

การเปิดรับสื่อ ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายใน
และความผูกพันที่มีต่อองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร



นายฉัตร ลิงห์คง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2560

**Media Exposure, Needs for Internal Public Relations Information,
and Organizational Engagement of Naresuan University Staffs**

Mr. Thiti Singkong



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Communication Arts
School of Communication Arts
Sukhothai Thammathirat Open University

2017

ชื่อวิทยานิพนธ์ การเปิดรับสื่อ ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในและความผูกพันที่มี
ต่อองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

ผู้วิจัย นายธิตี สิงห์คง รหัสนักศึกษา 2571500442 **ปริญญา** นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สุธีธร (2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัครวารธรรม

อิสรางกูร ณ อยุธยา ปีการศึกษา 2560

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เปรียบเทียบการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน องค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรตามลักษณะทางประชากร 2) เปรียบเทียบความต้องการข้อมูล ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรตามลักษณะทางประชากร 3) เปรียบเทียบความ ผูกพันองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรตามลักษณะทางประชากร และ 4) ความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์การกับความผูกพันองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุนของ มหาวิทยาลัยนเรศวร จำนวน 367 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร 1) เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในโดย รวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยเปิดรับจากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นสื่อออนไลน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และ สื่อสิ่งพิมพ์ แต่เปิดรับผ่านทางสื่อออนไลน์มากที่สุดและพบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความ แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ระยะเวลาในการทำงาน 2) ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่ มากที่สุด คือ ด้านของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่าง ๆ โดย แตกต่างตามลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ระยะเวลาในการทำงาน 3) บุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร มีความผูกพันต่อองค์การอยู่ในระดับมาก โดย ไม่มีความแตกต่างตามลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ตำแหน่ง งาน ระยะเวลาในการทำงาน และ 4) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในมีความสัมพันธ์กับ ความผูกพันองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

คำสำคัญ การเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์ ความต้องการข้อมูลข่าวสาร ความผูกพันองค์การ

Thesis title: Media Exposure, Needs for Internal Public Relations Information, and Organizational Engagement of Naresuan University Staffs

Researcher: Mr.Thiti Singkong; **ID:** 2571500442;

Degree: Master of Communication Arts; **Thesis advisors:** (1) Dr. Bussaba Suteetorn, Associate Professor; (2) Acharawan Isarangkura Na Ayuthaya, Assistant Professor;

Academic year: 2017

Abstract

The objectives of this research were to study 1) the exposure of Naresuan University staff to internal public relations information, comparing different demographic groups; 2) the needs of Naresuan University staff for internal public relations information, comparing different demographic groups; 3) the level of organizational engagement of Naresuan University staff, comparing different demographic groups; and 4) the relationship between level of organizational engagement and exposure to internal public relations information.

This was a survey research. The sample was 367 academic and support staff of Naresuan University chosen through multi-stage sampling. The research tool was a questionnaire. Data were statistically analyzed using percentage, mean, standard deviation, Pearson's correlated coefficient, t test and analysis of variation.

The results showed that 1) overall, the samples were exposed to the university's internal public relations information to a medium degree. They received information via several channels including online media, electronic media, and print media, but through online media the most. Exposure varied for different demographic groups based on sex, age, marital status, educational level, work position and years of work experience. 2) Naresuan University staff expressed a high level need for internal public relations information of every type, especially news about employee welfare rights and benefits. Demand for internal public relations information varied for different demographic groups based on sex, age, marital status, educational level, work position and years of work experience. 3) The samples all had a high level of organizational engagement and no differences were detected among different demographic groups. 4) Exposure to internal public relations information was related to level of organizational engagement.

Keywords: Exposure, Public relations media, Demand for information, Organizational engagement

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากผู้วิจัย ได้รับความเมตตาจากหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สุธีธร อาจารย์ที่ปรึกษาผู้ที่คอยติดตามความก้าวหน้า และช่วยเหลืออยู่ตลอดในการทำวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัจฉราวรรณ อิศรางกูร ณ อยุธยา ที่ให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมไปถึงอาจารย์ทุกท่านของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ที่ได้ให้ความรู้ แนวคิดให้ได้ผู้วิจัย นำไปต่อยอด จนเกิดเป็นงานวิจัยชิ้นนี้ และนำไปใช้ในการทำงาน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของท่าน ไว้เป็นอย่างสูง มา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่สละเวลาในการตรวจเครื่องมือในการทำวิจัยครั้งนี้ ให้เที่ยงตรง และให้คำแนะนำที่ทำให้เครื่องมือในการทำวิจัยสมบูรณ์แบบ

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยต้องขอขอบคุณ ครอบครัว ที่คอยสนับสนุนในการศึกษาครั้งนี้ ขอขอบคุณบุคลากรทุกท่านของมหาวิทยาลัยนเรศวร ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูล ขอคุณ พี่เปิ้ล หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ โรงพยาบาลเชิงชัยประชาชนุเคราะห์ พี่เก๋ อาจารย์ มหาวิทยาลัยนครพนม ที่เป็นทั้งเพื่อนร่วมสถาบันและที่ปรึกษาในการแก้ไขปรับปรุงงานวิจัยในครั้งนี้ รวมไปถึงอีกหลายท่านที่ไม่สามารถกล่าวนามได้หมด ผู้วิจัยซาบซึ้งในความปรารถดีเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณ มา ณ โอกาสนี้

ธิตี สิงห์คง

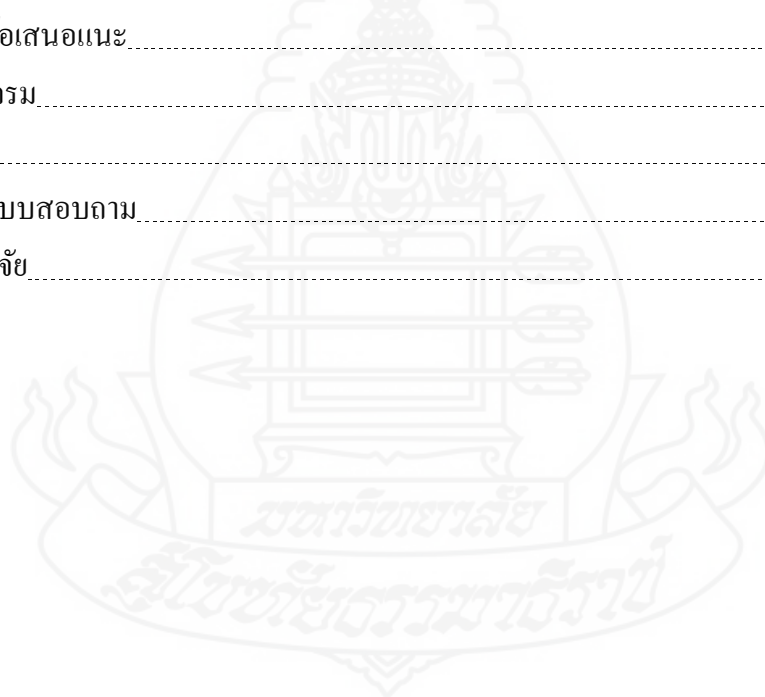
พฤศจิกายน 2561

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	5
สมมติฐานการวิจัย.....	5
ขอบเขตการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
ประโยชน์ที่จะได้รับ.....	8
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารในองค์กร.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเปิดรับข่าวสาร.....	20
แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่.....	23
แนวคิดและทฤษฎีความผูกพันต่อองค์กร.....	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	34
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	34
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล.....	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	42
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	42

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
ผลการวิเคราะห์ลักษณะประชากร.....	44
ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์.....	47
ผลการวิเคราะห์ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์.....	52
ผลการวิเคราะห์ความผูกพันองค์กร.....	55
การทดสอบสมมติฐาน.....	58
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	116
สรุปการวิจัย.....	116
อภิปรายผล.....	125
ข้อเสนอแนะ.....	129
บรรณานุกรม.....	131
ภาคผนวก.....	135
แบบสอบถาม.....	136
ประวัติผู้วิจัย.....	142



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ.....	48
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ.....	48
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส.....	49
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา.....	49
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งงาน.....	50
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน.....	50
ตารางที่ 4.7 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยรัตนนครจำแนกตามประเภทของสื่อ.....	51
ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยรัตนนคร.....	55
ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับของความถี่ของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยรัตนนคร.....	56
ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับของความถี่ของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่าง ๆ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยรัตนนคร.....	58
ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับของความถี่ของข้อมูลข่าวสารด้านอื่น ๆ เกี่ยวกับองค์การ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยรัตนนคร.....	59
ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันองค์การด้านความต้องการพื้นฐาน.....	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันองค์กร ด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร.....	60
ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันองค์กร ด้านสัมพันธภาพ.....	61
ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันองค์กร ด้านความก้าวหน้า.....	61
ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความผูกพันองค์กร โดยรวม.....	62
ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท ของบุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่น จำแนกตามลักษณะทางประชากร ด้านเพศ.....	64
ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท ของบุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่น จำแนกตามลักษณะทางประชากร ด้านอายุ.....	66
ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท ของบุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่น จำแนกตามลักษณะทางประชากร ด้านสถานภาพสมรส.....	69
ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท ของบุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่น จำแนกตามลักษณะทางประชากร ด้านระดับการศึกษา.....	72
ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท ของบุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่น จำแนกตามลักษณะทางประชากร ด้านตำแหน่งงาน.....	75
ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท ของบุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่น จำแนกตามลักษณะทางประชากร ด้านระยะเวลาการทำงาน.....	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน จำแนกตามลักษณะ ทางประชากรด้านเพศ.....	79
ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน จำแนกตามลักษณะ ทางประชากรด้านอายุ.....	81
ตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน จำแนกตามลักษณะ ทางประชากรด้านสถานภาพสมรส.....	83
ตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน จำแนกตามลักษณะ ทางประชากรด้านระดับการศึกษา.....	85
ตารางที่ 4.27 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน จำแนกตามลักษณะ ทางประชากรด้านตำแหน่งงาน.....	87
ตารางที่ 4.28 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน จำแนกตามลักษณะ ทางประชากรด้านระยะเวลาในการทำงาน.....	89
ตารางที่ 4.29 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และ ผลประโยชน์ต่าง ๆ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านเพศ.....	91
ตารางที่ 4.30 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และ ผลประโยชน์ต่าง ๆ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านอายุ.....	92
ตารางที่ 4.31 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และ ผลประโยชน์ต่าง ๆ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรส.....	93

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.32 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่าง ๆ จำแนกตามลักษณะทางประชากร ด้านระดับการศึกษา.....	94
ตารางที่ 4.33 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และ ผลประโยชน์ต่าง ๆ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านตำแหน่งงาน.....	95
ตารางที่ 4.34 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และ ผลประโยชน์ต่าง ๆ จำแนกตามลักษณะทางประชากร ด้านระยะเวลาการทำงาน.....	96
ตารางที่ 4.35 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ในด้านข้อมูลข่าวสารด้านอื่น ๆ เกี่ยวกับองค์การ จำแนกตาม ลักษณะทางประชากรด้านเพศ.....	97
ตารางที่ 4.36 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ในด้านข้อมูลข่าวสารด้านอื่น ๆ เกี่ยวกับองค์การ จำแนกตาม ลักษณะทางประชากรด้านอายุ.....	98
ตารางที่ 4.37 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ในด้านข้อมูลข่าวสารด้านอื่น ๆ เกี่ยวกับองค์การ จำแนกตาม ลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรส.....	99
ตารางที่ 4.38 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ในด้านข้อมูลข่าวสารด้านอื่น ๆ เกี่ยวกับองค์การ จำแนกตาม ลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา.....	100
ตารางที่ 4.39 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ในด้านข้อมูลข่าวสารด้านอื่น ๆ เกี่ยวกับองค์การ จำแนกตาม ลักษณะทางประชากรด้านตำแหน่งงาน.....	100

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า	
ตารางที่ 4.40	เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ในด้านข้อมูลข่าวสารด้านอื่น ๆ เกี่ยวกับองค์การ จำแนกตาม ลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลาการทำงาน.....	101
ตารางที่ 4.41	เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านของความต้องการ พื้นฐานจำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านเพศ.....	102
ตารางที่ 4.42	เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านของความต้องการ พื้นฐานจำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านอายุ.....	103
ตารางที่ 4.43	เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านของความต้องการ พื้นฐานจำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรส.....	104
ตารางที่ 4.44	เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านของความต้องการ พื้นฐานจำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา.....	105
ตารางที่ 4.45	เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านของความต้องการ พื้นฐานจำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านตำแหน่งงาน.....	106
ตารางที่ 4.46	เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านของความต้องการ พื้นฐานจำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลาในการทำงาน.....	107
ตารางที่ 4.47	เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านการสนับสนุน จากฝ่ายบริหาร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านเพศ.....	108
ตารางที่ 4.48	เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านการสนับสนุน จากฝ่ายบริหาร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านอายุ.....	109
ตารางที่ 4.49	เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านการสนับสนุน จากฝ่ายบริหาร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรส.....	111
ตารางที่ 4.50	เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านการสนับสนุน จากฝ่ายบริหาร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา.....	113
ตารางที่ 4.51	เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านการสนับสนุน จากฝ่ายบริหาร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านตำแหน่งงาน.....	114
ตารางที่ 4.52	เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านการสนับสนุน จากฝ่ายบริหาร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลาการทำงาน.....	115

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.53 เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านสัมพันธภาพ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านเพศ.....	117
ตารางที่ 4.54 เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านสัมพันธภาพ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านอายุ.....	118
ตารางที่ 4.55 เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านสัมพันธภาพ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรส.....	119
ตารางที่ 4.56 เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านสัมพันธภาพ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา.....	120
ตารางที่ 4.57 เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านสัมพันธภาพ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านตำแหน่งงาน.....	121
ตารางที่ 4.58 เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านสัมพันธภาพ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลาการทำงาน.....	122
ตารางที่ 4.59 เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านความก้าวหน้า จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านเพศ.....	123
ตารางที่ 4.60 เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านความก้าวหน้า จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านอายุ.....	124
ตารางที่ 4.61 เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านความก้าวหน้า จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรส.....	125
ตารางที่ 4.62 เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านความก้าวหน้า จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา.....	126
ตารางที่ 4.63 เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านความก้าวหน้า จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านตำแหน่งงาน.....	127
ตารางที่ 4.64 เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านความก้าวหน้า จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลาการทำงาน.....	128
ตารางที่ 4.65 เปรียบเทียบความผูกพันองค์การโดยรวมทุกด้านของบุคลากร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านเพศ.....	129

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.66	เปรียบเทียบความผูกพันองค์กร โดยรวมทุกด้านของบุคลากร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านอายุ.....	129
ตารางที่ 4.67	เปรียบเทียบความผูกพันองค์กร โดยรวมทุกด้านของบุคลากร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรส.....	130
ตารางที่ 4.68	เปรียบเทียบความผูกพันองค์กร โดยรวมทุกด้านของบุคลากร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา.....	130
ตารางที่ 4.69	เปรียบเทียบความผูกพันองค์กร โดยรวมทุกด้านของบุคลากร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านตำแหน่งงาน.....	131
ตารางที่ 4.70	เปรียบเทียบความผูกพันองค์กร โดยรวมทุกด้านของบุคลากร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลาการทำงาน.....	131
ตารางที่ 4.71	การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กร.....	132



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การสื่อสารมีความสำคัญต่อมนุษย์ เพราะมนุษย์ใช้การสื่อสารในการติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่นในการดำรงชีวิต ใช้การสื่อสารแสดงวัตถุประสงค์หรือความต้องการของตนเอง หากปราศจากการสื่อสารก็จะไม่สามารถบอกให้ผู้อื่นเข้าใจถึงการแสดงความต้องการของตนเองได้ การสื่อสารจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการเชื่อมโยงผูกพันมนุษย์ให้ดำรงอยู่ได้ในสังคมร่วมกัน

การสื่อสารภายในองค์กร ถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากต่อการบริหารงานขององค์กร เนื่องจากองค์กร เป็นแหล่งรวมของหน่วยงานต่าง ๆ และบุคคลที่มาปฏิบัติงานอยู่ร่วมกันเป็นจำนวนมาก การสื่อสารภายในองค์กร เป็นสิ่งที่จะสร้างวัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กร ให้เป็นไปในทางที่ดีหรือเป็นไปในทิศทางที่ต้องการ ซึ่งวัฒนธรรมที่ดีจะนำมาซึ่งการรักษาเสถียรภาพขององค์กร เพราะวัฒนธรรมเป็นข้อกำหนดที่มนุษย์สร้างขึ้นในสังคมเป็นการผสมผสานระหว่างสัญลักษณ์ที่มีความเข้าใจร่วมกัน ความรู้ ขนบธรรมเนียม จารีตประเพณี ภาษาแบบแผนกระบวนการรับส่งข่าวสาร กฎเกณฑ์ พิธีกรรม ธรรมเนียมปฏิบัติ วิถีชีวิต และทัศนคติที่เชื่อมโยงบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเข้าด้วยกัน(ภัสวดี นิติเกษตรสุนทร, 2552) การสื่อสารที่ดีจะส่งผลในทางบวกให้แก่องค์กร ทั้งในด้านของการเปลี่ยนแปลงความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรม การสื่อสารจะประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพนั้น ต้องเกิดจากความร่วมมือร่วมใจ ความเข้าใจกันและกันของตัวผู้บริหารและบุคลากรในทุกระดับ

การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร เป็นกระบวนการสื่อสารที่จะช่วยสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริหารและบุคลากรในองค์กร เพราะหากความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและบุคลากรเป็นไปด้วยดีและราบรื่น การดำเนินการขององค์กรก็จะประสบความสำเร็จ เพราะการประชาสัมพันธ์ภายในที่ดี ย่อมก่อให้เกิดประโยชน์และเอื้ออำนวยความสะดวก รวดเร็ว ประหยัด ให้แก่ องค์กรอันเป็นการเพิ่มพูนประสิทธิภาพและการบริหารให้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งยังส่งผลผูกพันไปถึงการประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กรอีกด้วย (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2553, น.193)

การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรนอกจากจะช่วยสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้บริหารและบุคลากรได้แล้วนั้น ยังนำไปสู่ความผูกพันองค์กร ซึ่งมีใช่เป็นเพียงความพึงพอใจที่มี

ต่อองค์การเท่านั้น แต่เป็นความสัมพันธ์อย่างเหนียวแน่น ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างผู้บริหารและบุคลากร ซึ่งจะแสดงออกในความเชื่อมั่นในตัวองค์กร ขอมรับเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร มีเจตคติที่ดีในการปฏิบัติงาน เกิดความไว้วางใจกัน ทุ่มต่อการทำงาน สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมากที่จะทำให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ นอกจากนั้น ความผูกพันต่อองค์กร เป็นสิ่งที่จะช่วยยึดเหนี่ยวบุคลากรที่มีคุณภาพและความสามารถให้ยังคงปฏิบัติงานอยู่ในองค์กร ช่วยให้เกิดแรงผลักดันให้บุคลากรพร้อมที่จะอุทิศตน ในการปฏิบัติงานตามหน้าที่อย่างสุดความสามารถ ด้วยความรู้สึกที่ว่าตนเองก็มีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของกิจการ

มหาวิทยาลัยนเรศวร เป็นมหาวิทยาลัยของรัฐบาล สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ภายใต้คณะกรรมการการอุดมศึกษา มีบุคลากรทั้งสิ้น 4,456 คน (ข้อมูลจากกองบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยนเรศวร ปี 2558) แบ่งออกเป็น สาขาวิชาการ 1,435 คน และสายสนับสนุน 3,021 คน โดยมุ่งกระจายโอกาสและความเสมอภาคทางการศึกษาให้กับประชากรในภูมิภาค โดยเฉพาะในเขตภาคเหนือตอนล่าง 9 จังหวัด ได้แก่ พิจิตร โลก พิจิตร สุโขทัย กำแพงเพชร เพชรบูรณ์ อุตรดิตถ์ ตาก นครสวรรค์ อุทัยธานี โดยการจัดการเรียนการสอนในสาขาวิชาต่าง ๆ ทั้งกลุ่มสังคมศาสตร์ กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และกลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ ให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนและประเทศชาติ

มหาวิทยาลัยนเรศวร ถือได้ว่าเป็นองค์กรขนาดใหญ่ ด้วยจำนวนของบุคลากรที่มากถึง 4,456 คน จึงทำให้การสื่อสารภายในองค์กรนั้น ไม่ใช่เรื่องง่ายที่จะให้ทุกคนสามารถเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน และสามารถเข้าใจการสื่อสารได้ถูกต้องหมดทุกคน สิ่งที่เป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดปัญหาในการสื่อสารไม่ใช่ด้วยจำนวนที่มากของบุคลากร แต่ด้วยความแตกต่างของบุคลากร เป็นสิ่งที่เป็นประเด็นสำคัญในการทำให้เกิดปัญหาในการสื่อสาร ด้วยความแตกต่าง ไม่ว่าจะเป็น อายุ เพศ สถานภาพสมรส ตำแหน่ง ระดับการศึกษา สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารทั้งสิ้น ทั้งในด้านพฤติกรรมเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความต้องการข้อมูลต่าง ๆ ตลอดจนยังส่งผลต่อความรู้สึกผูกพันที่มีต่อองค์กรแตกต่างกันออกไป

จากข้อมูลกองบริหารงานบุคคล สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยนเรศวร ตั้งแต่ปี 2556-2558 มีบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ลาออกทั้งสิ้น 528 คน และย้ายหน่วยงาน 108 คน ซึ่งสาเหตุก็จะแตกต่างกันออกไป การลาออกและการย้ายหน่วยงานไปนั้น ดูเหมือนว่าไม่ได้ส่งผลอะไรกับองค์กร เพราะถ้าหากมีการลาออกก็เพิ่งแค่เปิดรับสมัครใหม่ ซึ่งในสังคมมีคนรุ่นใหม่ที่มีรอการถูกจ้างงานอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ในภาพรวมการลาออกของบุคลากรส่งผลกับองค์กรเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการลาออกนั้นเกิดกับบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีอายุการทำงานที่นาน เพราะ

องค์การต้องสูญเสียบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ ทั้งในด้านวิชาการ และประสบการณ์ ซึ่งบุคลากรเหล่านี้ได้ผ่านการปลูกฝัง ฝึกฝน ทั้งในด้านของกระบวนการทำงาน วัฒนธรรมขององค์การ และการทำงานร่วมกับผู้อื่นในองค์การ บุคลากรที่มีคุณสมบัติที่ได้กล่าวมานี้ถือได้ว่าเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนองค์การไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ แต่สำหรับบุคลากรใหม่นี้ถือได้ว่าเปรียบเสมือนการเริ่มนับหนึ่งใหม่ ต้องมีการฝึกอบรมทักษะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน การฝึกฝนการทำงานที่เกี่ยวข้องจนเกิดความชำนาญ และเชี่ยวชาญ ก็ต้องใช้ระยะเวลา ซึ่งจะมากหรือน้อยนั้นก็ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล รวมไปถึงเรื่องของค่าใช้จ่ายประมาณขององค์การในการดำเนินการฝึกอบรมต่าง ๆ ถ้ามีการลาออกเกิดขึ้นบ่อย ๆ องค์การจะเหมือนการเดินทางอยู่ที่เดิม

นอกจากการลาออกแล้วจะเป็นผลกระทบหนึ่งที่เกิดการที่บุคลากรไม่มีความผูกพัน องค์การ การที่บุคลากรที่ยังคงทำงานอยู่ในองค์การแต่ไม่มีความผูกพันองค์การ ก็ส่งผลกระทบต่อองค์การด้วยเช่นกัน (ประคัลภ์ ปันทพลังกูร, 2558) โดยพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรเหล่านั้นจะไม่ใส่ใจ ไม่สนใจ ไม่ทำอะไร ให้กับงาน และองค์การเลย ไม่ใส่ใจอะไรใดๆ กับงานและองค์การเลย รวมไปถึงการทำงานเริ่มที่จะเฉื่อยชามากขึ้น มาทำงานสายอย่างสม่ำเสมอและไม่รู้สึกผิดอะไร เวลาทำงานก็ทำงานแบบเรื่อยๆ เบื่อยๆ ไม่มีความกระตือรือร้นเหลืออยู่ มอหมายงานอะไรให้ไป ก็มักจะได้งานล่าช้ากว่าที่กำหนดไว้เสมอ อีกทั้งยังไม่รู้สึกผิดด้วยที่ทำงานส่งช้า เริ่มลาทุกอย่างที่ลาได้ ไม่ว่าจะลาป่วย ลากิจ ลาพักร้อน ฯลฯ โดยไม่สนใจว่า จะมีผลกระทบต่อการทำงานหรือไม่อย่างไร ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพของผลงานแล้ว ยังอาจจะลุกลามไปถึงการเกิดความขัดแย้งในองค์การ ได้อีกด้วย

การประชาสัมพันธ์นั้น เป็นสิ่งที่จะสร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง กับองค์การ เกิดความเข้าใจและสนับสนุนการทำงานซึ่งกันและกัน เกิดเป็นเป็นความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ซึ่งจะมีความสอดคล้องกับความผูกพันต่อองค์การ ที่เป็นความร่วมมือ ร่วมใจ อย่างเต็มที่ในการทำงานให้ได้อย่างเต็มความสามารถ และมีความต้องการที่จะยังอยู่ในองค์การต่อไป ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพจะนำมาซึ่งความผูกพันองค์การ

มหาวิทยาลัยนเรศวรตระหนักในความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ว่าเป็นกลไกในการสื่อสารสองทางระหว่างผู้บริหารกับบุคลากร อีกทั้งยังเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความผูกพันให้เกิดขึ้นกับบุคลากรขององค์การ โดยมีหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ คือ งานประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานอธิการบดี เป็นหน่วยงานที่เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงระหว่างผู้บริหารและบุคลากร โดยมุ่งที่จะสร้างประโยชน์ร่วมกันและให้เกิดความสอดคล้องกลมกลืนขึ้นในองค์การ พัฒนาและส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน ก่อให้เกิดการรู้จัก เกิดความรู้สึที่ดี เกิดความน่าเชื่อถือ และความผูกพันให้เกิดขึ้นกับองค์การ ทำให้การดำเนินงานภายในองค์การมีความราบรื่น

โดยมีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ดังนี้ สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือแจ้งเวียน โปสเตอร์ แผ่นพับ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ป้ายไฟวิ่งอิเล็กทรอนิกส์ จอ LED ขนาดใหญ่ สื่อออนไลน์ ได้แก่ Website Facebook Youtube วารสารออนไลน์ (Issuu.com) e-Mail และระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (e-Document) นอกจากนี้ยังมีการสื่อสารผ่านสื่อบุคคล ผ่านการจัดกิจกรรมผู้บริหารพบประชาชน ซึ่งจะจัดขึ้นทุกปี เพื่อให้ประชาชนชาวมหาวิทยาลัยนเรศวร ได้พบปะพูดคุย โดยตรงกับผู้บริหาร

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า การสื่อสารที่ดีจะช่วยนำพามาซึ่ง ค่านิยมและวัฒนธรรมอันดีในองค์กร ความเข้าใจซึ่งกันและกัน สิ่งเหล่านี้ก็จะนำไปสู่ในเรื่องของความผูกพันต่อองค์กร เกิดแรงผลักดันให้บุคลากรดำเนินงานไปอย่างสุดความสามารถ เพื่อนำพองค์การที่บุคคลเหล่านั้นมีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่ง ให้เจริญรุ่งเรือง มีความก้าวหน้า เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาการเปิดรับสื่อ ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายใน และความผูกพันที่มีต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ด้วยเหตุผลที่ว่าทั้งสองปัจจัยล้วนส่งผลกับประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเชื่อว่า ผลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารในการวางแผนการดำเนินงานขององค์กร ไม่เพียงเฉพาะด้านของการบริหารงานด้านสื่อสารเท่านั้น ยังเป็นประโยชน์ต่อด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล รวมถึงประโยชน์ต่อผู้ที่ดำเนินการด้านประชาสัมพันธ์ในการวางแผนระดับปฏิบัติการในการทำการสื่อสารที่เหมาะสมต่อบุคลากรแต่ละประเภท รวมไปถึงรับรู้ถึงความต้องการข้อมูลข่าวสารในด้านต่างๆ เพื่อนำความต้องการนั้นมาทำการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม กระตุ้นให้เกิดการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและบุคลากร

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

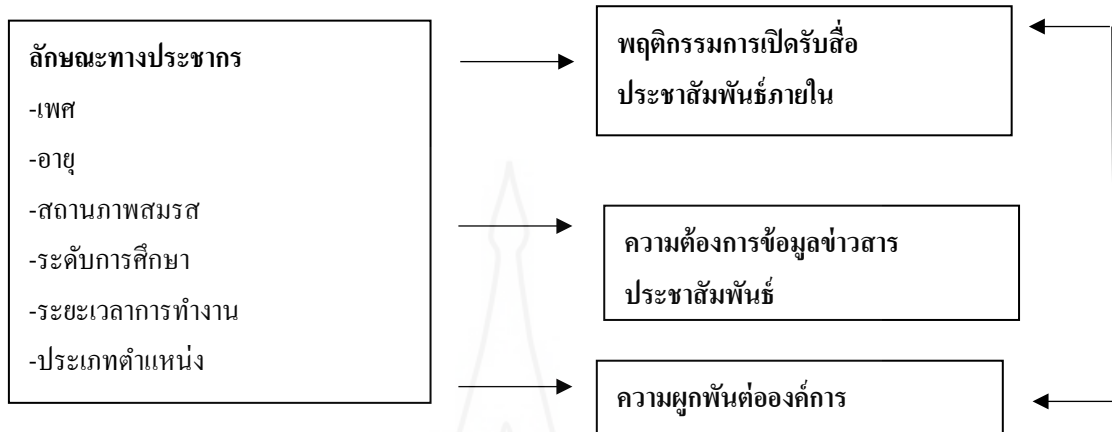
2.1 เปรียบเทียบการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในขององค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรตามลักษณะประชากร

2.2 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรตามลักษณะประชากร

2.3 เปรียบเทียบ ความผูกพันองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรตามลักษณะประชากร

2.4 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรกับความผูกพันองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

3. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. สมมุติฐานการวิจัย

- 4.1 บุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร
- 4.2 ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรแตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร
- 4.3 ความผูกพันองค์กรของบุคลากรแตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร
- 4.4 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร มีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กร

5. ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาบุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยนเรศวร โดยเก็บข้อมูลในช่วง เดือน มกราคม - มีนาคม 2559

6. นิยามศัพท์

6.1 การเปิดรับสื่อ หมายถึง จำนวนครั้งต่อสัปดาห์ที่ได้อ่าน ได้ฟัง ได้ใช้ สื่อประชาสัมพันธ์ ภายในของมหาวิทยาลัยนเรศวร ดังนี้

- 1) สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นพับ ป้ายไว้นิล
- 2) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ป้ายไฟวิ่งอิเล็กทรอนิกส์ และจอ LED ขนาดใหญ่ (LED Monitor)
- 3) สื่อออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยนเรศวร (www.nu.ac.th), Facebook มหาวิทยาลัยนเรศวร, Facebook งานประชาสัมพันธ์ กองกลาง, วารสารออนไลน์ (Issuu.com/naresuanpr), e-Mail, ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (e-Document)

4) สื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์

6.2 ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายใน หมายถึง ความต้องการข้อมูล ข่าวสารด้านเนื้อหาที่บุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรอยากรู้ผ่านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย โดยได้นำแนวคิดเรื่องลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์และแนวคิดและความต้องการให้องค์กรตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มพนักงาน มาเป็นบรรทัดฐานในการออกแบบสอบถาม ดังนี้

6.2.1 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย

- 1) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกาศ ระเบียบ คำสั่ง หรือวิธีการทำงาน
- 2) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดอบรม สัมมนา
- 3) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัยนเรศวร ได้แก่ การจัดตั้งหน่วยงานหรือยุบหน่วยงานต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยนเรศวร
- 4) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงสร้างผู้บริหาร
- 5) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกระบวนการทำงาน หรือ แผนงานประจำปี
- 6) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ งานวิจัยต่าง ๆ
- 7) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความมั่นคงขององค์กร ได้แก่ สถิติการเข้า-ออก ของพนักงาน รายงานประจำปี
- 8) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับขั้นตอนการทำงานต่าง ๆ เช่น การสอนการใช้งาน โปรแกรมต่าง ๆ ที่ใช้ในการทำงาน

6.2.2 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ ประกอบด้วย

- 1) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการและสิทธิประโยชน์
- 2) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับค่าตอบแทน การเลื่อนตำแหน่ง การปรับเงินเดือน

3) ข้อมูลข่าวสารการจัดกิจกรรมของมหาวิทยาลัย

โดยจะวัดจากความต้องการแบ่งออกเป็น 5 ระดับ จากมากที่สุด ไปถึงน้อยที่สุด

6.3 บุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร หมายถึง บุคคลซึ่งได้รับการจ้างตามสัญญาจ้างให้ปฏิบัติหน้าที่ราชการในมหาวิทยาลัยนเรศวรแบ่งออกเป็นสายวิชาการ และสายสนับสนุน

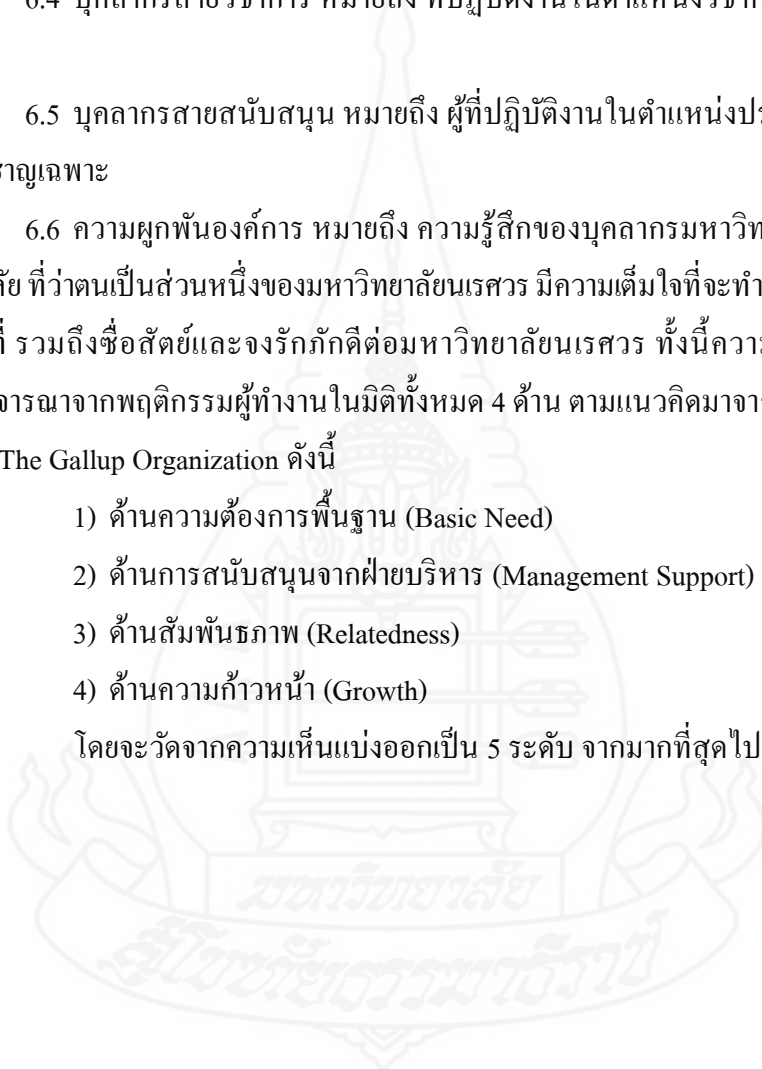
6.4 บุคลากรสายวิชาการ หมายถึง ที่ปฏิบัติงานในตำแหน่งวิชาการ ซึ่งทำหน้าที่สอนและวิจัย

6.5 บุคลากรสายสนับสนุน หมายถึง ผู้ที่ปฏิบัติงานในตำแหน่งประเภทวิชาชีพเฉพาะ หรือเชี่ยวชาญเฉพาะ

6.6 ความผูกพันองค์กร หมายถึง ความรู้สึกของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรที่มีต่อมหาวิทยาลัย ที่ว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของมหาวิทยาลัยนเรศวร มีความเต็มใจที่จะทำงานเพื่อมหาวิทยาลัยอย่างเต็มที่ รวมถึงซื้อสัตย์และจงรักภักดีต่อมหาวิทยาลัยนเรศวร ทั้งนี้ความผูกพันต่อองค์กรสามารถพิจารณาจากพฤติกรรมผู้ทำงานในมิติทั้งหมด 4 ด้าน ตามแนวคิดมาจากคำถาม 12 ประการ (Q¹²) ของ The Gallup Organization ดังนี้

- 1) ด้านความต้องการพื้นฐาน (Basic Need)
- 2) ด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร (Management Support)
- 3) ด้านสัมพันธภาพ (Relatedness)
- 4) ด้านความก้าวหน้า (Growth)

โดยจะวัดจากความเห็นแบ่งออกเป็น 5 ระดับ จากมากที่สุด ไปถึงน้อยที่สุด

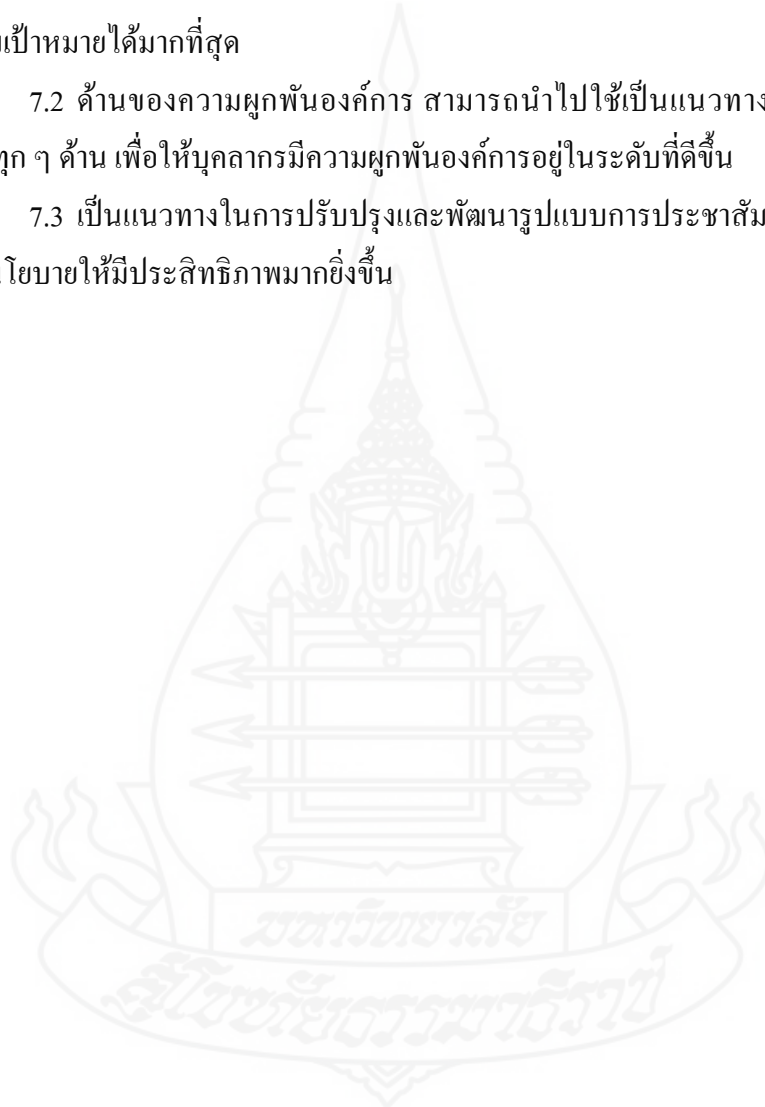


7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ด้านพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อและความต้องการข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในสามารถนำไปเป็นฐานข้อมูลเพื่อประกอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ทำให้การวางแผนการใช้สื่อและการออกแบบเนื้อหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์ภายในดำเนินงานมีประสิทธิภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด

7.2 ด้านของความผูกพันองค์กร สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาความผูกพันในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้บุคลากรมีความผูกพันองค์กรอยู่ในระดับที่ดีขึ้น

7.3 เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรในระดับนโยบายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อ ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในและความผูกพันที่มีต่อองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ มาใช้เป็นกรอบในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารในองค์การ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
3. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเปิดรับข่าวสาร
4. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่
5. แนวคิดและทฤษฎีความผูกพันต่อองค์การ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารในองค์การ

การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ คนทุกคนย่อมเกี่ยวข้องกับ การสื่อสารอยู่ทุก ๆ วัน ทั้งในขณะที่ทำงานและไม่ทำงาน ในองค์การก็เช่นกัน การสื่อสารก็เป็น เครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งขององค์การ เพราะเป็นสื่อกลางที่จะนำพา ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากผู้บริหาร ไปถึงยังบุคลากร เพื่อให้้องค์การดำเนินงานต่อไปได้

1.1 ความสำคัญของการสื่อสารในองค์การ

เสนาะ ดิยาวี (2541, น. 2-5) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการสื่อสารในองค์การ ไว้ว่าการสื่อสารเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญต่อมนุษย์ ทำให้มนุษย์มีความเจริญความคิดของมนุษย์ ที่ล้ำเลิศนั้นอาจเปลี่ยนให้เป็นจริงหรือนำเอาไปปฏิบัติได้โดยอาศัยการสื่อสารความรู้ ไม่ว่าจะเป็น ในด้านของวิทยาศาสตร์ ศิลปะ สังคมศาสตร์ หรือแม้กระทั่งพฤติกรรมที่จะนำมาถ่ายทอด เพื่อเก็บ รักษาไว้และปรับปรุงให้ดีขึ้น โดยใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือทั้งสิ้น ให้มนุษย์ได้ใช้ประโยชน์ จากความรู้ที่สั่งสมมาจากอดีตไปสู่ปัจจุบัน นำไปสู่ความต่อเนื่องของความเจริญก้าวหน้าแก่สังคม มนุษย์ในอนาคต

ในแง่ขององค์การ การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ต่าง ๆ ในองค์การ การขาดระบบสื่อสารที่ดีไม่เพียงแต่จะกระทบต่อการประสานงานระหว่างผู้ปฏิบัติงานเท่านั้น แต่จะทำให้หน้าที่ต่าง ๆ ในองค์การไม่สามารถดำเนินงานต่อไปได้ การสื่อสารจึงเป็นตัวเชื่อมกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างหน่วยงานในองค์การในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการทำงาน การสื่อสารจะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าใจบทบาทของแต่ละคนและทำให้กิจกรรมของแต่ละหน่วยงานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยความสำคัญของการสื่อสารในองค์การพิจารณาได้ 3 ลักษณะ ดังนี้

1.1.1 การสื่อสารทำให้เกิดความหมาย คนเรียนรู้ความหมายของสิ่งต่าง ๆ ได้จากการสื่อสาร เมื่อฟังคนอื่นพูดเราจะได้รับความรู้และประสบการณ์ รวมไปถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ จากตัวบุคคลนั้น และยังได้ฟังบ่อย ๆ ก็ยิ่งได้รับความรู้ความเข้าใจมากยิ่งขึ้น การที่บุคคลมีความเข้าใจในความหมายของการสื่อสารนั้นก็เพราะบุคคลใช้สัญลักษณ์ในการสื่อสารให้เหมาะสมกับข้อมูลและเหตุการณ์ที่ต้องการ

1.1.2 การสื่อสารทำให้คาดคะเนความคิดกันได้ การที่บุคคลติดต่อสื่อสารกันเป็นเวลานาน ๆ ไม่ว่าจะใช้สัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายใด ๆ จะทำให้เข้าใจความหมายกันได้แล้วยังสามารถคาดคะเนการกระทำหรือความคิดกันได้ เพราะบุคคลย่อมจะเรียนรู้จากประสบการณ์ว่า รูปแบบการสื่อสารอย่างหนึ่งเกิดจากความคิดอย่างหนึ่งและหากใช้อีกรูปแบบหนึ่งก็แสดงว่าเกิดจากความคิดอีกอย่างหนึ่ง

1.1.3 การสื่อสารทำให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล การแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างกันนั้นมีอยู่ 2 ลักษณะ คือ ลักษณะแรกเป็นรูปแบบของการสื่อสาร รูปแบบการสื่อสารที่สำคัญมีอยู่ 2 อย่าง คือ การสื่อสารโดยการใช้คำ ได้แก่ การพูดหรือการเขียน และการสื่อสารที่ไม่ใช้คำพูด เช่น การแสดงออกทางสีหน้า น้ำเสียงที่พูด กิริยาท่าทาง การแต่งตัว เป็นต้น ลักษณะที่สองเป็นสภาพการสื่อสารที่เกิดขึ้นในองค์การ ได้แก่ การสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น การออกคำสั่งในลักษณะที่เป็นการสั่งการแบบตัวต่อตัว เป็นต้น การสื่อสารในกลุ่มย่อย ได้แก่ การปรึกษาหารือกัน การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันของบุคคลในหน่วยงานเดียวกัน เป็นต้น และการสื่อสารเป็นกลุ่มใหญ่ภายในองค์การ เช่นการประชุมคนในฝ่ายหรือในองค์การ เป็นต้น การแลกเปลี่ยนข้อมูลเหล่านี้มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างกัน

1.2 บทบาทหน้าที่การสื่อสารในองค์การ

อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี (2555: น. 113-116) ได้จำแนกหน้าที่ของการสื่อสารลักษณะของผู้บริหารและผู้ใต้บังคับบัญชา ไว้ดังนี้

ตารางที่ 2.1 ตารางเปรียบเทียบหน้าที่การสื่อสารระหว่างผู้บริหารและผู้ใต้บังคับบัญชา

ผู้บริหาร	ผู้ใต้บังคับบัญชา
1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (Inform) เป็นการที่ผู้บริหารแจ้งข้อมูลให้ผู้ใต้บังคับบัญชาทราบ เช่น การประกาศข่าว การแถลงนโยบาย เป็นต้น	1. เพื่อรับทราบ (Understand) หมายถึง การที่ผู้ใต้บังคับบัญชาได้ทราบข้อมูลที่ผู้บริหารส่งมาแล้ว ไม่ว่าจะป็นในรูปแบบใด
2. เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (Teach or Education) หมายถึง การที่ผู้บริหารให้การศึกษาหรือความรู้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชา	2. เพื่อเรียนรู้ (Learn) หมายถึง ผู้ใต้บังคับบัญชาได้เรียนรู้ในประเด็นที่เป็นประโยชน์ในการทำงาน
3. เพื่อสร้างความพึงพอใจหรือความบันเทิง (Please or entertain) หมายถึง การที่ผู้บริหารได้จัดงานประจำปีหรืองานรื่นเริงที่ให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้รับความสนุกสนาน	3. เพื่อความพึงพอใจ (Enjoy) หมายถึง ผู้ใต้บังคับบัญชาได้รับความพึงพอใจหรือเพลิดเพลินกับงานรื่นเริงต่างๆ
4. การแก้ไขปัญหา (Problem-solving) ผู้บริหารใช้การสื่อสารเพื่อระดมความคิดร่วมกันในการหาวิธีที่ดีที่สุดในการแก้ไขปัญหา	4. การสนองตอบต่อการแก้ปัญหา (Problem-solving response) หมายถึง ผู้ใต้บังคับบัญชามีความพึงพอใจในการมีส่วนร่วมในการหาวิธีแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น
5. การจัดการความขัดแย้งในองค์กร (Conflict management) หมายถึง ผู้บริหารจัดการความขัดแย้งที่เกิดขึ้น อย่างมีประสิทธิภาพ โดยทำให้ทุกฝ่ายพอใจในการจัดการนั้นๆ	5. การยอมรับการจัดการความขัดแย้งในองค์กร (Conflict management response) หมายถึง ผู้ใต้บังคับบัญชาพอใจกับการจัดการความขัดแย้งที่เกิดขึ้นของผู้บริหาร

ที่มา: อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี, (2555): หน้า 113

นอกจากนี้แล้ว เสนาะ ดิยาว (2541): น. 16 ได้กล่าวถึงหน้าที่ของการสื่อสารในองค์กร ในการสร้างความสัมพันธ์ภายในองค์กรไว้ว่า ยิ่งองค์กรมีขนาดใหญ่ขึ้นเท่าไร ช่องว่างระหว่างบุคลากรและผู้บริหารก็จะยิ่งขยายกว้างขึ้นเท่านั้น ซึ่งช่องว่างดังกล่าวเป็นสิ่งที่ไม่พึงปรารถนาเกิดขึ้นในองค์กร เพราะเป็นผลร้ายที่ผู้บริหารไม่จะทราบได้ว่าเกิดปัญหาใดขึ้นในองค์กร บุคลากรเองก็อาจไม่รู้ว่าจะองค์กรดำเนินการไปอย่างไร บุคลากรควรจะ ได้รับรู้ถึงข้อมูลหรือรู้ถึงเหตุผลของการดำเนินงานขององค์กรหรือการตัดสินใจของผู้บริหารที่ถูกต้องก็กลับได้รับข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ ทำให้เข้าใจนโยบายและการบริหารในทิศทางที่ผิด ดังนั้นจึงทำให้ระบบการสื่อสารขององค์กรจะช่วยลดช่องว่างต่างๆในองค์กรเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างกัน

1.3 แนวคิดเชิงทรัพยากรมนุษย์

รศชงพร โกมลเสวิน (2557): น. 31-32 ได้กล่าวถึงแนวคิดเชิงทรัพยากรมนุษย์ไว้ว่า เป็นแนวคิดที่มีรากฐานบนแนวคิดเชิงคลาสสิกและเชิงความสัมพันธ์ของมนุษย์ แต่ได้เพิ่มการตระหนักถึงความสำคัญของบุคลากรในฐานะทรัพยากรที่มีค่าขององค์กรเพราะบุคลากรสามารถทุ่มเทความคิดของตนเองเพื่อให้องค์กรดีขึ้นได้

แนวคิดเชิงความสัมพันธ์ของมนุษย์เชื่อว่า บุคลากรเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นที่จะประสบความสำเร็จและจะทำงานให้ตอบสนองต่อความต้องการตามอุดมคติตนเอง

แนวคิดเชิงทรัพยากรมนุษย์เชื่อว่า บุคลากรมีคุณค่าต่อองค์กร และมีความคิดสร้างสรรค์ตลอดจนความคิดใหม่ๆ ที่สามารถจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร การรับฟังความคิดเห็นของบุคลากรจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรและบุคลากรไปพร้อม ๆ กัน เพราะองค์กรสามารถรับทราบความต้องการของบุคลากรและนำความคิดเห็นมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาองค์กรอีกด้วย

แนวคิดเชิงทรัพยากรมนุษย์แตกต่างจากแนวคิดเชิงคลาสสิกและแนวคิดเชิงความสัมพันธ์ของมนุษย์ตรงที่ว่า แนวคิดนี้ให้ความสนใจต่อความสามารถในการผลิตขององค์กรพร้อมๆ กับการตอบสนองต่อความต้องการของบุคลากร

องค์กรที่ใช้หลักการบริหารเชิงทรัพยากรมนุษย์ในปัจจุบัน จะนำการบริหารงานเป็นคณะ (Team Management) มาใช้ โดยจะแบ่งบุคลากรออกเป็นคณะฯ หรือหน่วยต่างๆ เพื่อระดมความคิดในการหาทางแก้ไขปัญหาและนำเสนอแนวคิดที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กร นอกจากนี้ องค์กรยังสนับสนุนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะและความรู้ให้แก่บุคลากร

ณัฐชуда วิจิตรจามร (2558): น. 64-66 ได้กล่าวถึง ทฤษฎีการบริหารที่เน้นทรัพยากรบุคคลไว้ว่าทฤษฎีนี้มีรากฐานบนแนวคิดแบบคลาสสิกและแนวคิดเชิงสัมพันธ์ แต่ได้เพิ่มการตระหนักถึงความสำคัญของบุคลากรในฐานะที่เป็นทรัพยากรที่มีค่า โดย โฟลเล็ต(Follet) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ที่เห็นว่ามนุษย์ไม่ได้มีแต่แรงจูงใจทางด้านเศรษฐกิจและสังคมเท่านั้นแต่ยังต้องการความรู้สึกรักการมีคุณค่าในตนเองและการพัฒนาศักยภาพของตนเองด้วย

มาสโลว์ (Maslow) ผู้ที่พัฒนาทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ ซึ่งนำมาประยุกต์ใช้ในพฤติกรรมในองค์กร ได้ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ไว้ ดังนี้

