม แต่พฤติกรรมบางพฤติกรรมอาจได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทั้งสองใกล้เคียงกัน ความสำคัญของปัจจัยทั้งสองอาจแตกต่างกันจากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง

5. ตัวแปรภายนอก (External variables) เช่น ตัวแปรชีวสังคม ทัศนคติ ต่อเป้าหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนั้นๆ หรือบุคลิกภาพ จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมก็ต่อเมื่อตัวแปรนั้น ๆ มีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง หรือมีอิทธิพลต่อน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรทั้งสองนี้ต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม

6. การกำหนดพฤติกรรมที่จะศึกษาจำเป็นต้องกำหนดโดยคำนึงถึง

6.1 การกระทำ (Action) จะต้องกำหนดว่าเป็นการกระทำอย่างเดียว (Single act) เช่นการให้ลูกกินอาหาร การสูบบุหรี่ เป็นต้น หรือเป็นกลุ่มการกระทำ (behavior category) เช่น การออกกำลังกาย ซึ่งอาจประกอบด้วยการกระทำย่อยๆ หลายการกระทำ เป็นต้นว่า การวิ่ง การกระโดดเชือก หรือการเล่นฟุตบอล

6.2 เป้าหมาย (Target) หมายถึง เป้าหมายของการกระทำ เช่นการให้ลูกกินอาหารข้างต้นอาจกำหนดเป้าหมายให้เป็นนมแม่

6.3 เวลา (Time) หมายถึง เวลาที่พฤติกรรมที่เราสนใจศึกษาจะเกิดขึ้น เช่น การกินนมแม่ตอนค่ำ

6.4 บริบท (Context) หมายถึง สถานการณ์ที่พฤติกรรมที่เราสนใจศึกษาจะเกิดขึ้น เช่นการกินนมแม่ที่บ้าน

การกำหนดพฤติกรรมที่จะศึกษานี้ สามารถกำหนดให้มีความจำเพาะได้ตามที่เราสนใจจะศึกษา เมื่อกำหนดพฤติกรรมได้แล้วการวัดทัศนคติต่อพฤติกรรม ก็จะต้องวัดให้สอดคล้องกับพฤติกรรม เช่น ทัศนคติต่อการให้ลูกกินนมแม่ที่บ้านตอนค่ำ ส่วนการวัดพฤติกรรมจำเป็นต้องวัดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมที่เกิดขึ้น

ทริย์แอนดิส (1977) ได้เปรียบเทียบทฤษฎีของตนกับทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ว่ามีความแตกต่างกันในประเด็นต่อไปนี้

1. ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลถูกสร้างขึ้น เพื่อให้อธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมให้ได้มากที่สุดด้วยจำนวนตัวแปรที่น้อยที่สุด แต่ทริย์แอนดิสสร้างทฤษฎีเพื่อให้สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมให้ได้มากที่สุด

2. ในทฤษฎีของทริย์แอนดิสมีตัวแปรนิสัยและความเอื้ออำนวยของสถานการณ์เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมด้วย แต่ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลมีเจตนาเชิงพฤติกรรมเพียงตัวแปรเดียวเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม

3. ทฤษฎีของทริย์แอนดิสใช้ปัจจัยทางสังคมต่างๆ เป็นตัวแปรทำนายเจตนาด้วย แต่ในทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลตัวแปรทำนายปัจจัยทางสังคม ถือว่าเป็นตัวแปรภายนอกเท่านั้น

4. ทฤษฎีของทริย์แอนดิสมีตัวแปรความรู้สึกที่มีต่อพฤติกรรมแยกเป็นอิสระจากตัวแปรคุณค่าของผลกรรม แต่ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลระบุให้ความเชื่อเกี่ยวกับผลของการกระทำ (b) และการประเมินผลการกระทำ (e) เป็นตัวกำหนดทัศนคติ

ในการวิจัยเรื่อง “ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในและการมีส่วนร่วมในองค์การกรณีศึกษามหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช” ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติมาใช้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ อย่างไร โดยศึกษาตามทิศทางของการติดต่อสื่อสาร แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) และการติดต่อสื่อสารแนวนราบ (Horizontal Communication) โดยศึกษาจากเนื้อหาข่าวสารที่ใช้ติดต่อสื่อสาร และช่องทางการติดต่อสื่อสาร โดยศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นความตั้งใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราชครั้งต่อไป/ในอนาคต และประเด็นความตั้งใจที่จะบอกต่อหรือแนะนำบุคคลอื่นให้เข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในองค์การ

ทฤษฎีการกระทำทางสังคม (The Theory of Social Action) ของเยอวมาลย์ จ้อยจูฟี (2542, หน้า 15 – 16) ได้อธิบายถึงการกระทำของมนุษย์ (Action of Human) ในลักษณะที่สามารถนำไปปรับใช้ทางสังคมทั่วไป กล่าวคือ การกระทำใด ๆ ของมนุษย์จะขึ้นอยู่กับความสนใจและระบบค่านิยมของบุคคล

1. บุคลิกภาพของแต่ละบุคคล (Personality)
2. ระบบสังคมที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิกอยู่ (Social System)
3. วัฒนธรรม (Culture) ในสังคมที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิกอยู่และวัฒนธรรมนี้จะ

เป็นตัวกำหนดเกี่ยวกับความคิด ความเชื่อถือ (Idea of Believes) ความสนใจ (Primary of Interest) และระบบค่านิยมของบุคคล (System of Value Orientation)

เนตรรุ่ง อยู่เจริญ (2553, น. 25) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า หมายถึง การที่บุคคลหรือคณะบุคคลเข้ามาช่วยเหลือหรือสนับสนุนทำประโยชน์ในเรื่องต่างๆ หรือการร่วมกิจกรรมใด ๆ ในทุกระดับอันอาจเป็นการมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจหรือการมีส่วนร่วมในกระบวนการบริหารด้วยความสมัครใจ ความกระตือรือร้น ตั้งใจ จริงใจ โดยมีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายร่วมกัน

อมรพรรณ ประจันตวนิชย์ (2550, น. 23) ได้สรุปความหมายของการมีส่วนร่วมว่า หมายถึง การที่บุคคลตัดสินใจอย่างมีเหตุผลในการมีส่วนร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติ ตลอดจนร่วมติดตามและประเมินผล รวมทั้งร่วมรับผิดชอบในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน

กิจกรรมหรือกระบวนการอย่างใดอย่างหนึ่งของกลุ่มคนหรือองค์กรที่มีความเกี่ยวข้องกันทางด้านจิตใจ อารมณ์ และสังคม

พงศ์ธวัช วิวังสุ (2546, น. 17) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วม หมายถึง การที่บุคคลตัดสินใจอย่างมีเหตุผลและเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมหรือกระบวนการอย่างใดอย่างหนึ่งของกิจการหรือหน่วยงาน

จากแนวคิด ทฤษฎีข้างต้น อาจสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่บุคคลเข้ามาสนับสนุนหรือมีส่วนร่วมในการปฏิบัติกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ด้วยความสมัครใจ โดยมีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายร่วมกัน

ลักษณะการมีส่วนร่วม

องค์กรอนามัยโลกได้เสนอรูปแบบของการมีส่วนร่วมที่ถือว่าเป็นรูปแบบที่แท้จริงหรือสมบูรณ์นั้น จะต้องประกอบด้วยกระบวนการ 4 ขั้นตอน ดังนี้ (สุรินทร์ สุริยวงศ์, 2551)

1. การวางแผน (Planning) ประชาชนมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา จัดลำดับความสำคัญ ตั้งเป้าหมาย กำหนดการใช้ทรัพยากร กำหนดวิธีการติดตามและประเมินผลและการตัดสินใจ
2. การดำเนินกิจกรรม (Implementation) ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดสรรและบริหารการใช้ทรัพยากร มีการรับผิดชอบในการจัดสรรควบคุมการเงินและการบริหาร
3. การใช้ประโยชน์ (Utilization) ประชาชนจะต้องมีความสามารถในการนำกิจกรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์จากชุมชนได้ ซึ่งเป็นการเพิ่มระดับการพึ่งตนเองและควบคุมทางสังคม
4. การได้รับประโยชน์ (Obtaining Benefits) ประชาชนจะต้องได้รับการแจกจ่ายผลประโยชน์จากชุมชนในพื้นที่ฐานที่เท่าเทียมกัน ซึ่งจะเป็นผลประโยชน์ส่วนตัวในสังคมหรือในรูปของวัตถุประสงค์ได้

John M. Cohen and Norman T. Uphoff (Cohen and Uphoff, 1980 : p. 219 อ้างถึงใน ธัญพร ก้อยชูสกุล, 2554, น. 12)

1. การมีส่วนร่วมก่อให้เกิดการระดมความคิดและอภิปรายร่วมกันระหว่างผู้เกี่ยวข้องทำให้เกิดความคิดเห็นที่หลากหลาย ทำให้การปฏิบัติมีความเป็นไปได้มากกว่าการคิดคนเดียว
2. การมีส่วนร่วมในการบริหารมีผลในทางจิตวิทยา คือ ทำให้เกิดการต่อต้านน้อยลง ในขณะที่เดียวกันก็จะเกิดการยอมรับมากขึ้น

3. เปิดโอกาสให้มีการสื่อสารที่ดีกว่า สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์ในการทำงานร่วมกัน ตลอดจนการเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

4. เปิดโอกาสให้ผู้ร่วมงานหรือผู้เกี่ยวข้องมีโอกาสได้ใช้ความสามารถและทักษะในการทำงานร่วมกันเกิดความมีน้ำใจและความจงรักภักดีต่อหน่วยงานมากขึ้น

5. การมีส่วนร่วมจะทำให้ผลการปฏิบัติงานดีขึ้น การตัดสินใจมีคุณภาพมากขึ้น และส่งเสริมให้มีการปรับปรุงงาน ตลอดจนผู้ร่วมงานมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น

รูปแบบของการมีส่วนร่วม

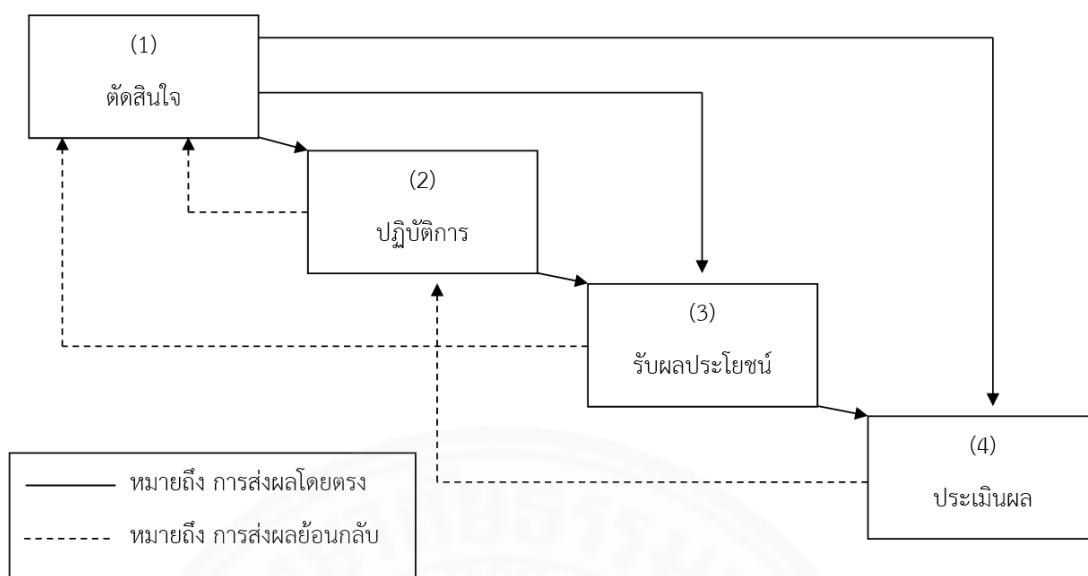
โคเฮน และอัฟฮอฟฟ์ (Cohen & Uphoff, 1977 อ้างถึงใน ธนวัฒน์ คำภีลานนท์, 2550, น. 21 - 22) ได้อธิบายและวิเคราะห์รูปแบบการมีส่วนร่วมโดยสามารถแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบคือ

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ ริเริ่มตัดสินใจ ดำเนินการตัดสินใจ และตัดสินใจลงมือปฏิบัติการ

2. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) ประกอบไปด้วยการสนับสนุนทางด้านทรัพยากร การเข้าร่วมในการบริหาร และการประสานขอความร่วมมือ

3. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ทางด้านต่างๆ ประกอบไปด้วยผลประโยชน์ทางด้านวัสดุ ผลประโยชน์ทางสังคม และผลประโยชน์ส่วนบุคคล

4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) เกี่ยวกับการควบคุมและการตรวจสอบการดำเนินกิจกรรมทั้งหมด และเป็นการแสดงถึงการปรับตัวในการมีส่วนร่วมต่อไป



ภาพที่ 2.2 รูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้ปฏิบัติงาน. โดย โคเฮน และอัฟฮอฟฟ์ (Cohen & Uphoff, 1977 อ้างถึงใน ธนวัฒน์ คำกลานนท์, 2550

รูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนที่โคเฮน และอัฟฮอฟฟ์ (Cohen & Uphoff, 1977) สรุปได้ดังภาพที่ 2.2 ที่แสดงให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมของผู้ปฏิบัติงานในขั้นตอนการตัดสินใจมีความสำคัญมากสาเหตุว่าการตัดสินใจจะส่งผลต่อการปฏิบัติการ และการปฏิบัติการจึงมีผลต่อไปยังการรับประโยชน์และการประเมินผลในขณะเดียวกัน เพราะฉะนั้นการตัดสินใจจะมีผลโดยตรงต่อการรับผลประโยชน์และการประเมินผลด้วย

โดยสรุปแล้วการมีส่วนร่วมเป็นวิธีการบริหารอย่างหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการทำงานได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น การตัดสินใจหรือการปฏิบัติงานในหลากหลาย รูปแบบ เพื่อให้เกิดความผูกพันและความรับผิดชอบต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ผู้บริหารจะต้องเห็นความสำคัญ พร้อมทั้งมีความรู้ความเข้าใจในแนวคิดพื้นฐานและองค์ประกอบที่สำคัญของการบริหารแบบมีส่วนร่วมและสิ่งสำคัญจะต้องทราบถึงประโยชน์ ข้อจำกัด และอุปสรรคของการบริหารแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้สามารถนำไปใช้ได้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

ดังนั้นในการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมครั้งนี้จะมีความเกี่ยวโยงระหว่างทัศนคติ พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์กร และแนวโน้มการมีส่วนร่วมในองค์กร ที่จะสะท้อนออกทางพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ซึ่งจะช่วยให้ผู้วิจัยใช้เป็นแนวทางในการศึกษาและ

วิเคราะห์พฤติกรรมการณ์มีส่วนร่วมในองค์การ โดยศึกษาการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช 3 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของพัฒนา กิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย ประเด็นรู้สึกมีส่วนร่วมในการร่วมคิดตัดสินใจ และแก้ปัญหา ในกิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้มีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วม และประเด็นรู้สึกมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น กับกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พีรยา ศรีทอง (2556) วิจัยเรื่องพฤติกรรมการณ์เปิดรับข่าวสาร และทัศนคติที่มีต่อ บริษัท สมอลล์รูม จำกัด ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ศึกษาเกี่ยวกับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มวัยรุ่นที่มีช่วงอายุ 13 - 22 ปี และกลุ่มวัยทำงานที่มี ช่วงอายุ 23 - 35 ปี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 เพศชาย จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 13 - 22 ปี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 และมีอายุ 23 - 35 ปี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 49.7 ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 มีอาชีพเป็นนักเรียนและนักศึกษา จำนวน 166 คน คิดเป็น ร้อยละ 55.3 และมีรายได้เฉลี่ยส่วนตัวต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.138 และ ค่า P-Value เท่ากับ 0.017 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจึง ปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท สมอลล์รูม จำกัด (ครั้งต่อสัปดาห์) จากสื่ออันดับที่ 1 (อินเทอร์เน็ต) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มี ต่อ บริษัท สมอลล์รูม จำกัด ด้านองค์การ โดยเป็นเป็นความสัมพันธ์ทางบวก หมายความว่า ผู้มีความถี่ ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ บริษัท สมอลล์รูม จำกัด (ครั้งต่อสัปดาห์) ผ่านสื่ออันดับที่ 1 (อินเทอร์เน็ต) บ่อยครั้ง จะมีทัศนคติต่อ บริษัท สมอลล์รูม จำกัด ดีตามไปด้วย นอกจากนี้ยังพบว่าค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ .588 และค่า P-Value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทาง สถิติ 0.01 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือทัศนคติ เกี่ยวกับบริษัท สมอลล์รูม จำกัด มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการณ์บริโภคสินค้าของ บริษัท สมอลล์รูม จำกัด โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก หมายความว่า ผู้มีทัศนคติของประชาชนที่มีต่อ บริษัท สมอลล์รูม จำกัด สูง จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการณ์บริโภคสินค้าของ บริษัท สมอลล์รูม จำกัด สูง ทั้งนี้ขนาดความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับสูง

ณัฐฉิณี กฤตธีรานนท์ (2556) วิจัยเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและทัศนคติต่อหน่วยงาน Learning and Development Center ของพนักงาน บริษัท ทูร คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายร้อยละ 54.9 เพศหญิงร้อยละ 45.1 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ทำงานในบริษัท ทูร คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มาเป็นเวลาไม่เกิน 5 ปี ในด้านพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับหน่วยงาน Learning and Development Center จากสื่อภายในองค์กรจำนวน 2 สื่อ คือ สื่อภายในองค์กร (E-mail พนักงาน และ/หรือ Website : together) สื่อบุคคล (เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน และ/หรือ ทีมงานของหน่วยงาน Learning and Development Center) ส่วนใหญ่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจาก E-mail พนักงาน และ Website : together ซึ่งเป็นสื่อภายในองค์กรมากที่สุด โดยพนักงานได้รับข่าวสารมากที่สุดในเรื่อง การเปิดให้ลงทะเบียนเรียน (ร้อยละ 65.5) โดยในปีที่ผ่านมาส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่าง เคยเข้ารับการอบรมในหลักสูตรทั่วไป (Generic) มากที่สุด (ร้อยละ 21.1) และการเข้ารับการอบรมกับหน่วยงาน เฉลี่ย 3.10 ครั้งต่อปี เหตุผลที่เข้ารับการอบรม คือ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (ร้อยละ 30.4) นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า พนักงานบริษัทฯ มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน Learning and Development Center ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านหน่วยงาน (ค่าเฉลี่ย 4.07) ด้านหลักสูตร (ค่าเฉลี่ย 4.05) และด้านประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) อีกทั้งยังมีแนวโน้มการเข้าร่วมการฝึกอบรมกับหน่วยงาน Learning and Development Center อยู่ในระดับตั้งใจ ในประเด็นการตั้งใจจะเข้าร่วมการฝึกอบรม (ค่าเฉลี่ย 4.19) ในประเด็นความตั้งใจจะชักชวนเพื่อให้เข้าร่วมการอบรม (ค่าเฉลี่ย 4.02) และพนักงานส่วนใหญ่มีแนวโน้มจะเข้ารับการอบรมครั้งต่อไปในหลักสูตร Management มากที่สุด (ร้อยละ 22)

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร (ครั้ง/สัปดาห์) จากสื่อภายในองค์กรของพนักงานทูร คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับ ทัศนคติต่อหน่วยงาน Learning and Development Center ด้านหน่วยงาน มีค่า R เท่ากับ -0.003 และค่า P-Value เท่ากับ 0.958 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อภายในองค์กรของพนักงานทูร คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อหน่วยงาน Learning and Development Center ด้านหน่วยงาน ($R = -0.003$ $P\text{-Value} = 0.958$) ด้านหลักสูตร ($R = -0.014$ $P\text{-Value} = 0.800$) ด้านประชาสัมพันธ์ ($R = 0.059$ $P\text{-Value} = 0.292$)

โกมล ทรัพย์กฤษ (2557) วิจัยเรื่องความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงานของบุคลากรสายข่าวโทรทัศน์ในประเทศไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 -30 ปี การศึกษาระดับสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีสาขาวารสารศาสตร์ หรือนิเทศศาสตร์ ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในตำแหน่งผู้สื่อข่าว ประจำอยู่สายข่าวอื่นๆ มีอายุงาน 10 ปีขึ้นไป มีระดับความรู้เกี่ยวกับพลังงานในระดับปานกลาง มีทัศนคติในการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงานอยู่ในระดับเชิงบวกมาก และพฤติกรรมการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงานอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ทักษะในการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงาน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. < .05) โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก หมายความว่า ปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ผู้ที่มีทัศนคติในการนำเสนอข่าวด้านพลังงานมาก จะมีพฤติกรรมการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงานมาก ส่วนผู้ที่มีทัศนคติในการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงานน้อย จะมีพฤติกรรมการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงานน้อย ทั้งนี้ขนาดความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ

นายพนันท์ แก้วหนู (2556) วิจัยเรื่องการเปิดรับ ทักษะ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วม เพื่อคัดค้าน EHIA โครงการเขื่อนแม่วงก์ ผ่านสื่อ Facebook พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.5 เพศชายคิดเป็นร้อยละ 40.5 มีอายุระหว่าง 24 - 35 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.8 และมีอายุ 51 ปีขึ้นไป น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1 เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.0 และประกอบอาชีพอื่นๆ เช่น รับจ้าง น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.0 ด้านรายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.5 ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสาร จากเฟซบุ๊ก “Sasin Chalermarp” อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 โดยมีการเปิดรับการสร้างเขื่อนแม่วงก์ส่งผลกระทบต่อการใช้พื้นที่มรดกโลกทุ่งใหญ่ - ห้วยขาแข้ง มากที่สุด ระดับการเปิดรับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 รองลงมา การเปิดรับผลกระทบต่อสัตว์ป่าและพันธุ์พืชในเขตอุทยานแห่งชาติแม่วงก์ ระดับการเปิดรับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 ส่วนการเปิดรับข่าวสารผลกระทบการสร้างเขื่อนแม่วงก์ที่มีต่อพื้นที่รอบๆ ในแง่สิ่งแวดล้อม ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ส่วนการเปิดรับข่าวสารในข้อความเป็นมาของเขื่อนแม่วงก์ ระดับการเปิดรับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารน้อยสุด งบประมาณในการก่อสร้างเขื่อนแม่วงก์เทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 น้อยกว่า ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า ทักษะการคัดค้าน EHIA เชื่อมแมงกิ้งของกลุ่มผู้ติดตามเฟซบุ๊ก “Sasin Chalermarp” มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อการคัดค้าน EHIA โครงการเชื่อมแมงกิ้ง อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทักษะการคัดค้าน EHIA เชื่อมแมงกิ้งของกลุ่มผู้ติดตามเฟซบุ๊ก “Sasin Chalermarp” มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อการคัดค้าน EHIA โครงการเชื่อมแมงกิ้ง โดยทักษะการคัดค้าน EHIA เชื่อมแมงกิ้งของกลุ่มผู้ติดตามเฟซบุ๊ก “Sasin Chalermarp” มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อการคัดค้านด้าน EHIA โครงการเชื่อมแมงกิ้ง ในทิศทางเดียวกัน

พรชนก ประทักษ์การ (2556) วิจัยเรื่องการรับรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อนิทรชนร์รัตนโกสินทร์ โดยกลุ่มผู้เข้าชมเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 15 - 25 ปี ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา มีช่วงรายได้/เดือน ไม่เกิน 20,000 บาท โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย โดยพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยที่กลุ่มผู้เข้าชมเคยเข้าชมมากที่สุดคือ พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ ส่วนเหตุผลส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจเข้าชม คือ มีความสนใจละเอียดไปเอง และกลุ่มผู้เข้าชมส่วนใหญ่เข้าชมพิพิธภัณฑ์กับเพื่อนสนิท สำหรับผลการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “นิทรชนร์รัตนโกสินทร์” พบว่ากลุ่มผู้เข้าชมเปิดรับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด จำนวน 5 ครั้ง/เดือน โดยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ประวัติความเป็นมาของนิทรชนร์รัตนโกสินทร์เป็นสถานที่หรือพิพิธภัณฑ์ที่นำเสนอประวัติความเป็นมาของกรุงรัตนโกสินทร์ ประวัติศาสตร์ชาติไทย ประวัติของกรุงเทพมหานคร และวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ขนบธรรมเนียม ประเพณีของคนไทยในอดีตหรือคนในกรุงรัตนโกสินทร์ และรับรู้ว่าการเข้าชมของ “นิทรชนร์รัตนโกสินทร์” คือ นักเรียน นักศึกษา และเยาวชน ซึ่งการรับรู้ดังกล่าวสอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารอาคารนิทรชนร์รัตนโกสินทร์ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้เข้าชมส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อนิทรชนร์รัตนโกสินทร์ในเชิงบวกและพบว่า กลุ่มผู้เข้าชมมีค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อนิทรชนร์รัตนโกสินทร์ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุด อีกทั้งยังมีแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าชมและการแนะนำให้ผู้อื่นเข้าชมอยู่ในระดับสูงมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าชมนิทรชนร์รัตนโกสินทร์กับทัศนคติต่อนิทรชนร์รัตนโกสินทร์โดยรวมพบว่า ค่า R เท่ากับ 0.468 และค่า P-Value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 4 สรุปได้ว่า ทัศนคติต่อนิทรชนร์รัตนโกสินทร์โดยรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าชมนิทรชนร์รัตนโกสินทร์ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ทัศนคติต่อนิทรรศน์รัตนโกสินทร์โดยรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าชมนิทรรศน์รัตนโกสินทร์มีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อมีทัศนคติต่อนิทรรศน์รัตนโกสินทร์โดยรวมในทางบวก แนวโน้มพฤติกรรมการเข้าชมนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ก็จะสูงตามไปด้วย

เรืออากาศเอกหญิงรัชนก เกิดสุข (2556) ทำการศึกษาในเรื่อง “การเปิดรับและความต้องการข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของผู้ปฏิบัติงานกองทัพอากาศ ณ ที่ตั้งดอนเมือง กรุงเทพมหานคร” พบว่า ผู้ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์อันได้แก่ เพศ กลุ่มอายุ ระดับการศึกษา ระดับชั้นยศ ระยะเวลาปฏิบัติงาน ตำแหน่งงานแตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกองทัพอากาศ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่ออื่นๆ แตกต่างกัน และผู้ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ กลุ่มอายุ ระดับการศึกษา ระดับชั้นยศ ระยะเวลาปฏิบัติงาน ตำแหน่งงานจะมีความต้องการข้อมูลข่าวสารประเด็นเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน/ภารกิจ ประเด็นสวัสดิการ/สิทธิประโยชน์และผลประโยชน์ต่างๆ ประเด็นการจัดกิจกรรม/โครงการต่างๆ และข้อมูลข่าวสารภายนอกเกี่ยวกับกองทัพอากาศแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ค่า Sig. ของสื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือพิมพ์สารข่าวฟ้า หนังสือข่าวทหารอากาศ และสื่อสิ่งพิมพ์โดยรวม มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 กล่าวคือ ข้าราชการลูกจ้าง และพนักงานราชการของหน่วยงานที่ขึ้นตรงกับกองทัพอากาศ ณ ที่ตั้งดอนเมือง กรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ได้แก่ หนังสือพิมพ์สารข่าวฟ้า หนังสือข่าวอากาศ และสื่อสิ่งพิมพ์โดยรวมแตกต่างกัน

มาริษา ชัยโย (2555 น.บทคัตย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์และทัศนคติของพนักงานต่อโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.)” พบว่า กลุ่มตัวอย่างพนักงานในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากที่สุดรองลงมา คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อบุคคล และสื่ออื่นๆ ตามลำดับ ในด้านทัศนคติที่มีต่อโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ด้านวัตถุประสงค์และด้านสื่อประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยด้านวัตถุประสงค์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อแก่นวัฒนธรรม MRTA เป็นค่านิยมที่ดีและเหมาะสมกับพนักงานโยงองค์กร รองลงมา คือ เป็นโครงการที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรได้ และแก่นวัฒนธรรม MRTA เป็นเครื่องมือแนะแนวทางในการประพฤติปฏิบัติตนที่เหมาะสมของพนักงานได้ ส่วนด้านสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า ในเนื้อหาสาระ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีทัศนคติต่อการกำหนดแก่นวัฒนธรรมโดยแบ่งความหมายตาม

ตัวอักษร MRTA ทำให้ง่ายต่อการจดจำมากที่สุด ส่วนสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อสื่อสิ่งพิมพ์มากที่สุด รองลงมา คือ สื่อบุคคล สื่ออื่นๆ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า อายุของพนักงาน รพม. ที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รพม.) แตกต่างกัน ค่าเฉลี่ยของระดับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รพม.) จำแนกตามอายุ การใช้การทดสอบทางสถิติ F-test เพื่อการทดสอบสมมติฐานเนื่องจากค่า Sig. < 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า อายุของพนักงาน รพม. ที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รพม.) ในสื่ออื่นๆ โดยรวม และด้านการสัมมนาในโครงการฯ กับด้านกิจกรรมพิเศษ และโดยภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับการศึกษาของพนักงาน รพม. ที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รพม.) แตกต่างกัน ค่าเฉลี่ยของระดับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รพม.) จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้การทดสอบทางสถิติ F-test เพื่อการทดสอบสมมติฐานเนื่องจากค่า Sig. < 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับการศึกษาของพนักงาน รพม. ที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รพม.) ในสื่ออื่นๆ โดยรวม และด้านการสัมมนาในโครงการฯ กับด้านกิจกรรมพิเศษ และโดยภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตำแหน่งงานของพนักงาน รพม. ที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รพม.) แตกต่างกัน ค่าเฉลี่ยของระดับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รพม.) จำแนกตามตำแหน่งงานของพนักงาน รพม. โดยใช้การทดสอบทางสถิติ F-test เพื่อการทดสอบสมมติฐานเนื่องจากค่า Sig. < 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ตำแหน่งงานของพนักงาน รพม. ที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รพม.) ในสื่ออื่น ๆ ด้านของที่ระลึกเกี่ยวกับโครงการฯ ด้านกิจกรรมพิเศษ และโดยภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พิมพ์รภัส รุ่งวีระกาญจน์ (2556) ทำการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารและความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน กรมการบินพลเรือน กระทรวงคมนาคม” พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรอยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.57 โดยเปิดรับข่าวผ่านเว็บไซต์กรมการบินพลเรือน (www.aviation.go.th) มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.74 รองลงมา คือ จุลสาร “การบินพลเรือนสัมพันธ์” มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.73 ป้ายประกาศต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.69 โปสเตอร์/แผ่นพับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.68 ส่วนสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุด คือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.67

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า บุคลากรกรมการบินพลเรือน กระทรวงคมนาคมที่มีเพศแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกรมการบินพลเรือน กระทรวงคมนาคมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยเพศชายเปิดรับสื่อสูงกว่าเพศหญิง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.64)

บุคลากรกรมการบินพลเรือน กระทรวงคมนาคมที่มีอายุแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกรมการบินพลเรือน กระทรวงคมนาคมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยบุคลากรกรมการบินพลเรือน กระทรวงคมนาคม ที่มีอายุต่ำกว่า 34 ปี (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.64) มีการเปิดรับสื่อสูงกว่ากลุ่มบุคลากรระดับอายุอื่น ๆ

บุคลากรกรมการบินพลเรือน กระทรวงคมนาคมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกรมการบินพลเรือน กระทรวงคมนาคมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยบุคลากรกรมการบินพลเรือน กระทรวงคมนาคม ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.61) จะมีการเปิดรับสื่อสูงกว่ากลุ่มบุคลากรที่จบการศึกษาในระดับอื่น ๆ

บุคลากรกรมการบินพลเรือน กระทรวงคมนาคมที่มีระยะเวลาในการทำงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกรมการบินพลเรือน กระทรวงคมนาคมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยบุคลากรกรมการบินพลเรือน กระทรวงคมนาคม ที่มีระยะเวลาในการทำงานที่กรมการบินพลเรือนต่ำกว่า 5 ปี (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.64) จะมีการเปิดรับสื่อสูงกว่ากลุ่มบุคลากรที่มีระยะเวลาในการทำงานอื่น ๆ

บุคลากรกรมการบินพลเรือน กระทรวงคมนาคมที่มีประเภทการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกรมการบินพลเรือน กระทรวงคมนาคมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยบุคลากรกรมการบินพลเรือน กระทรวงคมนาคม ประเภทวิชาการ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.61) จะมีการเปิดรับสื่อสูงกว่ากลุ่มบุคลากรประเภทอื่น ๆ

สุภาภรณ์ อานุภาพศรีธาดา (2558) ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรของสำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงานกปร.) ในด้านรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร พบว่า มีการสื่อสารแนวนอนมากที่สุดและเป็นการสื่อสารรูปแบบหลักขององค์กร รองลงมาคือ การสื่อสารจากบนลงล่าง ส่วนการสื่อสารจากล่างขึ้นบนพบน้อยที่สุด ซึ่งจะเห็นได้ว่า องค์กรมีการสื่อสารในลักษณะดั้งเดิม และมีการเปิดรับสื่อภายในองค์กรที่เป็นทางการแบบราชการ กล่าวคือ หนังสือคำสั่ง หนังสือเวียน บันทึกข้อความ ขณะที่สื่อสังคมมีการเปิดรับน้อยที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อภายในองค์กรแตกต่างกัน ค่า Sig. = .443 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่าเพศที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อภายในองค์กรไม่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 72.00) มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 28.0)

ระยะเวลาในการทำงานของบุคลากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อภายในองค์กรแตกต่างกัน ค่า Sig. = .709 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่าระยะเวลาในการทำงานของบุคลากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อภายในองค์กรแตกต่างกัน

สถานภาพการทำงานของบุคลากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อภายในองค์กรแตกต่างกัน ค่า Sig. = .074 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่าสถานภาพการทำงานของบุคลากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อภายในองค์กรแตกต่างกัน

ณัฐดนัย เพชรสุ่ม (2558 น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริษัทห้องปฏิบัติการกลาง (ประเทศไทย) จำกัด ผลการศึกษาพบว่า องค์กรมีการสื่อสารทั้งรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยพนักงานมีการเปิดรับข่าวสารจากการใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ส่วนตัวมากที่สุด เนื่องจากสามารถเข้าใช้งานได้ง่าย นอกจากนี้ ยังพบว่าองค์กรประกอบไปด้วยพนักงานที่มีความแตกต่างหลากหลายทางด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ทำให้ช่องทางการสื่อสารภายในบริษัท ไม่อาจตอบสนองความต้องการของพนักงานทั่วทั้งองค์กรได้ และบางครั้งยังเกิดการตีความของเนื้อหาข่าวสารหรือความเข้าใจในข่าวสารที่แตกต่างกันซึ่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานภายในขององค์กรด้วย

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า เพศของพนักงานที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารภายในที่แตกต่างกัน ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบการเปรียบเทียบเพศของพนักงานกับการเปิดรับช่องทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ของบริษัท พบว่า พนักงานทั้งหมดมีจำนวนและร้อยละของการเปิดรับช่องทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ของบริษัทมากที่สุดอยู่ในช่วง นานๆครั้ง/ไม่เคยเลย จำนวน 153 คน (39.7%) โดยเพศชายมีการเปิดรับมากที่สุดอยู่ในช่วง 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 44 คน (43.1%) และเพศหญิงมีการเปิดรับมากที่สุดอยู่ในช่วง นานๆครั้ง/ไม่เคยเลย จำนวน 123 คน (43.5%)

อายุของพนักงานที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารภายในที่แตกต่างกัน ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบการเปรียบเทียบอายุของพนักงานกับการเปิดรับช่องทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ของบริษัท พบว่า พนักงานทั้งหมดมีจำนวนและร้อยละของการเปิดรับช่องทางการสื่อสารของบริษัทมากที่สุดในช่วง นานๆครั้ง/ไม่เคยเลย จำนวน 153 คน (39.7%) โดยจำแนกตามช่วงอายุ ดังนี้ ช่วงอายุ 20-29 ปี มีการเปิดรับมากที่สุดอยู่ในช่วง 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 64 คน (44.1%) ช่วงอายุ 30-39 ปี มีการเปิดรับมากที่สุดอยู่ในช่วงนานๆครั้ง/ไม่เคยเลยจำนวน 77 คน (42.5%) ช่วงอายุ 40-49 ปีมีการเปิดรับมากที่สุดอยู่ในช่วงนานๆครั้ง/ไม่เคยเลยจำนวน 23 คน (42.6%) และช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไปมีการเปิดรับมากที่สุดอยู่ในช่วง 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 5 คน (100.0%)

