



พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร การรับรู้ภาพลักษณ์ และความคาดหวังที่มีต่อสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

พัชรี หอมเหมื่อน

นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 11 มีนาคม 2568

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 25 กรกฎาคม 2568

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 2 สิงหาคม 2568

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร การรับรู้ภาพลักษณ์ และความคาดหวังที่มีต่อสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นการศึกษาเชิงปริมาณโดยดำเนินการเก็บข้อมูลในรูปแบบการศึกษาเชิงสำรวจ เพื่อวัดผลเพียงครั้งเดียว โดยศึกษากับประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิง อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดระยอง และเคยมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง จำนวน 400 คน ที่อยู่ในกลุ่มแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย การสุ่มแบบกำหนดจำนวนตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าสถิติ One-Way ANOVA และ Pearson's Correlation Coefficient

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 30,000 บาท มีพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภาอากาศไทย การรับรู้แผนการออกหน่วยรับบริจาคโลหิตประจำเดือน ของเหล่าอากาศจังหวัดระยอง อยู่ในระดับมากที่สุด การรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง ด้านการจัดการองค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด และมีความคาดหวังที่มีต่อสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง ด้านการบริการโลหิต อยู่ในระดับมากที่สุด

พบว่า 1) ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง แตกต่างกัน 2) พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง 3) การรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง 4) พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภาอากาศไทย จังหวัดระยองมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าว เป็นไปในเชิงบวก

คำสำคัญ: พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร การรับรู้ภาพลักษณ์ และความคาดหวัง



Information Exposure Behaviors Image Perceptions and Expectations Toward the Thai Red Cross Society, Rayong Province of the Stakeholder Groups

Patcharee Hommuean

Master's Degree Student,

Faculty of Communication Arts, Sripatum University at Chonburi

Phot Jaichansukkit

Assistant Professor Dr.,

Faculty of Communication Arts, Sripatum University at Chonburi

Received: 11 March 2025

Revised: 25 July 2025

Accepted: 2 August 2025

Abstract

The objective of this research was to study the information perception behavior, image perception, and expectations toward the Thai Red Cross Society, Rayong Province, among stakeholders. This was a quantitative study using a survey method to collect data at a single point in time. The study targeted both male and female residents aged 15 years and above who live in Rayong Province and have previously been exposed to information about the Thai Red Cross Society, Rayong Province. A total of 400 respondents were selected from Facebook platform users through simple random sampling, quota sampling, and accidental sampling techniques. Statistical tools used for data analysis included One-Way ANOVA and Pearson's Correlation Coefficient.

The findings revealed that the majority of respondents were female, aged between 26–35 years, held a bachelor's degree, engaged in private business or trade, and had an average monthly income of 10,000–30,000 Baht. Their information perception behavior indicated that they were highly aware of the monthly mobile blood donation schedules organized by the Rayong Provincial Red Cross Chapter. The perception of the organization's image, particularly in terms of organizational management, was rated at the highest level. Similarly, expectations regarding blood services provided by the Thai Red Cross Society, Rayong Province, were also at the highest level.

The hypothesis testing results showed the following: 1) The People with different demographic characteristics exhibited different levels of information perception behavior regarding the Thai Red Cross Society, Rayong Province 2) Information perception behavior



had a positive correlation with the image perception of the Thai Red Cross Society, Rayong Province 3) Image perception had a positive correlation with expectations toward the Thai Red Cross Society, Rayong Province 4) Information perception behavior had a positive correlation with expectations toward the Thai Red Cross Society, Rayong Province. All correlations were statistically significant at the 0.01 level and were positively related.

Keywords: Information Perception Behavior, Image Perception and Expectations



บทนำ (Introduction)

สำนักงานบริหารกิจการเหล่ากาชาด จัดตั้งขึ้นตามมติที่ประชุมคณะกรรมการสภากาชาดไทย ครั้งที่ 306 เมื่อวันที่ 3 กันยายน 2555 ข้อบังคับสภากาชาดไทย แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 77) พระพุทธศักราช 2555 องค์การสภากาชาดไทย จากสภาอณูโลมแดง ถึงสภากาชาดไทย เป็นองค์การการกุศลระดับชาติดำเนินการเพื่อมนุษยธรรม ตามหลักกาชาดสากล เป็นองค์กรที่มีลักษณะเป็นพลวัติ และนวัตกรรมมีวิสัยทัศน์ที่ก้าวไปข้างหน้าสู่ความเป็นเลิศและเป็นไปตามคตินิยมของสภากาชาดไทย คือ การบรรเทาทุกข์ บำรุงสุข บำบัดโรค กำจัดภัย เพื่อประโยชน์สุขและเป็นที่ยิ่งของประชาชน