1. ความต้องการทางกายภาพ (Physiological needs) คือ ความต้องการอาหาร น้ำ ออกซิเจน การนอนหลับ รวมไปถึงปัจจัยขั้นพื้นฐานในการดำเนินชีวิต ซึ่งถือว่าเป็นความต้องการขั้นต่ำสุด สำหรับในองค์กร ความต้องการนี้ได้รับการตอบสนองจากการที่ได้รับค่าจ้างที่เพียงพอต่อการเลี้ยงชีพและสภาพการทำงานที่ไม่ทำให้ทรมาณทางกายภาพ

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) ได้แก่ การป้องกันอันตรายต่างๆ และภัยคุกคาม ซึ่งในองค์กร ความต้องการนี้ได้รับการตอบสนองจากการมีสภาพการทำงานที่ให้ทั้งความปลอดภัยทางกายภาพและสุขภาพ ตลอดจนค่าจ้างที่ทำให้บุคลากรจัดหาที่พักอาศัยได้

3. ความต้องการทางสังคม (Safety needs) ได้แก่ ความรักและความผูกพัน รวมถึงการได้รับการยอมรับจากผู้อื่น สำหรับในองค์กร ความต้องการนี้ ได้แก่ การสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมกับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา

4. ความต้องการความนับถือตนเอง (Esteem needs) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ความนับถือตัวเองจากภายนอก (External esteem) คือการได้รับการยอมรับนับถือจากสาธารณะ การได้รับความสนใจ ซึ่งองค์กรตอบสนองได้ด้วย การให้ค่าตอบแทนและรางวัล ส่วนความนับถือตัวเอง (Self esteem) ได้แก่ ความสำเร็จความมั่นใจ องค์กรสามารถตอบสนองได้ด้วยการให้งานที่ท้าทาย เปิดโอกาสให้บุคลากรได้ประสบความสำเร็จ

5. ความต้องการพัฒนาศักยภาพของตนเอง (Self-actualization needs) เป็นความต้องการขั้นสูงสุด หมายถึง ความปรารถนาที่จะทำงานให้เต็มศักยภาพของตนเอง องค์กรสามารถตอบสนองได้โดยการเปิดโอกาสให้รับผิดชอบงานและสร้างสรรค์ผลงานอย่างเต็มที่

จากแนวคิดเรื่องลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ ผู้บริหารต้องตระหนักถึงความสำคัญของปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและความเอาใจใส่ของฝ่ายบริหารต่อบุคลากรในองค์กร และนำเป้าหมายขององค์กรและความต้องการของบุคคลมาบูรณาการเข้าด้วยกัน

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กร ที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าการสื่อสารนั้นเป็นเครื่องมือสำคัญในใช้ชีวิตของบุคคลหรือแม้แต่การดำเนินการขององค์กร เพราะการสื่อสารจะสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน แต่องค์กรที่มีขนาดใหญ่จะทำให้เกิดช่องว่างระหว่างการสื่อสารระหว่างผู้บริหาร เนื่องจากความหลากหลายในองค์กร อาทิ เช่น เพศ อายุ ตำแหน่ง ระดับการศึกษา เป็นต้น โดยในการวิจัยในครั้งนี้ได้นำแนวคิดเรื่องลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์และแนวคิดและความต้องการให้องค์กรตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มพนักงานมาเป็นบรรทัดฐานในการออกแบบสอบถาม โดยจัดเป็นกรอบของการจัดลักษณะข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย

(1) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกาศ ระเบียบ คำสั่ง หรือวิธีการทำงาน

(2) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดอบรม สัมมนา

(3) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวขององค์กร เช่น การเปิดศูนย์

ความเป็นเลิศทางวิชาการ ด้านต่าง ๆ ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ เป็นต้น

- (4) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงสร้างผู้บริหาร
 - (5) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกระบวนการทำงาน หรือ แผนงานประจำปี
 - (6) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ งานวิจัยต่าง ๆ
 - (7) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความมั่นคงองค์กร เช่น สถิติการเข้า-ออก ของพนักงาน
 - (8) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับขั้นตอนการทำงานต่าง ๆ เช่น การสอนการใช้งานโปรแกรมต่าง ๆ ที่ใช้ในการทำงาน
- 2) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่าง ๆ ประกอบด้วย
 - (1) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ และสิทธิประโยชน์
 - (2) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับค่าตอบแทน การเลื่อนตำแหน่ง การปรับเงินเดือน
 - 3) ข้อมูลข่าวสารด้านอื่น ๆ เกี่ยวกับองค์กร
 - (1) การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร เช่น NU Expo, NU Job Fair เป็นต้น

2. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

2.1 ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

รุ่งนภา พิตรปรีชา (2556): น.238 ระบุความสำคัญของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า “การประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่สร้างความสำเร็จอันดีในหมู่สมาชิก หรือองค์กรกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพราะในสังคมที่มีความสลับซับซ้อนมากขึ้น ความต้องการของฝ่ายต่าง ๆ มีมากและสร้างความเข้าใจของซึ่งกันและกัน” ช่วยให้เกิดความร่วมมือร่วมใจและสนับสนุนการทำงานซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ นางลักษณ์ สุทธิวัฒนพันธ์ (2556): น. 49-53 ยังได้กล่าวถึง วัตถุประสงค์ทั่วไป (General Objective) ของการประชาสัมพันธ์ว่า “เป็นการดำเนินการเพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง เกิดความไว้วางใจเชื่อใจและมีความเชื่อถือและศรัทธาในองค์กร สร้างความนิยมนำให้เกิดในหมู่ของประชาชน เพราะความนิยมจะเป็นสิ่งที่ทำให้องค์กรได้รับความสนับสนุนปกป้องชื่อเสียงขององค์กร และเสริมสร้างความสัมพันธ์ทั้งภายในองค์กร และระหว่างองค์กรกับประชาชน”

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า การประชาสัมพันธ์นั้น เป็นสิ่งที่สร้างความสำเร็จอันดีให้เกิดขึ้นกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร เกิดความเข้าใจและสนับสนุนการทำงานซึ่งกันและกัน เกิดเป็นเป็นความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ซึ่งจะมีความสอดคล้องกับความผูกพันองค์กรที่เป็นความร่วมมือ ร่วมใจ อย่างเต็มใจในการทำงานให้อย่างเต็มความสามารถ และมีความต้องการ

ที่จะยังอยู่ในองค์กรต่อไป ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพจะนำมาซึ่งความผูกพัน
องค์กร

2.1 บทบาทของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ต่อองค์กร

ในปัจจุบันงานประชาสัมพันธ์มีบทบาทหน้าที่ที่กว้างขวางตามหน้าที่และการการ
ดำเนินงาน อัจฉราวรรณ อิศรางกูร ณ อยุธยา (2552): น. 17-18 ได้แบ่งบทบาทของหน่วยงาน
ประชาสัมพันธ์ออกเป็น 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

2.1.1 บทบาทด้านการบริหารนโยบายขององค์กรและสถาบัน

1) ทำหน้าที่เป็นผู้ให้คำแนะนำปรึกษา(Counselor) ให้คำแนะนำแก่ฝ่าย
บริหาร เพื่อที่องค์กรจะได้กำหนดนโยบายให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน
เกี่ยวข้อง รวมถึงให้คำปรึกษาแก่ผู้บริหารในการแก้ไขปัญหาประชาสัมพันธ์

2) ทำหน้าที่รับฟังความคิดเห็น(Listener) จะต้องทำการสำรวจวิจัย หรือรับ
ฟังความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน เพื่อการดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้สอดคล้อง
กับประชาคมติ โดยสามารถกระทำได้หลายวิธี เช่น การสัมภาษณ์ ออกแบบสอบถาม หรือการรับฟังความ
คิดเห็นจากกลุ่มต่าง ๆ เป็นต้น

3) ทำหน้าที่ในการวางแผน การดำเนินการประชาสัมพันธ์ ด้วยกลยุทธ์ที่
เหมาะสมสอดคล้องต่อนโยบาย และเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2.1.2 บทบาทด้านการสร้างภาพลักษณ์และองค์กรและสถาบัน

1) ทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง หรือผู้ติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงความเข้าใจ แก่กลุ่ม
ผู้มีส่วนได้เสีย โดยต้องมีความสามารถในการสื่อสาร สามารถออกแบบสารและเลือกใช้เครื่องมือ
สื่อสารที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพ

2) ทำหน้าที่ดำเนินการสื่อสาร แบ่งออกได้เป็นการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วน
เสียในองค์กร และนอกองค์กร ต้องทำการสื่อสารสร้างวัฒนธรรมองค์กร โดยการสร้างความรู้
ความเข้าใจถึงนโยบายและแนวปฏิบัติที่ดี

3) บทบาทด้านการสนับสนุนการตลาด การประชาสัมพันธ์สนับสนุน
การตลาดได้ด้วยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร นำเสนอ แนะนำและอธิบายสาระน่ารู้และเป็นประโยชน์
เกี่ยวกับสินค้า ตลอดจนเป็นช่องทางที่ช่วยให้องค์กรและสถาบันรับทราบสภาพปัจจุบันในการดำเนิน
ธุรกิจ

4) บทบาทด้านการประเมินผล ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์จะต้องมีการ
ติดตามผลทุกครั้ง เพื่อรับรู้รับทราบถึงข้อบกพร่อง และหาแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงาน

ต่อไป ซึ่งในทางปฏิบัติแล้วหน่วยงานประชาสัมพันธัมภ์มักจะละเลยในส่วนนี้ จึงเป็นอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธัมภ์ เนื่องจากไม่ทราบถึงปัญหาที่แท้จริง

นอกจากนี้ รศชงพร โกมลเสวิน (2552: น. 66-68) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธัมภ์ มีบทบาทในการร่วมสร้างวัฒนธรรมขององค์การ ทั้งจากการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสม การวางแผนและการจัดการกระบวนการปฏิบัติงานในองค์การ การมีส่วนร่วมในการอบรมเชิงปฏิบัติการ ให้คำแนะนำหรือความคิดเห็น แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดค่านิยมขององค์การ

1) วัฒนธรรมองค์การ มี 2 รูปแบบ คือ

(1) วัฒนธรรมการมีส่วนร่วม (Participative) หมายถึง การที่องค์การ เน้นการทำงานแบบเป็นทีม มีการตัดสินใจร่วมกัน มีความร่วมมือระหว่างฝ่ายและแผนก รวมไปถึงมีความใส่ใจในบุคลากร

(2) วัฒนธรรมการรวบอำนาจ (Authoritarian) หมายถึง การรวมศูนย์การ บังคับบัญชาและการตัดสินใจ มีลำดับชั้นการบริหารที่ชัดเจน และมักจะปิดตัวเองไม่เปิดรับข้อมูลจาก ภายนอก

2) บทบาทของนักประชาสัมพันธัมภ์ในการร่วมสร้างวัฒนธรรมองค์การ มีดังต่อไปนี้

(1) พัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร

ก. พัฒนากลยุทธ์การสื่อสารให้สนับสนุนค่านิยมขององค์การ ถ้าองค์การใดมีวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม การประชาสัมพันธัมภ์จะดำเนินการแบบสองทาง เพื่อส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกัน อีกทั้งจะสะท้อนให้เห็นถึงความเอาใจใส่ในบุคลากร แต่ถ้าองค์การใด มีวัฒนธรรมที่เป็นแบบการรวบอำนาจ การประชาสัมพันธัมภ์จะถูกดำเนินการไปในรูปแบบการสื่อสาร ทางเดียวจากผู้บริหารสู่บุคลากรในองค์การ

ข. พัฒนาแผนการดำเนินงานและการสื่อสารตลอดจนช่องทาง ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม เพื่อการส่งเสริมค่านิยมขององค์การ ในองค์การที่มีวัฒนธรรมการ มีส่วนร่วมนั้น จะใช้ช่องทางการสื่อสารทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการสื่อสารกับกลุ่ม บุคลากร แต่ในองค์การที่มีวัฒนธรรมแบบรวบอำนาจจะใช้ช่องทางการสื่อสารแบบรวบอำนาจ เท่านั้น

ค. การเสนอถ้อยคำและภาพที่สะท้อนค่านิยมขององค์การผ่าน ข่าวสาร กิจกรรม และกิจกรรมประชาสัมพันธัมภ์ต่าง ๆ ในองค์การที่มีวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม การนำเสนอข่าวสารในองค์การ จะนำเสนอข่าวสารที่สะท้อนถึงการทำงานและการตัดสินใจร่วมกัน ในองค์การ ตลอดจนการเอาใจใส่ระหว่างสมาชิกในองค์การ ซึ่งจะแตกต่างจากองค์การที่มี

วัฒนธรรมแบบรวบอำนาจ การประชาสัมพันธ์นั้นจะเน้นไปที่กิจกรรมของผู้บริหารองค์การมากกว่าของบุคลากรทั่วไป

(2) การวางแผนและการจัดการกระบวนการการปฏิบัติงานในองค์การ

การเข้าร่วมในคณะกรรมการหรือคณะกรรมการนโยบายที่ร่วมพัฒนากระบวนการทำงาน หรือการวางแผนเพื่อนำกระบวนการกำหนดค่านิยมขององค์การมาใช้ในองค์การที่มีวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม การวางแผนประชาสัมพันธ์จะวางแผนการดำเนินงานเพื่อเปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็นในการทำงานและส่งเสริมการตัดสินใจร่วมกัน การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจตลอดจนส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากรและผู้บริหารองค์การ ต่างจากในองค์การแบบรวบอำนาจ การประชาสัมพันธ์จะดำเนินไปเพื่อสร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อยในองค์การ

(3) การมีส่วนร่วมในการอบรมเชิงปฏิบัติการทั้งในฐานะเป็นผู้แทนหน่วยงาน เป็นผู้แทนหรือเป็นสมาชิกของคณะผู้บริหาร ในองค์การที่มีวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม การประชาสัมพันธ์จะเข้าร่วมการอบรมเพื่อเรียนรู้หลักการการทำงานเป็นทีม และแนวทางการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการทำงาน ส่วนในองค์การที่มีวัฒนธรรมแบบรวบอำนาจ การประชาสัมพันธ์จะเข้าร่วมการอบรมเพื่อเรียนรู้การอำนวยความสะดวก และการประชาสัมพันธ์ที่เป็นทางการตามสายบังคับบัญชา

(4) การให้คำแนะนำ ความคิดเห็น แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดค่านิยมขององค์การ การให้คำแนะนำแก่ผู้บริหารในองค์การที่มีวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม การประชาสัมพันธ์จะให้คำแนะนำผู้บริหาร เกี่ยวกับการส่งเสริมการแสดงความคิดเห็นในการทำงานและการตัดสินใจร่วมกัน ส่วนในองค์การที่มีวัฒนธรรมแบบรวบอำนาจ การประชาสัมพันธ์จะให้คำแนะนำแก่ผู้บริหารเกี่ยวกับสร้างเอกภาพและการสั่งการตามสายการบังคับบัญชา

2.2 หลักการประชาสัมพันธ์

วิรัช ลภีรัตนกุล (2553): น. 145-150) ได้อธิบายถึงหลักการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์มีหลักใหญ่ๆ อยู่ 3 ประการคือ

1) การบอกกล่าวหรือชี้แจงให้ทราบ คือ การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนรับทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และผลงาน ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์การให้กลุ่มประชาชนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องรับทราบ ซึ่งนับว่าเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจในตัวขององค์การ ทำให้องค์การเป็นที่รู้จัก เข้าใจ และเลื่อมใส การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องรับทราบและเข้าใจนั้น เป็นสิ่งที่จะเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อองค์การในด้านกาได้รับความร่วมมือและสนับสนุน เพราะ เมื่อได้รับการเข้าใจที่ถ่องแท้แล้ว ประชาชนย่อมมีความเลื่อมใส ศรัทธา และให้ความร่วมมือด้วย

2) การป้องกันและแก้ไขการเข้าใจผิด ทางด้านวิชาการการประชาสัมพันธ์ถือเป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน ซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีว่าการต้องมาแก้ไขในภายหลัง ฉะนั้น การป้องกันการเข้าใจผิดเป็นการป้องกันมิให้กลุ่มประชาชนผู้เกี่ยวข้อง เกิดความเข้าใจผิดในตัวขององค์การ ซึ่งความเข้าใจผิดนั้นจะเกิดขึ้นได้เสมอ และเกิดขึ้นได้หลายกรณี

3) การสำรวจประชามติ การประชาสัมพันธ์จะต้องมีการสำรวจวิจัยประชามติ เพราะองค์การจะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้มีประสิทธิภาพจะต้องรู้ซึ่งถึงความรู้สึกของประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือที่เรียกว่าประชามติ (Public Opinion) จะต้องทราบว่าประชาชนต้องการอะไร ไม่ต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบในสิ่งไหน ตลอดจนทำที่ต่างๆ ที่มีต่อองค์การ เพื่อที่องค์การจะได้ตอบสนองต่อประชาชนได้สอดคล้องต่อความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของประชาชน

นอกจากที่กล่าวมานั้น การประชาสัมพันธ์ต้องคำนึงยึดถือและปฏิบัติถึงหลักสำคัญในการประชาสัมพันธ์ 10 ประการ ดังนี้

1) ต้องมุ่งประโยชน์ส่วนรวมเป็นใหญ่ ข้อนี้เป็นสิ่งที่ยากมากในการทำการประชาสัมพันธ์ เพราะประโยชน์ของคนกลุ่มต่างๆ มักจะขัดกัน จึงต้องดำเนินการโดยอาศัยเวลา มีศิลปะและชั้นเชิงจึงจะสัมฤทธิ์ผล

2) ต้องรู้จักใจของคนกลุ่มต่างๆ ความรู้ในทางจิตวิทยาและสังคมวิทยา จะช่วยให้ได้มากในเรื่องนี้ เพราะว่าเพื่อที่จะประสานประโยชน์ของกลุ่มต่างๆ ได้ถูก ถ้าไม่รู้จักจิตใจแล้วก็ไม่สามารถจะปรับความเข้าใจหรือประสานประโยชน์ให้เข้ากันได้ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์ต้องรู้ถึงวิถีศึกษาในเรื่องของคน

3) ต้องรู้ถึงนโยบายขององค์กรที่ตนเป็นเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์อย่างซาบซึ้ง เพราะถ้าไม่รู้ถึงนโยบายที่แท้จริง คือรู้อย่างผิวเผินแล้วการที่จะดำเนินการประชาสัมพันธ์ ก็เป็นผลร้ายมากกว่าผลดี และเพื่อที่จะได้ปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับนโยบาย

4) ต้องรู้ถึงเทคนิคสื่อสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น ปาฐกถา หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ฯลฯ คือต้องทราบว่ามีเครื่องมือเหล่านี้แต่ละชนิดมีประโยชน์อย่างไร ใอย่างใเหมาะแก่งานประเภทใด

5) ต้องยึดหลักความจริงและความสุจริตเป็นหลัก เพื่อให้คนทั้งหลายไว้วางใจข้อนี้ถือว่าสำคัญมาก

6) ต้องปฏิบัติงานโดยติดต่อกันและโดยสม่ำเสมอ จึงจะตรึงใจคน ดังนั้นการทำงานต้องมีแผนงาน และควรหาโอกาสรับทราบถึงนโยบายเพื่อนำไปจัดทำโครงการที่ต่อเนื่อง และมีความสัมพันธ์กัน

7) ต้องเปิดเผย ไม่มีเงื่อนงำ

8) งานประชาสัมพันธ์ รวมทั้งบุคคล อุปกรณ์การประชาสัมพันธ์ต้องมีคุณภาพสูง

9) การทำการประชาสัมพันธ์ต้องมุ่งให้เข้าถึงผู้มีอิทธิพลในสังคมเป็นประการแรก ผู้มีอิทธิพลในที่นี้ คือ ผู้ที่มีความคิด ความอ่าน หรือการกระทำเป็นที่น่าเชื่อถือของคนหมู่มาก

10) การประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชาสัมพันธ์กับต่างประเทศ ต้องใช้ความคู่ไปกับการทูต เพราะการทูตอยู่ในวงของนักการทูตหรือรัฐบาลเท่านั้น แต่การประชาสัมพันธ์ส่งผลถึงพลเมืองทุกกลุ่มของประเทศ

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการสื่อสารที่มีการศึกษา วางแผน การประเมินผล และมีการทำซ้ำ การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพจะสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร ซึ่งกระบวนการสำคัญในการทำการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพหรือประสบความสำเร็จ คือ ต้องมีความเข้าใจและรู้จักกลุ่มเป้าหมายอย่างถ่องแท้ โดยผ่านทางการศึกษาวิจัย หรือการหาข้อมูล ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ

โดยในการวิจัยในครั้งนี้ ได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ที่ได้กล่าวมาเพื่อมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล

3. แนวคิดกระบวนการเปิดรับข่าวสาร

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Klapper, J.T อ้างถึงใน พัทธนันท์ เต็ดแก้ว, 2552) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอนตามลำดับดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับ สื่อและข่าวสารจากแหล่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย ตามความสนใจหรือความต้องการของตน เพื่อนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาหรือจะตอบสนองความต้องการของตนเอง

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) บุคคลจะเลือกให้ความสนใจเฉพาะข่าวสารที่มีความสอดคล้องกับสอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ ทักษะคติ หรือความเชื่อของตน

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป แต่การตีความนั้นจะสอดคล้องกับทักษะคติและประสบการณ์ที่มีอยู่ หากข่าวสารที่รับมานั้นขัดกับทักษะคติที่มีอยู่ บุคคลมักบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของตน

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลเปิดรับ เลือกให้ความสนใจ และตีความแล้วนั้น บุคคลยังเลือกที่จะจดจำเนื้อหาสาระของข่าวสารต่างๆ เพื่อนำไปใช้ในโอกาสต่อไป และลืมหรือไม่นำไปใช้ประโยชน์กับข้อมูลข่าวสารที่ขัดแย้งต่อความต้องการและทักษะคติของตนเอง



3.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดรับสาร

ด้วยเหตุผลที่ว่ามนุษย์นั้นมีความแตกต่างกัน ดังนั้น การเปิดรับสารจึงมีปัจจัยที่แตกต่างกันไป ทั้งนี้ ไมเคิล เบอร์ธูน (1964) (อ้างถึงใน วรวิทย์ ศรีทองเกิด, 2550) ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์ผู้รับสารไว้ว่า ผู้รับสารแต่ละคนมีลักษณะเฉพาะตัว เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา เป็นต้น คุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร หากจำแนกออกเป็นกลุ่มๆ ตามลักษณะประชากรแล้ว ได้แก่ อายุ เพศ ภูมิหลังทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษาลักษณะงาน ระยะเวลาการทำงาน ได้ดังนี้

3.1.1 อายุ เป็นลักษณะประการหนึ่งที่ใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร ซึ่งจากรายงานการวิจัยจะพบว่า บุคคลเมื่อมีอายุมากขึ้น โอกาสที่จะเปลี่ยนใจ หรือถูกโน้มน้าวใจให้เปลี่ยนใจจะมีโอกาสน้อยลง และที่สำคัญ อายุยังเป็นตัวกำหนดความแตกต่างในด้านของความคิดและพฤติกรรม หรือจะกล่าวให้เห็นภาพชัดขึ้น คือ คนหนุ่มสาวจะมีความคิดที่เสรี ยืดหยุ่น อดทน และมองโลกในแง่ดีว่าผู้สูงอายุ ในทางกลับกันผู้สูงอายุมักเป็นคนที่ยึดถือปฏิบัติ มีความรอบคอบและสุขุมรอบคอบระมัดระวังกว่าคนหนุ่มสาว เนื่องจากผู้ที่มีอายุผ่านประสบการณ์มามาก และผ่านความยากลำบาก ความผิดหวังในชีวิตมาแล้ว จึงจะดำเนินชีวิตในปัจจุบันให้มีความเสี่ยงต่ำ ไม่ค่อยนิยมให้มีการเปลี่ยนแปลงบ่อยๆ เพราะเกรงว่าจะกระทบต่อสภาพทางสังคมและทรัพย์สิน

3.1.2 เพศ เป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องทางชีววิทยาและทางสังคม คนส่วนใหญ่ มักกำหนดคุณสมบัติบางประการของผู้หญิงไว้แล้ว เช่น ความนุ่มนวลหรือความอ่อนหวาน ลักษณะนิสัยของความเป็นแม่ อารมณ์อ่อนไหว รวมถึงถูกชักจูงง่าย ใน งานวิจัยทางนิเทศศาสตร์หลายชิ้น ได้สรุปว่า ผู้หญิงถูกโน้มน้าวใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย

3.1.3 ภูมิหลังทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสาร มีอิทธิพลอย่างมากต่อปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร คนที่มีฐานะแตกต่างกันจะมีความแตกต่างกันมากในด้านของพฤติกรรมและความรู้สึนึกคิด คนที่มาจากสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ย่อมมีประสบการณ์ ทักษะคิด ค่านิยม และจุดมุ่งหมายในการใช้ชีวิต

3.1.4 การศึกษา คนที่ได้รับการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะป็นในด้านของยุคสมัย ระบบการศึกษา สาขาวิชา ย่อมมีความรู้สึนึกคิด อดทน อดทน และความต้องการที่แตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงหรือความรู้ดี จะได้เปรียบเพราะมีความรู้ที่กว้างขวางหลายเรื่อง มีความเข้าใจสารได้ดีแต่ก็ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ

3.1.5 ลักษณะงาน เมื่อบุคคลหรือบุคคลากรได้มีความเคยชินกับงานหรือบทบาทที่ได้รับมอบหมายมากขึ้น การตีความตามข่าวสารที่ได้รับจะเป็นไปในลักษณะที่สอดคล้องกับงาน เมื่อบุคคลากรได้รับการพัฒนาความสามารถและมีประสบการณ์ในงานมากขึ้น แต่ความสามารถ

ในการตีความของสารที่ได้รับ ในแง่มุมของบุคลากรในหน่วยงานอื่น ๆ ซึ่งจะเป็นตัวกีดขวางการทำความเข้าใจบุคลากรในหน่วยงานอื่น ซึ่งสภาพการณ์เช่นนี้ได้กระจายไปทั่วทุกหน่วยงานที่ปฏิบัติงานแตกต่างกัน และองค์การที่ใหญ่ไม่ได้เป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความคลาดเคลื่อนของการสื่อสาร แต่ความแตกต่าง และความหลากหลายของหน่วยงานจะส่งผลให้การสื่อสารคลาดเคลื่อน

3.1.6 ระยะเวลาในการทำงาน บุคคลที่ปฏิบัติงานมาเป็นเวลายาวนานจะเกิดความผูกพันกับหน่วยงาน และยอมรับในสภาพความเป็นอยู่ รวมถึงกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ซึ่งบุคคลที่ปฏิบัติงานในระยะเวลาที่สั้นกว่าก็จะมีลักษณะที่ตรงกันข้าม