ระดับการศึกษาของพนักงานที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารภายในที่แตกต่างกัน ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบการเปรียบเทียบระดับการศึกษาของพนักงานกับการเปิดรับช่องทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ของบริษัท พบว่า พนักงานมีจำนวนและร้อยละของการเปิดรับช่องทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ของบริษัทมากที่สุดอยู่ในช่วง นานๆครั้ง/ไม่เคยเลย จำนวน 153 คน (39.7%) โดยจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด ดังนี้ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการเปิดรับมากที่สุดอยู่ในช่วง นานๆครั้ง/ไม่เคยเลย จำนวน 24 คน (64.9%) ระดับการศึกษาปริญญาตรีมีการเปิดรับใกล้เคียงกัน 2 กลุ่มคือในช่วง และ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 124 คน (39.1%) และจำนวน 122 คน (38.5%) ตามลำดับ ระดับการศึกษาปริญญาโท มีการเปิดรับมากที่สุดอยู่ในช่วง 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 19 คน (65.5%) และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท มีการเปิดรับมากที่สุดเท่ากัน 2 กลุ่มคือในช่วง นานๆครั้ง/ไม่เคยเลย และ 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 1 คน (50.0%) ตามลำดับ

ระดับตำแหน่งงานของพนักงานที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารภายในที่แตกต่างกันในการวิเคราะห์เปรียบเทียบการเปรียบเทียบระดับตำแหน่งงานของพนักงานกับการเปิดรับช่องทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ของบริษัท พบว่า พนักงานทั้งหมดมีจำนวนและร้อยละของการเปิดรับช่องทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ของบริษัทมากที่สุดอยู่ในช่วง นานๆครั้ง/ไม่เคยเลย จำนวน 153 คน (39.7%) โดยพนักงานระดับบริหารหรือผู้บังคับบัญชามีการเปิดรับมากที่สุดอยู่ในช่วง 1-2

ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 21 คน (46.7%) และพนักงานระดับปฏิบัติการมีการเปิดรับมากที่สุดในช่วง
นานๆครั้ง/ไม่เคยเลย จำนวน 142 คน (41.8%)

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมานั้น ผู้วิจัยจะนำมาเป็นแนวทางใน
การศึกษางานวิจัยเรื่อง “ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในและการมีส่วนร่วมภายในองค์การ
กรณีศึกษามหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช” ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาการเปิดรับสื่อ ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบ
การสื่อสารภายใน การมีส่วนร่วมภายในองค์การ และแนวโน้มพฤติกรรมของพนักงานมหาวิทยาลัย
นวมินทราชินราช ซึ่งลักษณะประชากรที่จะศึกษามี 6 ด้านคือ เพศ อายุ สถานภาพทางการสมรส ระดับ
การศึกษา ประเภทบุคลากร รายได้ส่วนตัว/เดือน ระยะเวลาทำงานในหน่วยงาน และส่วนประเด็นที่
จะศึกษาทัศนคติและการมีส่วนร่วม ได้แก่ ข้อมูลด้านข่าวสาร ความตั้งใจ ความถี่ในการเข้าร่วม
กิจกรรม เพื่อได้นำเป็นแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์การต่อไป

2.6 เหตุผลในการตั้งสมมติฐานการวิจัย

2.6.1 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางประชากรกับการ เปิดรับข่าวสาร

แนวคิดลักษณะทางประชากรของผู้รับสารเป็นทฤษฎีที่กล่าวถึง พฤติกรรมต่าง ๆ
ของมนุษย์ที่เกิดขึ้นตามแรงขับที่มาจากภายนอก และพฤติกรรมส่วนใหญ่ของเรามักจะเป็นไปตาม
แบบฉบับที่สังคมวางไว้ และสังคมทั่ว ๆ ไป มักจะกำหนดให้บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน
มีแบบแผนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2541, น. 302) ทั้งนี้ผู้รับสารที่มีเพศ
ต่างกัน ส่งผลต่อบุคลิก ลักษณะจิตใจ อารมณ์ ความคิด และทัศนคติและพฤติกรรมการสื่อสารได้

จากการศึกษาพบว่าเพศหญิงมักมีจิตใจอ่อนไหว ถูกขัดใจได้ง่ายกว่าเพศชาย
และมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายสามารถ
จดจำข่าวสารได้มากกว่าเพศหญิง และไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสาร ดังนั้น การสื่อสาร
ด้วยสื่อเดียวกัน ผู้รับสารที่มีเพศต่างกันอาจจะมีพฤติกรรมการเปิดรับ การรับรู้ และการตีความ
แตกต่างกันไปด้วย (Scheider, 1963, อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน, 2546, น. 115)

อายุ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญในการสื่อสาร เพราะจะส่งผลต่อ
ประสบการณ์ ความคิด ความสนใจ และพฤติกรรมต่างๆ ของผู้รับสาร โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อย
มักจะใจร้อน มองโลกในแง่ดี ในขณะที่คนอายุมากมีความระมัดระวัง และมองโลกในแง่ร้าย คนต่าง
รุ่นกันมีประสบการณ์ และการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา มีความสำคัญต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร เพราะส่งผลต่อ
พฤติกรรมการสื่อสาร ทั้งในส่วนความคิด ความเชื่อ การเปิดรับ ทัศนคติ ค่านิยม ความสนใจ และการ

ตีความข่าวสารของผู้รับสาร คนที่ได้รับการศึกษาระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกนึกคิดและความต้องการที่แตกต่างกันไปด้วย ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กันอย่างมากกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั้งในส่วนของประเภทและเนื้อหาสื่อที่เปิดรับ คนที่มีการศึกษาสูงจะจัดสรรเวลาใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้เหมาะสม ในขณะที่คนที่มีการศึกษาน้อยมักเปิดรับสื่อจากวิทยุโทรทัศน์ เนื่องจากมีราคาถูกและสามารถเปิดรับได้ที่บ้าน

รายได้และอาชีพ เป็นลักษณะทางประชากรที่มีความสัมพันธ์อย่างยิ่งเนื่องจากอาชีพเป็นที่มาของระดับรายได้ ซึ่งเป็นเครื่องกำหนดความต้องการของตน รวมถึงพฤติกรรม ความคิดเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ รายได้จึงมีอิทธิพลในการกำหนดสถานะทางสังคม และทัศนคติต่างๆ ของบุคคลได้แก่ คนที่มีรายได้ต่ำจะไม่สนใจสินค้าที่มีราคาสูง เพราะมองว่าเป็นสิ่งที่ฟุ่มเฟือย และก็จะไม่เปิดรับข่าวสาร ในขณะที่คนที่มีรายได้สูงมักเปิดรับข่าวสาร เพื่อแสวงหาข่าวสารประเภทหนัก เรื่องการเมือง เศรษฐกิจ สังคม (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542, น. 73)

2.6.2 แนวคิดลักษณะทางประชากร

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นจากแรงกระตุ้นภายนอก และพฤติกรรมส่วนใหญ่เป็นไปตามแบบฉบับที่สังคมวางไว้ และสังคมทั่ว ๆ ไปได้จำแนกตามลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) เช่น จำแนกตามเพศ อายุ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา เป็นต้น (ปรมะ สตะเวทิน, 2529, น. 106) ลักษณะทางประชากรได้แก่ เพศ เพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ทัศนคติ และค่านิยม รวมถึงอายุ คนที่อายุน้อยกว่าจะถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าคนอายุมาก คนที่มี การศึกษาสูงมักเปิดรับสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่ระดับการศึกษาต่ำมักเปิดรับสื่อวิทยุโทรทัศน์ และสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ คนที่มีฐานะดีเป็นกลุ่มคนที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาจากสื่อมวลชนมากที่สุด เพราะมีความจำเป็นต้องเรียนรู้หาข่าวสารต่าง ๆ ให้ทันเหตุการณ์

2.6.3 แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร

มนุษย์เรามีกระบวนการในการเลือกรับสารที่แตกต่างกันตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ฯลฯ เรียกกระบวนการดังกล่าวว่า กระบวนการเลือกสาร (Selective Process) ซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องกรองการรับรู้ข่าวสาร กระบวนการเลือกสารประกอบด้วย (Klapper, 1960, p. 19-25) การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) การเลือกจดจำ (Selective Retention) โดยการเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้นเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง 6 ประการ (McCombs & Becker, 1979, p. 51 อ้างถึงใน กิริติยา สกุกศุภรัฐ, 2557, น. 13) เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ

(Decision) เพื่อการพูดคุยสัมมนา (Discussion) เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อเสริมความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้ทำไปแล้ว (Reinforcement) เพื่อความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) ซึ่งปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสารในการสื่อสารที่แตกต่างกัน (Schramm, 1973) มีดังนี้ ประสบการณ์ สารประโยชน์ของข่าวสาร ภูมิหลัง การศึกษาและสภาพแวดล้อม ความสามารถในการรับสาร บุคลิกภาพ สภาพทางอารมณ์ และทัศนคติ

ซึ่งแนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ มาริษา ชัยโย (2555 น. บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ และทัศนคติของพนักงานต่อโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.)” พบว่า กลุ่มตัวอย่างพนักงานในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ มากที่สุดรองลงมา คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์สื่อบุคคล และสื่ออื่นๆ ตามลำดับ ในด้านทัศนคติที่มีต่อโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ด้านวัตถุประสงค์ และด้านสื่อประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยด้านวัตถุประสงค์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อแก่นวัฒนธรรม MRTA เป็นค่านิยมที่ดีและเหมาะสมกับพนักงานโยงค์กร รองลงมา คือ เป็นโครงการที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรได้ และแก่นวัฒนธรรม MRTA เป็นเครื่องมือแนะแนวทางในการประพฤติปฏิบัติตนที่เหมาะสมของพนักงานได้ ส่วนด้านสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า ในเนื้อหาสาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีทัศนคติต่อการกำหนดแก่นวัฒนธรรมโดยแบ่งความหมายตามตัวอักษร MRTA ทำให้ง่ายต่อการจดจำมากที่สุด ส่วนสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อสื่อสิ่งพิมพ์มากที่สุด รองลงมา คือ สื่อบุคคล สื่ออื่น ๆ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า อายุของพนักงาน รฟม. ที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) แตกต่างกันโดยที่พนักงานที่มีอายุระหว่าง 31 – 60 ปี มีระดับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ โครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ในสื่ออื่น ๆ ด้านการสัมมนาในโครงการฯ มากกว่า พนักงานที่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี ส่วนพนักงานที่มีอายุระหว่าง 51 - 60 ปี มีระดับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ในสื่ออื่นๆ ด้านการสัมมนาในโครงการฯ มากกว่า พนักงานที่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังพบว่าพนักงานที่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี และ 51 - 60 ปี มีระดับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ โครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ในสื่ออื่น ๆ ด้านกิจกรรมพิเศษ มากกว่า พนักงานที่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าเฉลี่ยของระดับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการ

ส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) จำแนกตามอายุ การ ใช้การทดสอบทางสถิติ F-test เพื่อการทดสอบสมมติฐานเนื่องจากค่า Sig. < 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า อายุของพนักงาน รฟม. ที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่ง มวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ในสื่ออื่นๆ โดยรวม และด้านการสัมมนาในโครงการฯ กับด้าน กิจกรรมพิเศษ และโดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ระดับการศึกษาของพนักงาน รฟม. ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) แตกต่างกัน ค่าเฉลี่ยของระดับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กร ในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้การทดสอบ ทางสถิติ F-test เพื่อการทดสอบสมมติฐานเนื่องจากค่า Sig. < 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ระดับการศึกษาของพนักงาน รฟม. ที่แตกต่างกัน โดยที่พนักงานที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ โครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ด้านของที่ระลึกเกี่ยวกับโครงการฯ ด้านกิจกรรมพิเศษ และในสื่ออื่นๆ มากกว่า พนักงาน ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และยังพบว่า ส่วนพนักงานที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญา ตรี มีระดับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้า ขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ในสื่ออื่นๆ ด้านกิจกรรมพิเศษ มากกว่า พนักงานที่มีระดับ การศึกษาปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ โครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ในสื่ออื่นๆ โดยรวม และด้านการสัมมนาในโครงการฯ กับด้านกิจกรรมพิเศษ และโดยภาพรวม แตกต่างกัน อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตำแหน่งงานของพนักงาน รฟม. ที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) แตกต่างกัน ค่าเฉลี่ยของระดับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กร ในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) จำแนกตามตำแหน่งงานของพนักงาน รฟม. โดยใช้การทดสอบทางสถิติ F-test เพื่อการทดสอบสมมติฐานเนื่องจากค่า Sig. < 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า ตำแหน่งงานของพนักงาน รฟม. ที่แตกต่างกัน โดยที่พนักงานที่มีระดับตำแหน่งงานผู้บริหารระดับกลาง (ผู้อำนวยการกอง หรือ เทียบเท่า) ผู้บริหารระดับต้น (หัวหน้าแผนกหรือเทียบเท่า) และพนักงานทั่วไป / ระดับปฏิบัติการ มีระดับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ โครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่ง

มวลงชนแห่งประเทศไทย (รพม.) ในสื่อบุคคล สื่ออื่นๆ ด้านกิจกรรมพิเศษ สื่ออื่นๆ ด้านของที่ระลึกเกี่ยวกับโครงการฯ มากกว่า พนักงานที่มีระดับตำแหน่งงานผู้บริหารระดับสูง (ผู้อำนวยการฝ่ายหรือเทียบเท่า) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังพบว่าพนักงานที่มีระดับตำแหน่งงานผู้บริหารระดับกลาง (ผู้อำนวยการกอง หรือเทียบเท่า) และผู้บริหารระดับต้น (หัวหน้าแผนกหรือเทียบเท่า) มีระดับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ โครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รพม.) ในสื่ออื่นๆ ด้านของที่ระลึก เกี่ยวกับโครงการฯมากกว่าพนักงานที่มีระดับตำแหน่งงานพนักงานทั่วไป / ระดับปฏิบัติการ ส่วนพนักงานที่มีระดับตำแหน่งงานผู้บริหารระดับกลาง (ผู้อำนวยการกอง หรือเทียบเท่า) มีระดับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รพม.) ในสื่ออื่นๆ ด้านการสัมมนา ในโครงการฯ มากกว่าผู้บริหารระดับต้น (หัวหน้าแผนกหรือเทียบเท่า) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รพม.) ในสื่ออื่น ๆ ด้านของที่ระลึกเกี่ยวกับโครงการฯ ด้านกิจกรรมพิเศษ และโดยภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่าเฉลี่ยของระดับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รพม.) จำแนกตามอายุงาน โดยใช้การทดสอบทางสถิติ F-test เพื่อการทดสอบสมมติฐาน เนื่องจากค่า Sig. < 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า อายุงานของพนักงาน รพม. ที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รพม.) ในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อบุคคล สื่ออื่นๆ โดยรวม และด้านการสัมมนา ในโครงการฯ กับด้านกิจกรรมพิเศษ และโดยภาพรวม แตกต่างกัน โดยที่พนักงานที่มีอายุงานระหว่าง 1 - 5 ปี , 11 - 15 ปี และ 16 ปีขึ้นไป มีระดับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ โครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รพม.) ในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่ออื่น ๆ ด้านกิจกรรมพิเศษ มากกว่า พนักงานที่มีอายุงานน้อยกว่า 1 ปี และระหว่าง 6 - 10 ปี และยังพบว่าพนักงานที่มีอายุงานระหว่าง 11 - 15 ปี มีระดับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ โครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รพม.) ในสื่อบุคคล และสื่ออื่นๆ ด้านกิจกรรมพิเศษ มากกว่า พนักงานที่มีอายุงานน้อยกว่า 1 ปี, ระหว่าง 1 - 5 ปี, 6 - 10 ปี และ 16 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สุภาภรณ์ อานุภาพศรีธาดา (2558) ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรของสำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงานกปร.) ในด้านรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร พบว่า มีการสื่อสารแนวนอนมากที่สุดและเป็นการสื่อสารรูปแบบหลักขององค์กร รองลงมาคือ การสื่อสารจากบนลงล่าง ส่วนการสื่อสารจากล่างขึ้นบนพบน้อยที่สุด ซึ่งจะเห็นได้ว่า องค์กรมีการสื่อสารในลักษณะดั้งเดิม และมีการเปิดรับสื่อภายในองค์กรที่เป็นทางการแบบราชการ กล่าวคือ หนังสือคำสั่ง หนังสือเวียน บันทึกข้อความ ขณะที่สื่อสังคมมีการเปิดรับน้อยที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อภายในองค์กรแตกต่างกัน ค่า Sig. = .443 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่าเพศที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อภายในองค์กรไม่แตกต่างกัน โดยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 72.00) มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 28.0)

ระยะเวลาในการทำงานของบุคลากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อภายในองค์กรแตกต่างกัน ค่า Sig. = .709 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่าระยะเวลาในการทำงานของบุคลากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อภายในองค์กรไม่แตกต่างกัน โดยที่ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการทำงานมากกว่า 6 ปี

สถานภาพการทำงานของบุคลากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อภายในองค์กรแตกต่างกัน ค่า Sig. = .074 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่าสถานภาพการทำงานของบุคลากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อภายในองค์กรไม่แตกต่างกัน โดยที่กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพการทำงานส่วนใหญ่เป็นข้าราชการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.3

เรืออากาศเอกหญิงรัชชก เกิดสุข (2556) ทำการศึกษาในเรื่อง “การเปิดรับและความต้องการข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของผู้ปฏิบัติงานกองทัพอากาศ ณ ที่ตั้งดอนเมือง กรุงเทพมหานคร” พบว่า ผู้ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์อันได้แก่ เพศ กลุ่มอายุ ระดับการศึกษา ระดับชั้นยศ ระยะเวลาปฏิบัติงาน ตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกองทัพอากาศ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่ออื่นๆ แตกต่างกัน และผู้ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่

เพศ ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่าข้าราชการลูกจ้าง และพนักงานราชการของหน่วยที่ขึ้นตรงกับกองทัพอากาศ ณ ที่ตั้งดอนเมืองกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่ออื่นๆ กิจกรรมพิเศษที่ใช้ประชาสัมพันธ์

ภายในกองทัพอากาศที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์กรที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กรแตกต่างกัน

กลุ่มอายุ ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่ากลุ่มอายุมากกว่า 45 ปี มีการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์สารข่าวฟ้ามากกว่ากลุ่มอายุอื่นทุกกลุ่ม โดยที่กลุ่มอายุระหว่าง 25 - 45 ปี ยังมีการเปิดรับหนังสือข่าวทหารอากาศมากกว่ากลุ่มอายุน้อยกว่า 25 ปี และกลุ่มอายุมากกว่า 45 ปี มีการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์โดยรวมมากกว่ากลุ่มอายุน้อยกว่า 25 ปี และ 35 - 45 ปี ส่วนกลุ่มอายุน้อยกว่า 25 ปี มีการเปิดรับเสียงตามสายกองทัพอากาศมากกว่ากลุ่มอายุ 25 - 45 ปี นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มอายุมากกว่า 45 ปี มีการเปิดรับเว็บไซต์ภายใน Intranet มากกว่ากลุ่มอายุ 25 - 45 ปี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ระดับการศึกษา ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่ากลุ่มระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีการเปิดรับข่าวประจำวันกองทัพอากาศมากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีการเปิดรับหนังสือพิมพ์สารข่าวฟ้ามากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี โดยที่กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี มีการเปิดรับหนังสือข่าวทหารอากาศ มากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และยังพบว่ากลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่ามีการเปิดรับโปสเตอร์/บอร์ดประชาสัมพันธ์/ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อสิ่งพิมพ์โดยรวมมากกว่ากลุ่มระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.5

ระดับชั้นยศ ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่าข้าราชการลูกจ้าง และพนักงานราชการของหน่วยที่ขึ้นตรงกับกองทัพอากาศ ณ ที่ตั้งดอนเมืองกรุงเทพมหานครที่มีระดับชั้นยศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ได้แก่ ข่าวประจำวันกองทัพอากาศ หนังสือพิมพ์สารข่าวฟ้า หนังสือข่าวทหารอากาศ โปสเตอร์ / บอร์ดประชาสัมพันธ์ / ป้ายประชาสัมพันธ์และสื่อสิ่งพิมพ์โดยรวมแตกต่างกัน โดยที่กลุ่มระดับชั้นสัญญาบัตรมีการเปิดรับข่าวประจำวันกองทัพอากาศ หนังสือพิมพ์สารข่าวฟ้า หนังสือข่าวทหารอากาศ โปสเตอร์ / บอร์ดประชาสัมพันธ์ / ป้ายประชาสัมพันธ์และสื่อสิ่งพิมพ์ มากกว่ากลุ่มระดับชั้นประทวนและลูกจ้างประจำ/พนักงานราชการ กล่าวคือ กลุ่มระดับชั้นสัญญาบัตรมีการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์โดยรวมมากกว่ากลุ่มระดับชั้นประทวนและลูกจ้างประจำ/พนักงานราชการ และยังพบว่าข้าราชการลูกจ้าง และพนักงานราชการของหน่วยที่ขึ้นตรงกับกองทัพอากาศ ณ ที่ตั้งดอนเมืองกรุงเทพมหานครที่มีระดับชั้นยศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ เว็บไซต์ภายใน intranet จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ E-mail และสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยรวมแตกต่างกัน โดยที่กลุ่มระดับชั้นสัญญาบัตรมีการเปิดรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ E-mail มากกว่ากลุ่มระดับชั้นประทวนและลูกจ้างประจำ/พนักงานราชการที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ระยะเวลาปฏิบัติงาน ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่าข้าราชการลูกจ้าง และพนักงานราชการของหน่วยที่ขึ้นตรงกับกองทัพอากาศ ณ ที่ตั้งดอนเมืองกรุงเทพมหานครที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ E-mail แตกต่างกัน โดยที่กลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงานมากกว่า 20 ปี มีการเปิดรับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ E-mail มากกว่ากลุ่มระยะเวลาปฏิบัติงาน 1 - 10 ปี ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตำแหน่งงาน ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่าข้าราชการลูกจ้าง และพนักงานราชการของหน่วยที่ขึ้นตรงกับกองทัพอากาศ ณ ที่ตั้งดอนเมืองกรุงเทพมหานครที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ ข่าวประจำวันกองทัพอากาศ หนังสือพิมพ์วารสารข่าวฟ้า หนังสือข่าวทหารอากาศ ไปสเตอร์/บอร์ดประชาสัมพันธ์/ป้ายประชาสัมพันธ์และสื่อสิ่งพิมพ์โดยรวมแตกต่างกัน โดยที่กลุ่มตำแหน่งผู้บริหารระดับต้น ระดับกลาง และระดับสูง มีการเปิดรับข่าวประจำวันกองทัพอากาศมากกว่ากลุ่มตำแหน่งระดับปฏิบัติการ และกลุ่มตำแหน่งงานผู้บริหารระดับต้น ระดับกลาง และระดับสูงมีการเปิดรับหนังสือพิมพ์วารสารข่าวฟ้า หนังสือข่าวทหารอากาศ มากกว่ากลุ่มตำแหน่งงานระดับปฏิบัติการ นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตำแหน่งผู้บริหารระดับต้น มีการเปิดรับไปสเตอร์/บอร์ดประชาสัมพันธ์/ป้ายประชาสัมพันธ์ มากกว่ากลุ่มตำแหน่งงานระดับปฏิบัติงานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยจะมีความต้องการข้อมูลข่าวสารประเด็นเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน/ภารกิจ ประเด็นสวัสดิการ/สิทธิประโยชน์และผลประโยชน์ต่างๆ ประเด็นการจัดกิจกรรม/โครงการต่างๆ และข้อมูลข่าวสารภายนอกเกี่ยวกับกองทัพอากาศแตกต่างกัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความเชื่อว่า ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์การที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การแตกต่างกันด้วย เป็นที่มากของการตั้งสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์การที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การที่แตกต่างกัน

2.6.4 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับข่าวสารและทัศนคติ

ชรัมป์ (Schramm, 1973 , p. 121 -123) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบในด้านต่างๆ ในการเลือกเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารไว้ 8 ประการ ดังนี้

1. ประสบการณ์จะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่มีความแตกต่างกัน เนื่องจากผู้รับสารจะมีประสบการณ์ หรือความเคยชินที่ไม่เหมือนกัน
2. การประเมินประโยชน์ของข่าวสาร จะช่วยให้ผู้รับสารเกิดการปรับเปลี่ยนวิธีการแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนที่แตกต่างกัน
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้รับสารมีความสนใจสื่อลักษณะที่แตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้ผู้รับสารมีความสนใจที่แตกต่างกันในด้านพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน

5. ความสามารถในการรับข่าวสาร สภาพร่างกายและจิตใจมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการรับสื่อและเนื้อหารายการมากน้อยแตกต่างกัน

6. บุคลิกภาพ เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อและข่าวสาร ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมการเปิดรับสาร

7. อารมณ์ ทำให้ผู้รับสารเข้าใจหรือไม่เข้าใจความหมายของสารก็ได้ ซึ่งอารมณ์ของผู้รับสารอาจพิจารณาได้จากความรู้สึกที่เกิดจากตัวผู้รับสารเปิดรับสารในขณะนั้น

8. ทัศนคติ เป็นตัวแปรที่กำหนดการรับ จะกำหนดลักษณะท่าทีและตอบสนองต่อข่าวสารที่ได้รับ ดังนั้น ข่าวสารที่เข้าถึงความต้องการและความสนใจของผู้รับสารโดยตรง มีแนวโน้มว่าจะก่อให้เกิดการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ซึ่งแนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ มาริษา ชัยโย (2555 น. บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ และทัศนคติของพนักงานต่อโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.)” พบว่า กลุ่มตัวอย่างพนักงานในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ มากที่สุดรองลงมา คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ส่วนบุคคล และสื่ออื่น ๆ ตามลำดับ ในด้านทัศนคติที่มีต่อโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ด้านวัตถุประสงค์ และด้านสื่อประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยด้านวัตถุประสงค์กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อแก่นวัฒนธรรม MRTA เป็นค่านิยมที่ดีและเหมาะสมกับพนักงานโยงค์กร รองลงมา คือ เป็นโครงการที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรได้ และแก่นวัฒนธรรม MRTA เป็นเครื่องมือแนะแนวทางในการประพฤติปฏิบัติตนที่เหมาะสมของพนักงานได้ ส่วนด้านสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า ในเนื้อหาสาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีทัศนคติต่อการกำหนดแก่นวัฒนธรรมโดยแบ่งความหมายตามตัวอักษร MRTA ทำให้ง่ายต่อการจดจำมากที่สุด ส่วนสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อสื่อสิ่งพิมพ์มากที่สุด รองลงมา คือ สื่อบุคคล สื่ออื่น ๆ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการฯ กับทัศนคติที่มีต่อโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) โดยใช้การทดสอบทางสถิติ Pearson Correlation เพื่อการทดสอบสมมติฐาน เนื่องจากค่า Sig. < 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) จึงสรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการฯ และด้านการสัมมนาในโครงการฯ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ในทิศทางเดียวกัน ระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่การเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ และด้านกิจกรรมพิเศษ ไม่มีความสัมพันธ์ทัศนคติที่มีต่อโครงการฯ

พริยา ศรีทอง (2556) วิจัยเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และทัศนคติที่มีต่อ บริษัท สมอลล์รูม จำกัด ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ศึกษากับประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มวัยรุ่นที่มีช่วงอายุ 13 - 22 ปี และกลุ่มวัยทำงานที่มีช่วงอายุ 23 - 35 ปี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 เพศชาย จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 13 - 22 ปี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 และมีอายุ 23 - 35 ปี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 49.7 ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 มีอาชีพเป็นนักเรียนและนักศึกษา จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 และมีรายได้เฉลี่ยส่วนตัวต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.138 และค่า P-Value เท่ากับ 0.017 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจึง ปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือ ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท สมอลล์รูม จำกัด (ครั้งต่อสัปดาห์) จากสื่ออันดับที่ 1 (อินเทอร์เน็ต) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อ บริษัท สมอลล์รูม จำกัด ด้านองค์กร โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก หมายความว่า ผู้ที่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ บริษัท สมอลล์รูม จำกัด (ครั้งต่อสัปดาห์) ผ่านสื่ออันดับที่ 1 (อินเทอร์เน็ต) บ่อยครั้ง จะมีทัศนคติต่อ บริษัท สมอลล์รูม จำกัด ดีตามไปด้วย นอกจากนี้ยังพบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ .588 และค่า P-Value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือทัศนคติเกี่ยวกับบริษัท สมอลล์รูม จำกัด มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของ บริษัท สมอลล์รูม จำกัด โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก หมายความว่า ผู้มีทัศนคติของประชาชนที่มีต่อ บริษัท สมอลล์รูม จำกัด สูง จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของ บริษัท สมอลล์รูม จำกัด สูง ทั้งนี้ขนาดความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับสูง

ณัฐฉิณี กฤตธีรานนท์ (2556) วิจัยเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและทัศนคติต่อหน่วยงาน Learning and Development Center ของพนักงาน บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายร้อยละ 54.9 เพศหญิงร้อยละ 45.1 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ทำงานในบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มาเป็นเวลาไม่เกิน 5 ปี ในด้านพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับหน่วยงาน Learning and Development Center จากสื่อภายในองค์กรจำนวน 2 สื่อ คือ สื่อภายในองค์กร (E-mail พนักงาน และ/หรือ Website : together) สื่อบุคคล (เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน และ/หรือ

ทีมงานของหน่วยงาน Learning and Development Center) ส่วนใหญ่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจาก E-mail พนักงาน และ Website : together ซึ่งเป็นสื่อภายในองค์กรมากที่สุด โดยพนักงานได้รับข่าวสารมากที่สุดในเรื่อง การเปิดให้ลงทะเบียนเรียน (ร้อยละ 65.5) โดยในปีที่ผ่านมาส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่าง เคยเข้ารับการอบรมในหลักสูตรทั่วไป (Generic) มากที่สุด (ร้อยละ 21.1) และการเข้ารับการอบรมกับหน่วยงาน เฉลี่ย 3.10 ครั้งต่อปี เหตุผลที่เข้ารับการอบรม คือ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (ร้อยละ 30.4) นอกจากนั้นผลการวิจัยยังพบว่า พนักงานบริษัทฯ มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน Learning and Development Center ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านหน่วยงาน (ค่าเฉลี่ย 4.07) ด้านหลักสูตร (ค่าเฉลี่ย 4.05) และด้านประชาสัมพันธ์ (ค่าเฉลี่ย 3.83) อีกทั้งยังมีแนวโน้มการเข้าร่วมการฝึกอบรมกับหน่วยงาน Learning and Development Center อยู่ในระดับตั้งใจ ในประเด็นการตั้งใจจะเข้าร่วมการฝึกอบรม (ค่าเฉลี่ย 4.19) ในประเด็นความตั้งใจจะชักชวนเพื่อให้เข้าร่วมการอบรม (ค่าเฉลี่ย 4.02) และพนักงานส่วนใหญ่มีแนวโน้มจะเข้ารับการอบรมครั้งต่อไปในหลักสูตร Management มากที่สุด (ร้อยละ 22)

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร (ครั้ง/สัปดาห์) จากสื่อภายในองค์กรของพนักงานทูลู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับ ทัศนคติต่อหน่วยงาน Learning and Development Center ด้านหน่วยงาน มีค่า R เท่ากับ -0.003 และค่า P-Value เท่ากับ 0.958 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อภายในองค์กรของพนักงานทูลู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อหน่วยงาน Learning and Development Center ด้านหน่วยงาน ($R = -0.003$ P-Value = 0.958) ด้านหลักสูตร ($R = -0.014$ P-Value = 0.800) ด้านประชาสัมพันธ์ ($R = 0.059$ P-Value = 0.292)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของพนักงานภายในองค์กร กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินี จึงตั้งเป็นสมมติฐานการวิจัยที่ 2 ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การเปิดรับข่าวสารของพนักงานภายในองค์กร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินี

2.6.5 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและพฤติกรรม

ทฤษฎี KAP (กัณฑ์พร สุตกรรณ, 2553, น. 43) ได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ที่ ต่อเนื่องกันระหว่างตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (K-Knowledge) ทัศนคติ (A-Attitude) และพฤติกรรม (P-Practice) อันจะมีผลกระทบของการสื่อสารต่อผู้รับสารต่อการเปลี่ยนแปลง ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม โดยทฤษฎี KAP และคำอธิบายของ Rogers ซึ่งเป็นไปในทางเดียวกัน ได้

กล่าวว่า การสื่อสารไม่เพียงส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเท่านั้น การสื่อสารอาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใน 3 สิ่ง คือ

1. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ของผู้รับสาร
2. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสาร
3. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสาร

การเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ประการนี้ มักจะเกิดขึ้นในลักษณะที่ต่อเนื่องกัน แต่ในบางครั้งทัศนคติกับพฤติกรรมของบุคคลนั้นไม่มีความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเสมอไป กล่าวคือ เมื่อการสื่อสารก่อให้เกิดความรู้และทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งที่เผยแพร่แล้ว แต่ในชั้นการยอมรับปฏิบัติ อาจมีผลในทางตรงข้ามได้

ซิมบาร์โด และคณะ (Zimbardo et al, 1997, p. 36 อ้างถึงใน กัมภ์พร สุตกรณ, 2553, น. 43) อธิบายเช่นเดียวกันว่า ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมมีความเชื่อมโยงกัน การเปลี่ยนทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้ามีความรู้ ความเข้าใจ ก็ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมก็จะเปลี่ยนแปลงตามมา สามารถกล่าวได้ว่าการกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของคนเราส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคลที่มีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติของบุคคลนั้นๆ การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันก็เนื่องมาจากความรู้ และทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างของความรู้และทัศนคติก็อาจเกิดจากความแตกต่างในเรื่องการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ และความแตกต่างในการแปลความหมายของสารที่ตนเองได้รับ สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดประสบการณ์ สิ่งสมที่แตกต่างกัน อันมีผลต่อการเกิดพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

ซึ่งแนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ โกมล ทรัพย์กฤษ (2557) วิจัยเรื่องความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงานของบุคลากรสายข่าวโทรทัศน์ในประเทศไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 -30 ปี การศึกษาระดับสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีสาขาวารสารศาสตร์ หรือนิเทศศาสตร์ ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในตำแหน่งผู้สื่อข่าว ประจำอยู่สายข่าวอื่นๆ มีอายุงาน 10 ปีขึ้นไป มีระดับความรู้เกี่ยวกับพลังงานในระดับปานกลาง มีทัศนคติในการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงานอยู่ในระดับเชิงบวกมาก และพฤติกรรมการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงานอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ทัศนคติในการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงาน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. < .05) โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก หมายความว่า ปฏิเสธ H_0 กล่าวคือ ผู้ที่มีทัศนคติในการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงานมาก จะมีพฤติกรรมการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงานมาก ส่วนผู้ที่มีทัศนคติในการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงานน้อย จะมีพฤติกรรมการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงานน้อย ทั้งนี้ขนาดความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ

พศนันท์ แก้วหนู (2556) วิจัยเรื่องการเปิดรับ ทักษะคิด และพฤติกรรมการมีส่วนร่วม เพื่อคัดค้าน EHIA โครงการเขื่อนแม่วงก์ ผ่านสื่อ Facebook พบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.5 เพศชายคิดเป็นร้อยละ 40.5 มีอายุระหว่าง 24 - 35 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.8 และมีอายุ 51 ปีขึ้นไป น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1 เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.0 และประกอบอาชีพอื่นๆ เช่น รับจ้าง น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.0 ด้านรายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.5 ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสาร จากเฟซบุ๊ก “Sasin Chalermarp” อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 โดยมีการเปิดรับการสร้างเขื่อนแม่วงก์ส่งผลกระทบต่อการใช้พื้นที่มรดกโลกทุ่งใหญ่ - ห้วยขาแข้ง มากที่สุด ระดับการเปิดรับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 รองลงมา การเปิดรับผลกระทบต่อสัตว์ป่าและพันธุ์พืชในเขตอุทยานแห่งชาติแม่วงก์ ระดับการเปิดรับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 ส่วนการเปิดรับข่าวสารผลกระทบการสร้างเขื่อนแม่วงก์ที่มีต่อพื้นที่รอบๆ ในแง่สิ่งแวดล้อม ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ส่วนการเปิดรับข่าวสารในข้อความความเป็นมาของเขื่อนแม่วงก์ ระดับการเปิดรับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารน้อยสุด งบประมาณในการก่อสร้างเขื่อนแม่วงก์เทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 น้อยกว่า ระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า ทักษะคิดการคัดค้าน EHIA เขื่อนแม่วงก์ของกลุ่มผู้ติดตามเฟซบุ๊ก “Sasin Chalermarp” มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อการคัดค้าน EHIA โครงการเขื่อนแม่วงก์ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ทักษะคิดการคัดค้าน EHIA เขื่อนแม่วงก์ของกลุ่มผู้ติดตามเฟซบุ๊ก “Sasin Chalermarp” มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อการคัดค้าน EHIA โครงการเขื่อนแม่วงก์ โดยทักษะคิดการคัดค้าน EHIA เขื่อนแม่วงก์ของกลุ่มผู้ติดตามเฟซบุ๊ก “Sasin Chalermarp” มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อการคัดค้านด้าน EHIA โครงการเขื่อนแม่วงก์ ในทิศทางเดียวกัน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคิดที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การของมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช กับพฤติกรรมที่มีส่วนร่วมในองค์การ จึงตั้งเป็นสมมติฐานการวิจัยที่ 3 ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทักษะคิดที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การของมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ

2.6.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติกับแนวโน้มพฤติกรรม

จากแนวคิดทัศนคติและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น 2.6.5 ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมโดยการกระทำ (Conation) หรือพฤติกรรม (Behavior) ที่หมายถึงความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่บุคคลนั้นๆ จะแสดงพฤติกรรมโดยมีการตอบสนองในลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งต่อวัตถุหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ และความรู้

พริยา ศรีทอง (2556) วิจัยเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และทัศนคติที่มีต่อ บริษัท สมอลล์รูม จำกัด ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ศึกษาเกี่ยวกับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 คน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มวัยรุ่นที่มีช่วงอายุ 13 - 22 ปี และกลุ่มวัยทำงานที่มีช่วงอายุ 23 - 35 ปี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 เพศชาย จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 13 - 22 ปี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 และมีอายุ 23 - 35 ปี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 49.7 ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 มีอาชีพเป็นนักเรียนและนักศึกษา จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 และมีรายได้เฉลี่ยส่วนตัวต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างความสัมพันธ์ของทัศนคติของประชาชนที่มีต่อบริษัท สมอลล์รูม จำกัด กับแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของบริษัท สมอลล์รูม จำกัด พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ .588 และค่า P-Value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัย กล่าวคือทัศนคติเกี่ยวกับบริษัท สมอลล์รูม จำกัด มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของ บริษัท สมอลล์รูม จำกัด โดยตัวแปรทัศนคติของประชาชนที่มีต่อบริษัท สมอลล์รูม จำกัด กับแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของบริษัท สมอลล์รูม จำกัด เป็นความสัมพันธ์ทางบวก หมายความว่า ผู้มีทัศนคติของประชาชนที่มีต่อ บริษัท สมอลล์รูม จำกัด สูง จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของ บริษัท สมอลล์รูม จำกัด สูง ทั้งนี้ขนาดความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับสูง

พรชนก ประทักษ์การ (2556) วิจัยเรื่องการรับรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ โดยกลุ่มผู้เข้าชมเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 15 - 25 ปี ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา มีช่วงรายได้/เดือน ไม่เกิน 20,000 บาท โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าชมพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย โดยพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยที่กลุ่มผู้เข้าชมเคยเข้าชมมากที่สุดคือ พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ ส่วนเหตุผลส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจเข้าชม คือ มีความสนใจละเอียดอยากไปเอง และกลุ่มผู้เข้าชมส่วนใหญ่เข้าชมพิพิธภัณฑ์กับเพื่อนสนิท สำหรับผลการศึกษาเรื่องพฤติกรรม

เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “นิทรรศน์รัตนโกสินทร์” พบว่ากลุ่มผู้เข้าชมเปิดรับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด จำนวน 5 ครั้ง/เดือน โดยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ ประวัติความเป็นมาของนิทรรศน์รัตนโกสินทร์เป็นสถานที่หรือพิพิธภัณฑ์ที่น่าเสนอประวัติความเป็นมาของ กรุงเทพมหานคร ประวัติศาสตร์ชาติไทย ประวัติของกรุงเทพมหานคร และวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ขนบธรรมเนียม ประเพณีของคนไทยในอดีตหรือคนในกรุงรัตนโกสินทร์ และรับรู้ว่าการเข้าชมของ “นิทรรศน์รัตนโกสินทร์” คือ นักเรียน นักศึกษา และเยาวชน ซึ่งการรับรู้ดังกล่าวสอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารอาคารนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้เข้าชมส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ในเชิงบวกและพบว่า กลุ่มผู้เข้าชมมีค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมากที่สุด อีกทั้งยังมีแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าชมและการแนะนำให้ผู้อื่นเข้าชมอยู่ในระดับสูงมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าชมนิทรรศน์รัตนโกสินทร์กับทัศนคติต่อนิทรรศน์รัตนโกสินทร์โดยรวมพบว่า ค่า R เท่ากับ 0.468 และ ค่า P-Value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 4 สรุปได้ว่า ทัศนคติต่อนิทรรศน์รัตนโกสินทร์โดยรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าชมนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ทัศนคติต่อนิทรรศน์รัตนโกสินทร์โดยรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าชมนิทรรศน์รัตนโกสินทร์มีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อมีทัศนคติต่อนิทรรศน์รัตนโกสินทร์โดยรวมในทางบวก แนวโน้มพฤติกรรมการเข้าชมนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ก็จะสูงตามไปด้วย

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความเชื่อว่าทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การ กับแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ

2.7 กรอบความคิดในงานวิจัย



ภาพที่ 2.2 กรอบความคิดในการวิจัย.