สภากาชาดไทย ได้พยายามที่จะป้องกันและบรรเทาทุกข์ของประชาชนทั่วทุกหนแห่ง ด้วยศักยภาพทั้งในระดับชาติและในระดับสากล โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะปกป้องคุ้มครองชีวิตและสุขภาพของทุกคน เคารพต่อความเป็นมนุษย์ รวมถึงส่งเสริมความเข้าใจระหว่างกัน มิตรภาพ ความร่วมมือ และสันติภาพที่ยั่งยืน ดำเนินการโดยไม่เลือกปฏิบัติในเรื่องสัญชาติ เชื้อชาติ ความเชื่อทางศาสนา ชนชั้นวรรณะ หรือความคิดเห็นทางการเมือง หากแต่เพียงพยายามที่จะบรรเทาความทุกข์ทรมานของปัจเจกบุคคล โดยพิจารณาจากความต้องการเป็นหลักและให้ลำดับความสำคัญ กับกรณีที่ต้องได้รับความช่วยเหลืออย่างเร่งด่วนที่สุด (ออนไลน์, 2567)

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง นำผลการศึกษานำมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ และสามารถตอบสนองความคาดหวังของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในด้านการสื่อสาร เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่จังหวัดระยอง และการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านการบริการทางการแพทย์ ด้านการการบรรเทาทุกข์ ด้านการบริการโลหิต ด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิต และด้านการจัดการองค์กร ผลการศึกษาวินิจฉัยครั้งนี้จักเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการสร้างพฤติกรรมกรรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย การรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย และความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง ซึ่งจะช่วยให้สภากาชาดไทย จังหวัดระยอง สามารถดำเนินกิจกรรม และกำหนดเป้าหมายในการสื่อสารได้สอดคล้องกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับ พฤติกรรมกรรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์พฤติกรรมกรรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยองกับการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์การรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง กับ ความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง



4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยองกับความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง

การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย (Literature Review and Conceptual Framework and Research Hypothesis)

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร

อัทคิน (Atkin, 1973, p. 208) กล่าวว่า บุคคลแต่ละบุคคลไม่สามารถรับรู้ข่าวสารได้ทั้งหมดที่มีการนำเสนอ ส่วนใหญ่มักจะเลือกรับรู้เพียงบางส่วน และคนที่รับรู้ข่าวสารมาก มักมีความรู้ ความคิด การเอาตัวรอด และเป็นคนทันสมัยกว่าคนที่รับรู้ข่าวสารน้อย

ซามูเอล (Samual, 1998, p. 124) ได้กล่าวถึงความหมายของการเปิดรับข่าวสารไว้ดังต่อไปนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) คือ บุคคลจะค้นหาข้อมูล เพื่อต้องการมีความรู้เท่าเทียมบุคคลอื่นๆ หรือหาข้อมูลข่าวสารความรู้ ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือในเรื่องราวทั่วไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) คือ เมื่อมีความต้องการรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเรื่องที่ตนเองสนใจ บุคคลนั้นจะเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ยกตัวอย่างเช่น การให้บริการรักษาพยาบาล ฟื้นฟูสภาพ สร้างเสริมสุขภาพ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) คือ บุคคลจะเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เพื่อต้องการ จะทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ช่วย เพื่อส่งเสริมคุณภาพ

จากการศึกษาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ขั้นตอนการเปิดรับข่าวสาร เป็นส่วนสำคัญที่อยู่ในกระบวนการเปิดรับข่าวสาร ที่สามารถจำแนกให้ทราบได้ว่าผู้รับสารมีความต้องการที่จะเลือกรับข้อมูลข่าวสารไปในทิศทางใดได้บ้างเพื่อตอบสนองความต้องการของตน สามารถนำไปใช้ประเมินผลหาความแตกต่างจากผู้รับสารของนักการตลาดได้

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์

ทางด้านจอร์จ เอ. ฟลานาแกน (Flanagan, 1967, p. 64) กล่าวว่า “ภาพลักษณ์” เป็นเรื่องของภาพตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ บริษัท บุคคล ที่ปรากฏในจิตใจของแต่ละบุคคลที่มีการรับรู้ในวิธีที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคลนั้นภาพลักษณ์ที่เข้าใจเกี่ยวข้องอาจเกิดจากประสบการณ์ส่วนตัว ความมีอคติหรือจากจินตนาการ หรือความรู้สึก ความรู้ที่ได้มาจากข่าวลือ