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า บุคคลใช้การสื่อสารเพื่อตอบสนองความต้องการส่วนตน แต่การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพหรือไม่ขึ้นขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวข้องผู้รับสาร ซึ่งปัจจัยของการเปิดรับสารยังแสดงให้เห็นถึงปัญหาที่แท้จริงของการสื่อสารภายในองค์การที่มีขนาดใหญ่กว่าขนาดขององค์การที่จริงแล้วไม่ใช่ปัญหาหลักในการสื่อสาร แต่ความแตกต่างของผู้รับสารต่างหากที่เป็นตัวแปรสำคัญในการสื่อสารภายในองค์การ โดยการวิจัยในครั้งนี้ได้นำแนวคิดและทฤษฎีของไมเคิล เบอร์ธูน เป็นบรรทัดฐานในการออกแบบแบบสอบถามเพื่อจำแนกประเภทของผู้รับสารและใช้ทฤษฎีที่ได้กล่าวมาทั้งหมดประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่

ชุดิสนัท์ เกิดวิบูลย์เวช และ อัสวิน เนตรโพธิ์แก้ว (2560): น. 8-10 สื่อใหม่ คือ สื่อผสมผสาน สามารถแสดงผลได้ทั้งในรูปแบบข้อความ รูปภาพ และเสียง รวมไปถึงภาพเคลื่อนไหว เป็นสื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลสารสนเทศได้ตามความต้องการของผู้บริ โภคไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา รวมทั้งเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารมากที่สุดเนื่องจากความสามารถของระบบและ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ทำให้การค้นหาข้อมูลข่าวสาร การรวบรวมข่าวสารที่ต้องการเป็นเรื่องง่าย โดยคุณสมบัติที่สำคัญของสื่อใหม่ 8 ด้าน ดังนี้

1. Digital คือ ความสามารถในการเก็บข้อมูลเป็นตัวเลข ในการสร้างข้อมูล การจัดเก็บ รวมไปถึงการรับส่งข้อมูล โดยไม่ต้องผ่านระบบเลขฐานสอง
2. Computerized คือ การบริหารจัดการผ่านระบบคอมพิวเตอร์ ที่จะต้องอาศัยการสร้างและแปลค่าข้อมูลด้วยระบบคอมพิวเตอร์
3. Manipulated คือ ความเท่าเทียมกันของเทคโนโลยี ผู้ใช้ทุกคนจะสามารถสร้าง ออกแบบ บริหารจัดการข้อมูลได้ รวมไปถึงผู้รับสารสามารถแสดงความคิดเห็นได้ด้วยตนเอง
4. Networkable คือ สามารถติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนกันได้ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต
5. Interactive คือ คุณสมบัติที่ผู้ใช้งานสามารถตอบโต้ได้ทันที สามารถถ่ายโอนข้อมูลด้วยความรวดเร็ว
6. Dense คือ สามารถรองรับการเชื่อมโยงเครือข่าย และผู้ใช้งานที่มีจำนวนมาก
7. Compressible คือ ความสามารถในการบีบอัดของข้อมูลที่มีจำนวนมาก สามารถรองรับข้อมูลมากมายมหาศาลได้อย่างไม่จำกัด
8. Impartial คือ ความเป็นกลาง และความเท่าเทียมในการใช้งาน ทุกคนสามารถสร้างเนื้อหาที่ตนต้องการ ซึ่งทุกคนมีบทบาทในการสื่อสารอย่างเท่าเทียม

จากที่กล่าวมา สื่อใหม่ คือ สื่อผสมผสาน สามารถแสดงผลได้ทั้งในรูปแบบข้อความ รูปภาพ และเสียง รวมไปถึงภาพเคลื่อนไหว ง่ายต่อการใช้งานและไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา โดยการวิจัยในครั้งนี้ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเพื่อประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

5. แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันองค์กร

5.1 ความหมายของความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร เป็นความร่วมมือ ร่วมใจ อย่างเต็มที่ ในการทำงาน ให้อย่างเต็มความสามารถ นอกจากนั้นยังรวมถึง ความต้องการที่จะยังอยู่ในองค์กรต่อไป

Buchanan (1974) (อ้างถึงใน รจิตพร ผลพัฒน์, 2553) ความผูกพันองค์กร หมายถึง เป็นความรู้สึกของพวกเดียวกันความผูกพันที่มีต่อเป้าหมายและค่านิยมขององค์กรและการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ของตนเอง เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร โดยความผูกพันประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ

1. ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กร (Identification) แสดงออกจากเป้าหมายและค่านิยมต่อองค์กรของผู้ปฏิบัติงาน
2. ความเกี่ยวข้องกับองค์กร (Involvement) โดยการปฏิบัติงานตามบทบาทแต่ละคนอย่างเต็มความสามารถ
3. ความจงรักภักดีต่อองค์กร (Loyalty) ความรู้สึกรักและผูกพันต่อองค์กร

5.2 ความสำคัญของความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กรมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับองค์กร เพราะเป็นสิ่งที่ไม่ได้ถึงประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรในองค์กร รวมไปถึงการทำนายการลาออกของบุคลากรได้อีกด้วย โดยมีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงความผูกพันต่อองค์กรไว้ดังนี้

Buchanan (1978) (อ้างถึงใน นฎฐรี สุนทรชัยบุรณ์, 2555) กล่าวว่า การส่งเสริมความผูกพันของบุคลากรที่มีต่อองค์กร ถือว่าเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่ง เพื่อความอยู่รอดขององค์กร ความผาสุก และประสิทธิผลขององค์กร ดังนั้น นอกจากองค์กรจะสรรหา คัดเลือกผู้ที่มีความสามารถเหมาะสมแก่องค์กรแล้ว ยังต้องหาทางที่จะรักษามูลค่าเหล่านั้นไว้ด้วย ซึ่งการสร้าง ความผูกพันให้เกิดขึ้นสมาชิกในองค์กร มีความสำคัญดังนี้

1. ใช้ทำนายอัตราการเข้า-ออก จากงาน ได้ดีกว่าความพึงพอใจในงาน ซึ่งความผูกพันต่อองค์กรจะสะท้อนให้เห็นผลโดยทั่วไปที่บุคคลตอบสนองต่อองค์กรโดยส่วนรวม แต่ความพึงพอใจในงานจะสะท้อนให้เห็นถึงการตอบสนองของบุคคลต่อเงื่อนไขของงานเพียงแง่มุมใดแง่มุมหนึ่ง
2. ความผูกพันต่อองค์กร จะมีเสถียรภาพมากกว่าความพึงพอใจในงาน แม้ว่าเหตุการณ์ประจำวันและสถานที่ทำงานจะมีผลกระทบต่อความพึงพอใจในงาน แต่สถานการณ์ชั่วคราวเหล่านั้นจะไม่มีผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์กร

Steers (19770): 122-123 (อ้างถึงใน ภูมิพัฒน์ ลักษณะกุลมาศ, 2550) กล่าวว่า ความสำคัญของทัศนคติและพฤติกรรม อันมีผลต่อความผูกพันในองค์กรเป็นหัวข้อที่มีผู้รื้อน่อยมาก แต่จากรากฐานความเข้าใจที่มีอยู่ เราอาจคาดหวังได้ว่าความผูกพันทำให้เกิดผลได้ 4 ประการ คือ

1. บุคลากรซึ่งมีความผูกพันอันแท้จริงต่อจุดมุ่งหมายและคุณค่าขององค์กร จะแสดงระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรสูงกว่า และการตั้งใจขาดงานก็จะมีอัตราต่ำกว่าในกลุ่มของบุคลากรที่มีความผูกพันต่อองค์กรน้อย
2. บุคลากรที่มีความผูกพันต่อองค์กร จะมีความปรารถนาที่จะอยู่กับนายจ้างของเขาโดยที่เขาจะช่วยเหลือ และทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายตามที่พวกเขาขอรับ
3. เนื่องจากบุคลากรมีความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และมีความเชื่อถือในจุดมุ่งหมายขององค์กร บุคคลที่มีความผูกพันสูงจะกลายมาเป็นบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานมากขึ้น ทั้งนี้จากงานที่ทำอยู่เปรียบเทียบกับเสมือนตัวจักรที่สำคัญ ในการช่วยสนับสนุนให้องค์กรบรรลุความสำเร็จในเป้าหมาย
4. จากคำจำกัดความของความผูกพัน เราคาดได้ว่าบุคลากรที่มีความผูกพันองค์กรสูงจะมีความเต็มใจที่จะใช้ความพยายาม โดยพิจารณาแล้วว่าเป็นการกระทำเพื่อองค์กร บางกรณีความพยายามดังกล่าวสามารถเปลี่ยนไปเป็นผลงานที่มีคุณภาพเยี่ยมยอด

5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการประชาสัมพันธ์ต่อการสร้างความผูกพันองค์กร

บุษบา สุธีธร (2552): น. 28-29 งานประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการเป็นสะพานเชื่อมโยงสื่อสาร สร้างความสัมพันธ์ สร้างความเข้าใจ สร้างความรู้สึกร่วมในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรร่วมกัน ตลอดจนสร้างค่านิยมร่วมเพื่อเป้าหมายความสำเร็จขององค์กรร่วมกัน โดยมีองค์กรจำนวนมากทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย ที่สามารถพัฒนาระบบ ระเบียบการทำงานซึ่งจะทำให้พนักงานมีความมุ่งมั่นและมีแรงจูงใจในการทำงาน สิ่งสำคัญคือ เราต้องทราบว่าสิ่งใดเป็นแรงจูงใจและกระตุ้นให้พนักงาน เพื่อการปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพและผลิตผลงานที่ดีให้กับองค์กร

โดยทั่วไปนอกจากความต้องการขั้นต้น อันได้แก่ การได้รับค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมแล้วแล้ว กลุ่มพนักงานยังมีความต้องการด้านอื่น ๆ ให้องค์กรตอบสนอง ซึ่งเป็นส่วนที่งานประชาสัมพันธ์จะช่วยตอบสนองความต้องการดังกล่าวได้ด้วยแนวทางต่อไปนี้คือ

5.3.1 ความมั่นคงปลอดภัยในชีวิต มีความปลอดภัยในการทำงาน มีสวัสดิการที่เหมาะสม มีความเชื่อมั่นในเสถียรภาพขององค์กร มีหลักประกันอันมั่นคงในอนาคต ข้อมูลข่าวสาร

ที่เกี่ยวข้องกับความความต้องการด้านนี้เป็นข้อมูลที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ควรถ่ายทอดให้กลุ่มพนักงานได้รับทราบ เพื่อสร้างความมั่นใจ ความภาคภูมิใจในองค์กรของตนเอง

5.3.2 ความต้องการในการได้รับการยอมรับจากผู้อื่น พนักงานต้องการได้รับการยอมรับในการทำงาน ต้องการคำชมเชย ยกย่องเมื่อปฏิบัติงานได้สำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการสร้างขวัญกำลังใจและแรงจูงใจในการทำงาน และยังมีผลในด้านการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กรอีกด้วย

5.3.3 ความต้องการที่จะมีบทบาทส่วนร่วมในกิจการขององค์กร พนักงานจะรู้สึกภูมิใจถ้าได้มีส่วนร่วมในการให้คำปรึกษา แสดงความคิดเห็นต่อผู้บริหารในการดำเนินการขององค์กรบางครั้ง ความคิดเห็นของกลุ่มพนักงานนี้เองจะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำคัญยิ่ง

5.3.4 ความต้องการโอกาสก้าวหน้าในชีวิตและการทำงาน พนักงานต้องมีความหวังและความต้องการที่จะมีชีวิตก้าวหน้า นโยบายส่งเสริมการศึกษาต่อ การส่งเสริมพนักงานไปอบรมศึกษาดูงาน เพื่อเพิ่มพูนทักษะวิชาชีพเป็นนโยบายที่มีคุณค่าอย่างยิ่งในการตอบสนองนโยบายในข้อนี้ ความต้องการที่กล่าวมาทั้งสิ้น ฝ่ายบริหารอาจจะไม่สามารถตอบสนองได้ทุกข้อ และทุกคนการเปิดโอกาสให้มีการสื่อสารทำความเข้าใจร่วมกันระหว่างกลุ่มพนักงานและกลุ่มผู้บริหาร ด้วยการสนับสนุนให้มีการสื่อสาร 2 ทางให้มากที่สุด จึงเป็นภาระที่สำคัญยิ่งของผู้ที่ดำเนินงานประชาสัมพันธ์

5.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของ The Gallup Organization

ไชนันท์ ปัญญาศิริ (2552) ได้อธิบายไว้ว่า The Gallup Organization เป็นสถาบันวิจัยและองค์กรที่ปรึกษาทางธุรกิจที่ได้ศึกษาถึงลักษณะของมนุษย์ที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนถึงผลลัพธ์ทางธุรกิจขององค์กร โดยได้ศึกษาค้นคว้าถึงพฤติกรรมและธรรมชาติของมนุษย์ จากการสำรวจพนักงาน 1.98 ล้านคน จาก 28 ประเทศ ประกอบไปด้วย 36 องค์กร 21 อุตสาหกรรม เพื่อค้นหาองค์ประกอบที่ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงาน โดยดูจากผลผลิต ปริมาณการผลิต ยอดขาย อัตราการลาออก อัตราการเกิดอุบัติเหตุ กำไรต่อหน่วยการผลิต เป็นต้น จากการสำรวจ Gallup ค้นพบคำถาม 12 ประการ (Q¹²) ที่สามารถวัดความผูกพันของพนักงานได้อย่างแท้จริง คำถาม 12 ประการ จะแบ่งคำถามตามลำดับขั้นของความต้องการ โดยมีทั้งหมด 4 ด้าน ดังนี้

5.4.1 ด้านความต้องการพื้นฐาน (Basic Need) มีข้อความถาม ดังนี้

1) รู้ว่าฉันคาดหวังอะไรบ้างจากการทำงาน กล่าวคือ หากพนักงานที่อยู่ในองค์กรอยู่อย่างปราศจากความคาดหวังก็จะมีวันก้าวหน้า ดังนั้น องค์กรจึงควรระบุเป้าหมาย

ให้ชัดเจน และควรอธิบายถึงขั้นตอนการทำงานเพื่อให้ทำตามได้ ซึ่งแนวทางที่จะทำให้พนักงานรู้ว่าควรทำงานอย่างไร และเพื่ออะไรนั้นคือการสร้างภาพแวดล้อมให้เกิดการสื่อสารในองค์กรเป็นสำคัญ

2) มีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำงานที่เหมาะสม กล่าวคือ ถ้าพนักงานขาดเครื่องมือหรือวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการทำงานแล้ว จะส่งผลให้คุณภาพของผลงานลดลงได้ ในองค์กรส่วนใหญ่ผู้บริหารมักจะเป็นผู้ควบคุมทรัพยากรและข้อมูลต่างๆ ไว้เพียงผู้เดียว เพราะคิดว่าสิ่งนี้จะช่วยเสริมสร้างอำนาจการสั่งการได้ ซึ่งตรงข้ามกับองค์กรที่ประสบความสำเร็จ ทั้งนี้เพราะองค์กรเหล่านั้นจัดเตรียมทุกสิ่งที่สำคัญต่อการทำงานแก่พนักงาน รวมถึงเปิดเผยข้อมูลต่างๆ โดยใช้การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way flow of communication) เพื่อจะได้ทราบถึงความต้องการของพนักงานอย่างแท้จริง

5.4.2 ด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร มีข้อคำถามดังนี้

1) โอกาสที่จะทำในสิ่งที่ฉันทำดีที่สุด กล่าวคือ ถ้าไม่มีกฎขององค์กรหรือพนักงานขาดความหวังในบทบาทหน้าที่ของตน ก็อาจทำให้พนักงานหยุดที่จะทุ่มเทในการทำงาน เช่นเดียวกับถ้าพนักงานไม่ได้ทำงานที่เหมาะสมกับตนเองแล้วก็จะไม่สามารถสร้างผลงานออกมาได้ ในองค์กรที่ประสบความสำเร็จนั้นผลิตผลส่วนใหญ่มาจากการทำงานที่พนักงานได้ทำงานตามที่พวกเขาถนัด ทั้งนี้เพราะพรสวรรค์หรือความสามารถของบุคคลนั้นเป็นสิ่งที่ติดอยู่กับแต่ละบุคคลและไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้

2) ได้รับการยกย่องหรือชมเชย กล่าวคือ การชมเชยเป็นการแสดงถึงสัญญาณอย่างหนึ่งว่าบุคคลนั้นทำงานได้ดี ซึ่งคำชมเชยจะช่วยเพิ่มกำลังใจที่จะมุ่งมั่นทำงานให้สำเร็จ ส่วนการยอมรับในงานนั้นจะเป็นสิ่งที่ผูกมัดให้คนเกิดความปรารถนาที่จะแสดงผลงานและความสามารถของตนออกมา เพราะเมื่อได้รับการยอมรับก็จะช่วยสร้างความรู้สึกว่าตนนั้นมีบทบาทสำคัญและมีคุณค่า

3) มีคนในที่ทำงานเอาใจใส่ฉัน กล่าวคือ การลาออกของพนักงานนั้นบางครั้งไม่ได้เป็นเพราะตัวองค์กร หากแต่พนักงานลาออกจากผู้จัดการหรือหัวหน้างาน ซึ่งไม่เคยสนใจลูกน้อง การไม่เอาใจใส่ของหัวหน้าทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกไม่อยากมีส่วนร่วมในงาน และไม่อยากช่วยสร้างผลผลิตให้แก่องค์กรในทางตรงข้ามถ้าพนักงานได้รับการดูแลหรือมีการบริหารจัดการที่ดีแล้ว พนักงานก็จะเต็มใจและยินดีที่จะทำงานอย่างเต็มที่

4) มีคนในที่ทำงานสนับสนุนให้มีการพัฒนา กล่าวคือ คนส่วนมากต้องการความสำเร็จมากกว่าความเชี่ยวชาญหรือชำนาญในงาน ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่จะมุ่งหวังความก้าวหน้าและโอกาสมากกว่าเดิม แต่องค์กรส่วนใหญ่กลับไปให้ความสำคัญกับนโยบาย

มากกว่าที่จะมาสนับสนุนพนักงานของตนให้ก้าวหน้าและพัฒนา ซึ่งส่งผลให้ขวัญกำลังใจในการทำงานลดลง

5.4.3 ด้านสัมพันธภาพ (Relatedness) มีข้อคำถามดังนี้

1) ความคิดของฉันทันได้รับการยอมรับ กล่าวคือ องค์กรโดยส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญเฉพาะกับแนวคิดด้านนวัตกรรมต่างๆ เพราะความคิดเหล่านั้น จะช่วยให้องค์กรมีศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้น แต่หากองค์กรไม่ยอมรับฟังความคิดเห็นในด้านอื่นๆ ด้วยก็จะทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกไม่มีความสำคัญในงาน ทั้งนี้เพราะการเปิดรับฟังความคิดเห็นของพนักงานทุกคน จะช่วยให้พนักงานรู้สึกว่าตนมีคุณค่าและยินดีที่จะเสนอแนวคิดใหม่ๆ เพื่อปรับปรุงองค์กรที่ตนทำงานอยู่

2) พันธกิจหรือจุดมุ่งหมายขององค์กรทำให้รู้สึกว่าการทำงานของฉันทันสำคัญ กล่าวคือ พนักงานต้องการรู้ว่างานที่ตนทำนั้นมีความสัมพันธ์กับพันธกิจขององค์กรแล้วจะช่วยเสริมสร้างให้เกิดกำลังใจและมีผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น นอกจากนี้การที่พนักงานเข้าใจในพันธกิจอย่างชัดเจนจะช่วยให้เกิดความจงรักภักดีและความภาคภูมิใจ ซึ่งเป็นส่วนที่จะสร้างให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรในระยะยาว

3) ลูกน้องของฉันทันทำงานเต็มที่เพื่อคุณภาพ กล่าวคือ พนักงานต้องการเพื่อนร่วมงานจะมาแบ่งปันความทุกข์ เพราะเมื่อสมาชิกของทีมทำงานอย่างเต็มที่และได้ผลงานที่ออกมาดีแล้ว ทุกคนก็จะได้รับความดีความชอบจากการทำงานนั้นๆ ด้วย ดังนั้นการมีเพื่อนร่วมงานที่ตั้งใจทำงานอย่างมีคุณภาพจึงส่งเสริมให้พนักงานทำงานอย่างทุ่มเทเช่นกัน

4) มีเพื่อนที่ดีที่สุดในการทำงาน กล่าวคือ มิตรภาพในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญที่จะเชื่อมโยงความสัมพันธ์ให้คนทำงานในองค์กรนั้นๆ นานขึ้น

5.4.4 ด้านความก้าวหน้า (Growth)

1) ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมา มีคนในที่ทำงานพูดถึงความก้าวหน้าในงานของฉันทัน กล่าวคือ การให้ข้อมูลป้อนกลับหรือคำแนะนำแก่พนักงานถึงผลการปฏิบัติงานที่ผ่านมา จะช่วยให้พนักงานปรับปรุงงานของตนให้ดีขึ้น เช่นเดียวกับการทบทวนถึงผู้ที่มิชอบการทำงานที่ดี (Winning plays) ในทุกเดือนก็จะทำให้พนักงานรับรู้ถึงจุดแข็งของตนและพัฒนาจุดแข็งนั้นให้ดียิ่งขึ้นซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่องค์กร

2) เมื่อปีที่ผ่านมามีโอกาสที่เรียนรู้และเติบโตในที่ทำงาน กล่าวคือ หลังจากทำงานได้หนึ่งปีแล้วพนักงานควรรู้ว่าอะไรที่ตนทำได้ดีหรือไม่ดี และเรียนรู้ถึงข้อควรปรับปรุงเพื่อให้การปฏิบัติงานดีขึ้น การเรียนรู้เช่นนี้ จะไปช่วยขยายจุดแข็งของพนักงานให้สามารถ

ก้าวหน้าและเติบโตในงาน ซึ่งหากพนักงานได้รับการตอบสนองในประเด็นดังกล่าวแล้วจะช่วยเสริมสร้างให้เกิดเป็นความผูกพันต่อองค์กร

คำถาม 12 ประการของ Gallup นั้นจะเห็นได้ว่าจะมีความคล้ายคลึงกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ มาสโลว์ (Maslow) แต่จะแตกต่างกันที่ คำถามของ Gallup ไม่มีเรื่องของคำตอบแทนเนื่องจากมองว่าเรื่องของคำตอบเป็นสิ่งที่ทำให้พึงพอใจในระยะสั้นไม่ได้เป็นความผูกพันที่มีต่อองค์กร

จากที่กล่าวมา สรุปได้ว่า ความผูกพันต่อองค์กร เป็นความร่วมมือร่วมใจอย่างเต็มใจในการทำงานอย่างสุดความสามารถเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย ประสบความสำเร็จ และมีความก้าวหน้า รักษาผลประโยชน์ขององค์กร ยอมรับในค่านิยมขององค์กรและปรารถนาที่จะเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไป นอกจากนี้ ความผูกพันต่อองค์กรยังสามารถใช้ทำนายอัตราการเข้าออกของบุคลากรได้อีกด้วยและมีเสถียรภาพมากกว่าความพึงพอใจในงานซึ่งเป็นเพียงความรู้สึกชั่วคราว

โดยในการวิจัยในครั้งนี้ได้นำแนวคิดของ The Gallup Organization มาใช้เป็นบรรทัดฐานในการออกแบบแบบสอบถาม และใช้ทฤษฎีที่ได้กล่าวมาทั้งหมดประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

6.1 งานวิจัยด้านการสื่อสารภายในองค์กร

กานต์มณี แสงศรีจิราภักดิ์ (2550) ศึกษาเรื่อง การสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด(มหาชน) พบว่า 1) วิธีการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารภายในองค์กรเป็นการสื่อสารแบบทางเดียวเน้นเพียงเป็นการบอกกล่าว ชี้แจง และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้แก่พนักงานได้รับทราบและไม่มีการวัดผลตอบกลับ 2) ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการสื่อสารภายในองค์กร คือ ความรู้ความเข้าใจเนื้อเรื่องที่จะสื่อสารของผู้ที่ทำการสื่อสาร การใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ เนื้อหาสาระข่าวสารต้องน่าสนใจ ตัวพนักงานต้องมีจิตสำนึกมีความสนใจอยากรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และวัฒนธรรมการเรียนรู้ในองค์กร 3) พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารของพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ของพนักงานที่มีต่อสื่อที่ใช้การเผยแพร่ข่าวสารภายในองค์กร นอกจากนี้แล้ว ความคาดหวังของพนักงานที่มีต่อสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารภายในองค์กรนั้นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารภายในองค์กร นั่นคือหากพนักงานแสวงหาข่าวสารมากก็จะคาดหวังในการแสวงหาข่าวสารมาก และมีความพึงพอใจในสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารมากด้วย เช่นกัน

ชเนศวร์ดัตต์ ยิมประเสริฐ (2553) ศึกษาเรื่อง ความต้องการด้านการสื่อสารภายในองค์กรของผู้บริหารระดับกลาง กรณีศึกษา บริษัท บุญรอดเทรดดิ้ง จำกัด พบว่า ข่าวสารที่ใช้ในการสื่อสารภายในองค์กรของผู้บริหารระดับกลาง ในทีมขาย มักเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการขาย รูปแบบที่พบมีทั้งทางการและไม่ทางการ ทิศทางการสื่อสารส่วนมากเป็นการสื่อสารแบบ 2 ทาง โดยช่องทางการสื่อสารได้แก่ การพูดคุยแบบเผชิญหน้า การประชุม เอกสารเป็นทางการ โทรศัพท์ ส่วนความต้องการด้านการสื่อสารภายในองค์กร คือ ห้องประชุมที่เพียงพอ มาตรฐานเอกสารที่เป็นทางการ ระบบงานห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์ที่ง่ายต่อการใช้งาน การสนับสนุนให้ใช้อีเมลของหน่วยงาน

พิมพ์ฉิชา เลียงบุญเลิศชัย (2555) ศึกษาเรื่อง ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพของ บริษัท ไอเอสเอส เรสโซลูชั่น จำกัด พบว่า ช่องทางการสื่อสารที่พนักงานในบริษัทฯ สามารถรับรู้สารได้รวดเร็วที่สุดและเข้าใจสารได้มากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1) การสื่อสารผ่านการประชุมกลุ่ม 2) การสื่อสารผ่านทางป้ายประกาศ 3) การสื่อสารผ่านทาง e-Mail (ภาษาไทยและอังกฤษ) ช่องทางการสื่อสารที่พนักงานพึงพอใจในการรับสารมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1) การสื่อสารผ่านทาง e-Mail ภาษาไทย 2) การสื่อสารผ่านทาง e-Mail ภาษาอังกฤษ 3) การสื่อสารผ่านทางการประชุมกลุ่ม จากข้อมูลสรุปได้ว่า ช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด คือ การสื่อสารทางการประชุมกลุ่ม