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัย “ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช” ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self - administered Questionnaire) เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาอธิบายทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน รวมถึงพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การของผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช และเคยเปิดรับข่าวสารภายในของมหาวิทยาลัย แบ่งบุคลากรออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ พนักงานมหาวิทยาลัย ข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ ข้าราชการกรุงเทพมหานครในสถาบันอุดมศึกษา ลูกจ้างประจำ และบุคลากรภายนอกช่วยปฏิบัติงาน จำนวน 3,444 คน

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ด้วยการคำนวณตามสูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% และระดับความคลาดเคลื่อนในการยอมรับไม่เกิน 0.05 ดังสูตรต่อไปนี้

$$\text{สูตร} = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดตัวอย่าง

N = ขนาดประชากรที่เคยเปิดรับข่าวสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง มีค่าเท่ากับ 0.05

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{3444}{1 + 3444 (.05)^2} \\
 &= \frac{3444}{9.61} \\
 &= 359
 \end{aligned}$$

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 359 คน แต่ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 360 คน

3.2 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบสุ่ม แบ่งชั้นภูมิอย่างง่าย (Stratified random sampling) โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) ผู้วิจัยแบ่งลักษณะบุคลากรออกเป็นชั้นภูมิ โดยแบ่งออกเป็น 5 ชั้นภูมิ ตามลักษณะประเภทของบุคลากร

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกตัวอย่างแบบสัดส่วน (Proportion Sampling) ในการหาขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิ ใช้แบบสัดส่วน เนื่องจากชั้นภูมิชั้นที่ 3 ข้าราชการกรุงเทพมหานครในสถาบันอุดมศึกษามีจำนวน 29 คน ผู้วิจัยจึงได้เลือกตัวอย่างมาทั้งหมด 29 คน และในชั้นภูมิที่ 1, 2, 4, 5 ใช้แบบสัดส่วน โดยที่ชั้นภูมิใดมีบุคลากรมากก็เลือกกลุ่มตัวอย่างมาก ได้จำนวนบุคลากรตัวอย่างดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1

แสดงจำนวนบุคลากรและกลุ่มตัวอย่างประเภทของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัย
นวมินทราชินราษ จำแนกตามประเภทบุคลากร

ชั้นภูมิ (ประเภทบุคลากร)	จำนวนบุคลากรและกลุ่มตัวอย่าง (คน)	
	จำนวนบุคลากรทั้งหมด	จำนวนบุคลากรตัวอย่าง
พนักงานมหาวิทยาลัย	1983	192
ข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ	507	50
ข้าราชการกรุงเทพมหานคร ในสถาบันอุดมศึกษา	29	29
ลูกจ้างประจำ	647	62
บุคลากรภายนอกช่วยปฏิบัติงาน	278	27
รวม	3444	360

ขั้นตอนที่ 3 การเลือกตัวอย่างสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) การได้พนักงานคนใดถูกเลือกเป็นตัวอย่าง จะสุ่มรายชื่อบุคลากรในแต่ละชั้นภูมิโดยแบบจับสลาก แบบไม่ใส่กลับ จนได้จำนวนบุคลากรครบตามกำหนด

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกแบบสอบถามเอง (Self-Administered Questionnaire) ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามปลายปิด (Closed-Ended Question) และคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทบุคลากร รายได้ และระยะเวลาในการทำงาน เป็นคำถามปลายปิดแบบเลือกตอบจำนวน 6 ข้อ โดยตัวแปรเพศ และประเภทบุคลากรเป็นการวัดในระดับนามบัญญัติ (Nominal Scale) ส่วนตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาในการทำงาน เป็นการวัดในระดับอันดับ (Ordinal Scale) รวมคำถามในส่วนที่ 1 นี้ทั้งสิ้น 7 ข้อ ได้แก่คำถามข้อที่ 1 - ข้อที่ 7

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช ประกอบด้วย เคยเปิดรับสื่อประเภทใดบ้าง เปิดรับสื่อประเภทใดมากที่สุด ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช (ครั้ง/เดือน) ช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสาร และประเภทของข่าวสารที่เปิดรับเป็นประจำ จากสื่อบันทึกข้อความ / หนังสือเวียน, วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช บอร์ดประชาสัมพันธ์, จอติดจอโซเชียล / จอ LED, กล้องรับความคิดเห็น, เว็บไซต์ (www.nmu.ac.th) เฟซบุ๊กออฟฟิเชียล, ไลน์ออฟฟิเชียล, ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ (E-Document) และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ / Intranet

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช โดยแบ่งตามรูปแบบการติดต่อสื่อสาร ได้แก่ การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward Communication) การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (Upward Communication) และการติดต่อสื่อสารตามแนวราบ (Horizontal Communication) ซึ่งแบ่งตามอารมณ์ความรู้สึกที่มีต่อ

1. ด้านเนื้อหา
2. ด้านช่องทาง

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมภายในองค์กร ได้แก่ ความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรม ประเภทของกิจกรรมที่เข้าร่วม เหตุผลในการเข้าร่วมกิจกรรม วัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมกิจกรรม และช่วงเวลาที่เข้าร่วมกิจกรรมมากที่สุด

ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมภายในองค์กร ได้แก่ ความตั้งใจในการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชต่อไป และความตั้งใจที่จะบอกต่อหรือแนะนำบุคคลอื่นให้เข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะทั่วไป ที่คิดว่า การสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช ควรมีการปรับปรุงในเรื่องใดบ้าง เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ

3.4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาสามารถแจกแจงตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาตามสมมติฐานการศึกษา ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์กร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ประเภทบุคลากร รายได้ และระยะเวลาทำงานในหน่วยงานที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กรแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์กร

ตัวแปรตาม คือ การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การเปิดรับข่าวสารของพนักงานภายในองค์การ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช

ตัวแปร คือ

1. การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ
2. ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ

ตัวแปร คือ

1. ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช
2. พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ

ตัวแปร คือ

1. ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช
2. แนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ

3.5 การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 6 คำถาม ดังนี้

1. เพศ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่
 - 1.1 เพศชาย
 - 1.2 เพศหญิง

2. ช่วงอายุ แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่
 - 2.1 18 - 23 ปี
 - 2.2 24 - 34 ปี
 - 2.3 35 - 49 ปี
 - 2.4 50 - 60 ปี
 - 2.5 มากกว่า 60 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษาสูงสุด แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่
 - 3.1 ประถมศึกษา
 - 3.2 มัธยมศึกษา / ปวช.หรือเทียบเท่า
 - 3.3 อนุปริญญา / ปวส. หรือเทียบเท่า
 - 3.4 ปริญญาตรี
 - 3.5 ปริญญาโทขึ้นไป
4. ประเภทบุคลากร แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่
 - 4.1 พนักงานมหาวิทยาลัย
 - 4.2 ข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ
 - 4.3 ข้าราชการกรุงเทพมหานครในสถาบันอุดมศึกษา
 - 4.4 ลูกจ้างประจำ
 - 4.5 บุคลากรภายนอกช่วยปฏิบัติงาน
5. เงินเดือน (ไม่รวมเงินประจำตำแหน่งและเงินสวัสดิการ) แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่
 - 5.1 ไม่เกิน 5,000 บาท/เดือน
 - 5.2 5,001 - 10,000 บาท/เดือน
 - 5.3 10,001 - 20,000 บาท/เดือน
 - 5.4 20,001 - 30,000 บาท/เดือน
 - 5.5 มากกว่า 30,000 บาท
6. ระยะเวลาทำงานในหน่วยงาน แบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่
 - 6.1 ต่ำกว่า 1 ปี
 - 6.2 1 - 2 ปี
 - 6.3 3 - 5 ปี

6.4 6 - 10 ปี

6.5 11 - 15 ปี

6.6 16 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช
แบ่งออกเป็น 4 คำถาม ดังนี้

2.1 ท่านเปิดรับข่าวสารใดบ้างเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช จากสื่อภายในต่าง
ๆ ต่อไปนี้ บ่อยครั้งเพียงใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1.) บันทึกรายการ / หนังสือเวียน
- 2.) วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช
- 3.) บอร์ดประชาสัมพันธ์
- 4.) จอดีจิตอลไซเนจ / จอ LED
- 5.) กล้องรับความคิดเห็น
- 6.) เว็บไซต์ (www.nmu.ac.th)
- 7.) เฟซบุ๊กออฟฟิเชียล
- 8.) ไลน์ออฟฟิเชียล
- 9.) ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ (eDocument)
- 10.) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ / อินทราเน็ต

2.2 ท่านเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช จากสื่อภายในต่าง ๆ
ต่อไปนี้ โดยให้เลือกรายการ 3 ลำดับแรก และบอกความถี่ในการเปิดรับของสื่อที่ท่านเลือก
(ครั้ง/เดือน)

- | | |
|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> บันทึกรายการ / หนังสือเวียน | ความถี่ในการเปิดรับ.....ครั้ง/เดือน |
| <input type="checkbox"/> วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช | ความถี่ในการเปิดรับ.....ครั้ง/เดือน |
| <input type="checkbox"/> บอร์ดประชาสัมพันธ์ | ความถี่ในการเปิดรับ.....ครั้ง/เดือน |
| <input type="checkbox"/> จอดีจิตอลไซเนจ / จอ LED | ความถี่ในการเปิดรับ.....ครั้ง/เดือน |
| <input type="checkbox"/> กล้องรับความคิดเห็น | ความถี่ในการเปิดรับ.....ครั้ง/เดือน |
| <input type="checkbox"/> เว็บไซต์ (www.nmu.ac.th) | ความถี่ในการเปิดรับ.....ครั้ง/เดือน |
| <input type="checkbox"/> เฟซบุ๊กออฟฟิเชียล | ความถี่ในการเปิดรับ.....ครั้ง/เดือน |
| <input type="checkbox"/> ไลน์ออฟฟิเชียล | ความถี่ในการเปิดรับ.....ครั้ง/เดือน |

ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ ความถี่ในการเปิดรับ.....ครั้ง/เดือน
(eDocument)

จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ / อินทราเน็ต ความถี่ในการเปิดรับ.....ครั้ง/เดือน

2.3 ช่วงเวลาที่ท่านเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชินีเป็นประจำ
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

[] 1.) ช่วงเช้า 08.00 – 12.00 น. [] 2.) ช่วงบ่าย 12.01 – 15.00 น.

[] 3.) ช่วงเย็น 15.01 – 18.00 น. [] 4.) ช่วงค่ำ 18.01 – 21.00 น.

[] 5.) ทั้งวัน 09.00 – 21.00 น.

2.4 ประเภทของข่าวสารภายในมหาวิทยาลัยนวมินทราชินีที่เปิดรับเป็นประจำ
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

[] 1.) วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมองค์กร

[] 2.) กฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ

[] 3.) ข่าวประชุมวิชาการ

[] 4.) กิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัย

[] 5.) ข่าวสารการเข้าสู่ตำแหน่งวิชาการ

[] 6.) ข่าวสารด้านการศึกษา

[] 7.) ข่าวสารด้านงานวิจัย

[] 8.) ข่าวสารด้านการบริการวิชาการ (ความรู้สู่ประชาชน)

[] 9.) ข่าวสารด้านสวัสดิการพนักงานมหาวิทยาลัย

[] 10.) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ / อินทราเน็ต

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินี แบ่งออกตามรูปแบบการสื่อสารภายใน 3 รูปแบบดังนี้

1. การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (ข่าวสารที่ส่งมาจากผู้บริหาร หัวหน้างาน หรือผู้บังคับบัญชา)

2. การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (ข่าวสารที่ผู้ปฏิบัติงาน รายงานผู้บริหาร หัวหน้างาน หรือผู้บังคับบัญชา)

3. การติดต่อสื่อสารตามแนวราบ (ข่าวสารที่สื่อสารระหว่างผู้ปฏิบัติงานระดับเดียวกัน หรือต่างสายงาน)

ตารางที่ 3.2

ตารางคำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช

ประเด็น	
1. การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (ข่าวสารที่ส่งมาจากผู้บริหาร หัวหน้างาน หรือผู้บังคับบัญชา)	
ด้านประเด็นเนื้อหา	
1.1	เนื้อหาของสารที่ส่งมาจากผู้บริหาร ทำให้ท่านรู้และเข้าใจ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม และเป้าหมายขององค์กรได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง
1.2	ข่าวสารแบบเป็นทางการ ที่ส่งมาจากผู้บริหาร ทำให้ท่านรู้สึกเชื่อมั่นและเกิดความไว้วางใจ
1.3	ข่าวสารที่ส่งมาจากผู้บริหารอย่างเป็นทางการ ทำให้ท่านรู้สึกต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ
1.4	หากต้องเผชิญหน้ากับข่าวร้าย ท่านสามารถอธิบายถึงปัญหาเหล่านั้น และสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้
1.5	ท่านคิดว่าข่าวสารที่สื่อสารมาจากผู้บริหารอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างบรรยากาศที่ดีในที่ทำงานได้
ด้านช่องทาง	
1.6	ข่าวสารต่างๆ ที่ส่งทางช่องทางวารสารมหาวิทยาลัย มีความชัดเจนและถูกต้อง
1.7	ท่านรู้สึกว่าข่าวสารต่าง ๆ ที่ส่งทางช่องทางบันทึกข้อความ มีลักษณะสั้นกระชับ และตรงประเด็น
1.8	ท่านรู้สึกพอใจช่องทางการสื่อสารขององค์กรผ่านรายงานการประชุม ที่มีการส่งอย่างสม่ำเสมอ ทำให้เข้าใจเรื่องต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น
1.9	ท่านรู้สึกว่าช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรผ่านเว็บไซต์ของท่านมีความทันสมัย
1.10	ช่องทางการสื่อสารผ่านคำสั่ง ระเบียบ ข้อบังคับ บอร์ดประชาสัมพันธ์ มีความสะดวกสามารถเข้าถึงได้ง่าย

ตารางที่ 3.2

ตารางคำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช (ต่อ)

ประเด็น	
2. การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (ข่าวสารที่ผู้ปฏิบัติงาน รายงานผู้บริหาร หัวหน้าส่วนงาน หรือผู้บังคับบัญชา)	
ด้านประเด็นเนื้อหา	
2.1	ท่านรู้สึกพอใจที่ข้อมูล ข่าวสารต่างๆ ที่ผู้ปฏิบัติงานสะท้อนกลับไปยังผู้บริหารนั้น ได้รับการพิจารณาและนำมาปฏิบัติกรอย่างสม่ำเสมอ
2.2	ข่าวสารต่างๆ ที่ท่านส่งไปยังผู้บริหารได้รับความสนใจ ทำให้ท่านรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยในการขับเคลื่อนองค์กร
2.3	ท่านรู้สึกพอใจเมื่อข้อเสนอแนะของท่านที่ส่งไปยังผู้บริหาร ถูกนำมาปรับปรุงงานให้ดียิ่งขึ้น
2.4	ปัญหาหรือการร้องทุกข์ ที่ถูกส่งไปยังผู้บริหารได้รับการตอบสนอง และแก้ไขไปในทางที่ดีขึ้น
2.5	ท่านรู้สึกพอใจในองค์กรของท่านเมื่อผู้ปฏิบัติงานรายงานความเสี่ยง ที่อาจก่อให้เกิดวิกฤตในองค์กร ผู้บริหารตอบสนองอย่างรวดเร็วและสม่ำเสมอ
ด้านช่องทาง	
2.6	ท่านคิดว่าในองค์กรของท่านมีช่องทางกระบวนการร้องทุกข์ผ่านกล่องรับความคิดเห็น เว็บไซต์รับข้อร้องเรียนที่เหมาะสม
2.7	เมื่อท่านมีปัญหาหรือแนวคิดในการทำงาน ท่านสามารถส่งถึงผู้บริหารผ่านกล่องรับความคิดเห็น และเว็บไซต์รับข้อร้องเรียนได้หลายช่องทาง
2.8	ท่านรู้สึกพอใจในช่องทางการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน ผ่านเว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ที่มีช่องทางสำหรับ ถามตอบ
2.9	ท่านรู้สึกพอใจที่องค์กรของท่านมีเวทีให้ผู้ปฏิบัติงานได้แสดงความคิดเห็นไปถึงผู้บริหาร
2.10	ท่านรู้สึกพอใจที่องค์กรของท่านมีการเปิดช่องให้มีการติดต่อสื่อสารไปยังผู้บริหารอย่างมีประสิทธิภาพและเพียงพอ

ตารางที่ 3.2

ตารางคำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช (ต่อ)

ประเด็น
3. การติดต่อสื่อสารตามแนวราบ (ข่าวสารที่สื่อสารระหว่างผู้ปฏิบัติงานระดับเดียวกัน หรือต่างสายงาน)
ด้านประเด็นเนื้อหา
3.1 ท่านรู้สึกพอใจในการมอบหมายระหว่างผู้ปฏิบัติงานในสายงานหรือต่างสายงาน
3.2 ท่านรู้สึกว่าการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ปฏิบัติงาน ช่วยในการประสานงานระหว่างแผนก และ ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแผนกได้เป็นอย่างดี
3.3 ท่านรู้สึกพอใจในการถ่ายทอดข้อมูลภายในองค์กรที่ทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ
3.4 ท่านรู้สึกพอใจในข้อมูลเกี่ยวกับแผนงานและกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารระหว่างผู้ปฏิบัติงาน
3.5 ท่านคิดว่าการแลกเปลี่ยนความรู้ในการทำงานผ่านการสื่อสาร ทำให้เกิดความชำนาญในวิชาชีพ และเกิดความสนใจเฉพาะในแต่ละสายงาน
ด้านช่องทาง
3.6 ท่านรู้สึกว่าการสื่อสารผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ทำให้เกิดความเข้าใจง่ายและรวดเร็ว
3.7 ท่านรู้สึกว่าการสื่อสารผ่านช่องทางบันทึกข้อความ มีความถูกต้องและชัดเจน
3.8 ท่านคิดว่าการสื่อสารผ่านช่องทางการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้
3.9 การสื่อสารผ่านช่องทางการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ ทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ปฏิบัติงานในองค์กร
3.10 การสื่อสารผ่านช่องทางบันทึกข้อความ ทำให้เกิดการมอบหมายงาน และประสานงานภายในองค์กร

เกณฑ์การให้คะแนนและแปลความหมายทัศนคติ ดังนี้

ตารางที่ 3.3

ตารางเกณฑ์การให้คะแนนและแปลความหมายที่ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราชูราช

ระดับความรู้สึก	ระดับคะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาคำนวณ โดยหาค่าเฉลี่ยจากการใช้ประโยชน์แต่ละด้านตามเกณฑ์การกำหนดช่วงคะแนน ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วง}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

ช่วงของค่าเฉลี่ยที่ได้ มีดังนี้

ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยคะแนน 2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยคะแนน 3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ยคะแนน 4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยที่ได้จากการคำนวณแล้ว สามารถแปลความหมายได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ยคะแนน 3.41 – 5.00	หมายถึง	ทัศนคติเชิงบวก
ค่าเฉลี่ยคะแนน 2.61 – 3.40	หมายถึง	ทัศนคติปานกลาง
ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.00 – 2.60	หมายถึง	ทัศนคติเชิงลบ

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมกับองค์กรประเด็นต่าง ๆ

ตารางที่ 3.4

ตารางคำถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมกับองค์กรประเด็นต่าง ๆ

ประเด็น
4.1 ท่านเคยเข้าร่วมการประชุมที่สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ (กิจกรรมอธิการบดีพบประชาคม)
4.2 ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมประเภทวิชาการของมหาวิทยาลัย (ประชุมวิชาการ, โครงการอบรมภาษาอังกฤษ ฯลฯ)
4.3 ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมประเภทสังคมและสิ่งแวดล้อมของมหาวิทยาลัย (กิจกรรมค่ายอาสา, กิจกรรมทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม)

เกณฑ์การให้คะแนนและแปลความหมายการมีส่วนร่วมในองค์กร

ตารางที่ 3.5

ตารางเกณฑ์การให้คะแนนและแปลความหมายการมีส่วนร่วมในองค์กร

ระดับความรู้สึก	ระดับคะแนน
บ่อยมาก	5
บ่อย	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาคำนวณ โดยหาค่าเฉลี่ยจากการใช้ประโยชน์แต่ละด้านตามเกณฑ์การกำหนดช่วงคะแนน ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วง}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

ช่วงของค่าเฉลี่ยที่ได้ มีดังนี้

ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.00 – 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.81 – 2.60	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ยคะแนน 2.61 – 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยคะแนน 3.41 – 4.20	หมายถึง	บ่อย
ค่าเฉลี่ยคะแนน 4.21 – 5.00	หมายถึง	บ่อยมาก

4.4 ท่านเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราษโดยเฉลี่ย.....ครั้งต่อปี

4.5 ท่านเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราษประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

กิจกรรมทางวิชาการ

- 1.) กิจกรรมประชุมวิชาการ
- 2.) กิจกรรมอบรมให้ความรู้
- 3.) กิจกรรมอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพ
- 4.) กิจกรรมทดสอบความรู้ ความสามารถ ด้านการใช้ภาษาอังกฤษ
- 5.) กิจกรรมทดสอบความรู้ ความสามารถ ด้านการใช้คอมพิวเตอร์
- 6.) โครงการอบรมภาษาอังกฤษ
- 7.) โครงการอบรมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับ พ.ร.บ.การจัดซื้อจัดจ้าง
- 8.) ข่าวสารด้านการบริการวิชาการ (ความรู้สู่ประชาชน)

กิจกรรมทางสังคมและสิ่งแวดล้อม

- 1.) วันสถาปนามหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราษ
- 2.) วันสถาปนาวชิรพยาบาล
- 3.) วันมหาธีรราชเจ้า
- 4.) กิจกรรมบิ๊กลีนนิ่งเดย์
- 5.) กิจกรรมค่ายอาสา (คณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์)
- 6.) กิจกรรมตรวจเยี่ยมชุมชน (คณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์)
- 7.) กิจกรรมป้องกันลูกน้ำยุงลายในสถานที่ทำงาน
- 8.) กิจกรรมทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและศาสนา

4.6 เหตุผลที่ท่านเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินี (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1.) ทำให้โลกทัศน์ของตนเองกว้างมากขึ้น
- 2.) ทำให้เกิดการค้นพบและรู้จักตัวเองมากขึ้น
- 3.) ทำให้เกิดความสามารถในการบริหารเวลา
- 4.) ทำให้เกิดความสามัคคีและได้ทำงานร่วมกับผู้อื่น
- 5.) ทำให้เกิดพัฒนาการทางด้านบุคลิกภาพ
- 6.) ทำให้เกิดการรู้จักและเข้าใจคำว่า บทบาท

4.7 วัตถุประสงค์ที่ท่านเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินี (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1.) เพื่อความสามัคคีและได้ทำงานร่วมกับผู้อื่น
- 2.) เพื่อความบันเทิง สนุกสนาน เพลิดเพลิน
- 3.) เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์
- 4.) เพื่อผ่อนคลายความเครียด
- 5.) เพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

4.8 ท่านเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินีในช่วงเวลาใดมากที่สุด

- 1.) ช่วงเช้า 08.00 – 12.00 น.
- 2.) ช่วงบ่าย 12.01 – 16.00 น.

4.9 ท่านสะดวกเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินีในวันใดมากที่สุด

- 1.) วันจันทร์
- 2.) วันอังคาร
- 3.) วันพุธ
- 4.) วันพฤหัสบดี
- 5.) วันศุกร์

ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ แบ่งออกเป็น 2 ข้อ ดังนี้

ตารางที่ 3.6

ตารางคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ

ประเด็น
5.1 ท่านตั้งใจเข้าร่วมการประชุมที่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ และแนะนำบุคคลอื่นให้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว
5.2 ท่านตั้งใจเข้าร่วมกิจกรรมประเภทวิชาการขององค์การ และจะแนะนำบุคคลอื่นให้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว
5.3 ท่านตั้งใจเข้าร่วมกิจกรรมประเภทสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์การ และจะแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว

เกณฑ์การให้คะแนนและแปลความหมายแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ

ตารางที่ 3.7

ตารางเกณฑ์การให้คะแนนและแปลความหมายแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ

ระดับความรู้สึก	ระดับคะแนน
ตั้งใจเป็นอย่างยิ่ง	5
ตั้งใจมาก	4
ตั้งใจปานกลาง	3
ตั้งใจน้อย	2
ตั้งใจน้อยที่สุด	1

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาคำนวณ โดยหาค่าเฉลี่ยจากการใช้ประโยชน์แต่ละด้านตามเกณฑ์การกำหนดช่วงคะแนน ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วง}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

ช่วงของค่าเฉลี่ยที่ได้ มีดังนี้

ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.00 – 1.80	หมายถึง	ตั้งใจน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ยคะแนน 1.81 – 2.60	หมายถึง	ตั้งใจน้อย
ค่าเฉลี่ยคะแนน 2.61 – 3.40	หมายถึง	ตั้งใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ยคะแนน 3.41 – 4.20	หมายถึง	ตั้งใจมาก
ค่าเฉลี่ยคะแนน 4.21 – 5.00	หมายถึง	ตั้งใจมากที่สุด

3.6 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิจัยนี้ โดยศึกษาวิธีการสร้างคำถามมาจากแบบสอบถามจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้เคยมีผู้ศึกษาไว้แล้ว แล้วจึงนำมาประยุกต์ให้เข้ากับสมมติฐานของงานวิจัยที่ต้องการศึกษา ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ดังต่อไปนี้

3.6.1 ความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ พิจารณาความชัดเจนและความครอบคลุม ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ และสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการหาคำตอบสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ได้

3.6.2 ความเที่ยงตรง (Reliability)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบก่อน (Pre-Test) กับผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราชนิเทศที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะเหมือนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ชุด การทดสอบก่อนการศึกษานี้เพื่อหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามว่ากลุ่มตัวอย่างนี้มีความเข้าใจแบบสอบถามหรือไม่ ซึ่งจะเลือกคำนวณเฉพาะส่วนของแบบสอบถามที่สามารถนำมาตีค่าเป็นคะแนนได้ (Rating Scale) เท่านั้น สำหรับค่าความน่าเชื่อถือที่ใช้ในการศึกษานี้จะใช้สูตรของวิธีสัมประสิทธิ์แบบอัลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach)

มีสูตร ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

เมื่อ	α	=	ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นได้ของแบบสอบถาม
	K	=	จำนวนข้อคำถาม
	s_i^2	=	ความแปรปรวนของคำถามแต่ละข้อ
	s_t^2	=	ความแปรปรวนของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด หรือกำลังสองของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของคะแนนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

โดยแบบสอบถามที่นำไปทดสอบก่อนใช้จริง สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2548, น. 161) กล่าวว่า ผลการทดสอบต้องมีค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือได้จำนวนมากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 จึงถือว่าแบบทดสอบนั้นมีความเชื่อมั่น เพราะฉะนั้นหากทดสอบแล้วได้น้อยกว่า 0.7 จะต้องทำการแก้ไขแบบสอบถาม แล้วทำการทดสอบแบบสอบถามที่แก้ไขกับกลุ่มตัวอย่างซ้ำใหม่จนกว่าค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือจะต้องไม่ต่ำกว่า 0.7

จากการทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ใช้ทำการศึกษาได้ค่าสัมประสิทธิ์ alpha เท่ากับ 0.70 ขึ้นไป ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่น โดยได้ค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

ทัศนคติโดยรวม	ได้ค่าความเชื่อมั่น = .957
การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง	ได้ค่าความเชื่อมั่น = .878
- ด้านประเด็นเนื้อหา	ได้ค่าความเชื่อมั่น = .727
- ด้านช่องทาง	ได้ค่าความเชื่อมั่น = .889
การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน	ได้ค่าความเชื่อมั่น = .926
- ด้านประเด็นเนื้อหา	ได้ค่าความเชื่อมั่น = .881
- ด้านช่องทาง	ได้ค่าความเชื่อมั่น = .882
การติดต่อสื่อสารแนวราบ	ได้ค่าความเชื่อมั่น = .908
- ด้านประเด็นเนื้อหา	ได้ค่าความเชื่อมั่น = .892
- ด้านช่องทาง	ได้ค่าความเชื่อมั่น = .806
ประเด็นการมีส่วนร่วม	ได้ค่าความเชื่อมั่น = .829
ประเด็นแนวโน้มพฤติกรรม	ได้ค่าความเชื่อมั่น = .943

3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการแจกแบบสอบถาม จำนวน 360 ชุด โดยจะทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยนวมินทราชินีที่เคยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย แบ่งตามประเภทบุคลากร 5 ประเภท ได้แก่ พนักงานมหาวิทยาลัย ข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ ข้าราชการกรุงเทพมหานครในสถาบันอุดมศึกษา ลูกจ้างประจำ และบุคลากรภายนอกช่วยปฏิบัติงาน โดยจะให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเอง (Self-Administered Questionnaire) ซึ่งจะทำให้ผู้วิจัยได้ตอบแบบสอบถามที่ตรงตามวัตถุประสงค์

3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์เพื่อหาค่าทางสถิติ โดยนำข้อมูลที่ได้มาลงรหัสเพื่อเป็นข้อมูลในรูปของสัญลักษณ์ได้แล้ว จึงนำข้อมูลไปประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้ในการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ แล้วนำผลการคำนวณทางสถิติที่ได้มาเขียนวิเคราะห์เพื่อนำเสนอผลการวิจัย โดยการวิจัยนี้จะใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

1.1 การวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัย ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทบุคลากร รายได้ และระยะเวลาทำงานในหน่วยงาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชินี ทศนคตที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินี พฤติกรรมการมีส่วนร่วมภายในองค์การ รวมถึงแนวโน้มพฤติกรรมมีส่วนร่วมภายในองค์การ สถิติที่ใช้ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

2.1 ในการทดสอบความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์การที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การต่างกัน ในสมมติฐานการวิจัยที่ 1 กรณีที่ประชากรแบ่งเป็น 2 กลุ่ม สถิติที่ใช้ คือ Independent T-Test และในกรณีที่ประชากรแบ่งมากกว่า 2 กลุ่ม สถิติที่ใช้ คือ One-way Anova

2.2 ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปรในสมมติฐานการวิจัยที่ 2 3 และ 4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) โดยใช้ค่าสถิติ t

การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ของระดับความสัมพันธ์ 2 ตัวแปร ดังนี้

ระดับ 0.7 ขึ้นไป	หมายถึง	ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงมาก
ระดับ 0.50 - 0.69	หมายถึง	ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูง
ระดับ 0.30 - 0.49	หมายถึง	ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันปานกลาง
ระดับ 0.10 - 0.29	หมายถึง	ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันต่ำ
ระดับ 0.01 - 0.09	หมายถึง	ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันต่ำมาก

ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเป็นบวกแสดงว่า 2 ตัวแปรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเป็นลบแสดงว่า 2 ตัวแปรมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

3.9 สรุปสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้

สรุปสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ ดังตารางที่ 3.8

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์กรที่แตกต่างกัน กับการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร จากสื่อที่เปิดรับมากที่สุด 3 ลำดับแรก แตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์กรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 แตกต่างกัน	

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.1 เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 แตกต่างกัน</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 ไม่แตกต่างกัน</p> <p>H_1 : เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 แตกต่างกัน</p>	Independent t-test
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.2 ช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 แตกต่างกัน</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ช่วงอายุที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วง มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 ไม่แตกต่างกัน</p> <p>H_1 : ช่วงอายุอย่างน้อย 2 ช่วงที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วง มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 แตกต่างกัน</p>	One-way ANOVA

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 แตกต่างกัน</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 ไม่แตกต่างกัน</p> <p>H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ระดับ มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 แตกต่างกัน</p>	One-way ANOVA
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.4 ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 แตกต่างกัน</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 ไม่แตกต่างกัน</p> <p>H_1 : ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ประเภท มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 แตกต่างกัน</p>	One-way ANOVA

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.5 ช่วงรายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 แตกต่างกัน</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ช่วงรายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 ไม่แตกต่างกัน</p> <p>H_1 : ช่วงรายได้ที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วง มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 แตกต่างกัน</p>	One-way ANOVA
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.6 ช่วงระยะเวลาทำงานในหน่วยงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 แตกต่างกัน</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ช่วงระยะเวลาทำงานในหน่วยงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 ไม่แตกต่างกัน</p> <p>H_1 : ช่วงระยะเวลาทำงานในหน่วยงานที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วง มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 แตกต่างกัน</p>	One-way ANOVA