ในขณะที่ ประจวบ อินออด (2532, หน้า 96) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ คือ ภาพลักษณ์เป็นความคาดหวังของบุคคลต่อบุคคล เป็นความรู้สึกที่สอดคล้องกับความเชื่อที่สะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดนำไปสู่พฤติกรรมเป็นเจตคติของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีต่อสถาบันหรือเป้าหมาย นอกจากนี้ยังเป็นคุณค่าหรือความนิยมที่มีต่อสถาบัน บุคคลหรือกรณีเรื่องราวใดๆ ด้วย



จากแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ที่ได้ทำการศึกษามาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์เกิดขึ้นจากภาพสิ่งที่เกิดขึ้นจากความเชื่อ ความคิด ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคล (Mental Picture) ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความสำคัญของภาพลักษณ์นั้นเป็นรากฐานแห่งความมั่นคงขององค์กรต่อความเชื่อถือ และการสนับสนุน ถ้าภาพลักษณ์ดีซึ่งจะมีผลดีส่งกลับเข้าสู่องค์กรและสถาบันได้ องค์ประกอบของภาพลักษณ์ โดยมีองค์ประกอบที่เชื่อมโยงและสัมพันธ์กัน และกระบวนการการเกิดภาพลักษณ์นั้นสำหรับบุคคลต่างๆ มาจากภายนอกมายังตนเอง แต่ไม่สามารถสร้างเป็นภาพได้ในทันที

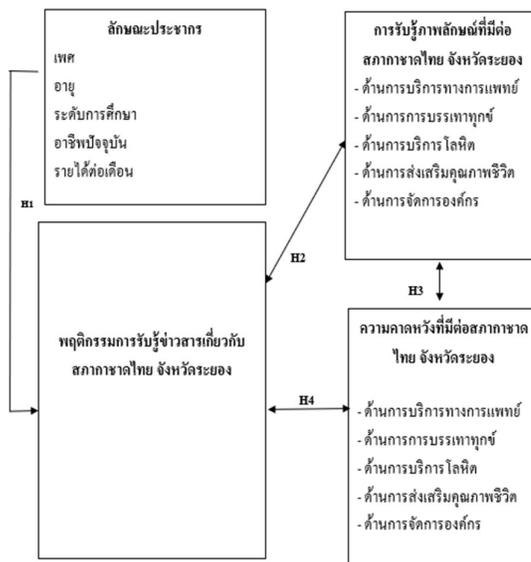
แนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง

ไทรออน (Tryon, 1994, p. 313) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า ความคาดหวัง คือ ผลที่จะตามมาในอนาคต หรือความคาดหมายนั่นเอง โดยขึ้นอยู่กับประสบการณ์เดิมของบุคคล เหตุการณ์ในปัจจุบันหรือจากข้อมูลต่างๆ ที่บุคคลนั้นๆ มีอยู่

เคลย์ (Clay, 1988, p. 252) กล่าวถึงความคาดหวัง คือ สถานการณ์ล่วงหน้าถึงอนาคตที่ดีหรือการคาดการณ์ต่อการกระทำ เป็นความมุ่งหวังที่ตีงามเป็นระดับหรือความน่าจะเป็นของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่มุ่งหวังไว้

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ต้องการจะศึกษาโดยมีกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

1. ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง
3. การรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง
4. พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยองมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร การรับรู้ภาพลักษณ์ และความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ใช้รูปแบบของการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นเชิงปริมาณ (Quantitative Study) ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จากแบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล และให้ผู้ตอบรับเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire)

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยเรียงลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยใช้เก็บข้อมูลที่วิจัยสร้างขึ้นเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งสร้างขึ้นโดยการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย สอบถามผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับการวิจัย โดยการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบเครื่องมือ โดยทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และหาความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้



1. ทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยการนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ พิจารณาเพื่อตรวจสอบหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมของภาษา (Wording) และความชัดเจน (Clarity) ของคำถามก่อนนำไปทำการทดสอบ

2. การทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่จะใช้ศึกษา ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาก่อน (Pre-Test) กับกลุ่มประชาชนทั้งเพศชาย และเพศหญิง อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดระยอง จำนวน 40 ชุด เพื่อทดสอบความเข้าใจของภาษาที่ใช้ในแบบสอบถามว่าสื่อความหมายได้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ และมีอุปสรรคใดบ้างในการตอบคำถาม เพื่อนำมาวิเคราะห์คำนวณหาค่าความน่าเชื่อถือ โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของ คอนบราค (Cronbach) โดยแบ่งออกเป็นสาม ส่วน ดังนี้

ในส่วนของพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง มีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.90

ในส่วนของการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง มีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.96

ในส่วนของความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง มีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.92