เมธาวิ กัลวาทนนท์ (2552) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในและความต้องการข้อมูลข่าวสารของพนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) พบว่า ผู้ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ลักษณะงาน จะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรและความต้องการข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน โดยการเปิดรับสื่อโดยรวมจะอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสื่อที่เปิดรับมากที่สุดคือบอร์ดประชาสัมพันธ์ และความต้องการข่าวสารส่วนใหญ่ต้องการข่าวสารประเภท สวัสดิการ และสิทธิประโยชน์ต่างๆ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเห็นได้ว่า การศึกษาด้านการสื่อสารภายในองค์กร เป็นการศึกษา เพื่อหาช่องทางการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรให้ได้มากที่สุดและช่องทางที่สามารถสร้างความเข้าใจให้แก่คนในองค์กรได้มากที่สุด แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าสื่อใดสื่อหนึ่งจะเหมาะสมกับทุกคน ด้วยความแตกต่างทางลักษณะประชากร ทำให้การเปิดรับมีความแตกต่างกัน จึงต้องมีการศึกษาให้ช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มบุคคลในแต่ละประเภท เพื่อที่จะทำให้การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร มีประสิทธิภาพสูงสุด

6.2 งานวิจัยด้านความผูกพันองค์กร

นุชศรา รัมมะเพียร (2550) ศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรคุมประพฤติ สังกัดสำนักงานคุมประพฤติภาค 1 พบว่า บุคลากรคุมประพฤติมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีผลกับความผูกพันองค์กร ส่วนความพึงพอใจด้านลักษณะงานที่รับผิดชอบ ด้านความสัมพันธ์ภายในองค์กร ความมั่นคง ความปลอดภัย ในการทำงาน และโอกาสในการก้าวหน้าในหน้าที่การงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กร

อาบทิพย์ กรดศรีใหม่ (2556) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร บริษัท บริการรับเหมาแรงงานแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีระดับความคิดเห็นต่อความผูกพันองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า บุคลากรบริษัทบริการรับเหมาในเขตกรุงเทพและปริมณฑล มีรายได้ต่อเดือนและตำแหน่งที่ต่างกัน จะมีความผูกพันองค์กรที่ต่างกัน และยังพบอีกว่าคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก โดยต่อทุกๆ ด้านของความผูกพันองค์กร

พิทักษ์ ดิวสร้อย (2553) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านการบริหารที่มีผลต่อความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรของลูกจ้างชั่วคราว โรงพยาบาลมหาสารคาม พบว่า 1) ลูกจ้างชั่วคราวโดยรวมและจำแนกตามระดับการศึกษา ระยะเวลาทำงานและประเภทการจ้าง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรของลูกจ้างชั่วคราว โรงพยาบาลมหาสารคาม อยู่ในระดับมาก โดยมีด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการประชาชน ($X = 3.99$) ปัจจัยด้านการยกย่องให้เกียรติ และปัจจัยด้านความท้าทายในงาน ($X = 3.98$) ปัจจัยด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ($X = 3.96$) และปัจจัยด้านความชัดเจนในงาน ($X = 3.93$) 2) ลูกจ้างชั่วคราวที่มีระดับการศึกษา ระยะเวลาทำงาน และประเภทการจ้างแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการบริหารที่มีผลต่อความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน 3) ข้อเสนอแนะการปรับปรุงปัจจัยด้านการบริหารในการสร้างความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กร พบว่า ควรมีการปรับปรุงเงินเดือนและสวัสดิการให้ดีขึ้น รองลงมาคือ ควรมีการมอบหมายงานให้สอดคล้องกับหน้าที่และภาระงานที่รับผิดชอบ และ ควรมีการสร้างแรงจูงใจให้ลูกจ้างชั่วคราวได้ทำงานอย่างเต็มความสามารถตามลำดับ สรุปได้ว่า ลูกจ้างชั่วคราวโดยรวมและจำแนกตามระดับการศึกษา ระยะเวลาทำงานและประเภทการจ้าง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่อความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรของลูกจ้างชั่วคราว โรงพยาบาลมหาสารคามโดยรวมอยู่ในระดับมาก และมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงปัจจัยด้านการบริหารในการสร้างความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กร 3 อันดับแรกคือ 1) ควรมีการปรับเงินเดือนและ

สวัสดิการให้ดีขึ้น 2) ความมอบหมายงานให้สอดคล้องกับหน้าที่และภาระงานที่รับผิดชอบและ 3) มีการสร้างแรงจูงใจให้ลูกจ้างชั่วคราวอย่างเต็มความสามารถ

ณัฐชยา แสงศิริ (2555) ศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสังกัดสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยนเรศวร พบว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกองค์กรและระบบการสื่อสารในองค์กรนั้นอยู่ภายใต้โครงสร้างและระบบการบริหารงานที่จะช่วยให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรในด้านต่างๆ ทั้ง 3 ด้าน คือ ความผูกพันด้านจิตใจ ความผูกพันด้านการอยู่กับองค์กร และด้านบรรทัดฐาน ซึ่งองค์กรที่มีระบบการบริหารงานที่ดี มีการบริหารการสื่อสารที่ดีจะส่งผลให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรมากขึ้นไปด้วย ซึ่งความผูกพันองค์กรในด้านต่างๆ มีความสำคัญที่จะผลักดันให้องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้ ไม่ว่าจะเป็นความผูกพันต่อองค์กรในด้านจิตใจ ซึ่งหากมีความผูกพันด้านจิตใจมากยิ่งขึ้น จะทำให้พึงพอใจใช้ชีวิตอยู่ในองค์กรแห่งนี้ รู้สึกภาคภูมิใจ มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กรและในด้านค่าตอบแทนก็มีส่วนสำคัญ ตลอดจนเพื่อนร่วมงานที่เป็นปัจจัยผลสืบเนื่องสำคัญที่ก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร จนทำให้ไม่อยากเปลี่ยนงานใหม่และสุดท้ายความผูกพันต่อองค์กรด้านบรรทัดฐาน ที่ถ้าหากมีความผูกพันด้านนี้มากขึ้นจะเกิดความพึงพอใจขึ้นชอบในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ไม่เกิดการต่อต้าน ยกที่จะมองหาช่องทางในการแสวงหาการเปลี่ยนงาน การสื่อสารนั้นมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรเช่นนี้ ไม่ว่าจะการสื่อสารแบบบนลงล่าง จากล่างขึ้นบน การสื่อสารในแนวระนาบ และแนวทแยง ตลอดจนการมีเทคโนโลยีการสื่อสารและช่องทางที่เปิดโอกาสให้พนักงานสามารถทำการสื่อสารกันได้ ในองค์กรก็จะส่งผลให้เกิดความผูกพันที่ดีต่อองค์กร

ณัฐชรี สุนทรชัยบุรณ์ (2555) ศึกษาเรื่อง พบว่าบุคลากรสายสนับสนุน สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยนเรศวร มีแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยส่วนบุคคลในภาพรวม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส เงินเดือน ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงานและตำแหน่งในการทำงานที่ต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาความผูกพันต่อองค์กรเป็นรายด้านจะพบว่า ตำแหน่งทำงานที่ต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรในด้านจิตใจที่ต่างกัน โดยบุคลากรที่เป็นข้าราชการ จะมีความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจมากกว่าพนักงานเงินแผ่นดิน พนักงานมหาวิทยาลัยโดยใช้เงินรายได้ พนักงานราชการแผ่นดิน พนักงานราชการเงินรายได้ และลูกจ้างประจำ ส่วนด้านการคงอยู่กับองค์กรและด้านบรรทัดฐาน พบว่า ตำแหน่งในการทำงานที่ต่างกันจะมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน และแรงจูงใจในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรในทิศทางเดียวกัน

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันที่มีต่อองค์กร ซึ่งพบว่า ความผูกพันที่มีต่อองค์กรแตกต่างกันไปตามลักษณะทางประชากร อีกทั้งการสื่อสารภายในองค์กรมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา การเปิดรับ ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ภายในและความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อศึกษาช่องทางการสื่อสารต่างๆที่บุคลากรแต่ละประเภทเลือกเปิดรับ และความต้องการข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่บุคลากรต้องการ รวมถึงความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากร เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้มาประกอบกรดำเนินการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวร ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัย เรื่อง การเปิดรับ ความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ภายในและความผูกพันที่มีต่อองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางขั้นตอนทำการวิจัยในส่วนของประชากร กลุ่มตัวอย่าง ตัวแปร เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อตอบคำถามสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ บุคลากรสายวิชาการ และสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 4,456 คน (ข้อมูล ณ ปี 2558)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความ

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เชื่อมั่น 95 % โดยสูตรการคำนวณ คือ

เมื่อ n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดประชากร

e คือ คลาดคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง (ระดับความเชื่อมั่น 95%

สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05)

จากข้อมูลจำนวนบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำนวน 4,456 คน และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{4456}{1+(4456)(0.05)^2}$$

$$= 367 \text{ คน}$$

1.2.1 การสุ่มตัวอย่าง

เมื่อได้กลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ จำนวน 367 คน ผู้วิจัยจึงกำหนดการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายชั้นตอนด้วยการจัดชั้น (Stratified random Sampling) โดยจำแนกบุคลากรในหน่วยงานต่างๆ ออกเป็นบุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุน จากนั้นเลือกสุ่มเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากสัดส่วนของบุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่นตามหน่วยงานในสังกัด ด้วยวิธีการจับฉลาก (Simple random Sampling) ซึ่งจะได้สัดส่วนจากจำนวนประชากรต่อกลุ่มตัวอย่าง ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรของบุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ลำดับที่	หน่วยงาน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	สายวิชาการ	สายสนับสนุน
1	สำนักงานอธิการบดี	66	3	63
2	คณะเกษตรศาสตร์	11	8	3
3	คณะวิทยาศาสตร์	18	13	5
4	คณะวิศวกรรมศาสตร์	15	10	5
5	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	7	5	2
6	บัณฑิตวิทยาลัย	4	0	4
7	คณะมนุษยศาสตร์	7	5	2
8	คณะสังคมศาสตร์	7	4	3
9	คณะนิติศาสตร์	4	3	1
10	คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร	11	8	3
11	คณะศึกษาศาสตร์	15	5	10
12	คณะเภสัชศาสตร์	11	7	4
13	คณะแพทยศาสตร์	121	13	108
14	คณะพยาบาลศาสตร์	7	4	3
15	คณะสหเวชศาสตร์	11	7	4
16	คณะทันตแพทยศาสตร์	18	5	13
17	คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์	11	7	4
18	คณะสาธารณสุขศาสตร์	7	4	3

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ลำดับที่	หน่วยงาน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	สายวิชาการ	สายสนับสนุน
19	สำนักหอสมุด	4	0	4
20	วิทยาลัยนานาชาติ	4	2	2
21	วิทยาลัยพลังงานทดแทน	4	2	2
22	วิทยาลัยโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน	4	2	2
รวม		367	117	250

1.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย แจกแจงตามสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 บุคลากรมหาวิทยาลัยนครสวรรค์มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร

ตัวแปรต้น ลักษณะทางประชากร

ตัวแปรตาม พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของบุคลากร
มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

สมมติฐานที่ 2 ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนครสวรรค์แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร

ตัวแปรต้น ลักษณะทางประชากรของบุคลากร

ตัวแปรตาม ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของ
บุคลากรมหาวิทยาลัยนครสวรรค์

สมมติฐานที่ 3 ความผูกพันองค์กรของบุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุนแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น ลักษณะงานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนก
เป็นสายวิชาการและสายสนับสนุน

ตัวแปรตาม ความผูกพันองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัย
นครสวรรค์

สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร มีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กร

ตัวแปรต้น	การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
ตัวแปรตาม	ความผูกพันองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่ง และประเภทของตำแหน่ง โดยใช้แบบสอบถามแบบสำรวจรายการ (Checklist) และเป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบ เลือกตอบเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งจะจำแนกออกเป็นประเภทสื่อที่เปิดรับและความถี่ของการเปิดรับ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

2.1 เกณฑ์การให้คะแนน

ข้อมูลจากการวัดตัวแปรต่างๆ ได้กำหนดเกณฑ์การวัดไว้ดังนี้

1) พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนเกี่ยวกับประเภทสื่อที่เปิดรับ โดยสร้างตามมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยมีเกณฑ์ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกได้ 5 ระดับ ดังนี้

เป็นประจำ (5 ครั้งขึ้นไป/สัปดาห์)	ให้ 5 คะแนน
บ่อยครั้ง (4 ครั้ง/สัปดาห์)	ให้ 4 คะแนน
ไม่บ่อยนัก (3 ครั้ง/สัปดาห์)	ให้ 3 คะแนน
นานๆ ครั้ง (2 ครั้ง/สัปดาห์)	ให้ 2 คะแนน
น้อย (1 ครั้ง/สัปดาห์)	ให้ 1 คะแนน
ไม่เคยเลย	ให้ 0 คะแนน

ในการวิเคราะห์ข้อมูล จะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยจะใช้วิธีการคำนวณตามหลักค่าเฉลี่ย ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{(5 - 0)}{5} \\ &= 1 \end{aligned}$$

นำค่าเฉลี่ยมาใช้เป็นเกณฑ์เพื่อแปลความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.1 – 5.00	หมายถึง	ระดับการเปิดรับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.1 – 4.00	หมายถึง	ระดับการเปิดรับมาก
ค่าเฉลี่ย	2.1 – 3.00	หมายถึง	ระดับการเปิดรับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.1 – 2.00	หมายถึง	ระดับการเปิดรับน้อย
ค่าเฉลี่ย	0 – 1	หมายถึง	ระดับการเปิดรับน้อยที่สุด

2) ความต้องการข้อมูลข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ได้แก่

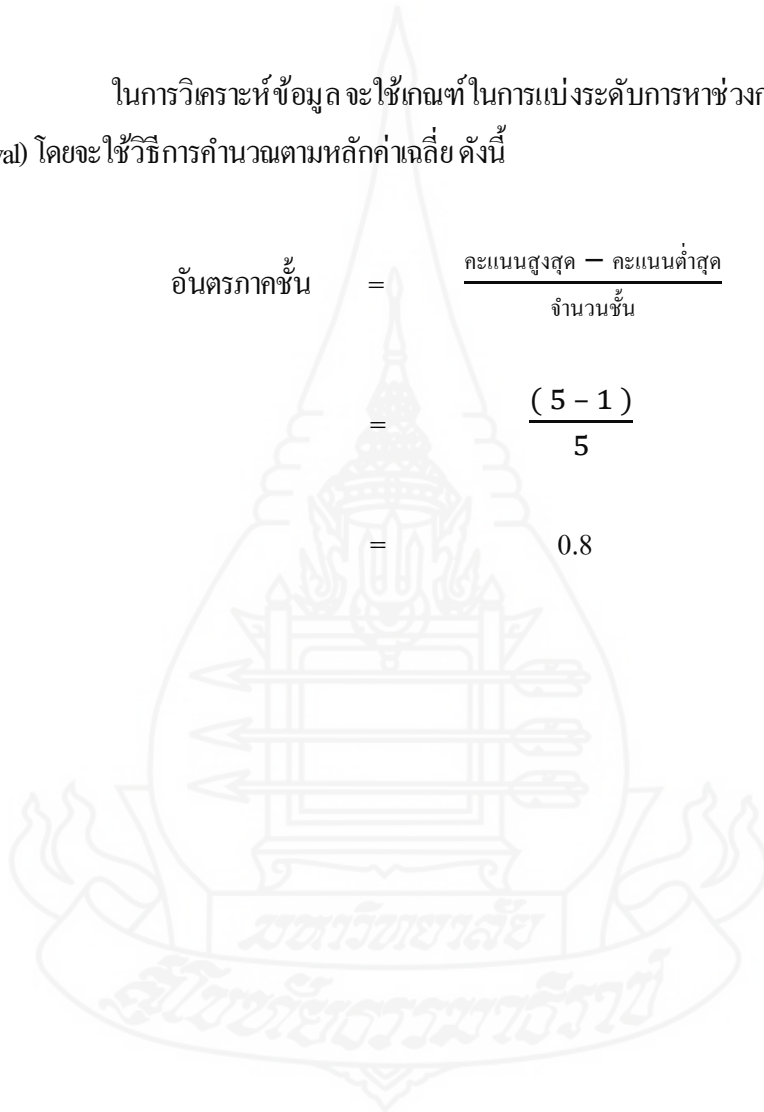
- (1) ข้อมูลข่าวสารด้านการปฏิบัติงาน
- (2) ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ
- (3) ข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์กร โดยได้แนวคิดมาจากหลักการด้านแรงงานสัมพันธ์และประเภทของข้อมูลที่ทางมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ได้ประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมาประยุกต์ใช้

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน โดยสร้างตาม มาตรฐานของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยมีเกณฑ์ให้ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกได้ 5 ระดับ ดังนี้

มากที่สุด	ให้	5 คะแนน
มาก	ให้	4 คะแนน
ปานกลาง	ให้	3 คะแนน
น้อย	ให้	2 คะแนน
น้อยที่สุด	ให้	1 คะแนน

ในการวิเคราะห์ข้อมูล จะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยจะใช้วิธีการคำนวณตามหลักค่าเฉลี่ย ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{(5 - 1)}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$



นำค่าเฉลี่ยมาใช้เป็นเกณฑ์เพื่อแปลความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับการต้องการมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับการต้องการมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับการต้องการปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับการต้องการน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับการต้องการน้อยที่สุด

3) ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ได้แก่

- (1) ด้านความต้องการพื้นฐาน
- (2) ด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร
- (3) ด้านสัมพันธภาพ
- (4) ด้านความก้าวหน้า โดยได้แนวคิดมาจาก คำถาม 12 ประการ(Q¹²) ของ The

Gallup Organization ซึ่งจะแบ่งคำถามตามลำดับขั้นของความต้องการ

ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนโดยสร้างตาม มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale)

โดยมีเกณฑ์ให้ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกได้ 5 ระดับ ดังนี้

มากที่สุด	ให้	5 คะแนน
มาก	ให้	4 คะแนน
ปานกลาง	ให้	3 คะแนน
น้อย	ให้	2 คะแนน
น้อยที่สุด	ให้	1 คะแนน

ในการวิเคราะห์ ข้อมูลจะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยจะใช้วิธีการคำนวณตามหลักค่าเฉลี่ย ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{(5 - 1)}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

นำค่าเฉลี่ยมาใช้เป็นเกณฑ์เพื่อแปลความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับความผูกพันมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับความผูกพันมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับความผูกพันปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับความผูกพันน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับความผูกพันน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายระดับความสัมพันธ์จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) ที่คำนวณได้ ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2550: 314)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	0.71 – 1.00	หมายถึง	มีความสัมพันธ์กันสูง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	0.31 – 0.70	หมายถึง	มีความสัมพันธ์กันปานกลาง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	0.01 – 0.30	หมายถึง	มีความสัมพันธ์กันต่ำ
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	0.00	หมายถึง	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

2.2 การทดสอบเครื่องมือ

เมื่อสร้างแบบสอบถามเสร็จแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิ 2 ท่าน ได้แก่

- 1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เสาวนีย์ ชินนาลอง
- 2) รองศาสตราจารย์ อภิขญา อยู่ในธรรม

เพื่อตรวจสอบ ความถูกต้องครบถ้วนตรงตามเนื้อหา (Content validity) ความเหมาะสมในการใช้ภาษา (Wording) และความชัดเจน (Clarity) ของคำถามหลังจากนั้นได้นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วทำการทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงที่สุด จำนวน 30 ท่านเพื่อทดสอบความเข้าใจคำถามของแบบสอบถาม และนำผลการทดสอบไปวิเคราะห์ประสิทธิภาพและหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามตามสูตรของ (Cronbach's Alpha) ซึ่งพบว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.89 ก่อนนำไปใช้กับประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจริง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้วางแผนในการเก็บข้อมูลเป็นขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. เมื่อแบบสอบถามผ่านการพิจารณาจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ไปทำการทดสอบ (Pre-Test) เพื่อหาความเชื่อมั่นได้ของแบบสอบถาม (Reliability)
2. เก็บข้อมูลด้วยการส่งแบบสอบถามไปยังหน่วยงานต่างๆภายในมหาวิทยาลัย เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม โดยใช้ เวลา 2 สัปดาห์ เมื่อได้ข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความเรียบร้อย ความถูกต้อง และความครบถ้วนของข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากแบบสอบถาม เมื่อได้ดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลนั้นมาลงรหัส (Coding) เพื่อเปลี่ยนสภาพข้อมูลให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่เครื่องคอมพิวเตอร์คำนวณได้ แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้นำเข้าไปประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน โดยนำเสนอในรูปแบบร้อยละ (Percentage) และใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความต้องการข้อมูลข่าวสาร และระดับความผูกพันองค์กร
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้สถิติการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) การทดสอบค่าที (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างและคะแนนเฉลี่ยตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 บุคลากรมหาวิทยาลัยนครสวรรค์มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ t-Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance: ANOVA) เพื่ออธิบายความแตกต่างพฤติกรรมการเปิดรับของลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน

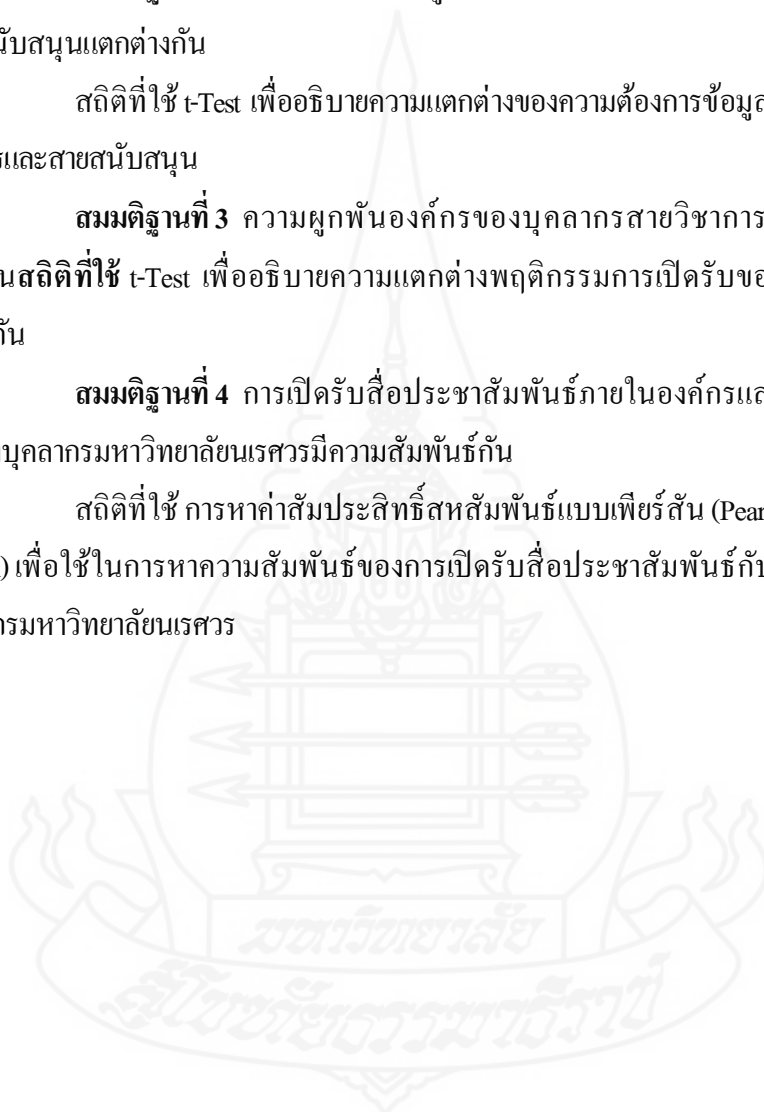
สมมติฐานที่ 2 ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุนแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ t-Test เพื่ออธิบายความแตกต่างของความต้องการข้อมูลข่าวสารของบุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุน

สมมติฐานที่ 3 ความผูกพันองค์กรของบุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุนแตกต่างกันสถิติที่ใช้ t-Test เพื่ออธิบายความแตกต่างพฤติกรรมการเปิดรับของลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรและระดับความผูกพันองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนครสวรรค์มีความสัมพันธ์กัน

สถิติที่ใช้ การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) เพื่อใช้ในการหาความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนครสวรรค์



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามจำนวน 367 ชุดที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว มาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์การวิจัยไว้ 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เรื่อง ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เรื่อง ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศชาย	111	30.2
เพศหญิง	256	69.8
รวม	367	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ เพศหญิง 256 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 และเป็นเพศชาย 111 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20-30 ปี	69	18.8
31-40 ปี	167	45.5
41-50 ปี	98	26.7
50 ปีขึ้นไป	33	9.0
รวม	367	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 ช่วงอายุ 20-30 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และช่วงอายุที่น้อยที่สุดคือ ช่วงอายุ 50 ปี ขึ้นไป จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	188	51.2
สมรส	160	43.6
หย่าร้างแยกกันอยู่/หม้าย	19	5.2
รวม	367	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ โสด จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมาคือ สมรส จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 และน้อยที่สุด หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	34	9.3
ปริญญาตรี	135	36.8
ปริญญาโท	117	31.9
ปริญญาเอก	81	22.1
รวม	367	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมา ปริญญาโท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 ปริญญาเอก จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	จำนวน	ร้อยละ
สายวิชาการ	117	31.9
สายสนับสนุน	250	68.1
รวม	367	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นบุคลากรสายสนับสนุนมากกว่าสายวิชาการ คือ สายสนับสนุน จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 68.1 และสายวิชาการ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน

ระยะเวลาในการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ปี	7	1.9
1-5 ปี	90	24.5
6-10 ปี	131	35.7
11-15 ปี	90	24.5
16 ปีขึ้นไป	49	13.4
รวม	367	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาการทำงาน 6-10 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมาคือ 11-15 ปี และ 1-5 ปี จำนวนเท่ากันคือ 90 คน คิดเป็นร้อยละ 24.9 16 ปีขึ้นไป จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 และ ไม่เกิน 1 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เรื่อง พฤติกรรมเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