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์กรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 แตกต่างกัน</p>	
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.1 เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 แตกต่างกัน</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 ไม่แตกต่างกัน</p> <p>H_1 : เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 แตกต่างกัน</p>	Independent t-test
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.2 ช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 แตกต่างกัน</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 ไม่แตกต่างกัน</p> <p>H_1 : ช่วงอายุอย่างน้อย 2 ช่วงแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 แตกต่างกัน</p>	One-way ANOVA

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 แตกต่างกัน</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 ไม่แตกต่างกัน</p> <p>H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ระดับ มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 แตกต่างกันภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 แตกต่างกัน</p>	One-way ANOVA
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.4 ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 แตกต่างกัน</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 ไม่แตกต่างกัน</p> <p>H_1 : ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ประเภท มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 แตกต่างกัน</p>	One-way ANOVA

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.5 ช่วงรายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 แตกต่างกัน</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ช่วงรายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 ไม่แตกต่างกัน</p> <p>H_1 : ช่วงรายได้ที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วง มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 แตกต่างกัน</p>	One-way ANOVA
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.6 ช่วงระยะเวลาทำงานในหน่วยงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 แตกต่างกัน</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ช่วงระยะเวลาทำงานในหน่วยงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 ไม่แตกต่างกัน</p> <p>H_1 : ช่วงระยะเวลาทำงานในหน่วยงานที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วง มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 แตกต่างกัน</p>	One-way ANOVA

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3 ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์กรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 แตกต่างกัน</p>	
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.1 เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 แตกต่างกัน</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 ไม่แตกต่างกัน</p> <p>H_1 : เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 แตกต่างกัน</p>	<p>Independent t-test</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.2 ช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 แตกต่างกัน</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 ไม่แตกต่างกัน</p> <p>H_1 : ช่วงอายุอย่างน้อย 2 ช่วงแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 แตกต่างกัน</p>	<p>One-way ANOVA</p>

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 แตกต่างกัน</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 ไม่แตกต่างกัน</p> <p>H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ระดับ มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 แตกต่างกัน</p>	One-way ANOVA
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.4 ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 แตกต่างกัน</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 ไม่แตกต่างกัน</p> <p>H_1 : ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ประเภท มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 แตกต่างกัน</p>	One-way ANOVA

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.5 ช่วงรายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 แตกต่างกัน</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ช่วงรายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 ไม่แตกต่างกัน</p> <p>H_1 : ช่วงรายได้ที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วง มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 แตกต่างกัน</p>	One-way ANOVA
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.6 ช่วงระยะเวลาทำงานในหน่วยงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 แตกต่างกัน</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ช่วงระยะเวลาทำงานในหน่วยงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 ไม่แตกต่างกัน</p> <p>H_1 : ช่วงระยะเวลาทำงานในหน่วยงานที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วง มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 แตกต่างกัน</p>	One-way ANOVA
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การ</p>	
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน</p>	

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.1 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา</p> <p>H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.2 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง</p> <p>H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.3 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา</p> <p>H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.4 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง</p> <p>H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.5 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา</p> <p>H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบด้านเนื้อหา</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.6 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง</p> <p>H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบโดยรวมการสื่อสารภายใน</p>	

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.1 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา</p> <p>H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.2 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง</p> <p>H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.3 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา</p> <p>H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.4 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง</p> <p>H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.5 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา</p> <p>H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.6 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง</p> <p>H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบด้านช่องทาง</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน</p>	

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.1 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา</p> <p>H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.2 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง</p> <p>H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.3 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา</p> <p>H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.4 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง</p> <p>H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.5 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา</p> <p>H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.6 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง</p> <p>H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบด้านช่องทาง</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทศนคติโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ทศนคติโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>H_1 : ทศนคติโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>H_1 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2 ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>H_1 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3 ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>H_1 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.4 ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>H_1 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.5 ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>H_1 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 3.6 ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>H_1 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 4 ทศนคติต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p>	
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 4.1 ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>H_1 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 4.2 ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>H_1 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 4.3 ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>H_1 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 4.4 ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>H_1 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 4.5 ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>H_1 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>

ตารางที่ 3.8

ตารางแสดงสมมติฐานการวิจัย สมมติฐานทางสถิติ และสถิติที่ใช้ (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้
<p>สมมติฐานการวิจัยที่ 4.6 ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบ แนวราบ ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วม กิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน) โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้</p> <p>H_0 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของ มหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p> <p>H_1 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของ มหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/เดือน)</p>	<p>Pearson's Product Moment Correlation Coefficient</p>

บทที่ 4 ผลการวิจัย

4.1 ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

ตารางที่ 4.1

จำนวนและร้อยละลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	142	39.4
หญิง	218	60.6
รวม	360	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 60.6 และเป็นเพศชาย จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 39.4

ตารางที่ 4.2

จำนวนและร้อยละลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18-23 ปี	5	1.4
24-34 ปี	151	41.9
35-49 ปี	130	36.1
50-60 ปี	54	15.0
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	20	5.6
รวม	360	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 24-34 ปี มากที่สุด จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9 รองลงมา คือ อายุ 35-49 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 36.1 อายุ 50-60 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 อายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 และ อายุ 18-23 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3

จำนวนและร้อยละลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษา/ปวช.หรือเทียบเท่า	13	3.6
อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า	20	5.6
ปริญญาตรี	250	69.4
ปริญญาโทขึ้นไป	77	21.4
รวม	360	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 69.4 รองลงมา คือ ปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 และมัธยมศึกษา/ปวช.หรือเทียบเท่า จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4

จำนวนและร้อยละลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทบุคลากร

ประเภทบุคลากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานมหาวิทยาลัย	192	53.3
ข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ	50	13.9
ข้าราชการกรุงเทพมหานครในสถาบันอุดมศึกษา	29	8.1
ลูกจ้างประจำ	62	17.2
บุคลากรภายนอกช่วยปฏิบัติงาน	27	7.5
รวม	360	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างพนักงานมหาวิทยาลัย มากที่สุด จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมา คือ ลูกจ้างประจำ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 ข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ จำนวน 50 คิดเป็นร้อยละ 13.9 ข้าราชการกรุงเทพมหานครในสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 และบุคลากรภายนอกช่วยปฏิบัติงาน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	4	1.2
5,001-10,000 บาท	12	3.3
10,001-20,000 บาท	129	35.8
20,001-30,000 บาท	171	47.5
มากกว่า 30,000 บาท	44	12.2
รวม	360	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มากที่สุด จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมา คือ 10,001-20,000 บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 รายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาทำงานในหน่วยงาน

ระยะเวลาทำงานในหน่วยงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	21	5.8
1-2 ปี	107	29.7
3-5 ปี	148	41.1
6-10 ปี	44	12.2
11-15 ปี	11	3.1
16 ปีขึ้นไป	29	8.1
รวม	360	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาทำงานในหน่วยงาน 3-5 ปี มากที่สุด จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 รองลงมา คือ 1-2 ปี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 ระยะเวลาทำงาน 6-10 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 ระยะเวลาทำงาน 16 ปีขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 ระยะเวลาทำงานไม่ต่ำกว่า 3 เดือน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 และระยะเวลาทำงาน 11-15 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

4.2 ส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช

ตารางที่ 4.7

จำนวนและร้อยละของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช จำแนกตามประเภทสื่อ

ระยะเวลาทำงานในหน่วยงาน	จำนวน (คน) (คำตอบ)*	ร้อยละ
บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน	303	16.4
วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช	233	12.6
บอร์ดประชาสัมพันธ์	199	10.8
จอดิจิทัลไซเนจ/จอLED	99	5.4
กล่องรับความคิดเห็น	67	3.6
เว็บไซต์ (www.nmu.ac.th)	228	12.4
เฟซบุ๊กออฟฟิเชียล	174	9.4
ไลน์ออฟฟิเชียล	202	11.0
ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ (eDocument)	194	10.5
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์/อินทราเน็ต	145	7.9
รวม	360	100.0

หมายเหตุ. *เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช จากบันทึกข้อความ/หนังสือเวียน มากที่สุด จำนวน 303 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 16.4 รองลงมา คือ วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช จำนวน 233 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 12.6 และกล่องรับความคิดเห็น น้อยที่สุด จำนวน 67 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 3.6

ตารางที่ 4.8

จำนวนการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชูราช จากสื่อ 3 อันดับแรก

ประเภทสื่อ	อันดับการเปิดรับข่าวสาร		
	อันดับที่ 1	อันดับที่ 2	อันดับที่ 3
บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน	180	44	38
วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราชูราช	26	29	95
บอร์ดประชาสัมพันธ์	11	36	38
จอดิจิทัลไซน์จ/จอLED	3	5	16
กล่องรับความคิดเห็น	-	2	4
เว็บไซต์ (www.nmu.ac.th)	48	125	36
เฟซบุ๊กออฟฟิเชียล	22	44	35
ไลน์ออฟฟิเชียล	35	25	47
ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ (eDocument)	29	39	27
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์/อินทราเน็ต	6	11	24
รวม	360	360	360

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ในอันดับที่ 1 กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชูราช จากบันทึกข้อความ/หนังสือเวียน มากที่สุด จำนวน 180 คำตอบ อันดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชูราช จากเว็บไซต์ (www.nmu.ac.th) มากที่สุด จำนวน 125 คำตอบ และอันดับที่ 3 กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชูราช จากวารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราชูราช มากที่สุด จำนวน 95 คำตอบ

ตารางที่ 4.9

จำนวนและร้อยละของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชูราช จากสื่อ 3 อันดับแรก

อันดับสื่อ	ประเภทสื่อ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
อันดับที่ 1	บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน	180	45.0
อันดับที่ 2	เว็บไซต์ (www.nmu.ac.th)	125	31.3
อันดับที่ 3	วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราชูราช	95	23.7
รวม		400	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชูราช จากบันทึกข้อความ/หนังสือเวียน เป็นอันดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 45.0 เว็บไซต์ (www.nmu.ac.th) เป็นอันดับที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 31.3 และวารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราชูราช คิดเป็นร้อยละ 23.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชูราช จากสื่ออันดับที่ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน)

ความถี่ (ครั้ง/เดือน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
10	83	46.1
14	4	2.2
15	30	16.7
16	4	2.2
18	2	1.1
20	33	18.4
22	2	1.1

ตารางที่ 4.10

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย
นวมินทราชูราช จากสื่ออันดับที่ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) (ต่อ)

ความถี่ (ครั้ง/เดือน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
25	5	2.8
30	17	9.4
รวม	180	100.0
ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 15.42 หรือ 15 (ครั้ง/เดือน)		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 6.394 (ครั้ง/เดือน)		

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย
นวมินทราชูราช จากสื่ออันดับที่ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) โดยเฉลี่ย 15.42 หรือ 15 ครั้ง/
เดือน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 6.394 ครั้ง/เดือน โดยมีการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ 10 ครั้ง/เดือน
มากที่สุด จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 46.1 รองลงมา คือ ความถี่ 20 ครั้ง/เดือน จำนวน 33 คน
คิดเป็นร้อยละ 18.4 และความถี่ 22 ครั้ง/เดือน น้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1

ตารางที่ 4.11

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย
นวมินทราชูราช จากสื่ออันดับที่ 2 (เว็บไซต์ www.nmu.ac.th)

ความถี่ (ครั้ง/เดือน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4	7	5.6
5	39	31.2
8	17	13.6
9	3	2.4
10	44	35.2

ตารางที่ 4.11

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย
นวมินทรราชธิราช จากสื่ออันดับที่ 2 (เว็บไซต์ www.nmu.ac.th) (ต่อ)

ความถี่ (ครั้ง/เดือน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
15	10	8.0
20	5	4.0
รวม	125	100.0
ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 8.61 หรือ 9 (ครั้ง/เดือน)		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 3.816 (ครั้ง/เดือน)		

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทรราชธิราช จากสื่ออันดับที่ 2 (เว็บไซต์ www.nmu.ac.th) โดยเฉลี่ย 8.61 หรือ 9 ครั้ง/เดือน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3.816 ครั้ง/เดือน โดยมีการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ 10 ครั้ง/เดือน มากที่สุด จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 รองลงมา คือ ความถี่ 5 ครั้ง/เดือน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 และความถี่ 9 ครั้ง/เดือน น้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4

ตารางที่ 4.12

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย
นวมินทรราชธิราช จากสื่ออันดับที่ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทรราชธิราช)

ความถี่ (ครั้ง/เดือน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	14	14.7
2	15	15.8
3	18	18.9
4	10	10.6

ตารางที่ 4.12

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย
นวมินทรราช จากสื่ออันดับที่ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทรราช) (ต่อ)

ความถี่ (ครั้ง/เดือน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5	32	33.7
10	6	6.3
รวม	95	100.0
ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.77 หรือ 4 (ครั้ง/เดือน)		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 2.180 (ครั้ง/เดือน)		

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทรราช จากสื่ออันดับที่ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทรราช) โดยเฉลี่ย 3.77 หรือ 4 ครั้ง/เดือน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.180 ครั้ง/เดือน โดยมีการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ 5 ครั้ง/เดือน มากที่สุด จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 รองลงมา คือ ความถี่ 3 ครั้ง/เดือน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.9 และความถี่ 10 ครั้ง/เดือน น้อยที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3

ตารางที่ 4.13

จำนวนและร้อยละของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทรราช จำแนกตามช่วงเวลา

ช่วงเวลา	จำนวน (คำตอบ)*	ร้อยละ
ช่วงเช้า 08.00-12.00 น.	139	30.8
ช่วงบ่าย 12.01-15.00 น.	89	19.7
ช่วงเย็น 15.01-18.00 น.	94	20.8
ช่วงค่ำ 18.01-21.00 น.	50	11.0
ทั้งวัน 09.00-21.00 น.	80	17.7
รวม	452	100.0

หมายเหตุ. *เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช ในช่วงเช้า 08.00-12.00 น. มากที่สุด จำนวน 139 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมา คือ ในช่วงเย็น 15.01-18.00 น. จำนวน 94 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 20.8 และในช่วงค่ำ 18.01-21.00 น. น้อยที่สุด จำนวน 50 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 11.0

ตารางที่ 4.14

จำนวนและร้อยละของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จำแนกตามประเภทข่าวสาร

ประเภทข่าวสาร	จำนวน (คำตอบ)*	ร้อยละ
วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมองค์กร	183	11.8
กฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ	240	15.4
ข่าวประชุมวิชาการ	126	8.1
กิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัย	214	13.8
ข่าวสารการเข้าสู่ตำแหน่งวิชาการ	94	6.0
ข่าวสารด้านการศึกษา	132	8.5
ข่าวสารด้านงานวิจัย	127	8.2
ข่าวสารด้านการบริการวิชาการ (ความรู้สู่ประชาชน)	119	7.6
ข่าวสารด้านสวัสดิการพนักงานมหาวิทยาลัย	188	12.1
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์/อินทราเน็ต	133	8.5
รวม	1,556	100.0

หมายเหตุ. *เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช ประเภทกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ มากที่สุด จำนวน 240 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 15.4 รองลงมา คือ ข่าวสารประเภทกิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัย จำนวน 214 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 13.8 และข่าวสารประเภทข่าวสารการเข้าสู่ตำแหน่งวิชาการ น้อยที่สุด จำนวน 94 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 6.0

4.3 ส่วนที่ 3 ทักษะที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราษ

ตารางที่ 4.15

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง
ด้านประเด็นเนื้อหา

เนื้อหา	ระดับความรู้สึกร/ทัศนคติ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ทัศนคติ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย ปาน กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง			
1.1 เนื้อหาของสารที่ส่งมาจากผู้บริหาร ทำให้ท่านรู้และเข้าใจวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม และเป้าหมายขององค์กรได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง	35 (9.7)	246 (68.4)	76 (21.1)	3 (0.8)	-	360 (100.0)	3.87 (เชิงบวก)	0.571
1.2 ข่าวสารแบบเป็นทางการ ที่ส่งมาจากผู้บริหาร ทำให้ท่านรู้สึกเชื่อมั่นและเกิดความไว้วางใจ	43 (11.9)	201 (55.9)	115 (31.9)	1 (0.3)	-	360 (100.0)	3.79 (เชิงบวก)	0.639
1.3 ข่าวสารที่ส่งมาจากผู้บริหารอย่างเป็นทางการ ทำให้ท่านรู้สึกต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ	37 (10.3)	244 (67.7)	73 (20.3)	6 (1.7)	-	360 (100.0)	3.87 (เชิงบวก)	0.596
1.4 หากต้องเผชิญหน้ากับข่าวร้าย ท่านสามารถอธิบายถึงปัญหาเหล่านั้น และสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	29 (8.1)	165 (45.7)	159 (44.2)	6 (1.7)	1 (0.3)	360 (100.0)	3.60 (เชิงบวก)	0.673

ตารางที่ 4.15

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง
ด้านประเด็นเนื้อหา (ต่อ)

เนื้อหา	ระดับความรู้สึก/ทัศนคติ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ทัศนคติ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย ปาน กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย ยิ่ง			
1.5 ท่านคิดว่าข่าวสาร ที่สื่อสารมาจาก ผู้บริหารอย่างมี ประสิทธิภาพ สามารถ สร้างบรรยากาศที่ดีใน ที่ทำงานได้	57 (15.8)	167 (46.4)	131 (36.4)	5 (1.4)	-	360 (100.0)	3.77 (เชิงบวก)	0.724
ค่าเฉลี่ยรวม							3.78 (เชิงบวก)	0.411

จากตารางที่ 4.15 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านประเด็นเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 3.78 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อการติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านประเด็นเนื้อหา ในประเด็น เนื้อหาของสารที่ส่งมาจากผู้บริหาร ทำให้ท่านรู้และเข้าใจ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม และเป้าหมายขององค์กรได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง และประเด็น ข่าวสารที่ส่งมาจากผู้บริหารอย่างเป็นทางการ ทำให้ท่านรู้สึกต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.87 เท่ากัน ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก รองลงมา คือประเด็น ข่าวสารแบบเป็นทางการที่ส่งมาจากผู้บริหาร ทำให้ท่านรู้สึกเชื่อมั่นและเกิดความไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ย 3.79 ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก และประเด็น หากต้องเผชิญหน้ากับข่าวร้าย ท่านสามารถอธิบายถึงปัญหาเหล่านั้น และสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.60 ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก

ตารางที่ 4.16

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง
ด้านช่องทาง

ช่องทาง	ระดับความรู้สึก/ทัศนคติ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ทัศนคติ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย ปาน กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย ยิ่ง			
1.6 ข่าวสารต่าง ๆ ที่ส่ง ทางช่องทางวารสาร มหาวิทยาลัย มีความ ชัดเจนและถูกต้อง	42 (11.7)	151 (41.9)	159 (44.2)	8 (2.2)	-	360 (100.0)	3.63 (เชิงบวก)	0.716
1.7 ท่านรู้สึกข่าวสาร ต่าง ๆ ที่ส่งทางช่องทาง บันทึกข้อความ มีลักษณะสั้นกระชับ และตรงประเด็น	48 (13.3)	173 (48.1)	125 (34.7)	13 (3.6)	1 (0.3)	360 (100.0)	3.71 (เชิงบวก)	0.752
1.8 ท่านรู้สึกพอใจช่อง ทางการสื่อสารของ องค์การผ่านรายงานการ ประชุม ที่มีการส่งอย่าง สม่ำเสมอ ทำให้เข้าใจ เรื่องต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น	52 (14.4)	173 (48.1)	118 (32.7)	15 (4.2)	2 (0.6)	360 (100.0)	3.72 (เชิงบวก)	0.781
1.9 ท่านรู้สึกว่าการ ทางการสื่อสารภายใน องค์การผ่านเว็บไซต์ของ ท่านมีความทันสมัย	32 (8.9)	169 (46.9)	139 (38.6)	15 (4.2)	5 (1.4)	360 (100.0)	3.58 (เชิงบวก)	0.768

ตารางที่ 4.16

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง
ด้านช่องทาง (ต่อ)

ช่องทาง	ระดับความรู้สึกรู้สึก/ทัศนคติ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ทัศนคติ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย ปาน กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย			
1.10 ช่องทางการ สื่อสารผ่านคำสั่ง ระเบียบ ข้อบังคับ บอร์ดประชาสัมพันธ์ มีความสะดวก สามารถเข้าถึงได้ง่าย	31 (8.6)	152 (42.2)	159 (44.2)	14 (3.9)	4 (1.1)	360 (100.0)	3.53 (เชิงบวก)	0.753
ค่าเฉลี่ยรวม							3.63 (เชิงบวก)	0.516

จากตารางที่ 4.16 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านช่องทาง มีค่าเฉลี่ย 3.63 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อการติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านช่องทาง ในประเด็น ท่านรู้สึกพอใจช่องทางการสื่อสารขององค์การผ่านรายงานการประชุม ที่มีการส่งอย่างสม่ำเสมอ ทำให้เข้าใจเรื่องต่างๆ มากยิ่งขึ้น มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.72 ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก รองลงมา คือประเด็น ท่านรู้สึกทราบดีว่าข่าวสารต่างๆ ที่ส่งทางช่องทางบันทึกข้อความ มีลักษณะสั้นกระชับและตรงประเด็น มีค่าเฉลี่ย 3.71 ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก และประเด็น ช่องทางการสื่อสารผ่านคำสั่ง ระเบียบ ข้อบังคับ บอร์ดประชาสัมพันธ์ มีความสะดวกสามารถเข้าถึงได้ง่าย น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.53 ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก

ตารางที่ 4.17

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน
ด้านประเด็นเนื้อหา

เนื้อหา	ระดับความรู้สึก/ทัศนคติ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ทัศนคติ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย ปาน กลาง	เห็น ด้วย ไม่ เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย ยิ่ง			
2.1 ท่านรู้สึกพอใจที่ ข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ที่ผู้ปฏิบัติงานสะท้อน กลับไปยังผู้บริหารนั้น ได้รับการพิจารณาและ นำมาปฏิบัติกรอย่าง สม่ำเสมอ	27 (7.5)	150 (41.7)	161 (44.6)	20 (5.6)	2 (0.6)	360 (100.0)	3.50 (เชิงบวก)	0.739
2.2 ข่าวสารต่าง ๆ ที่ท่านส่งไปยังผู้บริหาร ได้รับความสนใจ ทำให้ ท่านรู้สึกเป็นส่วนหนึ่ง ที่ช่วยในการขับเคลื่อน องค์การ	29 (8.1)	186 (51.6)	132 (36.6)	11 (3.1)	2 (0.6)	360 (100.0)	3.64 (เชิงบวก)	0.699
2.3 ท่านรู้สึกพอใจเมื่อ ข้อเสนอแนะของท่าน ที่ส่งไปยังผู้บริหาร ถูกนำมาปรับปรุงงาน ให้ดียิ่งขึ้น	48 (13.3)	157 (43.6)	146 (40.6)	9 (2.5)	-	360 (100.0)	3.68 (เชิงบวก)	0.732
2.4 ปัญหาหรือการร้อง ทุกข์ ที่ถูกส่งไปยัง ผู้บริหารได้รับการ ตอบสนอง และแก้ไข ไปในทางที่ดีขึ้น	35 (9.7)	152 (42.2)	154 (42.8)	18 (5.0)	1 (0.3)	360 (100.0)	3.56 (เชิงบวก)	0.748

ตารางที่ 4.17

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน
ด้านประเด็นเนื้อหา (ต่อ)

เนื้อหา	ระดับความรู้สึก/ทัศนคติ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ทัศนคติ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย ปาน กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย ยิ่ง			
2.5 ท่านรู้สึกพอใจใน องค์การของท่านเมื่อ ผู้ปฏิบัติงานรายงาน ความเสี่ยงที่อาจ ก่อให้เกิดวิกฤตใน องค์การ ผู้บริหาร ตอบสนองอย่าง รวดเร็วและสม่ำเสมอ	41 (11.4)	165 (45.8)	137 (38.1)	16 (4.4)	1 (0.3)	360 (100.0)	3.64 (เชิงบวก)	0.753
ค่าเฉลี่ยรวม							3.63 (เชิงบวก)	0.516

จากตารางที่ 4.17 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน ด้านประเด็นเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 3.60 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน ด้านประเด็นเนื้อหา ในประเด็น ท่านรู้สึกพอใจเมื่อข้อเสนอแนะของท่านที่ส่งไปยังผู้บริหาร ถูกนำมาปรับปรุงงานให้ดียิ่งขึ้น มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.68 ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก รองลงมา คือประเด็น ข่าวสารต่างๆ ที่ท่านส่งไปยังผู้บริหารได้รับความสนใจ ทำให้ท่านรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยในการขับเคลื่อนองค์การ และประเด็น ท่านรู้สึกพอใจในองค์การของท่านเมื่อผู้ปฏิบัติงานรายงานความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดวิกฤตในองค์การ ผู้บริหารตอบสนองอย่างรวดเร็วและสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.79 เท่ากัน ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก และประเด็น ท่านรู้สึกพอใจที่ข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ที่ผู้ปฏิบัติงานสะท้อนกลับไปยังผู้บริหารนั้น ได้รับการพิจารณาและนำมาปฏิบัติการอย่างสม่ำเสมอ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.50 ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก

ตารางที่ 4.18

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน
ด้านช่องทาง

ช่องทาง	ระดับความรู้สึก/ทัศนคติ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ทัศนคติ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย ปาน กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย ยิ่ง			
2.6 ท่านคิดว่าใน องค์การของท่านมี ช่องทางกระบวนการ ร้องทุกข์ผ่านกล่องรับ ความคิดเห็น เว็บไซต์รับ ข้อร้องเรียนที่เหมาะสม	41 (11.4)	144 (40.0)	150 (41.7)	22 (6.1)	3 (0.8)	360 (100.0)	3.55 (เชิงบวก)	0.806
2.7 เมื่อท่านมีปัญหา หรือแนวคิดในการ ทำงาน ท่านสามารถส่ง ถึงผู้บริหารผ่านกล่องรับ ความคิดเห็น และ เว็บไซต์รับข้อร้องเรียน ได้หลายช่องทาง	46 (12.8)	155 (43.1)	138 (38.2)	19 (5.3)	2 (0.6)	360 (100.0)	3.62 (เชิงบวก)	0.795
2.8 ท่านรู้สึกพอใจใน ช่องทางการสื่อสารแบบ ล่างขึ้นบน ผ่านเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ที่มีช่องทาง สำหรับถามตอบ	46 (12.8)	163 (45.3)	135 (37.4)	14 (3.9)	2 (0.6)	360 (100.0)	3.66 (เชิงบวก)	0.770
2.9 ท่านรู้สึกพอใจที่ องค์การของท่านมีเวที ให้ผู้ปฏิบัติงานได้แสดง ความคิดเห็นไปถึง ผู้บริหาร	47 (13.1)	176 (48.9)	177 (32.4)	19 (5.3)	1 (0.3)	360 (100.0)	3.69 (เชิงบวก)	0.773

ตารางที่ 4.18

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน
ด้านช่องทาง (ต่อ)

ช่องทาง	ระดับความรู้สึก/ทัศนคติ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ทัศนคติ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย ปาน กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย ยิ่ง			
2.10 ท่านรู้สึกพอใจที่ องค์การของท่านมีการ เปิดช่องให้มีการ ติดต่อสื่อสารไปยัง ผู้บริหารอย่างมี ประสิทธิภาพและ เพียงพอ	52 (14.4)	154 (42.8)	133 (36.9)	20 (5.6)	1 (0.3)	360 (100.0)	3.66 (เชิงบวก)	0.803
ค่าเฉลี่ยรวม							3.64 (เชิงบวก)	0.550

จากตารางที่ 4.18 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง มีค่าเฉลี่ย 3.64 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง ในประเด็น ท่านรู้สึกพอใจที่องค์การของท่านมีเวทีให้ผู้ปฏิบัติงานได้แสดงความคิดเห็นไปถึงผู้บริหาร มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.69 ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก รองลงมา คือ ประเด็น ท่านรู้สึกพอใจในช่องทางการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน ผ่านเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ที่มีช่องทางสำหรับถามตอบ และประเด็น ท่านรู้สึกพอใจที่องค์การของท่านมีการเปิดช่องให้มีการติดต่อสื่อสารไปยังผู้บริหารอย่างมีประสิทธิภาพและเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.66 เท่ากัน ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก และ ประเด็น ท่านคิดว่าในองค์การของท่านมีช่องทางกระบวนการร้องทุกข์ผ่านกล่องรับความคิดเห็น เว็บไซต์รับข้อร้องเรียนที่เหมาะสม น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.55 ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก

ตารางที่ 4.19

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารตามแนวราบ
ด้านประเด็นเนื้อหา

เนื้อหา	ระดับความรู้สึก/ทัศนคติ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ทัศนคติ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย ปาน กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย ยิ่ง			
3.1 ท่านรู้สึกพอใจใน การมอบหมายระหว่าง ผู้ปฏิบัติงานในสายงาน หรือต่างสายงาน	17 (4.7)	213 (59.2)	123 (34.1)	6 (1.7)	1 (0.3)	360 (100.0)	3.66 (เชิงบวก)	0.607
3.2 ท่านรู้สึกว่าการ ติดต่อสื่อสารระหว่าง ผู้ปฏิบัติงาน ช่วยใน การประสานงาน ระหว่างแผนกและช่วย เสริมสร้างความ สัมพันธ์ระหว่างแผนก ได้เป็นอย่างดี	33 (9.3)	169 (46.9)	151 (41.9)	7 (1.9)	-	360 (100.0)	3.63 (เชิงบวก)	0.675
3.3 ท่านรู้สึกพอใจใน การถ่ายทอดข้อมูล ภายในองค์กรที่ทำให้ เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ	29 (8.1)	147 (40.8)	167 (46.4)	16 (4.4)	1 (0.3)	360 (100.0)	3.52 (เชิงบวก)	0.720
3.4 ท่านรู้สึกพอใจใน ข้อมูลเกี่ยวกับแผนงาน และกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการ สื่อสารระหว่าง ผู้ปฏิบัติงาน	27 (7.5)	165 (45.8)	154 (42.8)	13 (3.6)	1 (0.3)	360 (100.0)	3.57 (เชิงบวก)	0.697

ตารางที่ 4.19

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารตามแนวราบ
ด้านประเด็นเนื้อหา (ต่อ)

เนื้อหา	ระดับความรู้สึก/ทัศนคติ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ทัศนคติ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย ปาน กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย ยิ่ง			
3.5 ท่านคิดว่าการ แลกเปลี่ยนความรู้ใน การทำงานผ่านการ สื่อสาร ทำให้เกิดความ ชำนาญในวิชาชีพ และ เกิดความสนใจเฉพาะ ในแต่ละสายงาน	55 (16.3)	167 (46.4)	120 (33.3)	18 (5.0)	-	360 (100.0)	3.72 (เชิงบวก)	0.780
ค่าเฉลี่ยรวม							3.62 (เชิงบวก)	0.475

จากตารางที่ 4.19 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารตามแนวราบ ด้านประเด็นเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 3.62 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อการติดต่อสื่อสารตามแนวราบ ด้านประเด็นเนื้อหา ในประเด็น ท่านคิดว่าการแลกเปลี่ยนความรู้ในการทำงานผ่านการสื่อสาร ทำให้เกิดความชำนาญในวิชาชีพ และเกิดความสนใจเฉพาะในแต่ละสายงานมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.72 ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก รองลงมา คือประเด็น ท่านรู้สึกพอใจในการมอบหมายระหว่างผู้ปฏิบัติงานในสายงานหรือต่างสายงาน มีค่าเฉลี่ย 3.66 ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก และประเด็น ท่านรู้สึกพอใจในการถ่ายทอดข้อมูลภายในองค์กรที่ทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.52 ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก

ตารางที่ 4.20

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารตามแนวราบ
ด้านช่องทาง

ช่องทาง	ระดับความรู้สึก/ทัศนคติ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ทัศนคติ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย ปาน กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย ยิ่ง			
3.6 ท่านรู้สึกว่าการ สื่อสารผ่านจดหมาย อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ทำให้เกิด ความเข้าใจง่ายและ รวดเร็ว	51 (14.2)	163 (45.3)	130 (36.1)	16 (4.4)	-	360 (100.0)	3.69 (เชิงบวก)	0.766
3.7 ท่านรู้สึกว่าการ สื่อสารผ่านช่องทาง บันทึกข้อความ มีความถูกต้องและ ชัดเจน	39 (10.8)	175 (48.6)	129 (35.8)	17 (4.8)	-	360 (100.0)	3.66 (เชิงบวก)	0.734
3.8 ท่านคิดว่าการ สื่อสารผ่านช่อง ทางการพูดคุยแบบไม่ เป็นทางการ ทำให้เกิด การแลกเปลี่ยนความรู้	42 (11.7)	178 (49.4)	118 (32.8)	21 (5.8)	1 (0.3)	360 (100.0)	3.66 (เชิงบวก)	0.769
3.9 การสื่อสารผ่าน ช่องทางการพูดคุย แบบไม่เป็นทางการ ทำให้เกิดความสัมพันธ์ อันดีระหว่าง ผู้ปฏิบัติงานในองค์กร	55 (15.5)	152 (42.2)	131 (36.4)	21 (5.8)	1 (0.3)	360 (100.0)	3.66 (เชิงบวก)	0.815

ตารางที่ 4.20

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารตามแนวราบ
ด้านช่องทาง (ต่อ)

ช่องทาง	ระดับความรู้สึก/ทัศนคติ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ทัศนคติ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย ปาน กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย ยิ่ง			
3.10 การสื่อสารผ่าน ช่องทางบันทึก ข้อความ ทำให้เกิดการ มอบหมายงาน และ ประสานงานภายใน องค์การ	29 (8.1)	204 (56.7)	120 (33.3)	7 (1.9)	-	360 (100.0)	3.71 (เชิงบวก)	0.639
ค่าเฉลี่ยรวม							3.68 (เชิงบวก)	0.500

จากตารางที่ 4.20 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารตามแนวราบ ด้านช่องทาง มีค่าเฉลี่ย 3.68 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อการติดต่อสื่อสารตามแนวราบ ด้านช่องทาง ในประเด็น การสื่อสารผ่านช่องทางบันทึกข้อความ ทำให้เกิดการมอบหมายงาน และประสานงานภายในองค์การ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.71 ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก รองลงมา คือประเด็น ท่านรู้สึกว่าการสื่อสารผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ทำให้เกิดความเข้าใจง่ายและรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.69 ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก และประเด็น 3.7 ท่านรู้สึกว่าการสื่อสารผ่านช่องทางบันทึกข้อความ มีความถูกต้องและชัดเจน ประเด็น ท่านคิดว่าการสื่อสารผ่านช่องทางการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ และประเด็น การสื่อสารผ่านช่องทางการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ ทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ปฏิบัติงานในองค์การ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.66 เท่ากัน ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก

ตารางที่ 4.21

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัย
นวมินทราชินราษ

ประเด็นทัศนคติ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ทัศนคติ
การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านประเด็นเนื้อหา	3.78	0.411	เชิงบวก
การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านช่องทาง	3.63	0.516	เชิงบวก
การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน ด้านประเด็นเนื้อหา	3.60	0.502	เชิงบวก
การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง	3.64	0.550	เชิงบวก
การติดต่อสื่อสารตามแนวราบ ด้านประเด็นเนื้อหา	3.62	0.475	เชิงบวก
การติดต่อสื่อสารตามแนวราบ ด้านช่องทาง	3.68	0.500	เชิงบวก
ค่าเฉลี่ยทัศนคติรวม	3.66	0.372	เชิงบวก

จากตารางที่ 4.21 พบว่า โดยภาพรวมทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราษของกลุ่มตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ย 3.66 ถือว่า มีทัศนคติเชิงบวก รายละเอียดดังนี้

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราษ ในประเด็น การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านประเด็นเนื้อหา มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.78 ถือว่า มีทัศนคติเชิงบวก รองลงมา คือ ประเด็น การติดต่อสื่อสารตามแนวราบ ด้านช่องทาง มีค่าเฉลี่ย 3.68 ถือว่า มีทัศนคติเชิงบวก ประเด็น การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง มีค่าเฉลี่ย 3.64 ถือว่า มีทัศนคติเชิงบวก ประเด็น การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านช่องทาง มีค่าเฉลี่ย 3.63 ถือว่า มีทัศนคติเชิงบวก ประเด็น การติดต่อสื่อสารตามแนวราบ ด้านประเด็นเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 3.62 ถือว่า มีทัศนคติเชิงบวก และ ประเด็น การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน ด้านประเด็นเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 3.60 ถือว่า มีทัศนคติเชิงบวก ตามลำดับ