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ทำการหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามโดยรวม ผลปรากฏว่า ได้ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) สัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.97 ซึ่งตามหลักของคอนบราค (Cronbach) ได้กำหนดความเชื่อมั่นไว้ที่ 0.80 ขึ้นไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis) โดยใช้ร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าความแปรปรวน (Variance) และนำเสนอข้อมูลในตารางเพื่ออธิบายเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistical Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง แตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ t-test / ANOVA และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการเปรียบเทียบเชิงซ้อนด้วย LSD

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยองมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง



สมมติฐานที่ 4 พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร (Pearson's Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย (Research Results)

จากการศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร การรับรู้ภาพลักษณ์ และความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีผลการวิจัยดังนี้

ลักษณะทางประชากร

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดในภาพรวมสามารถแบ่งเป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 83.2 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างเพศชาย จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 มีช่วงอายุระหว่าง 26 - 35 ปี มีจำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีจำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มากที่สุด มีจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 30,000 บาทมากที่สุด มีจำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5

พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.52 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า มากที่สุด คือ รับรู้แผนการออกหน่วยรับบริจาคโลหิตประจำเดือน ของเหล่ากาชาดจังหวัดระยอง การรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.59 รองลงมาคือ รับรู้ว่าสภากาชาดไทยจังหวัดระยอง เป็นองค์กรสาธารณกุศลที่ดำเนินการเพื่อมนุษยธรรมตามหลักการกาชาดสากลมุ่งเน้นการส่งเสริมและช่วยเหลือประชาชน และผู้ด้อยโอกาสด้วยจิตสาธารณะให้มีสุขภาวะที่ดี และ รับรู้ว่าสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง มีการจัดหาโลหิตให้มีปริมาณเพียงพอ ปลอดภัย และมีคุณภาพสูงสุด จากผู้บริจาคโลหิตด้วยความสมัครใจไม่หวังสิ่งตอบแทน การรับรู้ข่าวสารอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.56 และน้อยที่สุด คือ รับรู้ว่าสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง ให้บริการรักษาพยาบาลฟื้นฟูสภาพ สร้างเสริมสุขภาพ และ ป้องกันโรคให้แก่ประชาชนและผู้ด้อยโอกาส การรับรู้ข่าวสารอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.46

การรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยองอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.60 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง มากที่สุด คือ ด้านการจัดการองค์กร อยู่ในระดับ



มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.61 รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิต อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.51 และน้อยที่สุด คือ ด้านการบริการทางการแพทย์ อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.56

ด้านการบริการทางการแพทย์ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง ด้านนี้โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 2.56 อยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ว่าคุณภาพกาชาดไทย จังหวัดระยอง ส่งเสริม สนับสนุน การใช้เทคโนโลยี เพื่อการบริการทางด้านทางการแพทย์ และสาธารณสุข การรับรู้อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.59

ด้านการการบรรเทาทุกข์ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง ด้านการการบรรเทาทุกข์ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.08 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า มากที่สุด คือ รับรู้ว่าคุณภาพกาชาดไทย จังหวัดระยองมีโครงการสงเคราะห์ครอบครัวราษฎรยากไร้ ผู้พิการ ผู้ป่วย ผู้ด้อยโอกาส และผู้ประสบปัญหาทางสังคม การรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.12

ด้านการบริการโลหิต ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง ด้านการบริการโลหิต อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.85 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า มากที่สุด คือ รับรู้ว่าคุณภาพกาชาดไทย จังหวัดระยองมีกิจกรรม ออกรับบริจาคโลหิต โดยร่วมกับ หน่วยงานต่างๆ (เช่น โรงพยาบาลระยอง บริษัท ภาคอุตสาหกรรม เป็นต้น) อยู่อย่างสม่ำเสมอ เพื่อจัดหาโลหิตและส่วนประกอบของโลหิตไปช่วยเหลือผู้ป่วยที่เข้ารับการรักษาในพื้นที่จังหวัดระยอง การรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.86

ด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิต ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง ด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิต อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.51 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า มากที่สุด คือ รับรู้ว่าคุณภาพกาชาดไทย จังหวัดระยองมีโครงการเดิน วิ่ง ปั่น ป้องกันอัมพาต การรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.53

ด้านการจัดการองค์กร ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง ด้านการจัดการองค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.61 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า มากที่สุด คือ รับรู้ว่าคุณภาพกาชาดไทย จังหวัดระยอง มีการบริหารจัดการองค์กร โดยเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (เช่น ปฏิบัติงานโดยมีปลัดอำเภอเมืองระยอง ผู้นำท้องถิ่น อสม. และคณะเจ้าหน้าที่ ร่วมกัน) การรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.64

ความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง

ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.70 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง มากที่สุด คือ ด้านการบริการโลหิต อยู่ในระดับ



มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.82 รองลงมา คือ ด้านการจัดการองค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.74 และน้อยที่สุด คือ ด้านการบริการทางการแพทย์ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.61