ตารางที่ 4.7 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามประเภทของสื่อ

ประเภทสื่อ	พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ						รวม
	>5	4	3	2	1	0	
1. โปสเตอร์ (ร้อยละ)	29 (7.9)	95 (25.9)	152 (41.4)	29 (7.9)	31 (8.4)	31 (8.4)	367 100
2. แผ่นพับ (ร้อยละ)	8 (2.2)	56 (15.3)	133 (36.2)	71 (19.3)	37 (10.1)	62 (16.9)	367 100
3. ป้ายไว้นิล (ร้อยละ)	30 (8.2)	118 (32.2)	127 (34.6)	37 (10.1)	27 (7.4)	28 (7.6)	367 100

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำนวนครั้งที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวร ใน 1 สัปดาห์ จำแนกตามประเภทสื่อ							
ประเภทสื่อ	พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ						รวม
	>5	4	3	2	1	0	
4. ป้ายไฟวิ่งอิเล็กทรอนิกส์ (ร้อยละ)	33 (9.0)	84 (22.9)	147 (40.1)	51 (13.9)	18 (4.9)	34 (9.3)	367 100
5. จอ LED ขนาดใหญ่ (ร้อยละ)	58 (15.8)	122 (33.2)	120 (32.7)	39 (10.6)	14 (3.8)	14 (3.8)	367 100
6. เว็บไซต์มหาวิทยาลัยนเรศวร (ร้อยละ)	84 (22.9)	158 (43.1)	89 (24.3)	22 (6.0)	4 (1.1)	10 (2.7)	367 100
7. Facebook มหาวิทยาลัยนเรศวร (ร้อยละ)	35 (9.5)	80 (21.8)	114 (31.1)	53 (14.4)	26 (7.1)	59 (16.1)	367 100
8. Facebook งานประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ)	19 (5.2)	56 (15.3)	131 (35.7)	57 (15.5)	29 (7.9)	75 (20.4)	367 100
9. วารสารออนไลน์ (ร้อยละ)	18 (4.9)	42 (11.4)	107 (29.2)	69 (18.8)	36 (9.8)	95 (25.9)	367 100
10. E-Mail (ร้อยละ)	74 (20.2)	100 (27.2)	80 (21.8)	55 (15.0)	31 (8.4)	27 (7.4)	367 100
11. E-Document (ร้อยละ)	66 (18.0)	106 (28.9)	117 (31.9)	22 (6.0)	27 (7.4)	29 (7.9)	367 100
12. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ)	33 (9.0)	76 (20.7)	137 (37.3)	46 (12.5)	30 (8.2)	45 (12.3)	367 100

จากตารางที่ 4.7 พบว่า จำนวนครั้งที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวร ใน 1 สัปดาห์จำแนกตามประเภทสื่อ มีดังนี้

โพสต์เตอร์ เปิดรับมากที่สุด คือ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมา 4 ครั้ง ต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 25.9 1 ครั้ง ต่อสัปดาห์กับไม่เปิดรับ มีจำนวนเท่ากันคือ 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4) และ 2 ครั้งต่อสัปดาห์กับมากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ มีจำนวนเท่ากัน คือ 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 ตามลำดับ

แผ่นพับ เปิดรับมากที่สุด คือ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 รองลงมา 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ไม่เปิดรับ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 16.9 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1 และมากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ เป็นจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

ป้ายไววนิต เปิดรับมากที่สุด คือ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 34.6 รองลงมา 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1 มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 ไม่เปิดรับ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 และ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ

ป้ายไฟวิ่งอิเล็กทรอนิกส์ เปิดรับมากที่สุด คือ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 40.1 รองลงมา 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 13.9 ไม่เปิดรับเลย จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 5 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 ตามลำดับ

จอ LED ขนาดใหญ่ เปิดรับมากที่สุด คือ 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 รองลงมา 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.6 และ 1 ครั้งต่อสัปดาห์กับไม่เปิดรับ จำนวนเท่ากัน คือ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

เว็บไซต์มหาวิทยาลัยนเรศวร เปิดรับมากที่สุด คือ 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 43.1 รองลงมา 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ไม่เปิดรับ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7 และเปิดรับ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 ตามลำดับ

Facebook มหาวิทยาลัยนเรศวร เปิดรับมากที่สุด คือ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 รองลงมา 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 ไม่เปิดรับ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 ตามลำดับ

Facebook งานประชาสัมพันธ์ เปิดรับมากที่สุด คือ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมา ไม่เปิดรับ 75 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 1 ครั้งต่อสัปดาห์

จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 และ มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 ตามลำดับ

วารสารออนไลน์ (Issuu.com/naresuanpr) เปิดรับมากที่สุด คือ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 รองลงมา ไม่เปิดรับ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 4 ครั้งต่อสัปดาห์ 42 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และมากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.9 ตามลำดับ

E-Mail เปิดรับมากที่สุด คือ 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2 รองลงมา 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ 74 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 และ ไม่เปิดรับ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ

E-Document เปิดรับมากที่สุด คือ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 รองลงมา 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 28.9 มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ไม่เปิดรับ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 และ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เปิดรับมากที่สุด คือ 3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 รองลงมา 4 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ไม่เปิดรับ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 มากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

ประเภทของข้อมูลข่าวสาร	ระดับความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ไปสเตอร์	2.92	1.323	เปิดรับปานกลาง
2. แผ่นพับ	2.29	1.365	เปิดรับปานกลาง
3. ป้ายไวเนล	3.01	1.317	เปิดรับมาก
4. ป้ายไฟวิ่งอิเล็กทรอนิกส์	2.89	1.323	เปิดรับปานกลาง

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ประเภทของข้อมูลข่าวสาร	ระดับความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
5. จอ LED ขนาดใหญ่	3.35	1.203	เปิดรับมาก
6. เว็บไซต์มหาวิทยาลัยนเรศวร	3.72	1.083	เปิดรับมาก
7. Facebook มหาวิทยาลัยนเรศวร	2.64	1.533	เปิดรับปานกลาง
8. Facebook งานประชาสัมพันธ์	2.33	1.492	เปิดรับปานกลาง
9. วารสารออนไลน์(Issuu.com/naresuanpr)	2.05	1.526	เปิดรับปานกลาง
10. E-Mail	3.14	1.489	เปิดรับมาก
11. E-Document	3.20	1.427	เปิดรับมาก
12. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	2.73	1.434	เปิดรับปานกลาง
ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์โดยรวมของบุคลากร มหาวิทยาลัยนเรศวร	2.85	1.374	เปิดรับปานกลาง

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรทั้งสายวิชาการและสายสนับสนุน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.85$, S.D. = 1.374) เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย สื่อที่มีการเปิดรับมากที่สุด คือ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยนเรศวร รองลงมา จอ LED ขนาดใหญ่ E-Document E-Mail ป้ายไว้นิตโปสเตอร์ ป้ายไฟวิ่งอิเล็กทรอนิกส์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ Facebook:มหาวิทยาลัยนเรศวร Facebook: งานประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ วารสารออนไลน์ (Issuu.com/naresuanpr) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เรื่องความต้องการข้อมูลข่าวสารแต่ละด้านของบุคลากร มหาวิทยาลัยนเรศวร

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับของความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน	ระดับความต้องการ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกาศ ระเบียบ คำสั่ง หรือวิธีการทำงาน	3.82	.895	ต้องการมาก
2. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดอบรม สัมมนา	3.79	.842	ต้องการมาก
3. ข่าวสารเกี่ยวกับกระบวนการทำงาน หรือ แผนงานประจำปี	3.60	.863	ต้องการมาก
4. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของ มหาวิทยาลัยนเรศวร	3.68	.832	ต้องการมาก
5. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงสร้างผู้บริหาร	3.51	.855	ต้องการมาก
6. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานวิจัยของ มหาวิทยาลัยนเรศวร	3.56	.909	ต้องการมาก
7. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความมั่นคงองค์การ ได้แก่ สถิติการเข้า-ออก ของพนักงาน รายงานประจำปี	3.26	.998	ต้องการปานกลาง
8. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับขั้นตอนการทำงาน ต่างๆ เช่น การสอนการใช้งาน โปรแกรม ต่างๆ ที่ใช้ในการทำงาน	3.64	.885	ต้องการมาก
ระดับความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน โดยรวม	3.60	.885	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน โดยรวมอยู่ในระดับต้องการมาก \bar{X} 3.60 , S.D. = .885 เมื่อจำแนกตามหัวข้อ มีดังนี้

1. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกาศ ระเบียบ คำสั่ง หรือวิธีการทำงาน มีความต้องการอยู่ในระดับมาก \bar{X} = 3.82, S.D. = .895
2. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดอบรม สัมมนา มีความต้องการอยู่ในระดับมาก \bar{X} = 3.79, S.D. = .842
3. ข่าวสารเกี่ยวกับกระบวนการทำงาน หรือ แผนงานประจำปีมีความต้องการอยู่ในระดับมาก \bar{X} = 3.60, S.D. = .863
4. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัยนเรศวร มีความต้องการอยู่ในระดับมาก \bar{X} = 3.68, S.D. = .832
5. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงสร้างผู้บริหาร มีความต้องการอยู่ในระดับมาก \bar{X} = 3.51, S.D. = .855
6. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานวิจัยของมหาวิทยาลัยนเรศวร มีความต้องการอยู่ในระดับมาก \bar{X} = 3.56, S.D. = .909
7. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความมั่นคงองค์กร ได้แก่ สถิติการเข้า-ออก ของพนักงาน รายงานประจำปี มีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง \bar{X} = 3.26, S.D. = .998
8. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับขั้นตอนการทำงานต่างๆ เช่น การสอนการใช้งาน โปรแกรมต่างๆ ที่ใช้ในการทำงาน มีความต้องการอยู่ในระดับมาก \bar{X} = 3.64, S.D. = .885

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับของความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และ ผลประโยชน์ต่างๆ	ระดับความต้องการ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ และสิทธิ ประโยชน์	3.89	.973	ต้องการมาก
2. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับค่าตอบแทน การเลื่อน ตำแหน่ง การปรับเงินเดือน	3.87	.968	ต้องการมาก
ระดับความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ โดยรวม	3.88	0.970	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์และผลประโยชน์ต่างๆ โดยรวมอยู่ในระดับต้องการมาก $\bar{X} = 3.88$, S.D. = .970 เมื่อจำแนกตามหัวข้อแล้ว มีดังนี้

1. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ และสิทธิประโยชน์ มีความต้องการอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.89$, S.D. = .973
2. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับค่าตอบแทน การเลื่อนตำแหน่ง การปรับเงินเดือน มีความต้องการอยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.87$, S.D. = .968

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับของความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์กร ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

ข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์กร	ระดับความต้องการ		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. การจัดกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร เช่น NU Expo, NU Job Fair เป็นต้น	3.66	.903	ต้องการมาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์กรด้านการจัดกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร เช่น NU Expo, NU Job Fair เป็นต้น อยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.66$, S.D. = .903

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความผูกพันองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันองค์กรด้านความต้องการพื้นฐาน

ความผูกพันองค์กรด้านความต้องการพื้นฐาน	ระดับความผูกพันองค์กร		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ท่านมีขอบข่ายหน้าที่การทำงานของตัวเองที่ชัดเจนในการทำงานที่มหาวิทยาลัยนเรศวร	4.05	.663	ระดับมาก
2. มหาวิทยาลัยนเรศวรมีเครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการทำงานที่มีคุณภาพให้แก่ท่าน	3.76	.745	ระดับมาก
ความผูกพันองค์กรด้านความต้องการพื้นฐานรวม	3.90	.704	ระดับมาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความผูกพันองค์กรในด้านความต้องการพื้นฐาน อยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.90$, S.D. = .704

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันองค์กรด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร

ความผูกพันองค์กรด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร	ระดับความผูกพันองค์กร		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ท่านได้มีโอกาสทำงานที่ท่านคิดว่าถนัดและท่านทำได้ดีที่สุดในทุกวัน	3.88	.742	ระดับมาก
2. ในหนึ่งสัปดาห์ที่ผ่านมาท่านได้รับคำชมเชยในผลการทำงานว่าเป็นผลงานที่ดี	3.29	.914	ระดับปานกลาง
3. ท่านได้รับการดูแลเอาใจใส่ คอยช่วยเหลือจากหัวหน้าหรือผู้ร่วมงาน	3.73	.833	ระดับมาก
4. ท่านได้รับการสนับสนุนให้ได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่มความก้าวหน้าในอาชีพ	3.59	.873	ระดับมาก
ความผูกพันองค์กรด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร รวม	3.62	.840	ระดับมาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความความผูกพันองค์กรด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร อยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.62$, S.D. = .840

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันองค์กรด้านสัมพันธภาพ

ความผูกพันองค์กรด้านสัมพันธภาพ	ระดับความผูกพันองค์กร		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ความคิดเห็นของท่านได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน	3.68	.750	ระดับมาก
2. งานที่ท่านทำเป็นส่วนสำคัญต่อการบรรลุพันธกิจของมหาวิทยาลัยนเรศวร	3.84	.754	ระดับมาก
3. ทั้งเพื่อนร่วมงานหรือลูกน้องของท่านต่างทำงานอย่างเต็มที่เพื่อให้ได้งานที่มีคุณภาพ	3.85	.735	ระดับมาก
4. ท่านมีเพื่อนร่วมงานที่มีมิตรภาพที่ดีต่อกัน	3.93	.755	ระดับมาก
ความผูกพันองค์กรด้านสัมพันธภาพรวม	3.82	.748	ระดับมาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความผูกพันองค์กรด้านสัมพันธภาพอยู่ในระดับมาก
 $\bar{X} = 3.82, S.D. = .748$

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันองค์กรด้านความก้าวหน้า

ความผูกพันองค์กรด้านความก้าวหน้า	ระดับความผูกพันองค์กร		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมามีคนทำงานด้วยกันพูดคุยกับท่านเกี่ยวกับความก้าวหน้าในงานของท่าน	3.51	.884	ระดับมาก
2. จากการทำงานที่ผ่านมา ท่านรู้ว่าท่านควรจะปรับปรุงสิ่งใด เพื่อช่วยให้ท่านเติบโตหรือก้าวหน้าในการทำงาน	3.76	.755	ระดับมาก
ความผูกพันองค์กรด้านความก้าวหน้ารวม	3.63	.819	ระดับมาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความผูกพันองค์กรด้านความก้าวหน้าอยู่ในระดับมาก
 $\bar{X} = 3.63, S.D. = .819$

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความผูกพันองค์กรโดยรวม

ความผูกพันองค์กรโดยรวม	ระดับความผูกพันองค์กร		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ความผูกพันองค์กรด้านความต้องการพื้นฐาน	3.90	.704	ระดับมาก
2. ความผูกพันองค์กรด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร	3.62	.840	ระดับมาก
3. ความผูกพันองค์กรด้านสัมพันธภาพ	3.82	.748	ระดับมาก
4. ความผูกพันองค์กรด้านความก้าวหน้า	3.63	.819	ระดับมาก
ระดับความผูกพันองค์กรรวม	3.74	.778	ระดับมาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความผูกพันองค์กรรวม อยู่ในระดับมาก
 $\bar{X} = 3.74, S.D. = .778$ สามารถจำแนกในแต่ละด้าน โดย ได้ดังนี้ 1) ความผูกพันองค์กรด้านความต้องการพื้นฐาน $\bar{X} = 3.90, S.D. = .704$ 2) ความผูกพันองค์กรด้านสัมพันธภาพ

อยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.82, S.D. = .748$ 3) ความผูกพันองค์การด้านความก้าวหน้า อยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.63, S.D. = .819$ 4) ความผูกพันองค์การด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร อยู่ในระดับมาก $\bar{X} = 3.62, S.D. = .840$

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

1. บุคลากรมหาวิทยาลัยนครสวรรค์มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร
2. ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนครสวรรค์แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร
3. ความผูกพันองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร
4. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์และความผูกพันองค์การ สมมติฐานที่ 1 บุคลากรมหาวิทยาลัยนครสวรรค์มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกันตามลักษณะของประชากร

H0: บุคลากรมหาวิทยาลัยนครสวรรค์มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ไม่มีความแตกต่างตามลักษณะทางประชากร

H1: บุคลากรมหาวิทยาลัยนครสวรรค์มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความแตกต่างตามลักษณะทางประชากร

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทของบุคลากรมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านเพศ

ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์	พฤติกรรมการเปิดรับ				t	p-value (2-tailed)
	เพศชาย		เพศหญิง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ไปสเตอร์	2.86	1.271	2.94	1.346	-.569	.570
2. แผ่นพับ	2.32	1.343	2.28	1.377	.277	.782
3. ป้ายไว้นิต	3.14	1.331	2.95	1.310	1.217	.224
4. ป้ายไฟวิ่งอิเล็กทรอนิกส์	2.88	1.457	2.90	1.264	-0.98	.922
5. จอ LED ขนาดใหญ่ (LED MONITOR)	3.54	1.158	3.27	1.215	1.990	.047*

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์	พฤติกรรมกรเปิดรับ				t	p-value (2-tailed)
	เพศชาย		เพศหญิง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
6. เว็บไซต์มหาวิทยาลัยนเรศวร	3.61	1.080	3.77	1.083	-1.308	.192
7. Facebook: มหาวิทยาลัยนเรศวร	2.45	1.672	2.72	1.465	-1.486	.139
8. Facebook: งานประชาสัมพันธ์	2.23	1.471	2.37	1.503	-.807	.420
9. วารสารออนไลน์ (Issuu.com/naresuanpr)	2.00	1.471	2.07	1.551	-.428	.669
10. E-Mail	3.31	1.380	3.06	1.530	1.443	.150
11. ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Document)	3.13	1.453	3.24	1.418	-.691	.490
12. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	2.61	1.533	2.78	1.389	-1.305	.301
พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อในภาพรวม	2.84	1.38	2.86	1.371	-.018	.409

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภท จอ LED ขนาดใหญ่ ของบุคลากรเพศชายและเพศหญิงของมหาวิทยาลัยนเรศวร มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ บุคลากรเพศชาย มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภท จอ LED ขนาดใหญ่ มากกว่าเพศหญิง

สำหรับพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภท โปสเตอร์ แผ่นพับ ป้ายไว้นิล ป้ายไฟวิ่งอิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยนเรศวร Facebook: มหาวิทยาลัยนเรศวร Facebook: งานประชาสัมพันธ์ วารสารออนไลน์ (Issuu.com/naresuanpr) E-mail ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ พบว่าบุคลากรเพศชายและเพศหญิงของมหาวิทยาลัยนเรศวร มีพฤติกรรมกรเปิดรับที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทของบุคลากร มหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านอายุ

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์	ช่วงอายุ	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. โปสเตอร์	20-30	3.38	1.296	6.593	3.856	*010.
	31-40	2.84	1.294			
	41-50	2.85	1.342			
	>50	2.52	1.278			
2. แผ่นพับ	20-30	2.23	1.447	4.598	2.497	060.
	31-40	2.14	1.314			
	41-50	2.64	1.278			
	>50	2.15	1.564			
3. ป้ายไว้นิล	20-30	3.16	1.220	703.	403.	751.
	31-40	2.97	1.450			
	41-50	3.02	1.103			
	>50	2.85	1.417			
4. ป้ายไฟวิ่งอิเล็กทรอนิกส์	20-30	3.10	1.214	1.781	1.017	385.
	31-40	2.83	1.250			
	41-50	2.93	1.349			
	>50	2.67	1.762			
5. จอ LED ขนาดใหญ่ (LED MONITOR)	20-30	3.30	1.275	093.	064.	979.
	31-40	3.38	1.220			
	41-50	3.32	1.163			
	>50	3.42	1.119			

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์	ช่วงอายุ	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
6. เว็บไซต์มหาวิทยาลัยนเรศวร	20-30	3.84	1.052			
	31-40	3.77	.998	1.331		
	41-50	3.64	1.142		1.136	.334.
	>50	3.48	1.349	1.171		
7. Facebook: มหาวิทยาลัยนเรศวร	20-30	3.04	1.355			
	31-40	2.47	1.594	8.037		
	41-50	2.85	1.481		3.488	.016*
	>50	2.03	1.468	2.304		
8. Facebook: งานประชาสัมพันธ์	20-30	2.77	1.447			
	31-40	2.07	1.572	9.760		
	41-50	2.54	1.317		4.508	*004.
	>50	2.12	1.409	2.165		
9. วารสารออนไลน์(Issuu.com/naresuanpr)	20-30	2.28	1.608			
	31-40	1.91	1.532	5.349		
	41-50	2.29	1.400		2.323	.075.
	>50	1.61	1.560	2.303		
10. E-Mail	20-30	2.74	1.501			
	31-40	3.04	1.577	9.671		
	41-50	3.48	1.294		4.488	*004.
	>50	3.42	1.324	2.155		
11. ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Document)	20-30	3.14	1.498			
	31-40	3.22	1.441	2.266		
	41-50	3.33	1.338		1.113	.344.
	>50	2.88	1.474	2.035		

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์	ช่วงอายุ	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
12. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	20-30	2.88	1.510	1.485	721.	540.
	31-40	2.62	1.365			
	41-50	2.83	1.429			
	>50	2.70	1.630	2.060		
รวม	20-30	2.99	.891	1.569	1.860	.136
	31-40	2.77	.931			
	41-50	2.98	.940			
	>50	2.70	.857	.844		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโปสเตอร์ Facebook: มหาวิทยาลัยนเรศวร Facebook: งานประชาสัมพันธ์ และ E-Mail ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ในช่วงอายุต่างๆ มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สำหรับ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภท แผ่นพับ ป้ายไว้นิต ป้ายไฟรั้ง อิเล็กทรอนิกส์ จอ LED ขนาดใหญ่ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยนเรศวร วารสารออนไลน์ (Issuu.com/naresuanpr) ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรส

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์	สถานภาพสมรส	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. โปสเตอร์	โสด	3.01	1.362	2.178	1.246	.289
	สมรส	2.85	1.250			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	2.58	1.502			
2. แผ่นพับ	โสด	2.22	1.427	1.234	.661	.517
	สมรส	2.39	1.303			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	2.21	1.273			

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์	สถานภาพสมรส	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
3. ป้ายไว้นิต	โสด	3.02	1.362	1.896 1.734	1.093	.336
	สมรส	3.05	1.243			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	2.58	1.465			
4. ป้ายไฟวิ่งอิเล็กทรอนิกส์	โสด	2.90	1.313	1.371 1.753	.782	.458
	สมรส	2.93	1.325			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	2.53	1.429			
5. จอ LED ขนาดใหญ่ (LED MONITOR)	โสด	3.40	1.200	1.829 1.445	1.266	.283
	สมรส	3.34	1.143			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	2.95	1.649			
6. เว็บไซต์มหาวิทยาลัยนเรศวร	โสด	3.83	.932	8.466 1.133	7.474	.001*
	สมรส	3.71	1.073			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	2.84	1.922			
7. Facebook: มหาวิทยาลัยนเรศวร	โสด	2.71	1.577	1.104 2.358	.468	.627
	สมรส	2.59	1.434			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	2.42	1.924			
8. Facebook: งานประชาสัมพันธ์	โสด	2.29	1.597	1.328 2.232	.595	.552
	สมรส	2.41	1.343			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	2.05	1.649			
9. วารสารออนไลน์ (Issuu.com/naresuanpr)	โสด	2.11	1.609	1.021 2.335	.437	.646
	สมรส	2.02	1.443			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	1.79	1.398			
10. E-Mail	โสด	3.18	1.546	3.358 2.210	1.519	.220
	สมรส	3.03	1.429			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	3.63	1.342			
11. ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Document)	โสด	3.18	1.473	7.315 2.008	3.642	.027*
	สมรส	3.13	1.392			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	4.05	.970			
12. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	โสด	2.69	1.449	.420 2.064	.203	.816
	สมรส	2.77	1.402			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	2.84	1.608			
รวม	โสด	2.88	.967	.260 .853	.305	.737
	สมรส	2.85	.858			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	2.71	1.007			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภท เว็บไซต์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ตามสถานภาพสมรส ต่างๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สำหรับ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภท แผ่นพับ ป้ายไวนิล ป้ายไฟวิ่ง อิเล็กทรอนิกส์ จอ LED ขนาดใหญ่ โปสเตอร์ Facebook: มหาวิทยาลัยนเรศวร Facebook: งานประชาสัมพันธ์ และ E-Mail วารสารออนไลน์ (Issuu.com/naresuanpr) เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทของบุคลากร มหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์	ระดับการศึกษา	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. โปสเตอร์	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.00	1.435			
	ปริญญาตรี	3.12	1.350	5.545	3.227	.023*
	ปริญญาโท	2.62	1.370	1.718		
	ปริญญาเอก	2.98	1.084			
2. แผ่นพับ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.79	1.409			
	ปริญญาตรี	2.27	1.356	4.645	2.523	.058
	ปริญญาโท	2.10	1.276	1.841		
	ปริญญาเอก	2.41	1.447			
3. ป้ายไวนิล	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.03	1.487			
	ปริญญาตรี	3.03	1.327	.053	.030	.993
	ปริญญาโท	2.98	1.300	1.749		
	ปริญญาเอก	3.00	1.275			
4. ป้ายไฟวิ่งอิเล็กทรอนิกส์	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.79	1.513			
	ปริญญาตรี	2.93	1.262	.223	.127	.944
	ปริญญาโท	2.86	1.279	1.764		
	ปริญญาเอก	2.93	1.421			
5. จอ LED ขนาดใหญ่ (LED MONITOR)	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.06	1.301			
	ปริญญาตรี	3.24	1.266	2.696	1.877	.133
	ปริญญาโท	3.52	1.080	1.437		
	ปริญญาเอก	3.41	1.202			