4.4 ส่วนที่ 4 การมีส่วนร่วมกับองค์กร

ตารางที่ 4.22

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมกับองค์กร

การมีส่วนร่วมกับ องค์กร	ระดับความถี่					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความถี่)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	บ่อย มาก	บ่อย	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
4.1 ท่านเคยเข้าร่วม การประชุมที่สามารถ แสดงความคิดเห็นได้ อย่างอิสระ (กิจกรรมอธิการบดีพบ ประชาคม)	24 (6.7)	156 (43.3)	149 (41.4)	26 (7.2)	5 (1.4)	360 (100.0)	3.47 (บ่อย)	0.782
4.2 ท่านเคยเข้าร่วม กิจกรรมประเภท วิชาการของ มหาวิทยาลัย (ประชุมวิชาการ, โครงการอบรม ภาษาอังกฤษ ฯลฯ)	30 (8.3)	147 (40.8)	153 (42.5)	22 (6.2)	8 (2.2)	360 (100.0)	3.47 (บ่อย)	0.820
4.3 ท่านเคยเข้าร่วม กิจกรรมประเภทสังคม และสิ่งแวดล้อมของ มหาวิทยาลัย (กิจกรรมค่ายอาสา, กิจกรรมทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรม)	26 (7.3)	169 (46.9)	142 (39.4)	17 (4.7)	6 (1.7)	360 (100.0)	3.53 (บ่อย)	0.768
ค่าเฉลี่ยรวม							3.49 (เชิงบวก)	0.639

จากตารางที่ 4.22 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมกับองค์กร มีค่าเฉลี่ย 3.49 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมกับองค์กรบ่อย ในประเด็น ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมประเภท สังคมและสิ่งแวดล้อมของมหาวิทยาลัย (กิจกรรมค่ายอาสา,กิจกรรมทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม) มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.53 ถือว่ามีส่วนร่วมกับองค์กรบ่อย รองลงมา คือประเด็น ท่านเคยเข้าร่วมการประชุมที่สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ (กิจกรรมอธิการบดีพบประชาคม) และประเด็น ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมประเภทวิชาการของมหาวิทยาลัย (ประชุมวิชาการ, โครงการอบรมภาษาอังกฤษ ฯลฯ) มีค่าเฉลี่ย 3.47 เท่ากัน ถือว่ามีส่วนร่วมกับองค์กรบ่อย

ตารางที่ 4.23

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย
นมมินทรราชิราช

ความถี่ (ครั้ง/ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	9	2.5
2	31	8.6
3	39	10.8
4	71	19.7
5	72	20.0
6	50	13.9
7	3	0.8
8	13	3.6
9	2	0.6
10	47	13.1
12	5	1.4
15	8	2.2
20	10	2.8
รวม	360	100.0
ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 5.90 หรือ 6 ครั้ง/ปี		
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 3.746 ครั้ง/ปี		

จากตารางที่ 4.23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย นวมินทราชิราช โดยเฉลี่ย 5.90 หรือ 6 ครั้ง/ปี ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3.746 ครั้ง/ปี โดยเข้าร่วม กิจกรรม 5 ครั้ง/ปี มากที่สุด จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 รองลงมา คือเข้าร่วมกิจกรรม 4 ครั้ง/ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 และเข้าร่วมกิจกรรม 9 ครั้ง/ปี น้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 4.24

จำนวนและร้อยละการเข้าร่วมกิจกรรมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช

ประเภทกิจกรรมทางวิชาการ	จำนวน (คำตอบ)*	ร้อยละ
กิจกรรมประชุมวิชาการ	191	16.0
กิจกรรมอบรมให้ความรู้	204	17.1
กิจกรรมอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพ	177	14.9
กิจกรรมทดสอบความรู้ ความสามารถ ด้านการใช้ภาษาอังกฤษ	123	10.3
กิจกรรมทดสอบความรู้ ความสามารถ ด้านการใช้คอมพิวเตอร์	151	12.7
โครงการอบรมภาษาอังกฤษ	159	13.4
โครงการอบรมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับ พ.ร.บ.การจัดซื้อจัดจ้าง	113	9.5
ข่าวสารด้านการบริการวิชาการ (ความรู้สู่ประชาชน)	73	6.1
รวม	1,191	100.0

หมายเหตุ. *เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมกิจกรรมอบรมให้ความรู้ มากที่สุด จำนวน 204 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 17.1 รองลงมา คือ กิจกรรมประชุมวิชาการ จำนวน 191 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 16.0 และข่าวสารด้านการบริการวิชาการ (ความรู้สู่ประชาชน) น้อยที่สุด จำนวน 73 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 6.1

ตารางที่ 4.25

จำนวนและร้อยละการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมและสิ่งแวดล้อมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช

ประเภทกิจกรรมทางสังคมและสิ่งแวดล้อม	จำนวน (คน) (คำตอบ)*	ร้อยละ
วันสถาปนามหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช	206	19.2
วันสถาปนาวชิรพยาบาล	112	10.3
วันมหาธีรราชเจ้า	112	10.3
กิจกรรมบีกคลีนนิ่งเดย์	194	17.9
กิจกรรมค่ายอาสา (คณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์)	123	11.3
กิจกรรมตรวจเยี่ยมชุมชน (คณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์)	102	9.4
กิจกรรมป้องกันลูกน้ำยุงลายในสถานที่ทำงาน	98	9.0
กิจกรรมทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและศาสนา	137	12.6
รวม	1,084	100.0

หมายเหตุ. *เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมกิจกรรมวันสถาปนามหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช มากที่สุด จำนวน 206 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.2 รองลงมา คือ กิจกรรมบีกคลีนนิ่งเดย์ จำนวน 194 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 17.9 และกิจกรรมป้องกันลูกน้ำยุงลายในสถานที่ทำงาน น้อยที่สุด จำนวน 98 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.0

ตารางที่ 4.26

จำนวนและร้อยละของเหตุผลในการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช

เหตุผลในการเข้าร่วมกิจกรรม	จำนวน (คำตอบ)*	ร้อยละ
ทำให้โลกทัศน์ของตนเองกว้างมากขึ้น	163	16.6
ทำให้เกิดการค้นพบและรู้จักตัวเองมากขึ้น	154	15.7
ทำให้เกิดความสามารถในการบริหารเวลา	152	15.5
ทำให้เกิดความสามัคคีและได้ทำงานร่วมกับผู้อื่น	249	25.4

ตารางที่ 4.26

จำนวนและร้อยละของเหตุผลในการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช (ต่อ)

เหตุผลในการเข้าร่วมกิจกรรม	จำนวน (คำตอบ)*	ร้อยละ
ทำให้เกิดพัฒนาการทางด้านบุคลิกภาพ	144	14.6
ทำให้เกิดการรู้จักและเข้าใจคำว่า บทบาท	120	12.2
รวม	982	100.0

หมายเหตุ. *เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.26 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช เพื่อให้เกิดความสามัคคีและได้ทำงานร่วมกับผู้อื่น มากที่สุด จำนวน 249 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 25.4 รองลงมา คือ เพื่อทำให้โลกทัศน์ของตนเองกว้างมากขึ้น จำนวน 163 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 16.6 และเพื่อให้เกิดการรู้จักและเข้าใจคำว่า บทบาท น้อยที่สุด จำนวน 120 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 12.2

ตารางที่ 4.27

จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช

วัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมกิจกรรม	จำนวน (คำตอบ)*	ร้อยละ
เพื่อความสามัคคีและได้ทำงานร่วมกับผู้อื่น	256	29.5
เพื่อความบันเทิง สนุกสนาน เพลิดเพลิน	153	17.6
เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์	201	23.2
เพื่อผ่อนคลายความเครียด	147	17.0
เพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	110	12.7
รวม	867	100.0

หมายเหตุ. *เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.27 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช เพื่อความสามัคคีและได้ทำงานร่วมกับผู้อื่น มากที่สุด จำนวน 256 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมา คือ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ จำนวน 201 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 23.2 และเพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ น้อยที่สุด จำนวน 110 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 12.7

ตารางที่ 4.28

จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาในการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช

ช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงเช้า 08.00-12.00 น.	244	67.8
ช่วงบ่าย 12.01-16.00 น.	116	32.2
รวม	360	100.0

จากตารางที่ 4.28 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช ในช่วงเช้า 08.00-12.00 น. จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8 และช่วงบ่าย 12.01-16.00 น. จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2

ตารางที่ 4.29

จำนวนและร้อยละของวันที่สะดวกเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช

ช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วันจันทร์	116	32.2
วันอังคาร	17	4.7
วันพุธ	48	13.3
วันพฤหัสบดี	22	6.2
วันศุกร์	157	43.6
รวม	360	100.0

จากตารางที่ 4.29 พบว่า กลุ่มตัวอย่างสะดวกเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช ในวันศุกร์ มากที่สุด จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 รองลงมา คือ วันจันทร์ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2 และวันอังคาร น้อยที่สุด จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7

4.5 ส่วนที่ 5 แนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมภายในองค์กร

ตารางที่ 4.30

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมภายในองค์กร

ประเด็นแนวโน้ม	ระดับความตั้งใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความ ตั้งใจ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
5.1 ท่านตั้งใจเข้าร่วม การประชุมที่เปิด โอกาสให้แสดงความ คิดเห็นอย่างอิสระ และแนะนำบุคคลอื่น ให้เข้าร่วมกิจกรรม ดังกล่าว	21 (5.8)	234 (65.0)	100 (27.8)	5 (1.4)	-	360 (100.0)	3.75 (มาก)	0.576
5.2 ท่านตั้งใจเข้าร่วม กิจกรรมประเภท วิชาการขององค์กร และจะแนะนำบุคคล อื่นให้เข้าร่วมกิจกรรม ดังกล่าว	48 (13.3)	173 (48.1)	131 (36.4)	8 (2.2)	-	360 (100.0)	3.73 (มาก)	0.715

ตารางที่ 4.30

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วม
ภายในองค์กร (ต่อ)

ประเด็นแนวโน้ม	ระดับความตั้งใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ ความ ตั้งใจ)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
5.3 ท่านตั้งใจเข้าร่วม กิจกรรมประเภทสังคม และสิ่งแวดล้อมของ องค์กร และจะ แนะนำให้บุคคลอื่นเข้า ร่วมกิจกรรมดังกล่าว	54 (15.0)	169 (46.9)	126 (35.0)	11 (3.1)	-	360 (100.0)	3.74 (มาก)	0.745
รวม							3.74 (มาก)	0.569

จากตารางที่ 4.30 พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมภายในองค์กร มีค่าเฉลี่ย 3.74 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจมากในการมีส่วนร่วมภายในองค์กร โดยมีความตั้งใจเข้าร่วมการประชุมที่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ และแนะนำบุคคลอื่นให้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.75 ถือว่ามีความตั้งใจมาก รองลงมา คือ ประเด็น มีตั้งใจเข้าร่วมกิจกรรมประเภทสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร และจะแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว มีค่าเฉลี่ย 3.74 ถือว่ามีความตั้งใจมาก และมีความตั้งใจตั้งใจเข้าร่วมกิจกรรมประเภทวิชาการขององค์กร และจะแนะนำบุคคลอื่นให้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว มีค่าเฉลี่ย 3.73 ถือว่ามีความตั้งใจมาก

4.6 ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย กำหนดระดับการมีระยะสัมพันธ์ทางสถิติเป็น 0.01 และ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์การที่แตกต่างกัน กับการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ จากสื่อที่เปิดรับมากที่สุด 3 ลำดับแรก แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์การที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.1 เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31

เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	P-value
ชาย	74	14.62	5.697	-1.398	0.164
หญิง	106	15.97	6.810		
รวม	180				

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ค่า t เท่ากับ -1.398 และค่า P-value 0.164 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.1 สรุปได้ว่า เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.2 ช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ช่วงอายุที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วง มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32

เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	P-value
24-34 ปี	77	14.70	6.521	2.981	0.033*
35-49 ปี	65	14.97	6.041		
50-60 ปี	30	16.73	5.971		
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	8	21.00	7.191		
รวม	180				

P-value คือ Sig. *P-value<0.05

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ค่า F เท่ากับ 2.981 และค่า P-value เท่ากับ 0.033 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.2 สรุปได้ว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน

สำหรับการทดสอบเพื่อให้ทราบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกตามช่วงอายุ ผู้วิจัยได้ใช้การทดสอบผลต่างนัยสำคัญ (LSD) ในการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.33

เปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	ค่าเฉลี่ย	มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	50-60 ปี	35-49 ปี	24-34 ปี
		21.00	16.73	14.97	14.70
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	21.00	-	4.27	6.03 (0.001)**	6.30 (0.008)**
50-60 ปี	16.73	-	-	1.76	2.03
35-49 ปี	14.97	-	-	-	0.27

**P-value<0.01

จากตารางที่ 4.33 เปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกตามช่วงอายุ พบว่า ผู้ที่มีช่วงอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มากกว่าผู้ที่มีช่วงอายุ 24 - 49 ปี

สำหรับตัวแปรช่วงอายุอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ระดับ มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34

เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	P-value
มัธยมศึกษา/ปวช. หรือเทียบเท่า	9	14.44	3.046	3.267	0.023*
อนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า	8	15.50	6.803		
ปริญญาตรี	121	14.57	6.274		
ปริญญาโทขึ้นไป	42	18.05	6.644		
รวม	180				

P-value คือ Sig. *P-value<0.05

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ค่า F เท่ากับ 3.267 และค่า P-value เท่ากับ 0.023 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.3 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน

สำหรับการทดสอบเพื่อให้ทราบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกตามระดับการศึกษา ผู้วิจัยได้ใช้การทดสอบผลต่างนัยสำคัญ (LSD) ในการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.35

เปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ปริญญาโท ขึ้นไป	อนุปริญญา/ ปวส.หรือ เทียบเท่า	ปริญญาตรี	มัธยมศึกษา/ ปวช.หรือ เทียบเท่า
		18.05	15.50	14.57	14.44
ปริญญาโทขึ้นไป	18.05	-	2.55	3.48 (0.002)**	3.61
อนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า	15.50	-	-	0.93	1.06
ปริญญาตรี	14.57	-	-	-	0.13
มัธยมศึกษา/ปวช. หรือเทียบเท่า	14.44	-	-	-	-

**P-value<0.01

จากตารางที่ 4.35 เปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

สำหรับตัวแปรระดับการศึกษาคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.4 ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ประเภท มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36

เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกตามประเภทบุคลากร

ประเภทบุคลากร	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	P-value
พนักงานมหาวิทยาลัย	101	15.70	6.607	2.766	0.029*
ข้าราชการกรุงเทพฯ สามัญ	27	14.30	6.317		
ข้าราชการกรุงเทพฯ ในสถาบันอุดมศึกษา	18	19.17	6.510		
ลูกจ้างประจำ	26	13.15	4.628		
บุคลากรภายนอกช่วยปฏิบัติงาน	8	14.50	5.657		
รวม	180				

P-value คือ Sig. *P-value<0.05

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ค่า F เท่ากับ 2.766 และค่า P-value เท่ากับ 0.029 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.4 สรุปได้ว่า ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน

สำหรับการทดสอบเพื่อให้ทราบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกตามประเภทบุคลากร ผู้วิจัยได้ใช้การทดสอบผลต่างนัยสำคัญ (LSD) ในการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.37

เปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกตามประเภทบุคลากร

ประเภทบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	ข้าราชการ กรุงเทพฯ ใน สถาบันอุดมศึกษา	พนักงาน มหาวิทยาลัย	บุคลากร ภายนอกช่วย ปฏิบัติงาน	ข้าราชการ กรุงเทพฯ สามัญ	ลูกจ้าง ประจำ
		19.17	15.70	14.50	14.30	13.15
ข้าราชการ กรุงเทพฯ ใน สถาบันอุดมศึกษา	19.17	-	3.47 (0.032)*	4.67	4.87 (0.012)*	6.02 (0.002)* *
พนักงาน มหาวิทยาลัย	15.70	-	-	1.20	1.40	2.55
บุคลากรภายนอก ช่วยปฏิบัติงาน	14.50	-	-	-	0.20	1.35
ข้าราชการ กรุงเทพฯ สามัญ	14.30	-	-	-	-	1.15
ลูกจ้างประจำ	13.15	-	-	-	-	-

*P-value<0.05 **P-value<0.01

จากตารางที่ 4.37 เปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกตามประเภทบุคลากร พบว่า ข้าราชการกรุงเทพฯ ในสถาบันอุดมศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มากกว่าข้าราชการกรุงเทพฯ สามีญ ลูกจ้างประจำ และพนักงานมหาวิทยาลัย

สำหรับตัวแปรประเภทบุคลากรอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.5 รายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : รายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วง มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38

เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	P-value
5,001-10,000 บาท	6	18.83	6.145	2.801	0.041*
10,001-20,000 บาท	59	14.39	6.284		
20,001-30,000 บาท	91	15.11	6.063		
มากกว่า 30,000 บาท	24	18.25	7.213		
รวม	180				

P-value คือ Sig. *P-value<0.05

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ค่า F เท่ากับ 2.801 และค่า P-value เท่ากับ 0.041 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.5 สรุปได้ว่า รายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน

สำหรับการทดสอบเพื่อให้ทราบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกตามรายได้ ผู้วิจัยได้ใช้การทดสอบผลต่างนัยสำคัญ (LSD) ในการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.39

เปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกตามรายได้

รายได้	ค่าเฉลี่ย	5,001- 10,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	10,001- 20,000 บาท
		18.83	18.25	15.11	14.39
5,001- 10,000 บาท	18.83	-	0.58	3.72	4.44
มากกว่า 30,000 บาท	18.25	-	-	3.14 (0.031)*	3.86 (0.012)*
20,001- 30,000 บาท	15.11	-	-	-	0.72
10,001- 20,000 บาท	14.39	-	-	-	-

**P-value<0.05

จากตารางที่ 4.39 เปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/

เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มากกว่าผู้ที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท และ 10,001-20,000 บาท

สำหรับตัวแปรรายได้คู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.6 ระยะเวลาทำงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ระยะเวลาทำงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาทำงานที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วง มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40

เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) จำแนกตามระยะเวลาทำงาน

ระยะเวลาทำงาน	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	P-value
ไม่ต่ำกว่า 1 ปี	7	16.71	6.550	1.016	0.410
1-2 ปี	47	14.38	6.889		
3-5 ปี	81	15.40	6.094		
6-10 ปี	24	15.08	5.524		
11-15 ปี	9	16.44	4.187		
16 ปีขึ้นไป	12	18.75	8.823		
รวม	180				

P-value คือ Sig.

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ค่า F เท่ากับ 1.016 และค่า P-value เท่ากับ 0.410 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.6 สรุปได้ว่า ระยะเวลาทำงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์กรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.1 เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) แตกต่างกัน

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.41

เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	P-value
ชาย	56	8.30	3.765	-0.802	0.424
หญิง	69	8.86	3.866		
รวม	125				

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ค่า t เท่ากับ -0.802 และค่า P-value 0.424 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.1 สรุปได้ว่า เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.2 ช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) แตกต่างกัน

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ช่วงอายุที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วง มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.42

เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
24-34 ปี	50	8.10	3.530
35-49 ปี	55	9.04	4.141
50-60 ปี	16	8.06	3.108
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	4	11.25	4.787
รวม	125		

P-value คือ Sig.

ในการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F จำนวนคนแต่ละช่วงอายุต้องไม่ต่ำกว่า 5 เนื่องจากช่วงอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป มี 4 คน ผู้วิจัยจึงรวมกับช่วงอายุ 50 – 60 ปี ทั้งนี้เพื่อให้การทดสอบมีความถูกต้องมากขึ้น ดังตาราง 4.43

ตารางที่ 4.43

เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุด
อันดับ 2 (เว็บไซต์) จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	P-value
24-34 ปี	50	8.10	3.530	0.793	0.455
35-49 ปี	55	9.04	4.141		
50 ปีขึ้นไป	20	8.70	3.600		
รวม	125				

P-value คือ Sig.

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ค่า F เท่ากับ 0.793 และค่า P-value เท่ากับ 0.455 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.2 สรุปได้ว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) แตกต่างกัน

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ระดับ มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.44

เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุด
อันดับ 2 (เว็บไซต์) จำแนกตามช่วงอายุ

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	P-value
มัธยมศึกษา/ปวช. หรือเทียบเท่า	6	8.00	2.449	0.173	0.915
อนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า	7	8.14	3.891		
ปริญญาตรี	86	8.77	3.970		
ปริญญาโทขึ้นไป	26	8.35	3.676		
รวม	125				

P-value คือ Sig.

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ค่า F เท่ากับ 0.173 และค่า P-value เท่ากับ 0.915 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.3 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.4 ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) แตกต่างกัน

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ประเภท มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.45

เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุด

อันดับ 2 (เว็บไซต์) จำแนกตามประเภทบุคลากร

ประเภทบุคลากร	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	P-value
พนักงานมหาวิทยาลัย	76	9.28	3.804	3.888	0.011*
ข้าราชการกรุงเทพฯ สามัญ	7	6.29	2.563		
ข้าราชการกรุงเทพฯ ใน สถาบันอุดมศึกษา	7	10.43	5.442		
ลูกจ้างประจำ และบุคลากร ภายนอกช่วยปฏิบัติงาน	35	7.26	3.184		
รวม	125				

P-value คือ Sig. *P-value<0.05

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ค่า F เท่ากับ 3.888 และค่า P-value เท่ากับ 0.011 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.4 สรุปได้ว่า ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) แตกต่างกัน

สำหรับการทดสอบเพื่อให้ทราบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) จำแนกตามประเภทบุคลากร ผู้วิจัยได้ใช้การทดสอบผลต่างนัยสำคัญ (LSD) ในการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.46

เปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) จำแนกตามประเภทบุคลากร

ประเภทบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	ข้าราชการ กรุงเทพฯ ในสถาบัน อุดมศึกษา	พนักงาน มหาวิทยาลัย	ลูกจ้างประจำ และบุคลากร ภายนอกช่วย ปฏิบัติงาน	ข้าราชการ กรุงเทพฯ สามัญ
		10.43	9.28	7.26	6.29
ข้าราชการกรุงเทพฯ ในสถาบันอุดมศึกษา	10.43	-	1.15	3.17 (0.040)*	4.14 (0.038)*
พนักงานมหาวิทยาลัย	9.28	-	-	2.02 (0.008)**	2.99 (0.042)*
ลูกจ้างประจำ และ บุคลากรภายนอกช่วย ปฏิบัติงาน	7.26	-	-	-	0.97
ข้าราชการกรุงเทพฯ สามัญ	6.29	-	-	-	-

*P-value<0.05 **P-value<0.01

จากตารางที่ 4.46 เปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) จำแนกตามประเภทบุคลากร พบว่า ข้าราชการกรุงเทพฯ ในสถาบันอุดมศึกษา และพนักงานมหาวิทยาลัย มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) มากกว่าลูกจ้างประจำและบุคลากรภายนอกช่วยปฏิบัติงาน และข้าราชการกรุงเทพฯ สามัญ

สำหรับตัวแปรประเภทบุคลากรอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.5 รายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) แตกต่างกัน

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : รายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วง มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.47

เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	P-value
5,001-10,000 บาท	6	11.67	5.164	1.462	0.228
10,001-20,000 บาท	40	8.45	3.935		
20,001-30,000 บาท	67	8.36	3.617		
มากกว่า 30,000 บาท	12	9.00	3.593		
รวม	125				

P-value คือ Sig.

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ค่า F เท่ากับ 1.462 และค่า P-value เท่ากับ 0.228 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.5 สรุปได้ว่า รายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.6 ระยะเวลาทำงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) แตกต่างกัน

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ระยะเวลาทำงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาทำงานที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วง มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.48

เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) จำแนกตามระยะเวลาทำงาน

ระยะเวลาทำงาน	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	P-value
ไม่ต่ำกว่า 1 ปี	8	9.88	5.489	1.045	0.387
1-2 ปี	33	8.12	3.672		
3-5 ปี	58	9.05	4.002		
6-15 ปี	20	7.45	2.502		
16 ปีขึ้นไป	6	9.17	3.764		
รวม	125				

P-value คือ Sig.

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ค่า F เท่ากับ 1.045 และค่า P-value เท่ากับ 0.387 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.6 สรุปได้ว่า ระยะเวลาทำงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3 ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์กรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช) แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.1 เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช) แตกต่างกัน

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.49

เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช) จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	P-value
ชาย	32	3.66	1.359	-0.426	0.671
หญิง	63	3.83	2.505		
รวม	95				

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ค่า t เท่ากับ -0.426 และค่า P-value 0.671 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.1 สรุปได้ว่า เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช) ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.2 ช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) แตกต่างกัน

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ช่วงอายุที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วง มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.50

เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	P-value
24-34 ปี	44	3.48	2.040	2.681	0.051
35-49 ปี	30	3.77	1.832		
50-60 ปี	15	5.07	2.865		
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	6	2.67	1.966		
รวม	95				

P-value คือ Sig.

จากตารางที่ 4.50 พบว่า ค่า F เท่ากับ 2.681 และค่า P-value เท่ากับ 0.051 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.2 สรุปได้ว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) แตกต่างกัน

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ระดับ มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.51

เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	P-value
อนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า	11	3.36	1.433	5.282	0.001**
ปริญญาตรี	61	3.38	1.685		
ปริญญาโทขึ้นไป	23	5.00	3.090		
รวม	95				

P-value คือ Sig. **P-value<0.01

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ค่า F เท่ากับ 5.282 และค่า P-value เท่ากับ 0.007 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.3 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) แตกต่างกัน

สำหรับการทดสอบเพื่อให้ทราบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) จำแนกตามระดับการศึกษา ผู้วิจัยได้ใช้การทดสอบผลต่างนัยสำคัญ (LSD) ในการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 4.52

เปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ปริญญาโทขึ้นไป	ปริญญาตรี	อนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า
		5.00	3.38	3.36
ปริญญาโทขึ้นไป	5.00	-	1.62 (0.002)**	1.64 (0.035)*
ปริญญาตรี	3.38	-	-	0.02
อนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า	3.36	-	-	-

*P-value<0.05 **P-value<0.01

จากตารางที่ 4.52 เปรียบเทียบความแตกต่างของการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า และระดับปริญญาตรี สำหรับตัวแปรระดับการศึกษาอื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.4 ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช) แตกต่างกัน

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ประเภท มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.53

เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช) จำแนกตามประเภทบุคลากร

ประเภทบุคลากร	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	P-value
พนักงานมหาวิทยาลัย	66	3.94	2.353	0.362	0.835
ข้าราชการกรุงเทพฯ สามีญ	8	3.25	1.753		
ข้าราชการกรุงเทพฯ ใน สถาบันอุดมศึกษา	8	3.25	1.909		
ลูกจ้างประจำ	8	3.63	1.768		
บุคลากรภายนอกช่วย ปฏิบัติงาน	5	3.40	1.673		
รวม	95				

P-value คือ Sig.

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ค่า F เท่ากับ 0.362 และค่า P-value เท่ากับ 0.835 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.4 สรุปได้ว่า ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.5 รายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) แตกต่างกัน

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : รายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้ที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วง มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.54

เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	P-value
ไม่เกิน 20,000 บาท	42	3.38	1.724	1.203	0.305
20,001-30,000 บาท	41	4.10	2.245		
มากกว่า 30,000 บาท	12	4.00	3.191		
รวม	95				

P-value คือ Sig.

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ค่า F เท่ากับ 1.203 และค่า P-value เท่ากับ 0.305 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.5 สรุปได้ว่า รายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.6 ระยะเวลาทำงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) แตกต่างกัน

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ระยะเวลาทำงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาทำงานที่แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วง มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.55

เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) จำแนกตามระยะเวลาทำงาน

ระยะเวลาทำงาน	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ต่ำกว่า 1 ปี	4	4.00	4.082
1-2 ปี	33	3.30	1.447
3-5 ปี	38	3.74	2.127
6-15 ปี	11	4.36	2.378
16 ปีขึ้นไป	9	4.78	3.270
รวม	95		

P-value คือ Sig.

ในการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ F จำนวนคนที่มีระยะเวลาทำงานแต่ละช่วงต้องไม่ต่ำกว่า 5 เนื่องจากจำนวนคนในช่วงระยะเวลาทำงานต่ำกว่า 1 ปี มี 4 คน ผู้วิจัยจึงรวมกับช่วงระยะเวลาทำงาน 1 – 2 ปี ทั้งนี้เพื่อให้การทดสอบมีความถูกต้องมากขึ้น ดังตาราง 4.56

ตารางที่ 4.56

เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุด
อันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) จำแนกตามระยะเวลาทำงาน

ระยะเวลาทำงาน	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	P-value
ต่ำกว่า 2 ปี	37	3.38	4.082	1.327	0.270
3-5 ปี	38	3.74	2.127		
6-15 ปี	11	4.36	2.378		
16 ปีขึ้นไป	9	4.78	3.270		
รวม	95				

P-value คือ Sig.

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ค่า F เท่ากับ 1.327 และค่า P-value เท่ากับ 0.270 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.6 สรุปได้ว่า ระยะเวลาทำงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน)

มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน)

จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน

H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน

ตารางที่ 4.57

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน

ตัวแปร	ทัศนคติการสื่อสารโดยรวม
การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน)	$r = 0.122$ $P\text{-value} = 0.103$ $(n = 180 \text{ คน})$

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตาราง 4.57 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน มีค่าเท่ากับ 0.122 และค่า P-value เท่ากับ 0.103 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.1 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา

H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา

ตารางที่ 4.58

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา

ตัวแปร	ทัศนคติการสื่อสารแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา
การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน)	$r = 0.266$ $P\text{-value} = 0.000^{**}$ ($n = 180$ คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed) $**P\text{-value} < 0.01$

จากตาราง 4.58 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา มีค่าเท่ากับ 0.266 และค่า P-value เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.1 สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อมีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) บ่อยครั้ง จะทำให้ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหาเป็นไปในเชิงบวก และค่าความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าต่ำ

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.2 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง

H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง

ตารางที่ 4.59

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง

ตัวแปร	ทัศนคติการสื่อสารแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง
การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน)	$r = -0.019$ $P\text{-value} = 0.804$ ($n = 180$ คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตาราง 4.59 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง มีค่าเท่ากับ -0.019 และค่า P-value เท่ากับ 0.804 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง

(H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.2 สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.3 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา

H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา

ตารางที่ 4.60

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา

ตัวแปร	ทัศนคติการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา
การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน)	$r = 0.048$ $P\text{-value} = 0.524$ ($n = 180$ คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตาราง 4.60 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา มีค่าเท่ากับ 0.048 และค่า P-value เท่ากับ 0.524 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.3 สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่

(ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.4 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง

H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง

ตารางที่ 4.61

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง

ตัวแปร	ทัศนคติการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง
การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน)	$r = 0.052$ $P\text{-value} = 0.484$ ($n = 180$ คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตาราง 4.61 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง มีค่าเท่ากับ 0.052 และค่า P-value เท่ากับ 0.484 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.4 สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่

(ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.5 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา

H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา

ตารางที่ 4.62

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา

ตัวแปร	ทัศนคติการสื่อสารแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา
การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน)	r = 0.067 P-value = 0.373 (n = 180 คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตาราง 4.62 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา มีค่าเท่ากับ 0.067 และค่า P-value เท่ากับ 0.373 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.5 สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่

(ครึ่ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.6 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครึ่ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครึ่ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง

H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครึ่ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง

ตารางที่ 4.63

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครึ่ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง

ตัวแปร	ทัศนคติการสื่อสารแบบแนวราบ ด้านช่องทาง
การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครึ่ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน)	$r = 0.176$ $P\text{-value} = 0.018^*$ $(n = 180 \text{ คน})$

P-value คือ Sig.(2-tailed) *P-value<0.05

จากตาราง 4.63 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครึ่ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง มีค่าเท่ากับ 0.176 และค่า P-value เท่ากับ 0.018 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.6 สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่

(ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อมีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) บ่อยครั้ง จะทำให้ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทางเป็นไปในเชิงบวก และค่าความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าต่ำ

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน

H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน

ตารางที่ 4.64

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน

ตัวแปร	ทัศนคติการสื่อสารโดยรวม
การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์)	$r = -0.017$ P-value = 0.848 (n = 125 คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตาราง 4.64 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน มีค่าเท่ากับ -0.017 และค่า P-value เท่ากับ 0.848 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่

2.2 สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.1 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา

H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา

ตารางที่ 4.65

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา

ตัวแปร	ทัศนคติการสื่อสารแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา
การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์)	$r = 0.097$ $P\text{-value} = 0.281$ $(n = 125 \text{ คน})$

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตาราง 4.65 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา มีค่าเท่ากับ 0.097 และค่า P-value เท่ากับ 0.281 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.1 สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.2 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง

H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง

ตารางที่ 4.66

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง

ตัวแปร	ทัศนคติการสื่อสารแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง
การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์)	r = -0.054 P-value = 0.550 (n = 125 คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตาราง 4.66 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง มีค่าเท่ากับ -0.054 และค่า P-value เท่ากับ 0.550 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.2 สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.3 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา

H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา

ตารางที่ 4.67

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา

ตัวแปร	ทัศนคติการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา
การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์)	r = -0.042 P-value = 0.639 (n = 125 คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตาราง 4.67 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา มีค่าเท่ากับ -0.042 และค่า P-value เท่ากับ 0.639 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.3 สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.4 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง

H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง

ตารางที่ 4.68

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง

ตัวแปร	ทัศนคติการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง
การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์)	r = 0.007 P-value = 0.936 (n = 125 คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตาราง 4.68 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง มีค่าเท่ากับ 0.007 และค่า P-value เท่ากับ 0.936 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.4 สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.5 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา

H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา

ตารางที่ 4.69

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา

ตัวแปร	ทัศนคติการสื่อสารแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา
การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์)	r = -0.081 P-value = 0.372 (n = 125 คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตาราง 4.69 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา มีค่าเท่ากับ -0.081 และค่า P-value เท่ากับ 0.372 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.5 สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.6 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง

H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง

ตารางที่ 4.70

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง

ตัวแปร	ทัศนคติการสื่อสารแบบแนวราบ ด้านช่องทาง
การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์)	$r = 0.023$ P-value = 0.801 (n = 125 คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตาราง 4.70 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง มีค่าเท่ากับ 0.023 และค่า P-value เท่ากับ 0.801 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.6 สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน

H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน

ตารางที่ 4.71

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน

ตัวแปร	ทัศนคติการสื่อสารโดยรวม
การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช)	$r = 0.114$ $P\text{-value} = 0.270$ ($n = 95$ คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตาราง 4.71 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน มีค่าเท่ากับ 0.114 และค่า P-value เท่ากับ 0.270 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 2.3 สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.1 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา

H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา

ตารางที่ 4.72

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา

ตัวแปร	ทัศนคติการสื่อสารแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา
การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช)	$r = -0.032$ $P\text{-value} = 0.755$ ($n = 95$ คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตาราง 4.72 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา มีค่าเท่ากับ -0.032 และค่า P-value เท่ากับ 0.755 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.1 สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.2 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง

H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง

ตารางที่ 4.73

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง

ตัวแปร	ทัศนคติการสื่อสารแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง
การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช)	$r = 0.150$ $P\text{-value} = 0.148$ ($n = 95$ คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตาราง 4.73 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง มีค่าเท่ากับ 0.150 และค่า P-value เท่ากับ 0.148 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.2 สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.3 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา

H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา

ตารางที่ 4.74

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา

ตัวแปร	ทัศนคติการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา
การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช)	$r = 0.052$ $P\text{-value} = 0.618$ ($n = 95$ คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตาราง 4.74 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา มีค่าเท่ากับ 0.052 และค่า P-value เท่ากับ 0.618 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.3 สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.4 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง

H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง

ตารางที่ 4.75

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง

ตัวแปร	ทัศนคติการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง
การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช)	$r = 0.142$ $P\text{-value} = 0.170$ ($n = 95$ คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตาราง 4.75 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง มีค่าเท่ากับ 0.142 และค่า P-value เท่ากับ 0.170 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.4 สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.5 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา

H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา

ตารางที่ 4.76

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา

ตัวแปร	ทัศนคติการสื่อสารแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา
การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช)	r = 0.138 P-value = 0.181 (n = 95 คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตาราง 4.76 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา มีค่าเท่ากับ 0.138 และค่า P-value เท่ากับ 0.181 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.5 สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.6 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง

H_1 : การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง

ตารางที่ 4.77

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง

ตัวแปร	ทัศนคติการสื่อสารแบบแนวราบ ด้านช่องทาง
การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช)	$r = 0.050$ P-value = 0.628 (n = 95 คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตาราง 4.77 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง มีค่าเท่ากับ 0.050 และค่า P-value เท่ากับ 0.628 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.6 สรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทัศนคติโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ทัศนคติโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