ด้านการบริการทางการแพทย์ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง ด้านการบริการทางการแพทย์ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.61 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า มากที่สุด คือ มีบุคลากรทางการแพทย์ที่เพียงพอ ร่วมกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง ในการออกหน่วยเพื่อปฏิบัติหน้าที่ในแต่ละครั้ง มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.68

ด้านการการบรรเทาทุกข์ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง ด้านการการบรรเทาทุกข์ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.68 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า มากที่สุด คือ สภากาชาดไทย จังหวัดระยอง ร่วมกับหน่วยงานแพทย์เคลื่อนที่ ให้ความช่วยเหลือสังคมชุมชน โดยไม่คาดหวังค่าตอบแทน มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.69

ด้านการบริการโลหิต ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง ด้านการบริการโลหิต อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.82 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า มากที่สุด คือ มีหน่วยแพทย์เฉพาะทาง ด้านโลหิตโดยตรง ให้บริการเจาะเลือด แก่ผู้บริจาคโลหิต เพื่อป้องกันการบาดเจ็บ มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.84

ด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิต ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง ด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิต อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.65 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า มากที่สุด คือ มีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการฉีดวัคซีนมะเร็งปากมดลูก ให้แก่ประชาชน ในชุมชนต่างๆ ในพื้นที่เขตจังหวัดระยอง มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.66 และ มีการอบรมให้ความรู้ ด้านสุขอนามัย ในการดำรงชีวิตของคนในชุมชนต่างๆ ในพื้นที่เขตจังหวัดระยอง มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.66

ด้านการจัดการองค์กร ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง ด้านการจัดการองค์กร อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.74 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า มากที่สุด คือ เป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการ โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.75 และเป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของชุมชนในจังหวัดระยอง มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.7

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง แตกต่างกัน

พบว่า รายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวม แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,000 - 30,000 บาท มีคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวม น้อยกว่า กลุ่มที่มีรายได้ 30,001 - 50,000 บาท แต่มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป และ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 30,001 - 50,000 บาท มีคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวมมากกว่า กลุ่มที่มีรายได้ มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง

พบว่าพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวม มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวม พบว่า พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวม มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยความสัมพันธ์ดังกล่าว เป็นไปในเชิงบวก กล่าวคือ เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวม มาก ก็จะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวม มาก ด้วยเช่นกัน ความสัมพันธ์ที่พบนั้นอยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.549^{**}$)

ภาพรวมของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวม กับการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง ทุกด้าน มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีทิศทางไปในเชิงบวก กล่าวคือ เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง มาก ก็จะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง มากตามไปด้วย เช่นกัน โดยความสัมพันธ์ที่พบนั้น เป็นไปในระดับปานกลาง

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวม มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวม

การรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวม มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวม พบว่า การรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวมมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยความสัมพันธ์ดังกล่าว เป็นไปในเชิงบวก กล่าวคือ เมื่อมีการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวม มาก ก็มีความคาดหวังต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวม มาก เช่นกัน แต่อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ที่พบนั้นอยู่ในระดับปานกลาง ($r = 0.494^{**}$)

ภาพรวมของความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง ทุกด้านกับความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวมมีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญ



ทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีทิศทางไปในเชิงบวก กล่าวคือ เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อ สภากาชาดไทย จังหวัดระยอง มาก ก็จะมี ความคาดหวังที่มีต่อ สภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวมมาก เช่นกัน

สมมติฐานที่ 4 พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ สภากาชาดไทย จังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์ กับความคาดหวังที่มีต่อ สภากาชาดไทย จังหวัดระยอง

พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ สภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวม มีความสัมพันธ์กับ ความคาดหวังที่มีต่อ สภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวม พบว่า พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ สภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวมมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อ สภากาชาดไทย จังหวัด ระยอง โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยความสัมพันธ์ดังกล่าว เป็นไปในเชิงบวก กล่าวคือ เมื่อ กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ สภากาชาดไทย จังหวัด ระยอง โดยรวม มาก ก็จะมี ความคาดหวังต่อ สภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวม มากเช่นเดียวกัน แต่ อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ที่พบนั้นอยู่ในระดับ ปานกลาง ($r = 0.503^{**}$)

ภาพรวมของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ สภากาชาดไทย จังหวัด ระยอง กับความคาดหวังที่มีต่อ สภากาชาดไทย จังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีทิศทางไปในเชิงบวก กล่าวคือ เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสาร เกี่ยวกับ สภากาชาดไทย จังหวัดระยอง มาก ก็จะมี ความคาดหวังต่อ สภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวมมาก เช่นกัน