H_1 : ทัศนคติโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

ตารางที่ 4.78

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

ตัวแปร	ทัศนคติโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน
พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)	$r = -0.129$ P-value = 0.014* (n = 360 คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed) *P-value<0.05

จากตาราง 4.78 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี) มีค่าเท่ากับ -0.129 และค่า P-value เท่ากับ 0.014 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3 สรุปได้ว่า ทัศนคติโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นลบ นั่นคือ เมื่อมีทัศนคติโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายในเป็นไปในเชิงบวก จะทำให้พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี) ลดลง และค่าความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าต่ำ

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

H_1 : ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

ตารางที่ 4.79

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

ตัวแปร	ทัศนคติการสื่อสารแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา
พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)	$r = 0.036$ $P\text{-value} = 0.492$ $(n = 360 \text{ คน})$

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตาราง 4.79 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี) มีค่าเท่ากับ 0.036 และค่า P-value เท่ากับ 0.492 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 สรุปได้ว่า ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2 ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

H_1 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

ตารางที่ 4.80

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

ตัวแปร	ทศนคติการสื่อสารแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง
พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)	$r = -0.130$ P-value = 0.014* (n = 360 คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed) *P-value<0.05

จากตาราง 4.80 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี) มีค่าเท่ากับ -0.130 และค่า P-value เท่ากับ 0.014 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3.2 สรุปได้ว่า ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นลบ นั่นคือ เมื่อมีทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทางเป็นไปในเชิงบวก จะทำให้พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี) ลดลง และค่าความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าต่ำ

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3 ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

H_1 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

ตารางที่ 4.81

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

ตัวแปร	ทศนคติการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา
พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)	$r = -0.137$ P-value = 0.009** (n = 360 คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed) *P-value<0.01

จากตาราง 4.81 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี) มีค่าเท่ากับ -0.137 และค่า P-value เท่ากับ 0.009 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3.3 สรุปได้ว่า ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นลบ นั่นคือ เมื่อมีทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหาเป็นไปในเชิงบวก จะทำให้พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี) ลดลง และค่าความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าต่ำ

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.4 ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

H_1 : ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

ตารางที่ 4.82

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

ตัวแปร	ทักษะการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง
พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)	$r = -0.099$ P-value = 0.059 (n = 360 คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตาราง 4.82 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี) มีค่าเท่ากับ -0.099 และค่า P-value เท่ากับ 0.059 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 3.4 สรุปได้ว่า ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.5 ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

H_1 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

ตารางที่ 4.83

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

ตัวแปร	ทศนคติการสื่อสารแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา
พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)	$r = -0.207$ P-value = 0.000** (n = 360 คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed) *P-value<0.01

จากตาราง 4.83 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี) มีค่าเท่ากับ -0.207 และค่า P-value เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3.5 สรุปได้ว่า ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นลบ นั่นคือ เมื่อมีทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหาเป็นไปในเชิงบวก จะทำให้พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี) ลดลง และค่าความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าต่ำ

สมมติฐานการวิจัยที่ 3.6 ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

H_1 : ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

ตารางที่ 4.84

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

ตัวแปร	ทักษะการสื่อสารแบบแนวราบ ด้านช่องทาง
พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)	$r = -0.029$ P-value = 0.583 (n = 360 คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed)

จากตาราง 4.84 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี) มีค่าเท่ากับ -0.029 และค่า P-value เท่ากับ 0.583 มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 3.6 สรุปได้ว่า ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 ทักษะคิดโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ทักษะคิดโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

H_1 : ทักษะคิดโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.85

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทักษะคิดโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

ตัวแปร	ทักษะคิดโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน
แนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย	$r = 0.442$ $P\text{-value} = 0.000^{**}$ $(n = 360 \text{ คน})$

P-value คือ Sig.(2-tailed) $**P\text{-value} < 0.01$

จากตาราง 4.85 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทักษะคิดโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย มีค่าเท่ากับ 0.442 และค่า P-value เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 4 สรุปได้ว่า ทักษะคิดโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อมีทักษะคิดโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายในในเชิงบวก แนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยก็จะบ่อยครั้งตามไปด้วย และค่าความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าปานกลาง

สมมติฐานการวิจัยที่ 4.1 ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

H_1 : ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.86

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

ตัวแปร	ทักษะการสื่อสารแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา
แนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย	$r = 0.413$ $P\text{-value} = 0.000^{**}$ $(n = 360 \text{ คน})$

P-value คือ Sig.(2-tailed) **P-value<0.01

จากตาราง 4.86 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย มีค่าเท่ากับ 0.413 และค่า P-value เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 4.1 สรุปได้ว่า ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อมีทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหาในเชิงบวก แนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยก็จะบ่งชี้ตามไปด้วย และค่าความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าปานกลาง

สมมติฐานการวิจัยที่ 4.2 ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

H_1 : ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.87

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

ตัวแปร	ทักษะการสื่อสารแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง
แนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย	$r = 0.351$ $P\text{-value} = 0.000^{**}$ $(n = 360 \text{ คน})$

P-value คือ Sig.(2-tailed) $**P\text{-value} < 0.01$

จากตาราง 4.87 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย มีค่าเท่ากับ 0.351 และค่า P-value เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 4.2 สรุปได้ว่า ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อมีทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทางเป็นไปในเชิงบวก แนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยก็จะบ่งชี้ตามไปด้วย และค่าความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าปานกลาง

สมมติฐานการวิจัยที่ 4.3 ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

H_1 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.88

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

ตัวแปร	ทศนคติการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา
แนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย	$r = 0.341$ $P\text{-value} = 0.000^{**}$ $(n = 360 \text{ คน})$

P-value คือ Sig.(2-tailed) $**P\text{-value} < 0.01$

จากตาราง 4.88 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย มีค่าเท่ากับ 0.341 และค่า P-value เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 4.3 สรุปได้ว่า ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อมีทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหาเป็นไปในเชิงบวก แนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยก็จะบ่งชี้ตามไปด้วย และค่าความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าต่ำ

สมมติฐานการวิจัยที่ 4.4 ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

H_1 : ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.89

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

ตัวแปร	ทักษะการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง
แนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย	$r = 0.319$ $P\text{-value} = 0.000^{**}$ (n = 360 คน)

P-value คือ Sig.(2-tailed) $**P\text{-value} < 0.01$

จากตาราง 4.89 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย มีค่าเท่ากับ 0.319 และค่า P-value เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 4.4 สรุปได้ว่า ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อมีทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทางเป็นไปในเชิงบวก แนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยก็จะบ่งชี้ตามไปด้วย และค่าความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าปานกลาง

สมมติฐานการวิจัยที่ 4.5 ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

H_1 : ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.90

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

ตัวแปร	ทศนคติการสื่อสารแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา
แนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย	$r = 0.326$ $P\text{-value} = 0.000^{**}$ $(n = 360 \text{ คน})$

P-value คือ Sig.(2-tailed) $**P\text{-value} < 0.01$

จากตาราง 4.90 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย มีค่าเท่ากับ 0.326 และค่า P-value เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 4.5 สรุปได้ว่า ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อมีทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหาเป็นไปในเชิงบวก แนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยก็จะบ่งชี้ตามไปด้วย และค่าความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าปานกลาง

สมมติฐานการวิจัยที่ 4.6 ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

H_1 : ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.91

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

ตัวแปร	ทักษะการสื่อสารแบบแนวราบ ด้านช่องทาง
แนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย	$r = 0.266$ $P\text{-value} = 0.000^{**}$ $(n = 360 \text{ คน})$

P-value คือ Sig.(2-tailed) **P-value<0.01

จากตาราง 4.91 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทักษะการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย มีค่าเท่ากับ 0.266 และค่า P-value เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) และยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 4.6 สรุปได้ว่า ทักษะการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อมีทักษะการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทางเป็นไปในเชิงบวก แนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยก็จะบ่งชี้ตามไปด้วย และค่าความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าต่ำ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช” มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ทัศนคติ พฤติกรรมการมีส่วนร่วม และแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมภายในองค์การของพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช
2. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน กับการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การของพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การของพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช กับแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การของพนักงานมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช

5.1 สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากร

จากการศึกษาลักษณะทางประชากรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรเพศชายและหญิง ที่มีอายุระหว่าง 18 - มากกว่า 60 ปีขึ้นไป จำนวน 360 คน พบว่า

1. **เพศ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 60.6 และกลุ่มตัวอย่างเพศชาย มีจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 39.4
2. **อายุ** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 24 - 34 ปี มีจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9 รองลงมาคือช่วงอายุ 35 - 49 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 36.1 ช่วงอายุ

50 - 60 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 อายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 และอายุ 18 - 23 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

3. **ระดับการศึกษาปัจจุบัน / สูงสุด** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 69.4 รองลงมาคือ ปริญญาโทขึ้นไป จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 อนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 และมัธยมศึกษา / ปวช. หรือเทียบเท่า จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 ตามลำดับ

4. **ประเภทบุคลากร** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานมหาวิทยาลัย จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมา คือ ลูกจ้างประจำ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 ข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 และบุคลากรภายนอกช่วยปฏิบัติงาน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

5. **เงินเดือน** (ไม่รวมเงินประจำตำแหน่งและเงินสวัสดิการ) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเงินเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมา คือ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 เงินเดือน 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และไม่เกิน 5,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

6. **ระยะเวลาทำงานในหน่วยงาน** กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาทำงานในหน่วยงาน 3 – 5 ปี จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 รองลงมา คือ 1 – 2 ปี จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 ระยะเวลาทำงาน 6 – 10 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 ระยะเวลาทำงาน 16 ปีขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 ระยะเวลาทำงานไม่ต่ำกว่า 3 เดือน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 และระยะเวลาทำงาน 11 – 15 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช

จากการศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช ของบุคลากรมหาวิทยาลัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราชจากบันทึกข้อความ / หนังสือเวียน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.4 รองลงมา คือ วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช คิดเป็นร้อยละ 12.6 และกล่องข้อความคิดเห็นน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.6

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จากสื่อ 3 อันดับแรก พบว่า ในอันดับที่ 1 กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จากบันทึกข้อความ / หนังสือเวียนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาอันดับที่ 2 เว็บไซต์ (www.nmu.ac.th) คิดเป็นร้อยละ 31.3 และอันดับที่ 3 วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช คิดเป็นร้อยละ 23.7 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จากสื่อ อันดับที่ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) โดยเฉลี่ย 15.42 หรือ 15 ครั้ง/เดือน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 6.394 ครั้ง/เดือน โดยมีการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ 10 ครั้ง/เดือน มากที่สุด จำนวน 83 คน คิดเป็น ร้อยละ 46.1 รองลงมา คือ ความถี่ 20 ครั้ง/เดือน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 18.4 และความถี่ 22 ครั้ง/เดือน น้อยที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1

กลุ่มตัวอย่างมีเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จากสื่อ อันดับที่ 2 (เว็บไซต์ www.nmu.ac.th) โดยเฉลี่ย 8.61 หรือ 9 ครั้ง/เดือน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3.816 ครั้ง/เดือน โดยมีการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ 10 ครั้ง/เดือน มากที่สุด จำนวน 44 คน คิดเป็น ร้อยละ 35.2 รองลงมา คือ ความถี่ 5 ครั้ง/เดือน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 และความถี่ 9 ครั้ง/เดือน น้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4

กลุ่มตัวอย่างมีเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จากสื่อ อันดับที่ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) โดยเฉลี่ย 3.77 หรือ 4 ครั้ง/เดือน ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน 2.180 ครั้ง/เดือน โดยมีการเปิดรับข่าวสาร ความถี่ 5 ครั้ง/เดือน มากที่สุด จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 รองลงมา คือ ความถี่ 3 ครั้ง/เดือน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.9 และ ความถี่ 10 ครั้ง/เดือน น้อยที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช ในช่วงเช้า 08.00-12.00 น. มากที่สุด จำนวน 139 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมา คือ ในช่วงเย็น 15.01-18.00 น. จำนวน 94 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 20.8 และในช่วงค่ำ 18.01-21.00 น. น้อยที่สุด จำนวน 50 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 11.0

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช ประเภทกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ มากที่สุด จำนวน 240 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 15.4 รองลงมา คือ ข่าวสาร ประเภทกิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัย จำนวน 214 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 13.8 และข่าวสาร ประเภทข่าวสารการเข้าสู่ตำแหน่งวิชาการ น้อยที่สุด จำนวน 94 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 6.0

ส่วนที่ 3 ทักษะที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช

จากการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมทักษะที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราชของกลุ่มตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ย 3.66 ถือว่า มีทักษะเชิงบวก รายละเอียดดังนี้

กลุ่มตัวอย่างมีทักษะที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช ในประเด็น การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านประเด็นเนื้อหา มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.78 ถือว่ามีทักษะเชิงบวก รองลงมา คือ ประเด็น การติดต่อสื่อสารตามแนวราบ ด้านช่องทาง มีค่าเฉลี่ย 3.68 ถือว่ามีทักษะเชิงบวก ประเด็น การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง มีค่าเฉลี่ย 3.64 ถือว่ามีทักษะเชิงบวก ประเด็น การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านช่องทาง มีค่าเฉลี่ย 3.63 ถือว่ามีทักษะเชิงบวก ประเด็น การติดต่อสื่อสารตามแนวราบ ด้านประเด็นเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 3.62 ถือว่ามีทักษะเชิงบวก และ ประเด็น การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน ด้านประเด็นเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 3.60 ถือว่ามีทักษะเชิงบวก ตามลำดับ

ทักษะต่อการติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านประเด็นเนื้อหา

จากการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทักษะต่อการติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านประเด็นเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 3.78 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีทักษะเชิงบวกต่อการติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านประเด็นเนื้อหา ในประเด็น เนื้อหาของสารที่ส่งมาจากผู้บริหาร ทำให้ท่านรู้และเข้าใจ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม และเป้าหมายขององค์การได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง และประเด็น ข่าวสารที่ส่งมาจากผู้บริหารอย่างเป็นทางการ ทำให้ท่านรู้สึกต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.87 เท่ากัน ถือว่ามีทักษะเชิงบวก รองลงมา คือประเด็น ข่าวสารแบบเป็นทางการที่ส่งมาจากผู้บริหาร ทำให้ท่านรู้สึกเชื่อมั่นและเกิดความไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ย 3.79 ถือว่ามีทักษะเชิงบวก และประเด็น หากต้องเผชิญหน้ากับข่าวร้าย ท่านสามารถอธิบายถึงปัญหาเหล่านั้น และสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.60 ถือว่ามีทักษะเชิงบวก

ทักษะต่อการติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านประเด็นช่องทาง

โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทักษะต่อการติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านช่องทาง มีค่าเฉลี่ย 3.63 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีทักษะเชิงบวกต่อการติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านช่องทาง ในประเด็น ท่านรู้สึกพอใจช่องทางสื่อสารขององค์การผ่านรายงานการประชุมที่มีการส่งอย่างสม่ำเสมอ ทำให้เข้าใจเรื่องต่างๆ มากยิ่งขึ้น มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.72 ถือว่ามีทักษะเชิงบวก รองลงมา คือประเด็น ท่านรู้สึกว่าข่าวสารต่างๆ ที่ส่งทางช่องทางบันทึกข้อความ มีลักษณะสั้นกระชับและตรงประเด็น มีค่าเฉลี่ย 3.71 ถือว่ามีทักษะเชิงบวก และประเด็น ช่องทางการสื่อสาร

ผ่านคำสั่ง ระเบียบ ข้อบังคับ บอร์ดประชาสัมพันธ์ มีความสะดวกสามารถเข้าถึงได้ง่าย น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.53 ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก

ทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน ด้านประเด็นเนื้อหา

โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน ด้านประเด็นเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 3.60 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน ด้านประเด็นเนื้อหา ในประเด็น ท่านรู้สึกพอใจเมื่อข้อเสนอแนะของท่านที่ส่งไปยังผู้บริหาร ถูกนำมาปรับปรุงงานให้ดียิ่งขึ้น มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.68 ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก รองลงมา คือประเด็น ข่าวสารต่างๆ ที่ท่านส่งไปยังผู้บริหารได้รับความสนใจ ทำให้ท่านรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยในการขับเคลื่อนองค์กร และประเด็น ท่านรู้สึกพอใจในองค์การของท่านเมื่อผู้ปฏิบัติงานรายงานความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดวิกฤตในองค์การ ผู้บริหารตอบสนองอย่างรวดเร็วและสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.79 เท่ากัน ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก และประเด็น ท่านรู้สึกพอใจที่ข้อมูล ข่าวสารต่างๆ ที่ผู้ปฏิบัติงานสะท้อนกลับไปยังผู้บริหารนั้น ได้รับการพิจารณาและนำมาปฏิบัติการอย่างสม่ำเสมอ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.50 ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก

ทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน ด้านประเด็นช่องทาง

โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง มีค่าเฉลี่ย 3.64 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง ในประเด็น ท่านรู้สึกพอใจที่องค์การของท่านมีเวทีให้ผู้ปฏิบัติงานได้แสดงความคิดเห็นไปถึงผู้บริหาร มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.69 ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก รองลงมา คือประเด็น ท่านรู้สึกพอใจในช่องทางการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน ผ่านเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ที่มีช่องทางสำหรับถามตอบ และประเด็น ท่านรู้สึกพอใจที่องค์การของท่านมีการเปิดช่องให้มีการติดต่อสื่อสารไปยังผู้บริหารอย่างมีประสิทธิภาพและเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.66 เท่ากัน ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก และประเด็น ท่านคิดว่าในองค์การของท่านมีช่องทางกระบวนการร้องทุกข์ผ่านกล่องรับความคิดเห็น เว็บไซต์รับข้อร้องเรียนที่เหมาะสม น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.55 ถือว่ามีทัศนคติเชิงบวก

ทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารตามแนวราบ ด้านประเด็นเนื้อหา

โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารตามแนวราบ ด้านประเด็นเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 3.62 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อการติดต่อสื่อสารตามแนวราบ ด้านประเด็นเนื้อหา ในประเด็น ท่านคิดว่าการแลกเปลี่ยนความรู้ในการทำงานผ่านการสื่อสาร ทำให้เกิดความชำนาญในวิชาชีพ และเกิดความสนใจเฉพาะในแต่ละสายงาน มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.72

ถือว่า มีทัศนคติเชิงบวก รองลงมา คือ ประเด็น ท่านรู้สึกพอใจในการมอบหมายระหว่างผู้ปฏิบัติงาน ในสายงานหรือต่างสายงาน มีค่าเฉลี่ย 3.66 ถือว่า มีทัศนคติเชิงบวก และประเด็น ท่านรู้สึกพอใจในการถ่ายทอดข้อมูลภายในองค์การที่ทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.52 ถือว่า มีทัศนคติเชิงบวก

ทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารตามแนวราบ ด้านประเด็นช่องทาง

โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการติดต่อสื่อสารตามแนวราบ ด้านช่องทาง มีค่าเฉลี่ย 3.68 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อการติดต่อสื่อสารตามแนวราบ ด้านช่องทาง ในประเด็น การสื่อสารผ่านช่องทางบันทึกข้อความ ทำให้เกิดการมอบหมายงาน และประสานงานภายในองค์การ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.71 ถือว่า มีทัศนคติเชิงบวก รองลงมา คือ ประเด็น ท่านรู้สึกว่า การสื่อสารผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ทำให้เกิดความเข้าใจง่ายและรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.69 ถือว่า มีทัศนคติเชิงบวก และประเด็น 3.7 ท่านรู้สึกว่า การสื่อสารผ่านช่องทางบันทึกข้อความ มีความถูกต้องและชัดเจน ประเด็น ท่านคิดว่าการสื่อสารผ่านช่องทาง การพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ และประเด็น การสื่อสารผ่านช่องทาง การพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ ทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ปฏิบัติงานในองค์การ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.66 เท่ากัน ถือว่า มีทัศนคติเชิงบวก

ส่วนที่ 4 การมีส่วนร่วมกับองค์การ

จากการศึกษาการมีส่วนร่วมกับองค์การ ของบุคลากรมหาวิทยาลัย นวมินทราชินราช พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมกับองค์การ มีค่าเฉลี่ย 3.49 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมกับองค์การบ่อย ในประเด็น ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมประเภทสังคมและสิ่งแวดล้อม ของมหาวิทยาลัย (กิจกรรมค่ายอาสา, กิจกรรมทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม) มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.53 ถือว่า มีส่วนร่วมกับองค์การบ่อย รองลงมา คือ ประเด็น ท่านเคยเข้าร่วมการประชุมที่สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ (กิจกรรมอธิการบดีพบประชาคม) และประเด็น ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมประเภทวิชาการของมหาวิทยาลัย (ประชุมวิชาการ, โครงการอบรมภาษาอังกฤษ ฯลฯ) มีค่าเฉลี่ย 3.47 เท่ากัน ถือว่า มีส่วนร่วมกับองค์การบ่อย

กลุ่มตัวอย่างมีการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช โดยเฉลี่ย 5.90 หรือ 6 ครั้ง/ปี ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3.746 ครั้ง/ปี โดยเข้าร่วมกิจกรรม 5 ครั้ง/ปี มากที่สุด จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 รองลงมา คือ เข้าร่วมกิจกรรม 4 ครั้ง/ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 และเข้าร่วมกิจกรรม 9 ครั้ง/ปี น้อยที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

กลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมกิจกรรมอบรมให้ความรู้ มากที่สุด จำนวน 204 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 17.1 รองลงมา คือ กิจกรรมประชุมวิชาการ จำนวน 191 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 16.0 และข่าวสารด้านการบริการวิชาการ (ความรู้สู่ประชาชน) น้อยที่สุด จำนวน 73 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 6.1

กลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมกิจกรรมวันสถาปนามหาวิทยาลัยนวมินทราชินีมามากที่สุด จำนวน 206 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 19.2 รองลงมา คือ กิจกรรมบิกคลีนนิ่งเดียร์ จำนวน 194 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 17.9 และกิจกรรมป้องกันลูกน้ำยุงลายในสถานที่ทำงาน น้อยที่สุด จำนวน 98 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 9.0

กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินีมุ่งเพื่อให้เกิดความสามัคคีและได้ทำงานร่วมกับผู้อื่น มากที่สุด จำนวน 249 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 25.4 รองลงมา คือ เพื่อทำให้โลกทัศน์ของตนเองกว้างมากขึ้น จำนวน 163 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 16.6 และเพื่อให้เกิดการรู้จักและเข้าใจคำว่า บทบาท น้อยที่สุด จำนวน 120 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 12.2

กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินีมุ่งเพื่อความสามัคคีและได้ทำงานร่วมกับผู้อื่น มากที่สุด จำนวน 256 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมา คือ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ จำนวน 201 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 23.2 และเพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ น้อยที่สุด จำนวน 110 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 12.7

กลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินีมุ่งในช่วงเช้า 08.00-12.00 น. จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8 และช่วงบ่าย 12.01-16.00 น. จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2

กลุ่มตัวอย่างสะดวกเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินีมุ่งในวันศุกร์ มากที่สุด จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 รองลงมา คือ วันจันทร์ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2 และวันอังคาร น้อยที่สุด จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7

ส่วนที่ 5 แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมภายในองค์การ

จากการศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมภายในองค์การ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนวมินทราชินีมพบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมภายในองค์การ มีค่าเฉลี่ย 3.74 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจมากในการมีส่วนร่วมภายในองค์การ โดยมีความตั้งใจเข้าร่วมการประชุมที่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ และแนะนำบุคคลอื่นให้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.75 ถือว่ามีความตั้งใจมาก รองลงมา คือ ประเด็น มีตั้งใจเข้าร่วมกิจกรรมประเภทสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์การ และจะแนะนำให้บุคคล

อื่นเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว มีค่าเฉลี่ย 3.74 ถือว่ามีความตั้งใจมาก และมีความตั้งใจตั้งใจเข้าร่วมกิจกรรมประเภทวิชาการขององค์การ และจะแนะนำบุคคลอื่นให้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว มีค่าเฉลี่ย 3.73 ถือว่ามีความตั้งใจมาก

ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการวิจัยเรื่อง “ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในและการมีส่วนร่วมในองค์การ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยนวมินทราชินา” สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยได้ดังตารางที่ 5.1 ดังนี้

ตารางที่ 5.1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์การที่แตกต่างกัน กับการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ จากสื่อที่เปิดรับมากที่สุด 3 ลำดับแรก แตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์การที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 แตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.1 เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.2 ช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (F = 2.981 P-value <0.05)

ตารางที่ 5.1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.3 ระดับการศึกษาปริญญาโทมากกว่าปริญญาตรี มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (F = 3.267 P-value <0.05)
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.4 ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (F = 2.766 P-value <0.05)
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.5 ช่วงรายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (F = 2.801 P-value <0.05)
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1.6 ช่วงระยะเวลาทำงานในหน่วยงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์กรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 แตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.1 เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 5.1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.2 ช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.4 ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($F = 3.888$ $P\text{-value} < 0.05$)
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.5 ช่วงรายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2.6 ช่วงระยะเวลาทำงานในหน่วยงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3 ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์กรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 แตกต่างกัน	

ตารางที่ 5.1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.1 เพศของผู้ปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.2 ช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย (F = 5.288 P-value <0.01)
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.4 ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.5 ช่วงรายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3.6 ช่วงระยะเวลาทำงานในหน่วยงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 5.1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร	
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.1 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุด อันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($r = 0.266$ P-value <0.01)
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.2 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.3 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.4 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 5.1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.5 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1.6 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($r = 0.176$ P-value <0.05)
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.1 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.2 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 5.1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.3 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.4 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.5 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2.6 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัยนวมินทราชินี) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 5.1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.1 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.2 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.3 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.4 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.5 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 5.1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2.3.6 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัยนวมินทราชูราช) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทัศนคติโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($r = -0.129$ P-value <0.05)
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.1 ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.2 ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($r = -0.130$ P-value <0.05)
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.3 ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($r = -0.137$ P-value <0.01)
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.4 ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 5.1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.5 ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($r = -0.207$ P-value <0.01)
สมมติฐานการวิจัยที่ 3.6 ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทาง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 4 ทัศนคติโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($r = 0.442$ P-value <0.01)
สมมติฐานการวิจัยที่ 4.1 ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($r = 0.413$ P-value <0.01)
สมมติฐานการวิจัยที่ 4.2 ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($r = 0.351$ P-value <0.01)
สมมติฐานการวิจัยที่ 4.3 ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($r = 0.341$ P-value <0.01)

ตารางที่ 5.1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 4.4 ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทางมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($r = 0.319$ P-value <0.01)
สมมติฐานการวิจัยที่ 4.5 ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($r = 0.326$ P-value <0.01)
สมมติฐานการวิจัยที่ 4.6 ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านช่องทางมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($r = 0.266$ P-value <0.01)

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 อภิปรายผลการวิจัยลักษณะตัวแปร

การวิจัยเรื่อง “ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในและการมีส่วนร่วมในองค์การ กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช” สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

จากผลการวิจัยด้านลักษณะทางประชากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 24 – 34 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นบุคลากรประเภทพนักงานมหาวิทยาลัย มีเงินเดือน (ไม่รวมเงินประจำตำแหน่งและเงินสวัสดิการ) อยู่ที่ 20,001 – 30,000 บาท จากผลการวิจัยด้านการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช พบว่า กลุ่มที่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชมากที่สุด 3 อันดับแรก โดยสื่อที่เปิดรับมากที่สุด คือ บันทึกรับข้อความ/หนังสือเวียน เหตุผลที่บันทึกรับข้อความ/หนังสือเวียน เป็นสื่อที่เปิดรับมากที่สุด เนื่องมาจากมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช โอนภารกิจมาจากวิทยาลัย

แพทยศาสตร์กรุงเทพมหานครและวชิรพยาบาล และวิทยาลัยพยาบาลกึ่งการุณย์ไปเป็น มหาวิทยาลัยฯ ซึ่งเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่เป็นหน่วยงานของรัฐอยู่ในกำกับของกรุงเทพมหานคร มีฐานะเป็นนิติบุคคล แต่ยังคงมีแบบแผนการดำเนินงานของหน่วยงานแบบราชการอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีระบบราชการ (Bureaucracy) ของ Max Webber. (1947). The Theory of Social and Economic Organizations. ที่กล่าวว่า “องค์การที่บริหารงานด้วยระบบราชการ หากมีการมอบหมายงานจะต้องมีหลักฐานเป็นลายลักษณ์อักษร” สอดคล้องกับผลการวิจัยที่กล่าวว่า สื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุดคือ บันทึกรับข้อความ/หนังสือเวียน รองลงมาอันดับที่ 2 คือ เว็บไซต์ สอดคล้องกับสถิติในการใช้สื่อออนไลน์ของประเทศไทย ในเดือน มกราคม 2561 ข้อมูลโดย Hootsuite และ Wearesocial (สืบค้นเมื่อวันที่ 31 มกราคม 2561 : <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/thailand-digital-in-2018/>) ซึ่งพบว่าอัตราการใช้ สื่อออนไลน์ของประชาชนชาวไทยนั้น สูงมาก มีจำนวน 57 ล้านคน จากประชากรชาวไทยทั้งหมด 69.11 ล้านคน (คิดเป็นร้อยละ 82) จากจำนวนประชากรทั้งหมด จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าในยุคปัจจุบันนั้นสื่อออนไลน์มีอิทธิพลเป็นอย่างมาก ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสื่อใหม่และนิยมบริโภคสื่อใหม่ ซึ่งสื่อใหม่นั้นเป็นสื่อที่สามารถแพร่กระจายข้อมูล ข่าวสาร ไปยังผู้รับสารที่ไม่จำกัดสถานที่และเวลา และผู้ส่งสารสามารถร่วมสื่อสารในกระบวนการสื่อสารเดียวกันได้พร้อมๆกัน อีกทั้งสื่อใหม่ยังเป็นช่องทางการสื่อสารที่อาศัยศักยภาพของเทคโนโลยีการสื่อสารไร้สายทุกรูปแบบในการส่งผ่านเนื้อหา ข่าวสาร ข้อมูล และผู้ส่งสารหรือผู้รับสารสามารถมีปฏิสัมพันธ์กันได้โดยตรง จึงเป็นที่นิยมอย่างมากของผู้ใช้ในปัจจุบัน และลำดับที่ 3 คือวารสารมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชตามลำดับ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชในช่วงเช้า 08.00 - 12.00 น. มากที่สุด ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราชจะถูกส่งไปยังส่วนงานต่างๆ โดยประเภทข่าวสารที่ได้รับการเปิดรับมากที่สุดคือ ข่าวสารเกี่ยวกับกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีระบบราชการ (Bureaucracy) ของ Max Webber. (1947). The Theory of Social and Economic Organizations. ที่กล่าวว่า “ระบบราชการจะมีการกำหนดระเบียบวิธีการปฏิบัติงาน ขึ้นมาไว้อย่างชัดเจนในรูปของกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับขององค์การ เพื่อเป็นหลักให้บุคลากรปฏิบัติงานตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ ที่องค์การได้ตั้งไว้” ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยด้านประเภทข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุดอันดับ 1 รองลงมาอันดับที่ 2 คือ ข่าวสารประเภทกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย โดยข่าวสารที่ได้รับการเปิดรับน้อยที่สุด คือ ข่าวสารประเภทข่าวสารการเข้าสู่ตำแหน่งวิชาการ

ในส่วนของทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราชราชนครินทร์ ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยทัศนคติโดยรวมเท่ากับ 3.66 ถือเป็นทัศนคติเชิงบวก

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกในประเด็นการติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านประเด็นเนื้อหามากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.78 ถือเป็นทัศนคติเชิงบวก โดยเฉพาะประเด็นเนื้อหาของสารที่ส่งมาจากผู้บริหาร ทำให้รู้และเข้าใจ วิทยาลัยฯ พันธกิจ ค่านิยม และเป้าหมายขององค์กรได้อย่างชัดเจนถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และประเด็นข่าวสารที่ส่งมาจากผู้บริหารอย่างเป็นทางการ ทำให้ท่านรู้สึกต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 จากการที่ได้ศึกษาและพูดคุยกับกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อผู้บริหารของมหาวิทยาลัย บุคลากรมีช่องทางในการสื่อสารถึงผู้บริหารทำให้รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร นอกจากนี้ยังพบว่าประเด็นปัญหาที่ส่งไปยังผู้บริหาร ได้รับการตอบสนองและดำเนินแก้ไขอย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับแนวคิดการเกิดทัศนคติ ที่กล่าวว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้จากแหล่งทัศนคติต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย เช่น ประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับเมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน รวมไปถึงความเกี่ยวข้องกับสถาบัน ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน ซึ่งสถาบันเป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้เกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้ (จาระไน แกลโกศล, 2529, น.590) รองลงมา คือ ประเด็นข่าวสารแบบเป็นทางการที่ส่งมาจากผู้บริหาร ทำให้ท่านรู้สึกเชื่อมั่นและเกิดความไว้วางใจ ประเด็นข่าวสารที่สื่อสารมาจากผู้บริหารมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานได้ และประเด็นหากต้องเผชิญหน้ากับข่าวร้าย ท่านสามารถอธิบายถึงปัญหาเหล่านั้น และสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ ตามลำดับ

ประเด็นการติดต่อสื่อสารตามแนวราบ ด้านช่องทาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.68 ถือเป็นทัศนคติเชิงบวก โดยเฉพาะในประเด็นการสื่อสารผ่านช่องทางบันทึกข้อความ ทำให้เกิดการมอบหมายงาน และประสานงานภายในองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ประเด็น รู้สึกว่าการสื่อสารผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ทำให้เกิดความเข้าใจง่ายและรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ประเด็นการสื่อสารผ่านช่องทางบันทึก มีความถูกต้องและชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ประเด็นการสื่อสารผ่านช่องทางการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และประเด็นการสื่อสารผ่านช่องทางการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ ทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ปฏิบัติงานในองค์กร สอดคล้องกับลักษณะการติดต่อสื่อสารที่ใช้ในองค์กร รูปแบบการสื่อสารลักษณะเป็นทางการ คือ มีการติดต่อสื่อสารเป็นระเบียบแบบแผนข้อกำหนดกำหนดวงไว้ชัดเจน คำนึงถึงบทบาทหน้าที่และตำแหน่งระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งจะมีลักษณะเป็นแบบแผนชัดเจน นิยมใช้การสื่อสารแบบลายลักษณ์อักษร เพราะเป็นรูปแบบการสื่อสารที่เป็นระเบียบ สามารถบันทึก

ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้เป็นอย่างดี และสามารถเป็นหลักฐานในการปฏิบัติงาน ประสานงานภายในองค์กรได้ (สุภาวดี แสนทวีสุข, 2543, น. 35)

ประเด็นการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.64 ถือเป็นทัศนคติเชิงบวก โดยเฉพาะในประเด็น รู้สึกพอใจที่องค์กรของท่านมีเวทีให้ผู้ปฏิบัติงานได้แสดงความคิดเห็นไปถึงผู้บริหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ประเด็น รู้สึกพอใจในช่องทางการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน ผ่านเว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ที่มีช่องทางสำหรับถามตอบ และประเด็น รู้สึกพอใจที่องค์กรของท่านมีการเปิดรับช่องให้มีการติดต่อสื่อสารไปยังผู้บริหารอย่างมีประสิทธิภาพและเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 3.66 ประเด็น เมื่อมีปัญหาหรือแนวคิดในการทำงาน ท่านสามารถส่งถึงผู้บริหารผ่านกล่องรับความคิดเห็น และเว็บไซต์รับข้อร้องเรียนได้หลายช่องทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ประเด็น องค์กรของท่านมีช่องทางกระบวนการร้องทุกข์ผ่านกล่องรับความคิดเห็นเว็บไซต์รับข้อร้องเรียนที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 สอดคล้องกับแนวคิดหลักการสื่อสารในองค์กร ที่กล่าวว่า การส่งผลสะท้อนกลับของข่าวสาร เป็นวิธีในการลดการผิดเพี้ยนของข่าวสารได้ดี เพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารให้มากขึ้น ใช้การติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัว มีความรู้สึกไวต่อโลกของผู้รับจะช่วยให้เลือกใช้ช่องทางหรือวิธีการในการติดต่อสื่อสารอย่างเหมาะสมกับผู้รับ ใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสารอย่างง่าย ๆ ตรงไปตรงมาเพื่อแก้ไขปัญหาการตีความผิดของผู้รับข่าวสาร (ทงนเกียรติ เจริญวงศ์เพ็ชร, 2545, น.22 – 37) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดมนุษยสัมพันธ์ในองค์กร ที่กล่าวว่า การสื่อสารในองค์กร เป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน ทำให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ เกิดการเรียนรู้ร่วมกันในองค์กร ผู้ปฏิบัติงานแต่ละฝ่ายสามารถทำงานร่วมกัน และหาทางออกของปัญหาร่วมกัน เกิดการพัฒนาและการทำงานที่มีประสิทธิภาพ (พูนสุข สังข์รุ่ง, 2550)

ประเด็นการติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านช่องทาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.63 ถือเป็นทัศนคติเชิงบวก โดยเฉพาะประเด็น รู้สึกพอใจช่องทางการสื่อสารขององค์กรผ่านรายงานการประชุม ที่มีการส่งอย่างสม่ำเสมอ ทำให้เข้าใจเรื่องต่างๆ มากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ประเด็น ข่าวสารต่างๆ ที่ส่งทางช่องทางบันทึกข้อความมีลักษณะสั้น กระชับ และตรงประเด็น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ประเด็น ข่าวสารต่างๆ ที่ส่งทางช่องทางวารสารมหาวิทยาลัย มีความชัดเจน และถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ประเด็น ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรผ่านเว็บไซต์ของท่านมีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และประเด็น ช่องทางการสื่อสารผ่านคำสั่ง ระเบียบ ข้อบังคับ บอร์ดประชาสัมพันธ์ มีความสะดวก สามารถเข้าถึงได้ง่าย สอดคล้องกับแนวคิดการเกิดทัศนคติที่กล่าวว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้จากแหล่งทัศนคติต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย เช่น การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น คือ การได้รับการติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่นได้ (จาระโน แกลโกศล, 2539, น. 590)

ประเด็นการติดต่อสื่อสารตามแนวราบ ด้านประเด็นเนื้อหา โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.62 ถือเป็นทัศนคติเชิงบวก โดยเฉพาะประเด็น การแลกเปลี่ยนความรู้ในการทำงานผ่านการสื่อสาร ทำให้เกิดความชำนาญในวิชาชีพ และเกิดความสนใจเฉพาะในแต่ละสายงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 รองลงมา ประเด็น รู้สึกพอใจในการมอบหมายระหว่างผู้ปฏิบัติงานในสายงานหรือต่างสายงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ประเด็น การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ปฏิบัติงาน ช่วยในการประสานงานระหว่างแผนกและช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแผนกได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ประเด็น รู้สึกพอใจในข้อมูลเกี่ยวกับแผนงานและกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารระหว่างผู้ปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และประเด็น รู้สึกพอใจในการถ่ายทอดข้อมูลภายในองค์การที่ทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 สอดคล้องกับแนวคิดประเภทของทัศนคติ กล่าวว่าคุณคนสามารถแสดงทัศนคติออกได้เป็น 3 ประเภท คือ ทัศนคติเชิงบวก หรือทัศนคติที่ดี ทัศนคติเชิงลบ หรือทัศนคติที่ไม่ดี และทัศนคติที่คุณคนไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราว จากประเด็นการติดต่อสื่อสารตามแนวราบ ด้านประเด็นเนื้อหา ค่าเฉลี่ยโดยรวมถือเป็นทัศนคติเชิงบวก หรือทัศนคติที่ดี คือ เป็นทัศนคติที่ชักนำให้คุณคนแสดงออกถึงความรู้สึก ความรู้ความเชี่ยวชาญ หรืออารมณ์จากสภาพจิตใจโต้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์การ สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์การอื่นๆ (อ้างถึงใน อมรรัตน์ อ่อนนุช, 2546, น. 38)

ประเด็นการติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน ด้านประเด็นเนื้อหา โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.60 ถือเป็นทัศนคติเชิงบวก โดยเฉพาะประเด็น รู้สึกพอใจเมื่อข้อเสนอแนะของท่านที่ส่งไปยังผู้บริหาร ถูกนำมาปรับปรุงงานให้ดียิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 รองลงมาประเด็น ข่าวสารต่าง ๆ ที่ท่านส่งไปยังผู้บริหารได้รับความสนใจ ทำให้ท่านรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งซึ่งช่วยในการขับเคลื่อนองค์การ และประเด็น รู้สึกพอใจในองค์การของท่านเมื่อผู้ปฏิบัติงานรายงานความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดวิกฤตในองค์การผู้บริหารตอบสนองอย่างรวดเร็ว และสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.64 ประเด็น ปัญหาหรือการร้องทุกข์ ที่ถูกส่งไปยังผู้บริหารได้รับการตอบสนอง และแก้ไขไปในทางที่ดีขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และประเด็น รู้สึกพึงพอใจที่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ผู้ปฏิบัติงานสะท้อนกลับไปยังผู้บริหารนั้น ได้รับการพิจารณาและนำมาปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 จากผลค่าเฉลี่ยรวมซึ่งเป็นทัศนคติเชิงบวก สอดคล้องกับแนวคิดการเกิดทัศนคติ ที่กล่าวว่า ทัศนคติเกิดจากประสบการณ์เฉพาะอย่าง เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน (จาระไน แกลโกศล, 2529, น. 590) และจากการพูดคุยกับกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ในการให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้บริหาร และปัญหาดังกล่าวได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว จึงทำให้เกิดทัศนคติเชิงบวกต่อการสื่อสารไปยังผู้บริหาร

ในส่วนของการมีส่วนร่วมในองค์การ พบว่า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ถือว่ากลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมกับองค์การบ่อย โดยเฉพาะในประเด็น เข้าร่วมกิจกรรมประเภทสังคมและสิ่งแวดล้อมของมหาวิทยาลัย เช่น กิจกรรมสถาปนามหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 19.2 รองลงมาคือ กิจกรรมบิ๊กลีนนิ่ง คิดเป็นร้อยละ 17.9 กิจกรรมทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและศาสนา คิดเป็นร้อยละ 12.6 กิจกรรมค่ายอาสา คิดเป็นร้อยละ 11.3 กิจกรรมวันมหาธีรราชเจ้า และวันสถาปนาวชิรพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 10.3 กิจกรรมตรวจเยี่ยมชุมชน คิดเป็นร้อยละ 9.4 และกิจกรรมป้องกันลูกน้ำยุงลาย ในสถานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 9.0

ประเด็นเข้าร่วมประชุมที่สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ และประเด็น เข้าร่วมกิจกรรมประเภทวิชาการของมหาวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ถือว่ากลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมกับองค์การบ่อย โดยเฉพาะกิจกรรมอบรมให้ความรู้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.1 รองลงมาคือกิจกรรมประชุมวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 16.0 กิจกรรมอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพ คิดเป็นร้อยละ 14.9 โครงการอบรมภาษาอังกฤษ 13.4 กิจกรรมทดสอบความรู้ ความสามารถ ด้านการใช้คอมพิวเตอร์ คิดเป็นร้อยละ 12.7 กิจกรรมทดสอบความรู้ ความสามารถ ด้านการใช้ภาษาอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 10.3 โครงการอบรมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับ พ.ร.บ.การจัดซื้อจัดจ้าง คิดเป็นร้อยละ 9.5 และ ข่าวสารด้านการบริการวิชาการ (ความรู้สู่ประชาชน) คิดเป็นร้อยละ 6.1 ตามลำดับ

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อทำให้เกิดความสามัคคีและได้ทำงานร่วมกับผู้อื่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.4 รองลงมาคือ ทำให้โลกทัศน์ของตนเองกว้างมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 16.6 ทำให้เกิดการค้นพบและรู้จักตัวเองมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 15.7 ทำให้เกิดความสามารถในการบริหารเวลา คิดเป็นร้อยละ 15.5 ทำให้เกิดการพัฒนาการทางด้านบุคลิกภาพ คิดเป็นร้อยละ 14.6 และทำให้เกิดการรู้จักและเข้าใจคำว่าบทบาท คิดเป็นร้อยละ 12.2 ตามลำดับ สอดคล้องกับแนวคิดการมีส่วนร่วมที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วมในกิจกรรมมีผลทางจิตวิทยา คือ ทำให้เกิดการต่อต้านน้อยลง ในขณะที่เดียวกันก็จะเกิดการยอมรับมากขึ้น ในขณะที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมจะเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์ในการทำงาน ตลอดจนการเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน (John M. Cohen and Norman T. Uphoff, 1980, p. 219)

ในส่วนของวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมกิจกรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อความสามัคคีและได้ทำงานร่วมกับผู้อื่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมาคือ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ คิดเป็นร้อยละ 23.2 เพื่อความบันเทิง สนุกสนาน เพลิดเพลิน คิดเป็นร้อยละ 17.6 เพื่อผ่อนคลายความเครียด คิดเป็นร้อยละ 17.0 และเพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ คิดเป็นร้อยละ 12.7

จากผลการวิจัยยังพบอีกว่า ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างสนใจเข้าร่วมกิจกรรม คือ ช่วงเช้า ตั้งแต่เวลา 08.00–12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 67.8 รองลงมาคือช่วงบ่าย ตั้งแต่เวลา 12.01–16.00 น. คิดเป็นร้อยละ 32.2 และวันที่กลุ่มตัวอย่างสนใจเข้าร่วมกิจกรรมมากที่สุดคือ วันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 43.6 รองลงมา คือ วันจันทร์ คิดเป็นร้อยละ 32.2 วันพุธ คิดเป็นร้อยละ 13.3 วันพฤหัสบดี คิดเป็นร้อยละ 6.2 และวันอังคาร คิดเป็นร้อยละ 4.7 ตามลำดับ

ส่วนแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมภายในองค์การ พบว่า โดยรวมค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ถือว่า มีความตั้งใจมากในการมีส่วนร่วมภายในองค์การ โดยเฉพาะประเด็น ตั้งใจเข้าร่วมการประชุมที่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ และแนะนำบุคคลอื่นให้เข้าร่วมกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 รองลงมาคือประเด็น ตั้งใจเข้าร่วมกิจกรรมประเภทสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์การ และจะแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และประเด็น ตั้งใจเข้าร่วมกิจกรรมประเภทวิชาการขององค์การและจะแนะนำบุคคลอื่นให้เข้าร่วมกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ตามลำดับ องค์การควรส่งเสริมให้มีการรณรงค์เพื่อให้บุคลากรมีความตั้งใจในการมีส่วนร่วมภายในองค์การมากขึ้น

5.2.2 อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในและการมีส่วนร่วมในองค์การ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช” สามารถนำมาอภิปรายผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์การที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุด 3 อันดับแรก แตกต่างกัน

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์การ จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ บันทึกรายชื่อ/หนังสือเวียน เว็บไซต์ และวารสารมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลด้านช่วงอายุที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกรายชื่อ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิด ที่กล่าวว่า อายุเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญในการสื่อสาร เพราะจะส่งผลต่อประสบการณ์ ความคิด ความสนใจ และพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้รับสารโดยทั่วไปแล้ว คนที่มีอายุน้อยมักจะใจร้อน มองโลกในแง่ดี ในขณะที่คนอายุมากมีความระมัดระวัง และมองโลกในแง่ร้าย คนต่างรุ่นกันมีประสบการณ์ และการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ 2542, น. 73)

สอดคล้องกับแนวคิด ที่กล่าวว่า อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้บุคคลมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิด ความเชื่อ รวมทั้ง ลักษณะการตอบโต้ ต่อเหตุการณ์ต่างๆ และอายุที่แตกต่างกันของบุคคล จะทำให้การเปิดรับสารแตกต่างกันไปด้วย เช่น คนที่มีอายุน้อยจะมองโลกในเชิงเสรี มองโลกในแง่ดี แต่ใจร้อน ส่วนคนที่มีอายุมากจะมองโลก ในแง่ร้าย และไม่ชอบความเปลี่ยนแปลง ดังนั้น คนที่มีอายุน้อย จึงมีพฤติกรรมการสื่อสารที่ชอบ เปิดรับข่าวสาร ด้านการบันเทิง ในขณะที่คนที่มีอายุมากจะชอบเปิดรับข่าวสารประเภทหนักๆ เช่น ข่าวการเมือง สังคม หรือเศรษฐกิจ เป็นต้น (กิตติมา สุรสุนธิ, 2548, น. 19)

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิด ที่พบว่า อายุหรือวัยนับเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกัน ด้านความคิดและพฤติกรรม โดยบุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อสื่อต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย (Myer 1982, p .5) ในขณะที่ Kippax & Murray (1980, p.355 - 359) พบว่า อายุเป็นตัวกำหนดการใช้สื่อโดยกลุ่มที่มีอายุน้อยจะใช้สื่อเพียงเพื่อความบันเทิง แต่กลุ่มที่มีอายุมากจะใช้สื่อเพราะความสนใจที่จะรับรู้เรื่องเกี่ยวกับสังคมและความต้องการของตนเอง

สอดคล้องกับงานวิจัยของ มาริษา ชัยโย (2555) ที่ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ และทัศนคติของพนักงานต่อโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.)” ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า อายุของพนักงาน รฟม. ที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าเฉลี่ยระดับของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) จำแนกตามอายุ การใช้งานทดสอบทางสถิติ F-test เพื่อการทดสอบสมมติฐานเนื่องจากค่า Sig. <0.05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เรืออากาศหญิง รัชนก เกิดสุข (2556) ที่ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับและความต้องการข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของผู้ปฏิบัติงานกองทัพอากาศ ณ ที่ตั้งดอนเมืองกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า ข้าราชการลูกจ้าง และพนักงานราชการของหน่วยงานที่ขึ้นตรงกับกองทัพอากาศ ณ ที่ตั้งดอนเมืองกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์สารข่าวฟ้า หนังสือข่าวอากาศ และสื่อสิ่งพิมพ์โดยรวมแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ดังนั้นจากสมมติฐานงานวิจัยดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ลักษณะส่วนบุคคลภายในองค์กร ด้านช่วงอายุ มีการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน)แตกต่างกัน เนื่องจาก อายุเป็นคุณลักษณะทางประชากรอีกลักษณะหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาของการมีชีวิตอยู่หรือตามวัยของบุคคล เป็นลักษณะประจำตัวบุคคลที่สำคัญมากในการศึกษาวิเคราะห์ทางประชากรศาสตร์ โดยอายุจะแสดงถึงวัยวุฒิของ

บุคคล และเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสามารถในการทำความเข้าใจเนื้อหาและข่าวสารรวมถึงการรับรู้ต่าง ๆ ได้มากน้อยต่างกัน

และผลการวิจัยยังพบว่า ช่วงอายุมากกว่า 60 ปี มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในมหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราช จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มากกว่าผู้ที่มีอายุในช่วง 24 – 39 ปี เนื่องจากบุคลากรที่มีอายุมากจะมีเวลาในการเปิดรับข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่มีอายุน้อย

จากผลการวิจัย พบว่า **ลักษณะส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในมหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราช จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน** บุคลากรที่จบการศึกษาระดับปริญญาโท เปิดรับมากกว่าบุคลากรที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เนื่องจากบุคลากรที่จบการศึกษาระดับปริญญาโท มักเปิดรับข้อมูลข่าวสารในมหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราชที่มีลักษณะเป็นวิชาการมากกว่า สอดคล้องกับแนวคิดที่กล่าวว่า ระดับการศึกษามีความสำคัญต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร เพราะส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสาร ทั้งในส่วนของความคิด ความเชื่อ การเปิดรับ ทศนคติ ค่านิยม ความสนใจ และการตีความข่าวสารของผู้รับสารคนที่ได้รับการศึกษาระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกนึกคิดและความต้องการที่ต่างกันไปด้วย ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กันอย่างมากกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั้งในส่วนของประเภทและเนื้อหาสื่อที่เปิดรับ คนที่มีการศึกษาสูงจะจัดสรรเวลาใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้เหมาะสมในขณะที่คนที่มีการศึกษาน้อยมักเปิดรับสื่อจากวิทยุ โทรทัศน์ เนื่องจากมีราคาถูกลงและสามารถเปิดรับได้ที่บ้าน (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ 2542, น. 73)

สอดคล้องกับแนวคิด ที่อธิบายไว้ว่า ความรู้เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อบุคคลต่อเรื่องต่างๆ เนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นสถาบันที่หล่อหลอมอบรมให้บุคคลมีบุคลิกภาพไปในทิศทางที่ต่างกัน ของ (กิตติมา สุรสุนธิ 2548, น. 19)

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มาริษา ชัยโย (2555) ที่ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ และทัศนคติของพนักงานต่อโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.)” ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาของพนักงาน รฟม. ที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ในสื่ออื่นๆ โดยรวม และด้านการสัมมนาในโครงการฯ กับด้านกิจกรรมพิเศษ และโดยภาพรวม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าเฉลี่ยของระดับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้การทดสอบทางสถิติ F-test เพื่อการทดสอบสมมติฐาน เนื่องจากค่า Sig. < 0.05

ดังนั้นจากสมมติฐานงานวิจัยดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า ลักษณะส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน เนื่องจาก การศึกษานอกจากจะทำให้บุคคลมีศักยภาพเพิ่มขึ้นแล้ว การศึกษายังทำให้เกิดความแตกต่างทางทัศนคติ ค่านิยม และคุณธรรม ความคิดอีกเช่นกัน นอกจากนี้ การศึกษายังเป็นลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร กล่าวคือ คนที่ได้รับการศึกษาในระดับต่างกัน ยุคสมัยต่างกัน ระบบการศึกษาแตกต่างกัน สาขาวิชาแตกต่างกัน จึงมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไปอีกด้วย (ปรมะ สตะเวทิน, 2546, น. 116)

นอกจากนี้ยังพบว่า ประเภทบุคลากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารในองค์กรแตกต่างกันโดยที่ข้าราชการในสถาบันอุดมศึกษา มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มากกว่าพนักงานมหาวิทยาลัย ข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ และลูกจ้างประจำ ทั้งนี้เพราะข้าราชการอุดมศึกษาส่วนใหญ่เป็นนักวิชาการ จึงมีเวลาในการติดตามข่าวสารมากกว่าพนักงานมหาวิทยาลัย

และผลการวิจัยยังพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลด้านเงินเดือนที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) แตกต่างกัน โดยที่ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มากกว่าผู้ที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ 10,000 – 30,000 บาท เพราะผู้ที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นผู้เชี่ยวชาญจึงมีเวลาในการเปิดรับข่าวสารมาก สอดคล้องกับแนวคิด ที่กล่าวว่า คนที่มีรายได้ต่ำจะไม่สนใจสินค้าที่มีราคาสูง เพราะมองว่าเป็นสิ่งฟุ่มเฟือย และก็จะไม่เปิดรับข่าวสาร ในขณะที่คนที่มีรายได้สูงมักเปิดรับข่าวสาร เพื่อแสวงหาข่าวสารประเภทหนัก เรื่องการเมือง เศรษฐกิจ สังคม (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542, น. 73) ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับ Schramm (1973 , p. 121 - 122) ที่มองว่า มนุษย์มีองค์ประกอบที่ทำให้การเปิดรับสารแตกต่างกัน เช่น รายได้ ภูมิหลัง ประสบการณ์ การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารการศึกษา บุคลิกภาพ ความสามารถในการรับสาร อารมณ์ หรือสภาพอารมณ์ของผู้รับสาร ทัศนคติปัจจัยเหล่านี้เองจะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการเปิดรับและตอบสนองต่อสาร

ดังนั้นจากสมมติฐานงานวิจัยดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า รายได้ต่อเดือน ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม จะเป็นเครื่องชี้ถึงเรื่องทีกลุ่มจะสนใจรับรู้ข่าวสารบุคคล ที่มีสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน ทั้งการประกอบอาชีพ ศาสนา รวมไปถึงสถานภาพสมรส ย่อมส่งผลต่อการรับสารที่แตกต่างกันด้วย (ธีระภัทร์ เอกผาชัยสวัสดิ์, 2551) นอกจากนี้รายได้ของบุคคลยังแสดงถึงฐานะทางเศรษฐกิจ บ่งบอกถึงอำนาจการใช้จ่ายในการบริโภคข่าวสาร ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจสูงจะมี

โอกาสที่ดีกว่าในการแสวงหาสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการดูแลตนเอง ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจต่ำมีการศึกษาน้อย ทำให้มีข้อจำกัดในการรับรู้ เรียนรู้ ตลอดจนการแสวงหาความรู้ และประสบการณ์ในการดูแลตนเอง

ลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันด้านเพศ และระยะเวลาการทำงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากสื่อบันทึกข้อความและหนังสือเวียนจะถูกส่งไปยังบุคลากรทั่วไปทุกคน โดยไม่แบ่งเพศและระยะเวลาในการทำงาน

ในส่วนของ **ลักษณะส่วนบุคคลด้านประเภทบุคลากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) แตกต่างกันพบว่า** ข้าราชการในสถาบันอุดมศึกษา และพนักงานมหาวิทยาลัยเปิดรับสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) มากกว่า ลูกจ้างประจำและข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ เนื่องจากข้าราชการในสถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่เป็นอาจารย์ที่ต้องลงข้อมูลในเว็บไซต์มหาวิทยาลัยตลอดเวลา และพนักงานมหาวิทยาลัยก็เป็นผู้ปฏิบัติงานที่มีความจำเป็นต้องใช้สื่อเว็บไซต์ตลอดเวลา เช่นกัน สอดคล้องกับแนวคิดที่สรุปไว้ว่า คนที่มีอาชีพต่างกัน ย่อมมองโลก มีแนวความคิด มีอุดมการณ์และมีค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไป ทำให้มีพฤติกรรมในการเปิดรับสารแตกต่างกันไปด้วย (ปรมะ สตะเวทิน 2538, น. 107) ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวคิดที่ว่า ปัจจัย 2 ประการที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารซึ่งมีอิทธิพลต่อการยอมรับการสื่อสารที่ถูกส่งมา คือ 1. ภูมิหลังหรือปัจจัยแวดล้อมทางสังคมที่มีวัฒนธรรมต่างกัน ย่อมจะมองหรือยอมรับประเด็นในการสื่อสารแตกต่างกันออกไป และ 2. ภูมิหลังหรือปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย ภูมิหลังของประชากร (Demographics) เช่น เพศ อายุ สถานภาพทาง เศรษฐกิจและสังคม (Socio Economic Status) ภูมิหลังทางจิตวิทยา (Psychographic) หรือ แบบแผนการดำเนินชีวิต (Life Style) และภูมิหลังในการเปิดรับสื่อต่าง ๆ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, น. 106 - 107)

สอดคล้องกับงานวิจัยของ มาริษา ชัยโย (2555) ที่ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ และทัศนคติของพนักงานต่อโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.)” ผลการศึกษาพบว่า ตำแหน่งงานของพนักงาน รฟม. ที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ในสื่ออื่นๆ ด้านของที่ระลึกเกี่ยวกับโครงการฯ ด้านกิจกรรมพิเศษ และโดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าเฉลี่ยของระดับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) จำแนกตามตำแหน่งงานของพนักงาน รฟม. โดยใช้การทดสอบทางสถิติ F-test เพื่อการทดสอบสมมติฐาน เนื่องจากค่า Sig. < 0.05

และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพ์ภัส รุ่งวีระกาญจน์ (2556) ที่ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารและความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกรมการบินพลเรือน กระทรวงคมนาคม” ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรกรมการบินพลเรือน กระทรวงคมนาคม ที่มีประเภทการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ภายในกรมการบินพลเรือน กระทรวงคมนาคม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยบุคลากรกรมการบินพลเรือน กระทรวงคมนาคม ประเภทวิชาการ (มีค่าเฉลี่ย 1.61) จะมีการเปิดรับสื่อสูงกว่ากลุ่มบุคลากรประเภทอื่นๆ ไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของสุภาภรณ์ อานุภาพศรีธาดา (2558) ที่ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรม การสื่อสาร ภายในองค์การของสำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.) ในด้านรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การ ” ผลการศึกษาพบว่า สถานภาพการทำงานของบุคลากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อภายในองค์กรแตกต่างกัน ที่ค่า Sig. = .709 ซึ่งมากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ดังนั้นจากสมมติฐานงานวิจัยดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า ลักษณะส่วนบุคคลด้านประเภทบุคลากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในมหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราช จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) แตกต่างกัน เนื่องจากลักษณะอาชีพหรือลักษณะแห่งการรวมกลุ่มจะบ่งบอกลักษณะเฉพาะของบุคคล ช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสาร เรื่องที่กลุ่มผู้ฟังสนใจ เช่น กลุ่มชานาก็จะสนใจเกี่ยวกับเรื่องข้าว ราคาข้าว ปุ๋ย เป็นต้น ในบางกรณีคนที่มีความสนใจอย่างหนึ่งแต่อาจจะไปรวมกลุ่มกับคนที่มีความสนใจหนึ่งก็ได้ ซึ่งจะทำให้ความสนใจของเขาขยายวงกว้างออกไป

จากการศึกษาวิจัย พบว่า เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา รายได้ ระยะเวลาในการทำงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่แตกต่างกัน

ในส่วนของ **ลักษณะส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในมหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราช จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราช) แตกต่างกัน** จากการศึกษวิจัย พบว่า บุคลากรที่จบการศึกษาระดับปริญญาโท มีการเปิดรับสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราช) มากกว่าบุคลากรที่จบการศึกษาระดับอนุปริญญา และระดับปริญญาตรี เนื่องจากบุคลากรที่จบการศึกษาระดับปริญญาโท มีความสนใจบทความวิชาการต่างๆ ที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารของมหาวิทยาลัย สอดคล้องกับแนวคิดที่กล่าวว่า ระดับการศึกษามีความสำคัญต่อประสิทธิภาพการสื่อสาร เพราะส่งผลต่อพฤติกรรม การสื่อสาร ทั้งในส่วนของความคิด ความเชื่อ การเปิดรับ ทศนคติ ค่านิยม ความสนใจ และการตีความ ข่าวสารของผู้รับสารคนที่ได้รับ การศึกษาระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกนึกคิด และความต้องการที่แตกต่างกันไปด้วย ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กันอย่างมากกับพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารทั้งในส่วนของประเภทและเนื้อหาสื่อที่เปิดรับ คนที่มีการศึกษาสูง จะจัดสรรเวลา ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้เหมาะสม ในขณะที่คนที่

การศึกษาน้อยมักเปิดรับสื่อจากวิทยุ โทรทัศน์ เนื่องจากมีราคาถูกและสามารถเปิดรับได้ที่บ้าน (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542, น. 73)

สอดคล้องกับแนวคิด ที่อธิบายไว้ว่า ความรู้เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อบุคคลต่อเรื่องต่างๆ เนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นสถาบันที่หล่อหลอมอบรมให้บุคคลมีบุคลิกภาพไปในทิศทางที่แตกต่างกันของ (กิติมา สุรสนธิ 2544, น. 19)

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มาริษา ชัยโย (2555) ที่ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ และทัศนคติของพนักงานต่อโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.)” ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาของพนักงาน รฟม. ที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) ในสื่ออื่นๆ โดยรวม และด้านการสัมมนาในโครงการฯ กับด้านกิจกรรมพิเศษ และโดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ค่าเฉลี่ยของระดับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้การทดสอบทางสถิติ F-test เพื่อการทดสอบสมมติฐาน เนื่องจากค่า Sig. < 0.05

ดังนั้นจากสมมติฐานงานวิจัยดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า ลักษณะส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในมหาวิทยาลัยนวมินทราชินี จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัยนวมินทราชินี) แตกต่างกัน เนื่องจาก การศึกษานอกจากจะทำให้บุคคลมีศักยภาพเพิ่มขึ้นแล้ว การศึกษายังทำให้เกิดความแตกต่างทางทัศนคติ ค่านิยม และคุณธรรมความคิดอีกเช่นกัน นอกจากนี้ การศึกษายังเป็นลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร กล่าวคือ คนที่ได้รับการศึกษาในระดับต่างกัน ยุคสมัยต่างกัน ระบบการศึกษาแตกต่างกัน สาขาวิชาแตกต่างกัน จึงมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไปอีกด้วย (ปรมยะ สตะเวทิน, 2546, น. 116)

ผลการศึกษาวิจัย พบว่า เพศ ช่วงอายุ ประเภทบุคลากร ช่วงรายได้ และระยะเวลาในการทำงานที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัยนวมินทราชินี) ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากเนื้อหาในวารสารมีความหลากหลาย ไม่เฉพาะเจาะจง มีการสอดแทรกเกร็ดความรู้ สาระ บันเทิง เหมาะสำหรับผู้รับสารทุกเพศ ทุกวัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กรจากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุด 3 อันดับแรก มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) อันดับ 2 (เว็บไซต์) และอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารโดยรวมที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายใน

การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา เนื่องจากบันทึกข้อความ/หนังสือเวียน เป็นสื่อดั้งเดิมและเป็นสื่อที่มีความน่าเชื่อถือ เพราะบันทึกข้อความ/หนังสือเวียน จะได้รับการตรวจสอบจากลำดับชั้นตามตำแหน่ง ทำให้มีความถูกต้องและสามารถใช้เป็นหลักฐานได้ นอกจากนี้การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 1 (บันทึกข้อความ/หนังสือเวียน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารแนวราบ ด้านช่องทาง เนื่องจากการเปิดรับสื่อบันทึกข้อความ/หนังสือเวียน สามารถเข้าถึงผู้ปฏิบัติงานทุกระดับโดยเฉพาะในด้านช่องทางของการสื่อสารในผู้ปฏิบัติงานที่ปฏิบัติงานในระดับเดียวกัน

การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในโดยรวม ทั้งนี้เพราะเมื่อพิจารณาทัศนคติแต่ละด้านพบว่า การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อทัศนคติการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา และช่องทาง และการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อทัศนคติการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา และช่องทาง และการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 2 (เว็บไซต์) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อทัศนคติการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารแนวราบ ด้านเนื้อหา และช่องทาง เนื่องจากสื่อเว็บไซต์เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยทัศนคติด้านการสื่อสารไม่มีผลต่อการเปิดรับใดๆ จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่า เว็บไซต์เป็นสื่อที่เข้าถึงง่าย สามารถเข้าถึงได้จากอุปกรณ์สำนักงาน และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ส่วนตัว และข่าวสารต่างๆ ที่เผยแพร่ในเว็บไซต์ส่วนใหญ่จะผ่านการตรวจสอบจากมหาวิทยาลัยเรียบร้อยแล้ว อีกทั้งเว็บไซต์ยังสวยงาม ใช้งานง่าย

การเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุดอันดับ 3 (วารสารมหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในโดยรวม ทั้งนี้เพราะเมื่อพิจารณาทัศนคติแต่ละด้านพบว่า ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสาร

ภายในแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหาและด้านช่องทาง และทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหาและด้านช่องทาง และทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหาและด้านช่องทาง ไม่มีความสัมพันธ์กัน ทั้งนี้เพราะวารสารมหาวิทยาลัยนวมินทราชินีมีความหลากหลาย ในด้านเนื้อหาที่ผสมผสานทั้งเนื้อหาวิชาการ เกร็ดความรู้ สาระ บันเทิง ทำให้การเปิดรับข่าวสารผ่านวารสารมหาวิทยาลัยนวมินทราชินี ไม่สัมพันธ์กับทัศนคติการสื่อสารที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในโดยรวม

สอดคล้องกับงานเขียนของเดอเฟลอร์ (1989, อ้างถึงใน พิระ จิโรโสภณ, 2529, น. 645 – 646) ที่กล่าวไว้ว่า ภูมิหลังการเปิดรับสื่อ มีส่วนสำคัญในการสื่อสาร นิสัยการเปิดรับที่แตกต่างกันจะเป็นสถานะเงื่อนไขที่กำหนดการรับรู้ที่ได้จากสื่อ จึงทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารภายในองค์กร ความถี่ (ครั้ง/เดือน) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา และด้านช่องทาง รวมไปถึงทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการติดต่อสื่อสารภายในแบบแนวราบ ด้านเนื้อหา

สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ณัฐินี กฤตธีรานนท์ (2556) ที่ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและทัศนคติต่อหน่วยงาน Learning and Development Center ของพนักงานบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)” ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร (ครั้ง/สัปดาห์) จากสื่อภายในองค์กรของพนักงานบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กับทัศนคติต่อหน่วยงาน Learning and Development Center ด้านหน่วยงาน มีค่า R เท่ากับ -0.0003 และค่า P-value เท่ากับ 0.958 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นั่นคือ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อภายในองค์กรของพนักงานบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อหน่วยงาน Learning and Development Center

และยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พิรยา ศรีทอง (2556) ที่ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและทัศนคติที่มีต่อ บริษัท สมอลล์รูม จำกัด ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ” ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.138 และค่า P-value เท่ากับ 0.017 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กล่าวคือ ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ บริษัท สมอลล์รูม จำกัด (ครั้ง/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อ บริษัท สมอลล์รูม จำกัด โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก หมายความว่า ผู้มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ บริษัท สมอลล์รูม จำกัด (ครั้ง/สัปดาห์) บ่อยครั้ง จะมีทัศนคติต่อ บริษัท สมอลล์รูม จำกัด ดีตามไปด้วย

ดังนั้นจากสมมติฐานงานวิจัยดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า หากบุคคลไม่มีความเข้าใจหรือแนวคิดเกี่ยวกับสิ่งใดก็จะไม่สามารถมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นได้ การที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดแตกต่างกัน ก็เนื่องจากบุคคลมีความเข้าใจหรือมีแนวคิดต่างกัน ดังนั้นส่วนประกอบทางด้านความรู้ความเข้าใจ จึงนับว่าเป็นส่วนประกอบขั้นพื้นฐานของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลออกมาในรูปแบบแตกต่างกันทั้งในด้านบวกและในด้านลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และการเรียนรู้ของความรู้สึกที่เกิดขึ้นต่อวัตถุหรือปรากฏการณ์นั้น ๆ เป็นสำคัญ (จาระไน แกลโกศล, 2529, น. 590)

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทัศนคติโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ความถี่ (ครั้ง/ปี)

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า **ทัศนคติโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย** เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารแบบบนลงล่าง ด้านช่องทาง และทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา และทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารแนวราบ ด้านเนื้อหา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย สอดคล้องกับแนวคิด ที่กล่าวว่า ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมมีความเชื่อมโยงกัน การเปลี่ยน ทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้ามีความรู้ความเข้าใจ ก็ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมก็จะเปลี่ยนแปลงตามมา สามารถกล่าวได้ว่าการกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของคนเราส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคลที่มีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติของบุคคลนั้นๆ การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันก็เนื่องมาจากความรู้ และทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างของความรู้และทัศนคติก็อาจเกิดจากความแตกต่างในเรื่องการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ และความแตกต่างกันในการแปลความหมายของสารที่ตนเองได้รับ สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดประสบการณ์ สิ่งสมที่แตกต่างกัน อันมีผลต่อการเกิดพฤติกรรมที่แตกต่างกัน (ซิมบาร์โด และคณะ Zimbardo et al, 1997, p. 36 อ้างถึงใน กัญท์พร สุตกรรณ, 2553, น. 43)

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ กล่าวว่่า ทัศนคติสัมพันธ์กับแบบแผน (pattern) ของพฤติกรรม ผู้ปฏิบัติงานสองคนมีทัศนคติเหมือนกันต่อที่หมายหนึ่ง แต่ผู้ปฏิบัติงานสองคนนี้อาจมีพฤติกรรมต่อที่หมายนั้นต่างกันได้ สิ่งที่เป็นตัวร่วมของพฤติกรรมที่ต่างกันนี้ก็คือความเป็นบวกหรือลบต่อที่หมายในระดับเดียวกัน (Ajzen & Fishbein, 1977, Campbell, 1963, Doob, 1947, Thurstone, 1931, Tittle & Hill, 1967 อ้างถึงใน ชีระพร อูวรรณโณ, น. 19)

สอดคล้องกับงานวิจัยของ โกมล ทรัพย์กฤษ (2557) ศึกษาเรื่อง “ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงานของบุคลากรสายข่าวโทรทัศน์ในประเทศไทย” ผล

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ทักษะคิดในการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงาน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (Sig. < 0.05) โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก กล่าวคือ ผู้ที่มีทักษะคิดในการนำเสนอข่าวด้านพลังงานมาก จะมีพฤติกรรมการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงานมาก ส่วนผู้ที่มีทักษะคิดในการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงานน้อย จะมีพฤติกรรมการนำเสนอข่าวสารด้านพลังงานน้อย ทั้งนี้ขนาดความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับต่ำ

และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พศนันท์ แก้วหนู (2556) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับทักษะคิด และพฤติกรรมการมีส่วนร่วม เพื่อคัดค้าน EHIA โครงการเขื่อนแม่วงก์ ผ่านสื่อเฟซบุ๊ก” ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แสดงว่า ทักษะคิดการคัดค้าน EHIA เขื่อนแม่วงก์ของกลุ่มผู้ติดตามเฟซบุ๊ก “Sasin Chalermarp” มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อการคัดค้าน EHIA โครงการเขื่อนแม่วงก์ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ในทิศทางเดียวกัน