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ลักษณะทางประชากร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจ ส่วนตัว/ค้าขาย มากที่สุด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 30,000 บาท สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ประมว สตะเวทิน (2546, หน้า 112 - 118) ได้กล่าวแนวความคิดด้านลักษณะทางประชากรไว้ว่า ลักษณะ ทางประชากรนั้นเป็นคุณสมบัติเฉพาะของแต่ละบุคคลที่มีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งในคุณสมบัติที่มีความแตกต่างกันนี้จะมีอิทธิพลที่ส่งผลต่อเรื่องของการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งผู้รับสารนั้นจะมีการเปิดรับ ข่าวสารที่แตกต่างกันออกไป

พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ สภากาชาดไทย จังหวัดระยอง

พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ สภากาชาดไทย จังหวัดระยอง เป็นการรับรู้แผนการออก หน่วยรับบริจาคโลหิตประจำเดือน ของเหล่ากาชาดจังหวัดระยอง รับรู้ข่าวสาร สภากาชาดไทยจังหวัดระยอง เป็นองค์กรสาธารณกุศลที่ดำเนินการเพื่อบุคคลตามหลักการกาชาดสากล มุ่งเน้นการส่งเสริมและ ช่วยเหลือประชาชน ผู้ด้อยโอกาสด้วยจิตสาธารณะให้มีสุขภาพที่ดี และการจัดหาโลหิตให้มีปริมาณ

เพียงพอ ปลอดภัย และมีคุณภาพสูงสุด จากผู้บริจาคลอहितด้วยความสมัครใจไม่หวังสิ่งตอบแทน ป้องกันโรคให้แก่ประชาชนและผู้ด้อยโอกาส ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ โรเจอร์ส และชูเมกเกอร์ (Rogers & Shoemaker, 1971, p. 19) กล่าวว่า การใช้สื่อบุคคลมาเป็นผู้นำเสนอหรือเผยแพร่ข่าวสารนั้น สื่อบุคคลจะช่วยสร้างความเข้าใจให้ผู้รับสารได้อย่างชัดเจน สภาอากาศไทย จังหวัดระยอง จึงใช้การประชาสัมพันธ์แผนกิจกรรมผ่านช่องทางต่างๆ ควบคู่กับกิจกรรมชุมชน รวมถึงช่องทางออนไลน์ เพื่อให้ประชาชนรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภาอากาศไทย จังหวัดระยองโดยตรง

การรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง

ภาพรวมการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง คือการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านการจัดการองค์กร ด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและด้านการบริการทางการแพทย์ การรับรู้สภาอากาศไทย จังหวัดระยอง มีการบริหารจัดการองค์กร โดยเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน (เช่น ปฏิบัติงานโดยมีปลัดอำเภอเมืองระยอง ผู้นำท้องถิ่น อสม. และคณะเจ้าหน้าที่ ร่วมกัน) มีโครงสร้างการบริหารงานที่ชัดเจนอยู่บนหลักการพื้นฐาน (เช่น มนุษยธรรม ความไม่ลำเอียง ความเป็นกลาง ความเป็นอิสระ ความเป็นเอกภาพ เป็นต้น) มีกิจกรรมประชุมคณะกรรมการเหล่ากาชาดจังหวัด ร่วมกับจังหวัดอื่นๆ (เช่น ฉะเชิงเทรา ตราด ระยอง สระแก้ว ปราจีนบุรี จันทบุรี และชลบุรี) เพื่อรับทราบนโยบายการปฏิบัติงานและพบปะแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานระหว่างกัน ในด้านความเป็นมืออาชีพของบุคลากร ความโปร่งใสในการดำเนินงาน และประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ การตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉินของสภาอากาศ เช่น การช่วยเหลือในสถานการณ์น้ำท่วม โรคระบาด หรือภัยพิบัติ ซึ่งสะท้อนถึงความพร้อมด้านบุคลากร ระบบการจัดการ และการวางแผนเชิงป้องกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ประชาชนมีมุมมองเชิงบวกต่อบทบาทขององค์กรในด้านการจัดการองค์กร ทั้งในเชิงระบบงานและการตอบสนองต่อภารกิจในพื้นที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฟิลิป คอทเลอร์ (Kotlor, 2000, p. 64) กล่าวว่า “ภาพลักษณ์” เป็นองค์รวมความเชื่อทัศนคติหรือการกระทำใดๆ ที่มีบุคคลมีต่อสิ่งนั้นและความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งจะมีความเกี่ยวพันอย่างยิ่งกับภาพลักษณ์นั้นๆ

ความคาดหวังที่มีต่อสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง

ภาพรวมความคาดหวังที่มีต่อสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง พบว่า ความคาดหวังที่มีต่อสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง คือ ด้านการบริการ ด้านการจัดการองค์กรและด้านการบริการทางการแพทย์

ด้านการบริการโลหิต ภาพรวมความคาดหวังที่มีต่อสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง มีหน่วยแพทย์เฉพาะทาง ด้านโลหิตโดยตรง ให้บริการเจาะเลือด แก่ผู้บริจาคโลหิต เพื่อป้องกันการ ขยายเวลาในการรับบริจาคโลหิต เพื่อเปิดโอกาสให้แก่ ผู้ที่ต้องการบริจาคโลหิต ได้รับการให้บริการโลหิตอย่างเพียงพอ เพื่อให้ความช่วยเหลือผู้ป่วยได้ทันที่ ในช่วงเวลาฉุกเฉินหรือเทศกาลที่มีความต้องการโลหิตสูง ให้มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลอย่างชัดเจน เช่น สถานที่รับบริจาค วันเวลา และข้อควรรู้สำหรับผู้บริจาค



การสื่อสารที่รวดเร็วและโปร่งใส การเข้าถึงง่าย และการมีส่วนร่วมของประชาชนมากขึ้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการที่เพิ่มขึ้นของประชาชนต่อบทบาทขององค์กรในยุคใหม่ สอดคล้องกับงานวิจัยของมหาวิทยาลัยออกซ์ฟอร์ด (Oxford University, 1989, p. 281) ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ว่าเป็นคาดการณ์ล่วงหน้าต่อบางอย่างว่าควรจะมีควรจะเป็น หรือที่ควรจะมีเกิดขึ้น ซึ่งเป็นความคิดเห็นอย่างมีวิจรรย์ญาณของบุคคลที่คาดคะเน หรือเป็นสภาวะทางจิตที่เป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคล

สมมุติฐานที่ 1 ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง แตกต่างกัน

รายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวมแตกต่างกันสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญา อ่อนคง (2553, หน้า 13 - 14) ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ว่าบุคคลแต่ละคนนั้นมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันออกไป ทั้งลักษณะที่มองเห็นได้จากภายนอกที่บุคคลอื่นสามารถมองเห็นได้และลักษณะภายในจิตใจ เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ เฉลี่ยต่อเดือน เป็นตัวกำหนดให้พฤติกรรมของแต่ละบุคคลแตกต่างกันออกไป

สมมุติฐานที่ 2 พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง

ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่ากลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวม มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง กล่าวคือ เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวมมาก ก็จะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวม มากด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุพดี ฐิติกุลเจริญ (2537, หน้า 3) ได้กล่าวถึง การสื่อสารไว้ว่า การสื่อสารยังสิ่งที่สำคัญมากตามความสลับซับซ้อนของสังคมและจำนวนคนที่สื่อสาร เมื่อบุคคลต้องการข้อมูลประกอบการตัดสินใจ บุคคลจะหาข่าวสารต่างๆ เพื่อเปรียบเทียบ วิเคราะห์ และข่าวสารยังส่งผลให้ผู้ที่เปิดรับข่าวสารตามทันโลกปัจจุบัน และปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ได้ดี เพื่อเข้าถึงผลลัพธ์การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของตน และเพื่ออยู่ร่วมกับบุคคลอื่นอีกด้วย และกาญจนา นาคสกุล (2543, หน้า 70) ให้ความหมาย “ภาพลักษณ์” ว่าเป็นภาพลักษณ์การกระทำ ความประพฤติหรือพฤติกรรมของบุคคล องค์กร หรือสถาบันนั้นๆ ที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง มาก ก็จะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง มากตามไปด้วย

สมมุติฐานข้อที่ 3 การรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง

ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่ากลุ่มตัวอย่าง การรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง โดยรวม มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อสภากาชาดไทย จังหวัดระยอง กล่าวคือ เมื่อมีการ

รับรู้ภาพลักษณ์ที่มีต่อสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง โดยรวม มากก็จะมีทัศนคติต่อสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง โดยรวมมาก เช่นกันสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฟิลิป คอทเลอร์ (Kotlor, 2000, p. 64) กล่าวว่า “ภาพลักษณ์” เป็นองค์รวมความเชื่อทัศนคติหรือการกระทำใดๆ ที่มีบุคคลมีต่อสิ่งนั้นและความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งจะมีความเกี่ยวข้องอย่างยิ่งกับภาพลักษณ์นั้นๆ และ ไทรอน (Tryon, 1994, p. 313) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า ทัศนคติ คือ ผลที่จะตามมาในอนาคต หรือความหมายนั่นเอง โดยขึ้นอยู่กับประสบการณ์เดิมของบุคคล เหตุการณ์ในปัจจุบันหรือจากข้อมูลต่างๆ ที่บุคคลนั้นๆ มีอยู่

สมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ากลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง โดยรวม มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง กล่าวคือ เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง โดยรวมมากก็จะมี ความคาดหวังต่อสภาอากาศไทย จังหวัดระยอง โดยรวม มากเช่นเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์ (2544, หน้า 13 - 14) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน มีความต้องการในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันด้วยวัตถุประสงค์ที่ต่างกันโดยทั่วไปแล้วบุคคล จะทำการเปิดรับข่าวสารอยู่ และเคลย์ (Clay, 1988, p. 252) กล่าวถึงความคาดหวัง คือ สถานการณ์ ล่วงหน้าถึงอนาคตที่ดีหรือการคาดการณ์ต่อการกระทำ เป็นความมุ่งหวังที่ตั้งใจเป็นระดับหรือความน่าจะเป็นของ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มุ่งหวังไว้

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1 ควรขยายพื้นที่การศึกษาไปยังจังหวัดอื่นหรือระดับภูมิภาค เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างด้านการรับรู้ภาพลักษณ์และความคาดหวังต่อสภาอากาศไทยในบริบทพื้นที่ต่างๆ ซึ่งอาจมีลักษณะประชากร และปัจจัยแวดล้อมที่หลากหลายมากขึ้น

2 ศึกษาเฉพาะด้านในเชิงลึก เช่น ศึกษาเฉพาะความคาดหวังด้านการบริโภคโลหิต ด้านการช่วยเหลือผู้ประสบภัย หรือด้านการบริการสุขภาพ เพื่อให้สามารถออกแบบนโยบายหรือกิจกรรมขององค์กรได้อย่างตรงจุด

3 ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพิ่มเติม เช่น การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง “ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร” กับ “ความเชื่อมั่นต่อภาพลักษณ์องค์กร” หรือ “พฤติกรรมการบริโภคโลหิต” กับ “ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของสภาอากาศ”

4 เพิ่มกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เช่น นักเรียน นักศึกษา ผู้สูงอายุ หรืออาสาสมัครกาชาด เพื่อเปรียบเทียบระดับการรับรู้และความคาดหวังระหว่างกลุ่มต่างๆ ซึ่งอาจนำไปสู่การออกแบบกิจกรรมหรือ การสื่อสารที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย



5 คว้าศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กรต่อพฤติกรรมจริงของประชาชน เช่น การตัดสินใจ บริจาคโลหิต หรือการเข้าร่วมกิจกรรมของสภากาชาด โดยใช้แบบจำลองพฤติกรรม เช่น Theory of Planned Behavior (TPB) เพื่อให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างเจตคติกับการกระทำ

เอกสารอ้างอิง (References)

- กาญจนา นาคสกุล. (2543). *สัมพันธ์ภาพของวัยรุ่นกับบิดา มารดา การเห็นคุณค่าในตนเองกับการปรับตัวของวัยรุ่น*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล).
- ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูริย์. (2544). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธัญญา อ่อนคง. (2553). *พฤติกรรมชมภาพยนตร์ การเข้าร่วมและความพึงพอใจต่อกิจกรรม Starpics ฟุตฟิต For Film ของนักศึกษาในเขต กทม.* (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย).
- ประจวบ อินออด. (2532). *เขาทำประชาสัมพันธ์กันอย่างไร*. กรุงเทพฯ: ศูนย์การพิมพ์พลชัย.
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุพดี ฐิติกุลเจริญ. (2537). *ทฤษฎีการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: ชวนพิมพ์.
- สภากาชาดไทย. (28 กรกฎาคม 2567). *การกำเนิดสภากาชาดไทย*. <https://redcross.or.th/>
- Atkin. (1973). *Anticipated communication and mass media information seeking*. New York: Free Press.
- Clay, K. (1988). Experimental infection of host grasses and sedges with *Atkinsonella hypoxylon* and *Balansia cyperi* (Balansiae, Clavicipitaceae). *Mycologia*, 80(3), 291–297. <https://doi.org/10.1080/00275514.1988.12025547>
- Flanagan, George A. (1967). *Modern institutional advertising*. New York: McGraw-Hill.
- Kotlor, Philip. (2000). *Marketing Management* (10th ed.) New Jersey: Prentice Hall.
- Oxford University. (1989). *The Oxford english dictionary*. Oxford: University.
- Rogers & Shoemaker. (1971). *Communication of Innovations : A Cross Cultural Approach*. New York: The Free Press.
- Samual L. Becker. (1998). *Discovering Mass Communication*. Illinois: Scott Foresman and Company Glenview.
- Tryon, W.W. (1994). *Expectation In Encyclopedia of human behavior ed V.S. Ramachandran*. London: Academic press.