ดังนั้นจากสมมติฐานงานวิจัยดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า ทักษะคิดโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย โดยความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคิด กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วม ให้มุ่งประเด็นไปที่เจตนาที่จะแสดงพฤติกรรมของบุคคลนั้นๆ มากกว่าที่จะคาดเดา และเข้าใจเอาว่าเป็นรูปแบบของพฤติกรรมที่ตั้งใจสภาพของพฤติกรรมที่เป็นปกติหรือการกระทำที่เหมาะสมตามแบบอย่างในการแสดงออกเป็นไปในทางบวก หรือสร้างสรรค์ ก็สามารถมองเห็นถึงพฤติกรรมเจตนาของบุคคลที่แสดงออกมาได้อย่างชัดเจน หากทักษะคิดกับการแสดงออกมีความขัดแย้งไม่ตรงกัน ก็อาจจะคาดหมายถึงเจตนาของแต่ละบุคคล และพฤติกรรมที่ตามมาได้ พฤติกรรมที่ตั้งใจจึงเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นไปได้ในการอธิบายถึงพฤติกรรม หรือสถานการณ์ของการรับรู้หรือขัดแย้งภายใน หรือการไม่เต็มใจก็อาจเป็นอุปสรรคไม่ให้บุคคลแสดงพฤติกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Ajzen & Fishbein, 1977)

ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า ทักษะคิดที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา และทักษะคิดที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน ด้านช่องทาง และทักษะคิดที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารแนวราบ ด้านช่องทาง ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ทั้งนี้เพราะในบางประเด็นทักษะคิดจะไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย โดยพฤติกรรมการเข้าร่วมอาจเกิดจากปัจจัยด้านต่าง ๆ เช่น เข้าร่วมกิจกรรมเพราะเพื่อนเข้าร่วม หรือได้รับมอบหมายจากหัวหน้าส่วนงานให้เข้าร่วมกิจกรรมนั้น ๆ

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 ทศนคติโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า **ทศนคติโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ** เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารแบบบนลงล่าง ด้านเนื้อหา และด้านช่องทาง และทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน ด้านเนื้อหา และด้านช่องทาง และทศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารแนวราบ ด้านช่องทาง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ทั้งนี้เพราะทศนคติมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย โดยทศนคตินั้นอาจเกิดจากการได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการเข้าร่วมกิจกรรม หรือได้รับการถ่ายทอดจากผู้ที่เคยเข้าร่วมกิจกรรม ดังนั้นองค์การควรณรงค์ให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์การเพื่อให้เกิดความสามัคคีระหว่างผู้ปฏิบัติงานในองค์การ

สอดคล้องกับแนวคิด ที่กล่าวว่า อิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคของผู้บริโภค คือ 1. ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม ได้แก่ บรรทัดฐาน ความเชื่อ ประเพณี ค่านิยม ความสนใจ การดำรงชีวิตประจำวัน รวมถึงฐานะทางสังคม มีส่วนต่อความนึกคิดลักษณะนิสัย และความเชื่อ จึงส่งผลถึงพฤติกรรมแต่ละรายบุคคล 2. ปัจจัยทางด้านสังคม ได้แก่ กลุ่มอ้างอิงด้านครอบครัวและบทบาทสถานภาพต่าง ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยแวดล้อมบุคคลที่เป็นกลุ่มสมาชิกกลุ่มที่ไม่ต้องการที่จะเกี่ยวข้องกับกลุ่มปฐมภูมิ เช่น คนในครอบครัว ญาติ กลุ่มคนเหล่านี้มีความใกล้ชิดสนิทสนมกัน ล้วนส่งผลกระทบต่อการทำงานของบุคคลในด้านต่างๆ รวมไปถึงการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ อีกด้วย 3. ปัจจัยทางด้านบุคคล บุคคลมีลักษณะที่แตกต่างกันทั้งเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ จึงส่งผลต่อความคิดและความนิยมชื่นชอบที่แตกต่างกัน ดังนั้น บุคลิกภาพและแนวคิดเกี่ยวกับตนเองส่งผลต่อการบริโภคของบุคคลเช่นเดียวกัน 4. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ได้แก่ การสนใจ การรับรู้ การเรียนรู้ และทศนคติ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคแต่ละบุคคล เมื่อมีแรงจูงใจจากการกระตุ้นภายในและภายนอก ทำให้เกิดการรับรู้และเรียนรู้จากประสบการณ์ที่เคยผ่านมา รวมทั้งการเข้าไปเกี่ยวข้องกับกลุ่มต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดทศนคติต่อสิ่งนั้นแล้วจะส่งผลต่อไปยังพฤติกรรม 5. ปัจจัยทางด้านทศนคติเป็นความรู้สึกเอนเอียงของจิตใจที่มีต่อประสบการณ์ที่รับมา อาจจะมากหรือน้อย ดังนั้นทศนคติจึงสามารถส่งผลต่อไปยังการแสดงออกทางพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ทั้งทศนคติที่มีต่อสินค้าหรือบริการในเชิงบวกหรือเชิงลบหรือหนึ่งเฉย ทำให้เกิดเป็นพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค (อัญชนี วิชาภัย บุนนาค, 2540, น. 24-25)

แต่ขัดแย้งกับทฤษฎีของโรคซ์ (Rokeach, 1968) ที่กล่าวว่า ทศนคติต่อสถานการณ์สามารถทำนายพฤติกรรมได้ดีพอควรแต่ทศนคติต่อที่หมายกลับไม่สัมพันธ์กับพฤติกรรม หรือไม่มีส่วนช่วยเพิ่มความสามารถในการทำนายพฤติกรรม (อังกิ่งไฉ ฉีระพร อุวรรณโณ, 2529, น. 22 - 25)

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรชนก ประทักษ์การ (2556) ศึกษาเรื่อง “การรับรู้ ทักษะคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อนิทรรศน์รัตนโกสินทร์” ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ กับแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าชมนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ โดยรวมพบว่า ค่า R เท่ากับ 0.468 และค่า P-value เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 กล่าวคือ ทัศนคติต่อนิทรรศน์รัตนโกสินทร์โดยรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าชมนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ มีค่าเป็นบวก นั่นคือ เมื่อมีทัศนคติต่อนิทรรศน์รัตนโกสินทร์โดยรวมในทางบวก แนวโน้มพฤติกรรมการเข้าชมนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ก็จะสูงตามไปด้วย

ดังนั้นจากสมมติฐานการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ทัศนคติโดยรวมต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ ซึ่งจากการศึกษาวิจัยพบว่า เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การในเชิงบวกแล้ว จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การสูงตามไปด้วยเช่นกัน

5.2.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในและพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในองค์การ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยนวมินทราชินราชมงคลธัญบุรี” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. จากการศึกษาวิจัย พบว่า ด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในองค์การ จากสื่อที่มีผู้ตอบมากที่สุด 3 อันดับแรก สื่ออันดับ 1 คือ บันทึกรายงาน/หนังสือเวียน เป็นสื่อที่มีผู้เปิดรับมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 45 สื่ออันดับ 2 คือ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 31.3 ส่วนสื่ออันดับ 3 คือวารสารมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราชมงคลธัญบุรี คิดเป็นร้อยละ 23.7 เนื่องจากมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราชมงคลธัญบุรีเป็นหน่วยงานราชการ ทำให้สื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุดอันดับ 1 คือ บันทึกรายงาน/หนังสือเวียน ซึ่งข้อดีของสื่อประเภทนี้คือสามารถใช้เป็นเอกสารหลักฐานอ้างอิงได้ นอกจากนี้ยังจะทำให้เกิดการมอบหมายงานที่ชัดเจน ทำให้บุคลากรทราบถึงหน้าที่และการปฏิบัติงานของตนเอง แต่จากการพูดคุยกับกลุ่มตัวอย่างพบว่า ข้อจำกัดของสื่อบันทึกรายงาน/หนังสือเวียน คือ ระยะเวลาในการเวียนหนังสือใช้เวลานานเนื่องจากต้องเรียงตามลำดับชั้นบังคับบัญชา (Hierarchy) และสิ้นเปลืองทรัพยากรกระดาษจำนวนมาก ซึ่งปัจจุบันมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราชมงคลธัญบุรีได้นำระบบ LEAN มาใช้ในการบริหารงาน โดยระบบ LEAN จะช่วยในการลดขั้นตอนการทำงานและทรัพยากรที่ไม่จำเป็น เช่น บันทึกรายงาน/หนังสือเวียน จะถูกนำมาเข้าระบบอิเล็กทรอนิกส์และเวียนให้บุคลากรรับทราบผ่านระบบ NMU eDocument แต่พบว่ายังไม่ได้รับการตอบรับจากผู้ปฏิบัติงานมากนัก

จึงเห็นควรให้มหาวิทยาลัยยรณรงค์ลดทรัพยากร และให้ความรู้การใช้งานระบบ NMU eDocument เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในองค์การมากที่สุด

2. ในส่วนของทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การ พบว่า ทัศนคติที่มีต่อการสื่อสารจากบนลงล่าง ด้านประเด็นเนื้อหาของสารที่ส่งมาจากผู้บริหาร ทำให้ท่านรู้และเข้าใจ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม และเป้าหมายขององค์การได้อย่างชัดเจน ถูกต้อง และประเด็นข่าวสารที่ส่งมาจากผู้บริหารอย่างเป็นทางการทำให้ท่านรู้สึกต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ถือว่าเป็นทัศนคติเชิงบวก แต่ค่อนข้างอยู่ในระดับปานกลาง จึงเห็นควรให้จัดการรณรงค์ในเรื่องของทัศนคติที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์การ เพราะผลจากการศึกษา พบว่า ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมกิจกรรมในองค์การ และแนวโน้มการมีส่วนร่วมในองค์การ กล่าวคือ หากผู้ปฏิบัติงานมีทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การในเชิงบวก ก็จะส่งผลต่อการมีส่วนร่วมกิจกรรมในองค์การ และแนวโน้มการมีส่วนร่วมในองค์การที่มากขึ้นตามไปด้วย

3. ในด้านการมีส่วนร่วมกับองค์การ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมกับองค์การ โดยภาพรวมบ่อย โดยเฉพาะ กิจกรรมประเภทสังคมและสิ่งแวดล้อมของมหาวิทยาลัย เช่น กิจกรรมวันสถาปนามหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช จากการพูดคุยกลุ่มตัวอย่างจะเข้าร่วมกิจกรรมวันสถาปนาฯ เพราะอยากมีส่วนร่วมในการทำบุญ เลี้ยงพระ และได้พบปะกับบุคลากรในสาขาวิชาอื่น ๆ อีกทั้งระยะเวลาในการทำงานที่ไม่แน่นอนทำให้ไม่มีโอกาสไปทำบุญมากนัก จึงเข้าร่วมกิจกรรมวันสถาปนาฯ เพื่อทำบุญเป็นประจำ จึงเห็นควรให้รักษาประเพณีต่างๆ ที่ปฏิบัติสืบต่อกันมาในกิจกรรมวันสถาปนาฯ แต่พบว่ากิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมน้อยที่สุด คือ กิจกรรมป้องกันลูกน้ำยุงลายในสถานที่ทำงาน เนื่องจากสภาพอาคารสถานที่เป็นอาคารที่ใช้งานมาอย่างยาวนาน ทำให้ในบางสถานที่ มีน้ำขังเป็นต้นเหตุให้เกิดลูกน้ำยุงลาย มหาวิทยาลัยนวมินทราชินราชจึงได้จัดกิจกรรมป้องกันลูกน้ำยุงลายในสถานที่ทำงานขึ้น โดยในกิจกรรมจะมีการเดินรณรงค์ให้ความรู้ ตรวจสอบจุดเสี่ยงที่อาจเกิดลูกน้ำยุงลาย แต่งตั้งทีมในการตรวจสอบโดยรอบสถานที่ทำงานของแต่ละหน่วยงาน และแจกทรายอะเบท เพื่อใช้ในการกำจัดลูกน้ำยุงลาย ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่มีประโยชน์ จึงเห็นควรให้รณรงค์และประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมกิจกรรมมากขึ้น

4. แนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมภายในองค์การของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจในระดับมาก ที่จะมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์การ โดยเฉพาะการประชุมที่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ จึงเห็นควรให้มหาวิทยาลัยปรับรูปแบบการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้มีส่วนของการเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้แสดงความคิดเห็นอย่างเปิดเผย เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ผู้ปฏิบัติงานจะได้แสดงความรู้ ความสามารถ ปัญหาอุปสรรคต่างๆ จากการทำงานได้ จากการเข้าร่วมกิจกรรมอธิการบดีพบประชาคม พบว่า ผู้ปฏิบัติงาน

หลายคนไม่ทราบถึงสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่พึงได้รับจากการเป็นพนักงานของมหาวิทยาลัย เมื่อเข้าร่วมกิจกรรมทำให้ทราบถึงสิทธิประโยชน์ และความสำคัญของแต่ละส่วนงาน ทำให้เกิดการบอกต่อจำนวนมาก เห็นได้จากจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมอธิการบดีพบประชาชนที่มีผู้เข้าร่วมจำนวนมาก จึงเห็นควรให้มหาวิทยาลัยมีกิจกรรมในรูปแบบเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระเพิ่มมากขึ้น เพื่อสร้างความเข้าใจถูกต้องระหว่างผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงาน

5.2.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในลักษณะของการวิจัยเชิงคุณภาพในรูปแบบของการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการจับกลุ่มสัมภาษณ์ (Focus Group) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับเรื่องการสื่อสารภายในองค์กร ของมหาวิทยาลัย นวมินทราชินราช

2. การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างตามประเภทของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช และเคยเปิดรับข่าวสารภายในของมหาวิทยาลัย ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา เช่น นักศึกษาของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราช ผู้ปกครอง หรือผู้ใช้บริการวชิรพยาบาล เพื่อนำผลวิจัยที่ได้มาเปรียบเทียบกับมีความสอดคล้องหรือแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- กาญจนา แก้วเทพ. (2542). *วิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค*. กรุงเทพฯ: เอดิชั่น เพรส โปรดักส์.
- กิติมา สุรสนธิ. (2548). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กียรติยา สุกุลสุภราช. (2557). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จรรย์ไน แกลโกศล. (2539). ทฤษฎีการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล. ในเอกสารการสอนชุดวิชาหลัก และทฤษฎีการติดต่อสื่อสาร หน่วยที่ 9-15 (พิมพ์ครั้งที่ 9) (หน้า 125 – 130). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ณัฐชุต วิจิตรจามรี. (2558). *การสื่อสารภายในองค์กร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เดวิด เบอร์โล. (1960). *กระบวนการทางการสื่อสาร*.
- นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์. (2525). *หลักการบริหารการศึกษา*. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- มัลลิกา ต้นสอน. (2546). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ยุบล เป็ญจรงค์กิจ. (2542). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์ม.
- สมิหรา จิตตลดากร. (2546). *ทฤษฎีองค์การ*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สมยศ นาวิการ. (2544). *การติดต่อสื่อสารขององค์การ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บรรณกิจ 1991
- สุรเชษฐ์ ชีระมณี. (2534). *พฤติกรรมมนุษย์ในองค์การ*. สงขลา: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สุรพงศ์ โสธนะเสถียร. (2533). *การสื่อสารกับสังคม*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรุณ รักรธรรม. (2537). *ทฤษฎีองค์การและพฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ: คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

วิทยานิพนธ์

- โกมล ทรัพย์กัญชร. (2557). *ความรู้ ทักษะคนดี และพฤติกรรมกรรนำเสนอข่าวสารด้านพลังงานของบุคลากรสายข่าวโทรทัศน์ในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร.
- กนก นิลดำ. (2549). *ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อข้อความสั้น (SMS) ที่ปรากฏในรายการข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์* (วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร.
- ณัฐฉิณี กฤตธีรานนท์. (2556). *พฤติกรรมกรรเปิดรับข่าวสารและทัศนคติต่อหน่วยงาน Learning and Development Center ของพนักงาน บริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร.
- ณัฐดนัย เพชรสุ่ม. (2558). *พฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงาน บริษัท ห้องปฏิบัติการกลาง (ประเทศไทย) จำกัด*. (ค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร.
- ทองเกียรติ เจริญวงศ์เพ็ชร. (2545). *ความคิดเห็นของพนักงานบริษัทกระเบื้องหลังคาซีแพค จำกัด การติดต่อสื่อสารภายในบริษัท*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, สาขาวิชารัฐศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย.
- พรชนก ประทักษ์การ. (2556). *การรับรู้ ทักษะคนดี และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อนิทรรศน์รัตนโกสินทร์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร.
- พศนันท์ แก้วหนู. (2556). *การเปิดรับ ทักษะคนดี และพฤติกรรมกรรมีส่วนร่วม เพื่อคัดค้าน EHIA โครงการเชื่อมแม่วงก์ ผ่านสื่อ Facebook*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน.

- พิมพ์รภัส รุ่งวีระกาญจน์. (2556). *การเปิดรับข่าวสารและความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน กรมการบินพลเรือน กระทรวงคมนาคม*. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร.
- พีรยา ศรีทอง. (2556). *พฤติกรรมกาารเปิดรับข่าวสาร และทัศนคติที่มีต่อ บริษัท สโมลล์รูม จำกัด ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร*. (ค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการการสื่อสาร องค์กร.
- มาริษา ชัยโย. (2555). *การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ และทัศนคติของพนักงานต่อโครงการส่งเสริม วัฒนธรรมองค์กรในการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.)*. (รายงานโครงการ เฉพาะบุคคลปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และ สื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร.
- รัชนก เกิดสุข. (2556). *การเปิดรับและความต้องการข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของ ผู้ปฏิบัติงานกองทัพอากาศ ณ ที่ตั้งดอนเมืองกรุงเทพมหานคร*. (ค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร.
- เรวัตร สมบัติทรัพย์. (2543). *การติดต่อสื่อสารในองค์กร กรณีศึกษาบริษัทซีเกทเทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. สาขาวิชารัฐศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย.
- สุภาวดี แสนทวีสุข. (2543). *สภาพและการสื่อสารภายในองค์กรของปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดอุบลราชธานี*. (รายงานค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม,
- สุภากรณ์ อานุภาพศรีธาดา. (2558). *พฤติกรรมกาารสื่อสารภายในองค์กรของ สำนักงาน คณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงาน โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.)*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน,
- อมรรัตน์ อ่อนนุช. (2546). *คุณภาพการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติ การ กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมแห่งหนึ่ง*. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ. คณะศิลปศาสตร์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

สถิติในการใช้สื่อออนไลน์ของประเทศไทยในเดือน มกราคม 2561. (ม.ป.ป.).

เข้าถึงได้จาก <http://www.marketingoops.com/reports/behaviors/thailand-digital-in-2018>.

ธีรภัทร์ เอกผาชัยสวัสดิ์, (2551). ประชากรศึกษา. ข้อมูล ณ วันที่ 20/09/2551

เข้าถึงได้จาก <http://computer.pcru.ac.th/emoodledara/19/>





ภาคผนวก

ภาคผนวก แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาค้นคว้าที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในและการมีส่วนร่วมในองค์การ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยนวมินทราชินี ข้อมูลที่ได้จะใช้เป็นประโยชน์เพื่อการศึกษา ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

1.1 เพศ 1.) ชาย 2.) หญิง

1.2 อายุ

1.) 18 – 23 ปี 2.) 24 – 34 ปี

3.) 35 – 49 ปี 4.) 50 – 60 ปี

5.) มากกว่า 60 ปีขึ้นไป

1.3 ระดับการศึกษาปัจจุบัน / สูงสุด

1.) ประถมศึกษา 2.) มัธยมศึกษา / ปวช.หรือเทียบเท่า

3.) อนุปริญญา / ปวส.หรือเทียบเท่า 4.) ปริญญาตรี

5.) ปริญญาโทขึ้นไป

1.4 ประเภทบุคลากร

1.) พนักงานมหาวิทยาลัย

2.) ข้าราชการกรุงเทพมหานครสามัญ

3.) ข้าราชการกรุงเทพมหานครในสถาบันอุดมศึกษา

4.) ลูกจ้างประจำ

5.) บุคลากรภายนอกช่วยปฏิบัติงาน

1.5 เงินเดือน (ไม่รวมเงินประจำตำแหน่งและเงินสวัสดิการ)

1.) ไม่เกิน 5,000 บาท 2.) 5,001 – 10,000 บาท

3.) 10,001 – 20,000 บาท 4.) 20,001 – 30,000 บาท

5.) มากกว่า 30,000 บาท

1.6 ระยะเวลาทำงานในหน่วยงาน

- [] 1.) ต่ำกว่า 1 ปี [] 2.) 1 – 2 ปี
 [] 3.) 3 – 5 ปี [] 4.) 6 – 10 ปี
 [] 5.) 11 – 15 ปี [] 6.) 16 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช

2.1 ท่านเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช จากสื่อใดบ้างต่อไปนี้

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- [] 1.) บันทึกรับข้อความ / หนังสือเวียน
 [] 2.) วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช
 [] 3.) บอร์ดประชาสัมพันธ์
 [] 4.) จอดีจิตอลไซเนจ / จอ LED
 [] 5.) กล้องรับความคิดเห็น
 [] 6.) เว็บไซต์ (www.nmu.ac.th)
 [] 7.) เฟซบุ๊กออฟฟิเชียล
 [] 8.) ไลน์ออฟฟิเชียล
 [] 9.) ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์(eDocument)
 [] 10.) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ / อินทราเน็ต

2.2 ท่านเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช จากสื่อภายในต่างๆ ต่อไปนี้

โดยให้เลือกเรียงสื่อ 3 ลำดับแรก และบอกความถี่ในการเปิดรับของสื่อที่ท่านเลือก (ครั้ง/เดือน)

- | | |
|--|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> บันทึกรับข้อความ / หนังสือเวียน | ความถี่ในการเปิดรับ.....ครั้ง/เดือน |
| <input type="checkbox"/> วารสารข่าวมหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช | ความถี่ในการเปิดรับ.....ครั้ง/เดือน |
| <input type="checkbox"/> บอร์ดประชาสัมพันธ์ | ความถี่ในการเปิดรับ.....ครั้ง/เดือน |
| <input type="checkbox"/> จอดีจิตอลไซเนจ / จอ LED | ความถี่ในการเปิดรับ.....ครั้ง/เดือน |
| <input type="checkbox"/> กล้องรับความคิดเห็น | ความถี่ในการเปิดรับ.....ครั้ง/เดือน |
| <input type="checkbox"/> เว็บไซต์ (www.nmu.ac.th) | ความถี่ในการเปิดรับ.....ครั้ง/เดือน |
| <input type="checkbox"/> เฟซบุ๊กออฟฟิเชียล | ความถี่ในการเปิดรับ.....ครั้ง/เดือน |
| <input type="checkbox"/> ไลน์ออฟฟิเชียล | ความถี่ในการเปิดรับ.....ครั้ง/เดือน |
| <input type="checkbox"/> ระบบสารบรรณอิเล็กทรอนิกส์ eDocument | ความถี่ในการเปิดรับ.....ครั้ง/เดือน |
| <input type="checkbox"/> จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ / อินทราเน็ต | ความถี่ในการเปิดรับ.....ครั้ง/เดือน |

2.3 ช่วงเวลาที่ท่านเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราขเป็นประจำ**(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1.) ช่วงเช้า 08.00 – 12.00 น. | <input type="checkbox"/> 2.) ช่วงบ่าย 12.01 – 15.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 3.) ช่วงเย็น 15.01 – 18.00 น. | <input type="checkbox"/> 4.) ช่วงค่ำ 18.01 – 21.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 5.) ทั้งวัน 09.00 – 21.00 น. | |

2.4 ประเภทของข่าวสารภายในมหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราขที่เปิดรับเป็นประจำ**(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

- 1.) วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยมองค์กร
- 2.) กฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ
- 3.) ข่าวประชุมวิชาการ
- 4.) กิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัย
- 5.) ข่าวสารการเข้าสู่ตำแหน่งวิชาการ
- 6.) ข่าวสารด้านการศึกษา
- 7.) ข่าวสารด้านงานวิจัย
- 8.) ข่าวสารด้านการบริการวิชาการ (ความรู้สู่ประชาชน)
- 9.) ข่าวสารด้านสวัสดิการพนักงานมหาวิทยาลัย
- 10.) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ / อินทราเน็ต

ตอนที่ 3 ทักษะที่มีต่อรูปแบบการสื่อสารภายในของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราษ

3.1 ท่านมีความรู้สึก/ทัศนคติต่อประเด็นต่างๆ เหล่านี้อย่างไร

ประเด็น	ระดับความรู้สึก / ทัศนคติ				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปานกลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (ข่าวสารที่ส่งมาจากผู้บริหาร หัวหน้าส่วนงาน หรือผู้บังคับบัญชา)					
ด้านประเด็นเนื้อหา					
1.1 เนื้อหาของสารที่ส่งมาจากผู้บริหาร ทำให้ท่านรู้และเข้าใจวิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม และเป้าหมายขององค์การได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง					
1.2 ข่าวสารแบบเป็นทางการ ที่ส่งมาจากผู้บริหาร ทำให้ท่านรู้สึกเชื่อมั่นและเกิดความไว้วางใจ					
1.3 ข่าวสารที่ส่งมาจากผู้บริหารอย่างเป็นทางการ ทำให้ท่านรู้สึกต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ					
1.4 หากต้องเผชิญหน้ากับข่าวร้าย ท่านสามารถอธิบายถึงปัญหาเหล่านั้น และสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้					
1.5 ท่านคิดว่าข่าวสารที่สื่อสารมาจากผู้บริหารอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างบรรยากาศที่ดีในที่ทำงานได้					

ประเด็น	ระดับความรู้สึก / ทัศนคติ				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปานกลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. การติดต่อสื่อสารจากบนลงล่าง (ข่าวสารที่ส่งมาจากผู้บริหาร หัวหน้าส่วนงาน หรือผู้บังคับบัญชา) (ต่อ)					
ด้านช่องทาง					
1.6 ข่าวสารต่าง ๆ ที่ส่งทางช่องทางวารสารมหาวิทยาลัย มีความชัดเจนและถูกต้อง					
1.7 ท่านรู้สึกข่าวสารต่าง ๆ ที่ส่งทางช่องทางบันทึกข้อความ มีลักษณะสั้นกระชับและตรงประเด็น					
1.8 ท่านรู้สึกพอใจช่องทางการสื่อสารขององค์การผ่านรายงานการประชุมที่มีการส่งอย่างสม่ำเสมอ ทำให้เข้าใจเรื่องต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น					
1.9 ท่านรู้สึกข่าวสารช่องทางสื่อสารภายในองค์การผ่านเว็บไซต์ของท่าน มีความทันสมัย					
1.10 ช่องทางการสื่อสารผ่านคำสั่งระเบียบ ข้อบังคับ บอร์ดประชาสัมพันธ์ มีความสะดวกสามารถเข้าถึงได้ง่าย					
2. การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (ข่าวสารที่ผู้ปฏิบัติงาน ส่งไปยังผู้บริหาร หัวหน้าส่วนงาน หรือผู้บังคับบัญชา)					
ด้านประเด็นเนื้อหา					
2.1 ท่านรู้สึกพอใจที่ข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ที่ผู้ปฏิบัติงานสะท้อนกลับไปยังผู้บริหารนั้น ได้รับการพิจารณาและนำมาปฏิบัติการอย่างสม่ำเสมอ					

ประเด็น	ระดับความรู้สึก / ทัศนคติ				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปานกลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
2. การติดต่อสื่อสารจากล่างขึ้นบน (ข่าวสารที่ผู้ปฏิบัติงาน ส่งไปยังผู้บริหาร หัวหน้าส่วนงาน หรือผู้บังคับบัญชา) (ต่อ)					
ด้านประเด็นเนื้อหา (ต่อ)					
2.2 ข่าวสารต่าง ๆ ที่ท่านส่งไปยังผู้บริหารได้รับความสนใจ ทำให้ท่านรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยในการขับเคลื่อนองค์กร					
2.3 ท่านรู้สึกพอใจเมื่อข้อเสนอแนะของท่านที่ส่งไปยังผู้บริหาร ถูกนำมาปรับปรุงงานให้ดียิ่งขึ้น					
2.4 ปัญหาหรือการร้องทุกข์ ที่ถูกส่งไปยังผู้บริหารได้รับการตอบสนอง และแก้ไขไปในทางที่ดีขึ้น					
2.5 ท่านรู้สึกพอใจในองค์กรของท่านเมื่อผู้ปฏิบัติงานรายงานความเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดวิกฤตในองค์กร ผู้บริหารตอบสนองอย่างรวดเร็วและสม่ำเสมอ					
ด้านช่องทาง					
2.6 ท่านคิดว่าในองค์กรของท่านมีช่องทางกระบวนการร้องทุกข์ผ่านกล่องรับความคิดเห็น เว็บไซต์รับข้อร้องเรียนที่เหมาะสม					
2.7 เมื่อท่านมีปัญหาหรือแนวคิดในการทำงาน ท่านสามารถส่งถึงผู้บริหารผ่านกล่องรับความคิดเห็น และเว็บไซต์รับข้อร้องเรียนได้หลายช่องทาง					

ประเด็น	ระดับความรู้สึก / ทัศนคติ				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปานกลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
2.8 ท่านรู้สึกพอใจในช่องทางการสื่อสารแบบล่างขึ้นบน ผ่านเว็บไซต์ เพชบุ๊กที่มีช่องทางสำหรับถามตอบ					
2.9 ท่านรู้สึกพอใจที่องค์กรของท่านมีเวทีให้ผู้ปฏิบัติงานได้แสดงความคิดเห็นไปถึงผู้บริหาร					
2.10 ท่านรู้สึกพอใจที่องค์กรของท่านมีการเปิดช่องให้มีการติดต่อสื่อสารไปยังผู้บริหารอย่างมีประสิทธิภาพและเพียงพอ					
3. การติดต่อสื่อสารตามแนวราบ (ข่าวสารที่สื่อสารระหว่างผู้ปฏิบัติงานระดับเดียวกันหรือต่างสายงาน)					
ด้านประเด็นเนื้อหา					
3.1 ท่านรู้สึกพอใจในการมอบหมายระหว่างผู้ปฏิบัติงานในสายงานหรือต่างสายงาน					
3.2 ท่านรู้สึกว่า การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ปฏิบัติงาน ช่วยในการประสานงานระหว่างแผนกและช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแผนกได้เป็นอย่างดี					
3.3 ท่านรู้สึกพอใจในการถ่ายทอดข้อมูลภายในองค์กรที่ทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ					

ประเด็น	ระดับความรู้สึก / ทัศนคติ				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็นด้วย ปานกลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
3.4 ท่านรู้สึกพอใจในข้อมูลเกี่ยวกับ แผนงานและกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น จากการสื่อสารระหว่างผู้ปฏิบัติงาน					
3.5 ท่านคิดว่าการแลกเปลี่ยนความรู้ ในการทำงานผ่านการสื่อสาร ทำให้ เกิดความชำนาญในวิชาชีพ และเกิด ความสนใจเฉพาะในแต่ละสายงาน					
ด้านช่องทาง					
3.6 ท่านรู้สึกว่าการสื่อสารผ่าน จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ทำให้เกิดความเข้าใจง่ายและรวดเร็ว					
3.7 ท่านรู้สึกว่าการสื่อสารผ่าน ช่องทางบันทึกข้อความ มีความถูก ต้องและชัดเจน					
3.8 ท่านคิดว่าการสื่อสารผ่านช่อง ทางการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ ทำ ให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้					
3.9 การสื่อสารผ่านช่องทางการ พูดคุยแบบไม่เป็นทางการ ทำให้เกิด ความสัมพันธ์อันดีระหว่าง ผู้ปฏิบัติงานในองค์กร					
3.10 การสื่อสารผ่านช่องทางบันทึก ข้อความ ทำให้เกิดการมอบหมายงาน และประสานงานภายในองค์กร					

ตอนที่ 4 ท่านมีส่วนร่วมกับองค์การประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้อย่างไร

ประเด็น	ความบ่อย				
	บ่อยมาก	บ่อย	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.1 ท่านเคยเข้าร่วมการประชุมที่สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ (กิจกรรมอธิการบดีพบประชาคม)					
4.2 ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมประเภทวิชาการของมหาวิทยาลัย (ประชุมวิชาการ, โครงการอบรมภาษาอังกฤษ ฯลฯ)					
4.3 ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมประเภทสังคมและสิ่งแวดล้อมของมหาวิทยาลัย (กิจกรรมค่ายอาสา, กิจกรรมทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม)					

4.4 ท่านเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราชนครโดยเฉลี่ย.....ครั้งต่อปี

4.5 ท่านเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชิตราชนครประเภทใดบ้าง

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

กิจกรรมทางวิชาการ

- 1.) กิจกรรมประชุมวิชาการ
- 2.) กิจกรรมอบรมให้ความรู้
- 3.) กิจกรรมอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพ
- 4.) กิจกรรมทดสอบความรู้ ความสามารถ ด้านการใช้ภาษาอังกฤษ
- 5.) กิจกรรมทดสอบความรู้ ความสามารถ ด้านการใช้คอมพิวเตอร์
- 6.) โครงการอบรมภาษาอังกฤษ
- 7.) โครงการอบรมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับ พ.ร.บ.การจัดซื้อจัดจ้าง
- 8.) ข่าวสารด้านการบริการวิชาการ (ความรู้สู่ประชาชน)

กิจกรรมทางสังคมและสิ่งแวดล้อม

- 1.) วันสถาปนามหาวิทยาลัยนวมินทราชินราชมงคล
- 2.) วันสถาปนาวชิรพยาบาล
- 3.) วันมหาธีรราชเจ้า
- 4.) กิจกรรมบิ๊กลีนนิ่งเดย์
- 5.) กิจกรรมค่ายอาสา (คณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์)
- 6.) กิจกรรมตรวจเยี่ยมชุมชน (คณะพยาบาลศาสตร์เกื้อการุณย์)
- 7.) กิจกรรมป้องกันลู่กันน้ำขุ่นภายในสถานที่ทำงาน
- 8.) กิจกรรมทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและศาสนา

4.6 เหตุผลที่ท่านเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราชมงคล (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1.) ทำให้โลกทัศน์ของตนเองกว้างมากขึ้น
- 2.) ทำให้เกิดการค้นพบและรู้จักตัวเองมากขึ้น
- 3.) ทำให้เกิดความสามารถในการบริหารเวลา
- 4.) ทำให้เกิดความสัมพันธ์และได้ทำงานร่วมกับผู้อื่น
- 5.) ทำให้เกิดพัฒนาการทางด้านบุคลิกภาพ
- 6.) ทำให้เกิดการรู้จักและเข้าใจคำว่า บทบาท

4.7 วัตถุประสงค์ที่ท่านเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราชมงคล (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1.) เพื่อความสัมพันธ์และได้ทำงานร่วมกับผู้อื่น
- 2.) เพื่อความบันเทิง สนุกสนาน เพลิดเพลิน
- 3.) เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์
- 4.) เพื่อผ่อนคลายความเครียด
- 5.) เพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

4.8 ท่านเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราชมงคลในช่วงเวลาใดมากที่สุด

- 1.) ช่วงเช้า 08.00 – 12.00 น.
- 2.) ช่วงบ่าย 12.01 – 16.00 น.

4.9 ท่านสะดวกเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยนวมินทราชินราชมงคลในวันใดมากที่สุด

- 1.) วันจันทร์
- 2.) วันอังคาร
- 3.) วันพุธ
- 4.) วันพฤหัสบดี
- 5.) วันศุกร์

ตอนที่ 5 แนวโน้มพฤติกรรมมีส่วนร่วมภายในองค์การ

ท่านมีความตั้งใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา

ประเด็น	ระดับความตั้งใจ				
	ตั้งใจ เป็น อย่างยิ่ง	ตั้งใจ มาก	ตั้งใจ ปานกลาง	ตั้งใจ น้อย	ตั้งใจ น้อยที่สุด
5.1 ท่านตั้งใจเข้าร่วมการประชุมที่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ และแนะนำบุคคลอื่นให้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว					
5.2 ท่านตั้งใจเข้าร่วมกิจกรรมประเภทวิชาการขององค์การ และจะแนะนำบุคคลอื่นให้เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว					
5.3 ท่านตั้งใจเข้าร่วมกิจกรรมประเภทสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์การ และจะแนะนำให้บุคคลอื่นเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว					

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะทั่วไป

ท่านอยากให้การสื่อสารภายในองค์การ มีการปรับปรุง เพิ่มเติม หรือข้อเสนอแนะ เพื่อพัฒนามหาวิทยาลัยนวมินทราชูทิศ ต่อไป

.....

.....

.....

ขอบคุณสำหรับการให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายพิติดา แจ็งกิจจา
วันเดือนปีเกิด	22 พฤษภาคม 2531
วุฒิการศึกษา	เทคโนโลยีบัณฑิต (เทคโนโลยีการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง)
ประสบการณ์ทำงาน	พ.ศ.2557 – ปัจจุบัน นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช