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์	ระดับการศึกษา	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
6. เว็บไซต์มหาวิทยาลัยนเรศวร	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.09	1.443			
	ปริญญาตรี	3.81	1.066	5.312	4.666	.003*
	ปริญญาโท	3.73	1.014	1.138		
	ปริญญาเอก	3.84	.955			
7. Facebook: มหาวิทยาลัยนเรศวร	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.71	1.548			
	ปริญญาตรี	2.76	1.504	1.481	.628	.597
	ปริญญาโท	2.61	1.479	2.358		
	ปริญญาเอก	2.47	1.659			
8. Facebook: งานประชาสัมพันธ์	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.94	1.391			
	ปริญญาตรี	2.47	1.515	8.974	4.133	.007*
	ปริญญาโท	2.25	1.519	2.171		
	ปริญญาเอก	1.96	1.364			
9. วารสารออนไลน์ (Issuu.com/naresuanpr)	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.71	1.548			
	ปริญญาตรี	2.21	1.531	9.132	4.020	.008*
	ปริญญาโท	1.85	1.385	2.272		
	ปริญญาเอก	1.80	1.616			
10. E-Mail	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.62	1.577			
	ปริญญาตรี	2.87	1.455	21.216	10.302	.000*
	ปริญญาโท	3.09	1.290	2.059		
	ปริญญาเอก	3.88	1.536			
11. ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Document)	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.85	1.459			
	ปริญญาตรี	3.07	1.537	6.068	3.028	.030*
	ปริญญาโท	3.21	1.417	2.004		
	ปริญญาเอก	3.58	1.160			
12. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.74	1.082			
	ปริญญาตรี	2.88	1.430	19.099	9.976	.000*
	ปริญญาโท	2.32	1.344	1.915		
	ปริญญาเอก	2.64	1.469			
รวม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.94	1.154			
	ปริญญาตรี	2.89	.936	.551	.646	.586
	ปริญญาโท	2.76	.864	.852		
	ปริญญาเอก	2.91	.876			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภท โปสเตอร์ เว็บไซต์ มหาวิทยาลัยนเรศวร Facebook: งานประชาสัมพันธ์ E-Mail วารสารออนไลน์ (Issuu.com/naresuanpr) ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ตามระดับการศึกษาต่างๆ มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยปริญาเอก เปิดรับสื่อประเภท เว็บไซต์ E-Mail ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ มากกว่ากลุ่มอื่นๆ

สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภท แผ่นพับ ป้ายไว้นิต ป้ายไฟวิ่ง อิเล็กทรอนิกส์ จอ LED ขนาดใหญ่ Facebook: มหาวิทยาลัยนเรศวร และไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทของบุคลากร มหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านตำแหน่งงาน

ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์	พฤติกรรมการเปิดรับ				t	p-value (2-tailed)
	บุคลากรสาย วิชาการ		บุคลากรสาย สนับสนุน			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. โปสเตอร์	2.76	1.286	2.98	1.346	-1.486	.138
2. แผ่นพับ	2.25	1.513	2.31	1.296	-.372	.710
3. ป้ายไว้นิต	3.01	1.374	3.00	1.299	.057	.954
4. ป้ายไฟวิ่งอิเล็กทรอนิกส์	2.78	1.445	2.94	1.269	-1.048	.296
5. จอ LED ขนาดใหญ่ (LED MONITOR)	3.44	1.195	3.31	1.215	.969	.334
6. เว็บไซต์มหาวิทยาลัยนเรศวร	3.71	1.022	3.76	1.069	-.401	.689
7. Facebook: มหาวิทยาลัยนเรศวร	2.47	1.610	2.75	1.477	-1.647	.100
8. Facebook: งานประชาสัมพันธ์	1.97	1.485	2.52	1.456	-3.389	.001*
9. วารสารออนไลน์ (Issuu.com/naresuanpr)	1.88	1.660	2.15	1.447	-1.487	.139
10. E-Mail	3.76	1.460	2.81	1.400	6.001	.000*
11. ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Document)	3.41	1.348	3.09	1.464	1.957	.051*
12. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	2.41	1.481	2.87	1.394	-2.903	.004*
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในภาพรวม	2.82	.975	2.87	.900	-.509	.611

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภท โปสเตอร์ แผ่นพับ ป้ายไวนิล ป้ายไฟวิ่งอิเล็กทรอนิกส์ จอ LED ขนาดใหญ่ Facebook: มหาวิทยาลัยนเรศวร เว็บไซต์มหาวิทยาลัยนเรศวร วารสารออนไลน์ (Issuu.com/naresuanpr) ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ตามตำแหน่งงาน ไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05

สำหรับ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภท Facebook: งานประชาสัมพันธ์ E-Mail ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทของบุคลากร มหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลาการทำงาน

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์	ระยะเวลาการทำงาน	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. โปสเตอร์	ไม่เกิน 1 ปี	3.57	.976			
	1-5 ปี	3.13	1.274			
	6-10 ปี	2.98	1.353	6.852	4.047	.003*
	11-15 ปี	2.89	1.394	1.693		
	16 ปีขึ้นไป	2.29	1.041			
2. แผ่นพับ	ไม่เกิน 1 ปี	2.71	.756			
	1-5 ปี	2.34	1.325			
	6-10 ปี	2.21	1.396	2.891	1.560	.184
	11-15 ปี	2.51	1.432	1.853		
	16 ปีขึ้นไป	1.98	1.250			
3. ป้ายไวนิล	ไม่เกิน 1 ปี	3.43	.535			
	1-5 ปี	3.31	1.196			
	6-10 ปี	2.89	1.507	10.045	6.114	.000*
	11-15 ปี	3.23	1.200	1.643		
	16 ปีขึ้นไป	2.31	.940			
4. ป้ายไฟวิ่งอิเล็กทรอนิกส์	ไม่เกิน 1 ปี	3.43	.787			
	1-5 ปี	3.22	1.120			
	6-10 ปี	2.69	1.318	6.152	3.614	.007*
	11-15 ปี	3.01	1.434	1.702		
	16 ปีขึ้นไป	2.53	1.386			

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์	ระยะเวลาการทำงาน	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
5. จอ LED ขนาดใหญ่ (LED MONITOR)	ไม่เกิน 1 ปี	4.00	.816			
	1-5 ปี	3.36	1.183	2.477		
	6-10 ปี	3.20	1.280	1.436	1.725	.144
	11-15 ปี	3.37	1.185			
	16 ปีขึ้นไป	3.63	1.055			
6. เว็บไซต์มหาวิทยาลัยนเรศวร	ไม่เกิน 1 ปี	4.29	.488			
	1-5 ปี	3.71	1.104	1.811		
	6-10 ปี	3.67	1.092	1.166	1.554	.186
	11-15 ปี	3.62	1.137			
	16 ปีขึ้นไป	4.00	.935			
7. Facebook: มหาวิทยาลัยนเรศวร	ไม่เกิน 1 ปี	3.43	.787			
	1-5 ปี	3.08	1.359	9.856		
	6-10 ปี	2.66	1.513	2.268	4.345	.002*
	11-15 ปี	2.39	1.591			
	16 ปีขึ้นไป	2.14	1.646			
8. Facebook: งานประชาสัมพันธ์	ไม่เกิน 1 ปี	3.29	.756			
	1-5 ปี	2.79	1.576	9.887		
	6-10 ปี	2.28	1.469	2.142	4.615	.001*
	11-15 ปี	2.10	1.407			
	16 ปีขึ้นไป	1.90	1.403			
9. วารสารออนไลน์ (Issuu.com/naresuanpr)	ไม่เกิน 1 ปี	2.86	1.215			
	1-5 ปี	2.37	1.679	8.457		
	6-10 ปี	2.10	1.508	2.260	3.742	.005*
	11-15 ปี	1.94	1.425			
	16 ปีขึ้นไป	1.43	1.307			
10. E-Mail	ไม่เกิน 1 ปี	4.57	.787			
	1-5 ปี	2.89	1.561	9.376		
	6-10 ปี	3.05	1.511	2.137	4.387	.002*
	11-15 ปี	3.08	1.384			
	16 ปีขึ้นไป	3.71	1.339			

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์	ระยะเวลาการทำงาน	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
11. ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-Document)	ไม่เกิน 1 ปี	4.00	.577			
	1-5 ปี	3.26	1.511	2.193		
	6-10 ปี	3.21	1.364	2.036	1.077	.368
	11-15 ปี	3.01	1.518			
	16 ปีขึ้นไป	3.33	1.329			
12. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	ไม่เกิน 1 ปี	3.43	.787			
	1-5 ปี	3.06	1.401	4.570		
	6-10 ปี	2.66	1.435	2.028	2.254	.063
	11-15 ปี	2.59	1.453			
	16 ปีขึ้นไป	2.49	1.445			
รวม	ไม่เกิน 1 ปี	3.58	.370			
	1-5 ปี	3.04	.974	2.402		
	6-10 ปี	2.80	.937	.832	2.885	.022
	11-15 ปี	2.81	.940			
	16 ปีขึ้นไป	2.64	.696			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภท ไปสเตอร์ ป้ายไวเนล ป้ายไฟวิ่งอิเล็กทรอนิกส์ Facebook: มหาวิทยาลัยนเรศวร Facebook: งานประชาสัมพันธ์ วารสารออนไลน์ (Issuu.com/naresuanpr) และ E-Mail ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ตามระยะเวลาในการทำงาน มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สำหรับ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภท เว็บไซต์มหาวิทยาลัยนเรศวร ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ และ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรแตกต่างกันตามลักษณะของประชากร

H0: ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรไม่มีความแตกต่างกันตามลักษณะของประชากร

H1: ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรมีความแตกต่างกันตามลักษณะของประชากร

ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านเพศ

ความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน	พฤติกรรมกรเปิดรับ				t	p-value (2-tailed)
	เพศชาย		เพศหญิง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกาศ ระเบียบ คำสั่ง หรือวิธีการทำงาน	3.76	.984	3.85	.855	-.931	.352
2. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดอบรม สัมมนา	3.77	.871	3.79	.831	-.190	.849
3. ข่าวสารเกี่ยวกับกระบวนการทำงาน หรือ แผนงานประจำปี	3.51	.819	3.63	.880	-1.218	.224
4. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัยนเรศวร	3.50	.819	3.76	.827	-2.745	.006*
5. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงสร้างผู้บริหาร	3.45	.806	3.54	.876	-.952	.342
6. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานวิจัยของมหาวิทยาลัยนเรศวร	3.53	.893	3.58	.917	-.451	.652
7. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความมั่นคง องค์กร ได้แก่ สถิติการเข้า-ออก ของพนักงาน รายงานประจำปี	3.15	.993	3.31	.999	-1.371	.171
8. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับขั้นตอนการทำงานต่างๆ เช่น การสอนการใช้งาน โปรแกรมต่างๆ ที่ใช้ในการทำงาน	3.36	.861	3.76	.870	-4.032	.000*
รวม	3.50	0.881	3.65	0.882	-1.486	.325

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามเพศ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ยกเว้น ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัยนเรศวร และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับขั้นตอนการทำงานๆ เช่น การสอนใช้งาน โปรแกรมต่างๆ ที่ใช้ในการทำงาน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านอายุ

ความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน	ช่วงอายุ	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกาศ ระเบียบ คำสั่ง หรือวิธีการทำงาน	20-30	3.70	.863	1.446	1.815	.144
	31-40	3.81	.929			
	41-50	3.99	.749			
	>50	3.69	1.080			
2. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดอบรม สัมมนา	20-30	3.68	.883	.954	1.350	.258
	31-40	3.75	.876			
	41-50	3.86	.720			
	>50	3.97	.873			
3. ข่าวสารเกี่ยวกับกระบวนการทำงาน หรือ แผนงานประจำปี	20-30	3.48	.868	.800	1.077	.359
	31-40	3.57	.867			
	41-50	3.72	.789			
	>50	3.62	.990			
4. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของ มหาวิทยาลัยนเรศวร	20-30	3.59	.880	.270	.388	.762
	31-40	3.72	.828			
	41-50	3.67	.813			
	>50	3.72	.696			

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน	ช่วงอายุ	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
5. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงสร้างผู้บริหาร	20-30	3.64	.891	.556	.758	.518
	31-40	3.46	.848			
	41-50	3.53	.777			
	>50	3.51	.997	.733		
				3.41		
6. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานวิจัยของมหาวิทยาลัยนเรศวร	20-30	3.41	.913	2.533	3.120	.026*
	31-40	3.54	.863			
	41-50	3.79	.859			
	>50	3.41	1.117	.812		
				3.36		
7. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความมั่นคงองค์กร ได้แก่ สถิติการเข้า-ออก ของพนักงาน รายงานประจำปี	20-30	3.36	.907	1.748	1.765	.154
	31-40	3.25	1.027			
	41-50	3.35	.919			
	>50	2.95	1.169	.991		
				3.57		
8. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับขั้นตอนการทำงานต่างๆ เช่น การสอนการใช้งาน โปรแกรมต่างๆ ที่ใช้ในการทำงาน	20-30	3.57	.947	.357	.454	.715
	31-40	3.66	.903			
	41-50	3.68	.755			
	>50	3.54	.996	.787		
				3.55		
รวม	20-30	3.55	.894	1.083	1.341	.367
	31-40	3.60	.893			
	41-50	3.70	.798			
	>50	3.55	1.006	1.083		
				3.55		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามอายุ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ยกเว้นข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานวิจัยของมหาวิทยาลัยนเรศวรมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรส

ความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน	สถานภาพสมรส	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกาศ ระเบียบ คำสั่ง หรือวิธีการทำงาน	โสด	3.88	.062	1.043 .801	1.303	.273
	สมรส	3.78	.077			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	3.58	.139			
2. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดอบรม สัมมนา	โสด	3.82	.065	.520 .710	.732	.481
	สมรส	3.78	.064			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	3.58	.139			
3. ข่าวสารเกี่ยวกับกระบวนการทำงาน หรือแผนงานประจำปี	โสด	3.59	.063	.031 .748	.042	.959
	สมรส	3.61	.070			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	3.63	.137			
4. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัยนเรศวร	โสด	3.65	.061	.341 .694	.491	.612
	สมรส	3.70	.066			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	3.84	.175			
5. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงสร้างผู้บริหาร	โสด	3.53	.063	.126 .735	.172	.842
	สมรส	3.49	.067			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	3.58	.192			
6. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานวิจัยของมหาวิทยาลัยนเรศวร	โสด	3.59	.065	.367 .828	.443	.643
	สมรส	3.52	.075			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	3.68	.172			

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับการ ปฏิบัติงาน	สถานภาพสมรส	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
7. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความ มั่นคงองค์การ ได้แก่ สถิติ การเข้า-ออก ของพนักงาน รายงานประจำปี	โสด	3.27	.069	.775 .998	.776	.461
	สมรส	3.23	.085			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	3.53	.193			
8. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ขั้นตอนการทำงานต่างๆ เช่น การสอนการใช้งาน โปรแกรมต่างๆ ที่ใช้ในการ ทำงาน	โสด	3.64	.068	.000 .788	.000	1.000
	สมรส	3.64	.067			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	3.63	.175			
รวม	โสด	3.43	.551	.344 .346	.993	.384
	สมรส	3.24	.627			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	4.00	.165			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการปฏิบัติงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามสถานภาพสมรส ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้านข้อมูล
ข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา

ความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับการ ปฏิบัติงาน	ระดับการศึกษา	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ประกาศ ระเบียบ คำสั่ง หรือ วิธีการทำงาน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.94	.952			
	ปริญญาตรี	3.77	.837	1.317	1.651	.177
	ปริญญาโท	3.74	.904	.798		
	ปริญญาเอก	3.99	.942			
2. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัด อบรม สัมมนา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.65	.884			
	ปริญญาตรี	3.72	.861	3.977	5.833	.001*
	ปริญญาโท	3.68	.818	.682		
	ปริญญาเอก	4.12	.748			
3. ข่าวสารเกี่ยวกับกระบวนการ ทำงาน หรือ แผนงาน ประจำปี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.74	.828			
	ปริญญาตรี	3.59	.849	1.684	2.288	.078
	ปริญญาโท	3.45	.895	.736		
	ปริญญาเอก	3.75	.830			
4. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความ เคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัย นเรศวร	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.50	.788			
	ปริญญาตรี	3.74	.855	1.565	2.286	.078
	ปริญญาโท	3.57	.823	.685		
	ปริญญาเอก	3.83	.803			
5. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ โครงสร้างผู้บริหาร	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.56	.991			
	ปริญญาตรี	3.60	.899	1.271	1.748	.157
	ปริญญาโท	3.37	.877	.727		
	ปริญญาเอก	3.57	.651			
6. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ งานวิจัยของมหาวิทยาลัย นเรศวร	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.35	.849			
	ปริญญาตรี	3.44	.903	4.519	5.682	.001*
	ปริญญาโท	3.52	.816	.795		
	ปริญญาเอก	3.91	.990			
7. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความ มั่นคงองค์กร ได้แก่ สถิติ การเข้า-ออก ของพนักงาน รายงานประจำปี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.44	1.078			
	ปริญญาตรี	3.42	1.026	2.883	2.937	.033*
	ปริญญาโท	3.15	.940	.981		
	ปริญญาเอก	3.09	.964			

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

ความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับการ ปฏิบัติงาน	ระดับการศึกษา	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
8. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ขั้นตอนการทำงานต่างๆ เช่น การสอนการใช้งาน โปรแกรมต่างๆ ที่ใช้ในการ ทำงาน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.35	.950			
	ปริญญาตรี	3.62	.897	1.670	2.152	.093
	ปริญญาโท	3.62	.917	.776		
	ปริญญาเอก	3.80	.765			
รวม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.57	.822			
	ปริญญาตรี	3.61	.746	.988	1.959	.120
	ปริญญาโท	3.51	.680	.504		
	ปริญญาเอก	3.76	.637			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการปฏิบัติงาน ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามระดับการศึกษา ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ยกเว้น ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดอบรม สัมมนา ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานวิจัยของมหาวิทยาลัยนเรศวร และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความมั่นคงองค์การ ได้แก่ สถิติการเข้า-ออกของพนักงาน รายงานประจำปีมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.27 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านตำแหน่งงาน

ความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน	พฤติกรรมเปิดรับ				t	p-value (2-tailed)
	บุคลากรสายวิชาการ		บุคลากรสายสนับสนุน			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกาศ ระเบียบ คำสั่ง หรือวิธีการทำงาน	4.04	.875	3.72	.888	3.289	.001*
2. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดอบรม สัมมนา	4.03	.706	3.67	.876	4.245	.000*
3. ข่าวสารเกี่ยวกับกระบวนการทำงาน หรือ แผนงานประจำปี	3.73	.738	3.53	.910	2.214	.028*
4. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของ มหาวิทยาลัยนเรศวร	3.75	.730	3.64	.875	1.301	.194
5. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงสร้างผู้บริหาร	3.55	.650	3.49	.937	771.	.441
6. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานวิจัยของ มหาวิทยาลัยนเรศวร	3.81	.880	3.44	.900	3.688	.000*
7. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความมั่นคงองค์การ ได้แก่ สถิติการเข้า-ออก ของพนักงาน รายงานประจำปี	3.14	.899	3.30	1.038	1.419-	.157
8. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับขั้นตอนการทำงาน ต่างๆ เช่น การสอนการใช้งาน โปรแกรม ต่างๆ ที่ใช้ในการทำงาน	3.79	.786	3.56	.921	2.506	*013.
รวม	3.73	.575	3.54	.763	2.622	.009*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของบุคลากร มหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามตำแหน่งงาน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ยกเว้น ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัยนเรศวร และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงสร้างผู้บริหารไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.28 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้านข้อมูล
ข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลา
ในการทำงาน

ความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับการ ปฏิบัติงาน	ระยะเวลาการทำงาน	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกาศ ระเบียบ คำสั่ง หรือวิธีการ ทำงาน	ไม่เกิน 1 ปี	3.57	.787			
	1-5 ปี	3.73	1.026	.602		
	6-10 ปี	3.82	.846	.804	.749	.559
	11-15 ปี	3.84	.718			
	16 ปีขึ้นไป	3.98	1.070			
2. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัด อบรม สัมมนา	ไม่เกิน 1 ปี	3.57	.976			
	1-5 ปี	3.70	.917	.839		
	6-10 ปี	3.76	.793	.707	1.186	.317
	11-15 ปี	3.81	.820			
	16 ปีขึ้นไป	4.00	.842			
3. ข่าวสารเกี่ยวกับกระบวนการ ทำงาน หรือ แผนงานประจำปี	ไม่เกิน 1 ปี	3.57	.976			
	1-5 ปี	3.68	.846	.337		
	6-10 ปี	3.56	.805	.749	.450	.772
	11-15 ปี	3.62	.931			
	16 ปีขึ้นไป	3.49	.916			
4. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความ เคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัย นเรศวร	ไม่เกิน 1 ปี	3.43	.976			
	1-5 ปี	3.67	.835	.489		
	6-10 ปี	3.73	.823	.694	.704	.590
	11-15 ปี	3.60	.872			
	16 ปีขึ้นไป	3.80	.763			
5. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ โครงสร้างผู้บริหาร	ไม่เกิน 1 ปี	3.57	.787			
	1-5 ปี	3.64	.878	.757		
	6-10 ปี	3.48	.817	.731	1.036	.389
	11-15 ปี	3.40	.804			
	16 ปีขึ้นไป	3.57	1.000			

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับการ ปฏิบัติงาน	ระยะเวลาการทำงาน	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
6. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานวิจัย ของมหาวิทยาลัยนเรศวร	ไม่เกิน 1 ปี	3.71	.756			
	1-5 ปี	3.52	.877	.580		
	6-10 ปี	3.53	.807	.829	.700	.592
	11-15 ปี	3.54	.926			
	16 ปีขึ้นไป	3.76	1.182			
7. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความ มั่นคงองค์กร ได้แก่ สถิติการ เข้า-ออก ของพนักงาน รายงาน ประจำปี	ไม่เกิน 1 ปี	3.86	.690			
	1-5 ปี	3.37	1.011	2.010		
	6-10 ปี	3.28	1.017	.986	2.039	.088
	11-15 ปี	3.24	.916			
	16 ปีขึ้นไป	2.96	1.060			
8. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับขั้นตอน การทำงานต่างๆ เช่น การสอน การใช้งานโปรแกรมต่างๆ ที่ใช้ ในการทำงาน	ไม่เกิน 1 ปี	3.29	.951			
	1-5 ปี	3.63	.988	.359		
	6-10 ปี	3.62	.854	.788	.455	.769
	11-15 ปี	3.71	.797			
	16 ปีขึ้นไป	3.61	.931			
รวม	ไม่เกิน 1 ปี	3.57	.688			
	1-5 ปี	3.62	.815	.027		
	6-10 ปี	3.60	.650	.513	.053	.995
	11-15 ปี	3.60	.701			
	16 ปีขึ้นไป	3.65	.726			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

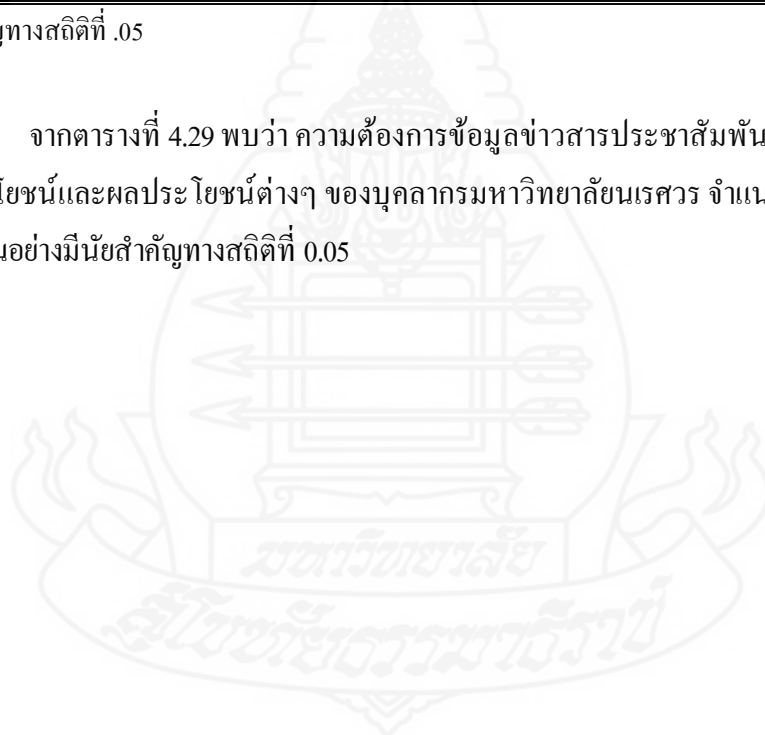
จากตารางที่ 4.28 พบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการปฏิบัติงาน
จำแนกตามระยะเวลาการทำงาน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.29 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการสิทธิประโยชน์และผลประโยชน์ต่างๆ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านเพศ

ความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิ ประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ	พฤติกรรมการเปิดรับ				t	p-value (2-tailed)
	เพศชาย		เพศหญิง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ และสิทธิ ประโยชน์	3.77	.969	3.94	.972	-1.474	.141
2. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับค่าตอบแทน การ เลื่อนตำแหน่ง การปรับเงินเดือน	3.73	.924	3.93	.982	-1.859	.064
รวม	3.75	.922	3.94	.954	-1.708	.089

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสวัสดิการสิทธิประโยชน์และผลประโยชน์ต่างๆ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามเพศไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



ตารางที่ 4.30 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านอายุ

ความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิ ประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ	ช่วงอายุ	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ และสิทธิ ประโยชน์	20-30	3.87	.539	.534	.562	.641
	31-40	3.90	.693			
	41-50	3.96	.667			
	>50	3.72	.677			
2. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับค่าตอบแทน การเลื่อน ตำแหน่ง การปรับเงินเดือน	20-30	3.88	.705	1.644	1.766	.153
	31-40	3.86	.812			
	41-50	4.01	.633			
	>50	3.59	.767			
รวม	20-30	3.88	.499	.995	1.111	.345
	31-40	3.88	.652			
	41-50	3.98	.502			
	>50	3.65	.564			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสวัสดิการสิทธิประโยชน์และผลประโยชน์ต่างๆ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยรัตนนคร จำแนกตามอายุไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.31 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรส

ความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับ							
สวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และ	สถานภาพสมรส	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.	
ผลประโยชน์ต่างๆ							
1. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกาศระเบียบ คำสั่ง หรือวิธีการทำงาน	โสด	3.87	.716	1.041 .946	1.100	.334	
	สมรส	3.87	.596				
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	4.21	.577				
2. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดอบรม สัมมนา	โสด	3.86	.715	.547 .939	.582	.559	
	สมรส	3.86	.794				
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	4.11	.452				
รวม	โสด	3.86	.609	.773 .897	.861	.423	
	สมรส	3.87	.562				
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	4.16	.327				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามสถานภาพสมรส ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.32 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา

ความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับ สวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และ ผลประโยชน์ต่างๆ	ระดับการศึกษา	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกาศ ระเบียบ คำสั่ง หรือวิธีการ ทำงาน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.68	.976			
	ปริญญาตรี	3.87	.991	2.250	2.404	.067
	ปริญญาโท	3.81	1.098	.936		
	ปริญญาเอก	4.12	.678			
2. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัด อบรม สัมมนา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.79	.914			
	ปริญญาตรี	3.87	.983	1.266	1.355	.256
	ปริญญาโท	3.78	1.068	.934		
	ปริญญาเอก	4.05	.789			
รวม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.74	.890			
	ปริญญาตรี	3.87	.972	1.678	1.885	.132
	ปริญญาโท	3.79	1.065	.890		
	ปริญญาเอก	4.09	.697			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสวัสดิการสิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามระดับการศึกษาไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.33 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านตำแหน่งงาน

ความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ	พฤติกรรมการเปิดรับ				t	p-value (2-tailed)
	บุคลากรสายวิชาการ		บุคลากรสายสนับสนุน			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกาศ ระเบียบ คำสั่ง หรือวิธีการทำงาน	4.16	.691	3.75	1.059	4.413	.000*
2. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดอบรม สัมมนา	4.11	.771	3.75	1.032	3.707	.000*
ความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆในภาพรวม	4.14	.706	3.75	1.022	4.174	.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามตำแหน่งงานมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.34 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลาการทำงาน

ความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับ สวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และ ผลประโยชน์ต่างๆ	ระยะเวลาการทำงาน	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกาศ ระเบียบ คำสั่ง หรือวิธีการ ทำงาน	ไม่เกิน 1 ปี	4.14	.378	.723 .437	1.655	.160
	1-5 ปี	4.09	.647			
	6-10 ปี	3.95	.618			
	11-15 ปี	4.04	.718			
	16 ปีขึ้นไป	4.22	.715			
2. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัด อบรม สัมมนา	ไม่เกิน 1 ปี	3.57	.535	.458 .555	.824	.511
	1-5 ปี	3.80	.950			
	6-10 ปี	3.74	.640			
	11-15 ปี	3.69	.681			
	16 ปีขึ้นไป	3.90	.714			
รวม	ไม่เกิน 1 ปี	3.86	.378	.480 .339	1.416	.228
	1-5 ปี	3.94	.668			
	6-10 ปี	3.85	.540			
	11-15 ปี	3.87	.575			
	16 ปีขึ้นไป	4.06	.556			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน ไม่มี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.35 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้านข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์การ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านเพศ

ความต้องการข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับ องค์การ	พฤติกรรมการเปิดรับ				t	p-value (2-tailed)
	เพศชาย		เพศหญิง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
การจัดกิจกรรมต่างๆ ขององค์การ เช่น NU Expo, NU Job Fair เป็นต้น	3.38	.963	3.78	.849	-4.006	.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามเพศ มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 4.36 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้านข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์การ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านอายุ

ความต้องการข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์การ	ช่วงอายุ	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
การจัดกิจกรรมต่างๆ ขององค์การ เช่น NU Expo, NU Job Fair เป็นต้น	20-30	3.80	.833	2.601	3.249	.022*
	31-40	3.69	.850			
	41-50	3.67	.903			
	>50	3.26	1.141			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามอายุ มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 4.37 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้านข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์การ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรส

ความต้องการข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์การ	สถานภาพสมรส	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. การจัดกิจกรรมต่างๆ ของ องค์การ เช่น NU Expo, NU Job Fair เป็นต้น	โสด	3.67	.900	.036	.044	.957
	สมรส	3.64	.934			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	3.68	.671			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามสถานภาพสมรส ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



ตารางที่ 4.38 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้านข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์การ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา

ความต้องการข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์การ	ระดับการศึกษา	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. การจัดกิจกรรมต่างๆ ของ องค์การ เช่น NU Expo, NU Job Fair เป็นต้น	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.53	.929			
	ปริญญาตรี	3.73	.839	1.828	2.265	.081
	ปริญญาโท	3.51	1.064	.807		
	ปริญญาเอก	3.80	.697			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามระดับการศึกษา ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.39 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้านข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์การ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านตำแหน่งงาน

ความต้องการข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์การ	พฤติกรรมกรเปิดรับ				t	p-value (2-tailed)
	บุคลากรสาย วิชาการ		บุคลากรสาย สนับสนุน			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. การจัดกิจกรรมต่างๆ ขององค์การ เช่น NU Expo, NU Job Fair เป็นต้น	3.64	.958	3.67	.883	-.332	.740

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามตำแหน่งงาน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.40 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้านข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์การ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลาการทำงาน

ความต้องการข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์การ	ระยะเวลาการทำงาน	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. การจัดกิจกรรมต่างๆ ของ องค์การ เช่น NU Expo, NU Job Fair เป็นต้น	ไม่เกิน 1 ปี	3.57	.976	6.852 1.693	4.047	.003*
	1-5 ปี	3.13	1.274			
	6-10 ปี	2.98	1.353			
	11-15 ปี	2.89	1.394			
	16 ปีขึ้นไป	2.29	1.041			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.40 พบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามระยะเวลาการทำงาน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ความผูกพันองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรแตกต่างกันตามลักษณะของประชากร

H0: ความผูกพันองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรไม่แตกต่างกันตามลักษณะของประชากร

H1: ความผูกพันองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรแตกต่างกันตามลักษณะของประชากร

ตารางที่ 4.41 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านของความต้องการพื้นฐาน จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านเพศ

ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านของ ความต้องการพื้นฐาน	พฤติกรรมเปิดรับ				t	p-value (2-tailed)
	เพศชาย		เพศหญิง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ท่านมีขอบข่ายหน้าที่การทำงานของตัวเอง ที่ชัดเจนในการทำงานที่มหาวิทยาลัย นเรศวร	4.02	.726	4.06	.636	-5.89	.556
2. มหาวิทยาลัยนเรศวรมีเครื่องมือหรือ อุปกรณ์ในการทำงานที่มีคุณภาพให้แก่ ท่าน	3.41	.836	3.91	.648	-5.564	.000*
รวม	3.72	.602	3.99	.557	-4.038	.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านของความต้องการพื้นฐาน ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามเพศ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.42 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านของความต้องการพื้นฐาน จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านอายุ

ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านของ ความต้องการพื้นฐาน	ช่วงอายุ	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. ท่านมีขอบข่ายหน้าที่การทำงานของตัวเอง ที่ชัดเจนในการทำงานที่มหาวิทยาลัย นเรศวร	20-30	4.06	.539	1.287	2.971	.032*
	31-40	3.95	.693			
	41-50	4.13	.667	.433		
	>50	4.26	.677			
2. ท่านมีขอบข่ายหน้าที่การทำงานของตัวเอง ที่ชัดเจนในการทำงานที่มหาวิทยาลัย นเรศวร	20-30	3.72	.705	.321	.578	.630
	31-40	3.72	.812			
	41-50	3.80	.633	.556		
	>50	3.87	.767			

ตารางที่ 4.42 (ต่อ)

ความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านของความต้องการพื้นฐาน	ช่วงอายุ	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
	20-30	3.89	.499	.700	2.074	.103
	31-40	3.84	.652			
รวม	41-50	3.97	.502	.338		
	>50	4.06	.564			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.42 พบว่า ความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านของความต้องการพื้นฐาน ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่มีความแตกต่างกันตามอายุของบุคลากรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.43 เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านของความต้องการพื้นฐาน จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรส

ความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านของความต้องการพื้นฐาน	สถานภาพสมรส	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. ท่านมีขอบข่ายหน้าที่การทำงานของตัวเองที่ชัดเจนในการทำงานที่มหาวิทยาลัยนเรศวร	โสด	3.97	.716	1.454 .435	3.346	.036*
	สมรส	4.15	.596			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	4.00	.577			
2. ท่านมีขอบข่ายหน้าที่การทำงานของตัวเองที่ชัดเจนในการทำงานที่มหาวิทยาลัยนเรศวร	โสด	3.67	.715	1.709 .548	3.118	.045*
	สมรส	3.87	.794			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	3.74	.452			
รวม	โสด	3.82	.609	1.577 .334	4.724	.009*
	สมรส	4.01	.562			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	3.87	.327			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.43 พบว่า ความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านของความต้องการพื้นฐานของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร มีความแตกต่างกันตามสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.44 เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านของความต้องการพื้นฐาน จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา

ความผูกพันองค์การของบุคลากร ในด้านของความต้องการพื้นฐาน	ระดับการศึกษา	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. ท่านมีขอบข่ายหน้าที่การทำงาน ของตัวเองที่ชัดเจนในการ ทำงานที่มหาวิทยาลัยนเรศวร	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.29	.676			
	ปริญญาตรี	4.00	.599	2.106	4.939	.002*
	ปริญญาโท	3.92	.721	.426		
	ปริญญาเอก	4.21	.627			
2. ท่านมีขอบข่ายหน้าที่การทำงาน ของตัวเองที่ชัดเจนในการ ทำงานที่มหาวิทยาลัยนเรศวร	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.03	.521			
	ปริญญาตรี	3.81	.693	1.486	2.717	.045*
	ปริญญาโท	3.65	.780	.547		
	ปริญญาเอก	3.72	.825			
รวม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.16	.488			
	ปริญญาตรี	3.91	.567	1.387	4.180	.006*
	ปริญญาโท	3.79	.617	.332		
	ปริญญาเอก	3.96	.563			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.44 พบว่า ความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านของความต้องการพื้นฐานของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร มีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.45 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านของความต้องการพื้นฐาน
จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านตำแหน่งงาน

ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านของ ความต้องการพื้นฐาน	พฤติกรรมกรเปิดรับ				t	p-value (2-tailed)
	บุคลากรสาย วิชาการ		บุคลากรสาย สนับสนุน			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ท่านมีขอบข่ายหน้าที่การทำงานของตัวเองที่ ชัดเจนในการทำงานที่มหาวิทยาลัยนเรศวร	4.20	.605	3.98	.679	2.945	.003*
2. ท่านมีขอบข่ายหน้าที่การทำงานของตัวเองที่ ชัดเจนในการทำงานที่มหาวิทยาลัยนเรศวร	3.58	.843	3.84	.679	-2.952	.004*
รวม	3.89	.534	3.91	.606	-.353	.004*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.45 พบว่า ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านของความต้องการพื้นฐานของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร มีความแตกต่างกันตามตำแหน่งงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.46 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านของความต้องการพื้นฐาน
จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลาในการทำงาน

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์	ระยะเวลาการทำงาน	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. ท่านมีขอบข่ายหน้าที่การทำงาน ของตัวเองที่ชัดเจนในการ ทำงานที่มหาวิทยาลัยนเรศวร	ไม่เกิน 1 ปี	4.14	.378	.723 .437	1.655	.160
	1-5 ปี	4.09	.647			
	6-10 ปี	3.95	.618			
	11-15 ปี	4.04	.718			
	16 ปีขึ้นไป	4.22	.715			
2. ท่านมีขอบข่ายหน้าที่การทำงาน ของตัวเองที่ชัดเจนในการ ทำงานที่มหาวิทยาลัยนเรศวร	ไม่เกิน 1 ปี	3.57	.535	.458 .555	.824	.511
	1-5 ปี	3.80	.950			
	6-10 ปี	3.74	.640			
	11-15 ปี	3.69	.681			
	16 ปีขึ้นไป	3.90	.714			

ตารางที่ 4.46 (ต่อ)

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์	ระยะเวลาการทำงาน	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
	ไม่เกิน 1 ปี	3.86	.378			
	1-5 ปี	3.94	.668			
รวม	6-10 ปี	3.85	.540	.480	1.416	.228
	11-15 ปี	3.87	.575	.339		
	16 ปีขึ้นไป	4.06	.556			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.46 พบว่า ความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านของความต้องการพื้นฐาน ของบุคลากรมหาวิทยาลัยรัตนนคร ไม่มีความแตกต่างกันตามระยะเวลาการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.47 เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านเพศ

ความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร	พฤติกรรมกรเปิดรับ				t	p-value (2-tailed)
	เพศชาย		เพศหญิง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ท่านได้มีโอกาสทำงานที่ท่านคิดว่าถนัด และท่านทำได้ดีที่สุดในทุกวัน	3.80	.796	3.91	.717	-1.234	.219
2. ในหนึ่งสัปดาห์ที่ผ่านมาท่านได้รับคำชมเชยในผลการทำงานว่าเป็นผลงานที่ดี	3.14	.879	3.36	.922	-2.211	.028*
3. ท่านได้รับการดูแลเอาใจใส่ คอยช่วยเหลือจากหัวหน้าหรือผู้ร่วมงาน	3.64	.912	3.77	.794	-1.340	.182
4. ท่านได้รับการสนับสนุนให้ได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่มความก้าวหน้าในอาชีพ	3.50	.952	3.63	.834	-1.386	.166
ความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหารในภาพรวม	3.52	.737	3.67	.696	-1.874	.062

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.47 พบว่า ความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหารของบุคลากรมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ไม่มีความแตกต่างกันตามเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.48 เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านอายุ

ความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร	ช่วงอายุ	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. ท่านได้มีโอกาสทำงานที่ท่านคิดว่าถนัดและท่านทำได้ดีที่สุดในทุกวัน	20-30	3.78	.591	.586	1.065	.364
	31-40	3.85	.855			
	41-50	3.95	.635			
	>50	4.00	.688			
2. ในหนึ่งสัปดาห์ที่ผ่านมาท่านได้รับคำชมเชยในผลการทำงานว่าเป็นผลงานที่ดี	20-30	3.23	.894	1.750	2.114	.098
	31-40	3.21	.993			
	41-50	3.36	.820			
	>50	3.59	.751			
3. ท่านได้รับการดูแลเอาใจใส่ คอยช่วยเหลือจากหัวหน้าหรือผู้ร่วมงาน	20-30	3.74	.741	1.255	1.821	.143
	31-40	3.63	.927			
	41-50	3.88	.709			
	>50	3.79	.801			
4. ท่านได้รับการสนับสนุนให้ได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่มความก้าวหน้าในอาชีพ	20-30	3.46	.797	1.901	2.528	.057
	31-40	3.52	.950			
	41-50	3.71	.833			
	>50	3.85	.670			
รวม	20-30	3.55	.631	1.123	2.244	.083
	31-40	3.55	.806			
	41-50	3.72	.611			
	>50	3.81	.583			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.48 พบว่า ความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหารของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่มีความแตกต่างกันตามอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.49 เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรส

ความผูกพันองค์การของบุคลากร ในด้านการสนับสนุนจากฝ่าย บริหาร	สถานภาพสมรส	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. ท่านได้มีโอกาสทำงานที่ท่าน คิดว่าถนัดและท่านทำได้ดี ที่สุดในทุกวัน	โสด	3.78	.769	2.041 .542	3.764	.024*
	สมรส	3.99	.696			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	3.89	.737			
2. ในหนึ่งสัปดาห์ที่ผ่านมาท่าน ได้รับคำชมเชยในผลการ ทำงานว่าเป็นผลงานที่ดี	โสด	3.25	.968	1.527 .832	1.836	.161
	สมรส	3.38	.867			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	3.00	.667			
3. ท่านได้รับการดูแลเอาใจใส่ คอยช่วยเหลือจากหัวหน้าหรือ ผู้ร่วมงาน	โสด	3.66	.840	1.047 .692	1.514	.221
	สมรส	3.82	.838			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	3.68	.671			
4. ท่านได้รับการสนับสนุนให้ ได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่ม ความก้าวหน้าในอาชีพ	โสด	3.52	.904	1.110 .760	1.461	.233
	สมรส	3.65	.833			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	3.79	.855			
ความผูกพันองค์การของ บุคลากรในด้านการสนับสนุน จากฝ่ายบริหารในภาพรวม	โสด	3.55	.742	1.064 .503	2.117	.122
	สมรส	3.71	.687			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	3.59	.528			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.49 พบว่า ความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหารของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่มีความแตกต่างกันตามสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.50 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร
จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา

ความผูกพันองค์กรของบุคลากร							
ในด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร	ระดับการศึกษา	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.	
1. ท่านได้มีโอกาสดำเนินงานที่ท่านคิดว่าถนัดและท่านทำได้ดีที่สุดในทุกวัน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.18	.576				
	ปริญญาตรี	3.82	.656	1.170			
	ปริญญาโท	3.87	.846	.545	2.144	.094	
	ปริญญาเอก	3.85	.760				
2. ในหนึ่งสัปดาห์ที่ผ่านมาท่านได้รับคำชมเชยในผลการดำเนินงานว่าเป็นผลงานที่ดี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.59	.821				
	ปริญญาตรี	3.19	.857	3.465			
	ปริญญาโท	3.17	.976	.814	4.258	.006*	
	ปริญญาเอก	3.52	.896				
3. ท่านได้รับการดูแลเอาใจใส่ คอยช่วยเหลือจากหัวหน้าหรือผู้ร่วมงาน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.97	.627				
	ปริญญาตรี	3.73	.727	.815			
	ปริญญาโท	3.67	.965	.693	1.177	.318	
	ปริญญาเอก	3.74	.863				
4. ท่านได้รับการสนับสนุนให้ได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่มความก้าวหน้าในอาชีพ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.65	.691				
	ปริญญาตรี	3.49	.752	1.788			
	ปริญญาโท	3.55	1.004	.753	2.374	.070	
	ปริญญาเอก	3.80	.900				
ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหารในภาพรวม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.85	.547				
	ปริญญาตรี	3.56	.604	1.201			
	ปริญญาโท	3.56	.821	.500	2.403	.067	
	ปริญญาเอก	3.73	.747				

05. มีนัยสำคัญทางสถิติที่*

จากตารางที่ 4.50 พบว่า พบว่า ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหารของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่มีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.51 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร
จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านตำแหน่งงาน

ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านการ สนับสนุนจากฝ่ายบริหาร	พฤติกรรมกรเปิดรับ				t	p-value (2-tailed)
	บุคลากรสาย วิชาการ		บุคลากรสาย สนับสนุน			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ท่านได้มีโอกาสทำงานที่ท่านคิดว่าถนัดและ ท่านทำได้ดีที่สุดในทุกวัน	3.95	.786	3.84	.720	1.261	.208
2. ในหนึ่งสัปดาห์ที่ผ่านมาท่านได้รับคำชมเชย ในผลการทำงานว่าเป็นผลงานที่ดี	3.47	.906	3.21	.908	2.579	.010*
3. ท่านได้รับการดูแลเอาใจใส่ คอยช่วยเหลือ จากหัวหน้าหรือผู้ร่วมงาน	3.77	.932	3.72	.783	.570	.569
4. ท่านได้รับการสนับสนุนให้ได้รับการพัฒนา เพื่อเพิ่มความก้าวหน้าในอาชีพ	3.78	1.010	3.50	.788	2.828	.005*
ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านการ สนับสนุนจากฝ่ายบริหารในภาพรวม	3.74	.801	3.57	.659	2.189	.029*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.51 พบว่า ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านการสนับสนุนจาก
ฝ่ายบริหารของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร มีความแตกต่างกันตามตำแหน่งงานอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.52 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร
จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลาการทำงาน

ความผูกพันองค์กรของบุคลากร ในด้านการสนับสนุนจากฝ่าย บริหาร		ระยะเวลาการทำงาน	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. ท่านได้มีโอกาสทำงานที่ท่าน คิดว่าถนัดและท่านทำได้ดีที่สุด ในทุกวัน	ไม่เกิน 1 ปี	3.57	.787				
	1-5 ปี	3.93	.804	.499			
	6-10 ปี	3.87	.673	.551	.905	.461	
	11-15 ปี	3.80	.767				
	16 ปีขึ้นไป	3.98	.750				
2. ในหนึ่งสัปดาห์ที่ผ่านมาท่านได้ รับคำชมเชยในผลการทำงานว่า เป็นผลงานที่ดี	ไม่เกิน 1 ปี	3.57	.787				
	1-5 ปี	3.38	1.012	1.096			
	6-10 ปี	3.33	.907	.833	1.316	.263	
	11-15 ปี	3.11	.854				
	16 ปีขึ้นไป	3.33	.851				
3. ท่านได้รับการดูแลเอาใจใส่ คอยช่วยเหลือจากหัวหน้าหรือ ผู้ร่วมงาน	ไม่เกิน 1 ปี	4.29	.488				
	1-5 ปี	3.68	.934	.694			
	6-10 ปี	3.77	.770	.694	1.001	.407	
	11-15 ปี	3.69	.843				
	16 ปีขึ้นไป	3.73	.811				
4. ท่านได้รับการสนับสนุนให้ ได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่ม ความก้าวหน้าในอาชีพ	ไม่เกิน 1 ปี	3.57	.535				
	1-5 ปี	3.53	.997	.471			
	6-10 ปี	3.54	.816	.765	.616	.651	
	11-15 ปี	3.64	.878				
	16 ปีขึ้นไป	3.73	.811				
รวม	ไม่เกิน 1 ปี	3.75	.479				
	1-5 ปี	3.63	.842	.178			
	6-10 ปี	3.63	.670	.509	.349	.844	
	11-15 ปี	3.56	.685				
	16 ปีขึ้นไป	3.69	.644				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.52 พบว่า ความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหารของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่มีความแตกต่างกันตามระยะเวลาการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.53 เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านสัมพันธภาพ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านเพศ

ความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้าน สัมพันธภาพ	พฤติกรรมกรเปิดรับ				t	p-value (2-tailed)
	เพศชาย		เพศหญิง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ความคิดเห็นของท่านได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน	3.47	.840	3.77	.688	-3.366	.001*
2. งานที่ท่านทำเป็นส่วนสำคัญต่อกรบรรลุพันธกิจของมหาวิทยาลัยนเรศวร	3.69	.882	3.91	.683	-2.303	.022*
3. ทั้งเพื่อนร่วมงานหรือลูกน้องของท่านต่างทำงานอย่างเต็มที่เพื่อให้ได้งานที่มีคุณภาพ	3.74	.783	3.89	.709	-1.801	.073
4. ท่านมีเพื่อนร่วมงานที่มีมิตรภาพที่ดีต่อกัน	3.86	.803	3.96	.732	-1.124	.262
ความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านสัมพันธภาพ ในภาพรวม	3.69	.704	3.89	.558	-2.578	.011*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.53 พบว่า ความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหารของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร มีความแตกต่างกันตามเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.54 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านสัมพันธภาพ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านอายุ

ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านสัมพันธภาพ	ช่วงอายุ	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. ความคิดเห็นของท่านได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน	20-30	3.68	.653	1.324	2.382	.069
	31-40	3.65	.835			
	41-50	3.61	.679			
	>50	3.97	.628			
2. งานที่ท่านทำเป็นส่วนสำคัญต่อการบรรลุพันธกิจของมหาวิทยาลัยนเรศวร	20-30	3.84	.585	1.254	2.227	.085
	31-40	3.75	.774			
	41-50	3.95	.803			
	>50	4.03	.778			
3. ทั้งเพื่อนร่วมงานหรือลูกน้องของท่านต่างทำงานอย่างเต็มที่เพื่อให้ได้งานที่มีคุณภาพ	20-30	3.81	.845	.203	.374	.772
	31-40	3.83	.703			
	41-50	3.87	.597			
	>50	3.95	.944			
4. ท่านมีเพื่อนร่วมงานที่มีมิตรภาพที่ดีต่อกัน	20-30	3.88	.777	.125	.218	.884
	31-40	3.95	.786			
	41-50	3.92	.579			
	>50	4.00	.946			
รวม	20-30	3.80	.573	.411	1.101	.349
	31-40	3.79	.669			
	41-50	3.84	.461			
	>50	3.99	.716			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.54 พบว่า ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านสัมพันธภาพของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่มีความแตกต่างกันตามอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.55 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านสัมพันธภาพ จำแนกตาม ลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรส

ความผูกพันองค์กรของบุคลากร ในด้านสัมพันธภาพ	สถานภาพสมรส	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. ความคิดเห็นของท่าน ได้รับการยอมรับจาก เพื่อนร่วมงาน	โสด	3.62	.656	.795 .561	1.418	.243
	สมรส	3.75	.839			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	3.74	.806			
2. งานที่ท่านทำเป็นส่วน สำคัญต่อการบรรลุพันธ กิจของมหาวิทยาลัย นเรศวร	โสด	3.79	.737	1.628 .563	2.892	.057
	สมรส	3.87	.770			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	4.21	.713			
3. ทั้งเพื่อนร่วมงานหรือ ลูกน้องของท่านต่าง ทำงานอย่างเต็มที่เพื่อให้ ได้งานที่มีคุณภาพ	โสด	3.80	.802	.754 .538	1.401	.248
	สมรส	3.92	.673			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	3.74	.452			
4. ท่านมีเพื่อนร่วมงานที่มี มิตรภาพที่ดีต่อกัน	โสด	3.87	.820	1.903 .562	3.385	.035*
	สมรส	3.97	.677			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	4.32	.582			
ความผูกพันองค์กรของ บุคลากรในด้านสัมพันธภาพ ในภาพรวม	โสด	3.77	.607	.816 .371	2.198	.112
	สมรส	3.88	.632			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	4.00	.391			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านสัมพันธภาพของบุคลากร มหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่มีความแตกต่างกันตามสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.56 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านสัมพันธภาพ จำแนกตาม
ลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา

ความผูกพันองค์กรของบุคลากร ในด้านสัมพันธภาพ	ระดับการศึกษา	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. ความคิดเห็นของท่าน ได้รับการยอมรับจาก เพื่อนร่วมงาน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.65	.646		1.535	.205
	ปริญญาตรี	3.67	.689	.859		
	ปริญญาโท	3.60	.743	.560		
	ปริญญาเอก	3.83	.877			
2. งานที่ท่านทำเป็นส่วน สำคัญต่อการบรรลุพันธ กิจของมหาวิทยาลัย นเรศวร	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.00	.550		.610	.609
	ปริญญาตรี	3.82	.645	.348		
	ปริญญาโท	3.81	.798	.571		
	ปริญญาเอก	3.86	.919			
3. ทั้งเพื่อนร่วมงานหรือ ลูกน้องของท่านต่าง ทำงานอย่างเต็มที่เพื่อให้ ได้งานที่มีคุณภาพ	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.03	.717		1.227	.300
	ปริญญาตรี	3.87	.706	.661		
	ปริญญาโท	3.83	.769	.538		
	ปริญญาเอก	3.75	.734			
4. ท่านมีเพื่อนร่วมงานที่มี มิตรภาพที่ดีต่อกัน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.12	.686		1.816	.144
	ปริญญาตรี	3.98	.717	1.028		
	ปริญญาโท	3.93	.828	.566		
	ปริญญาเอก	3.79	.720			
ความผูกพันองค์กรของ บุคลากรในด้านสัมพันธภาพ ในภาพรวม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.95	.518		.605	.612
	ปริญญาตรี	3.84	.550	.227		
	ปริญญาโท	3.79	.633	.375		
	ปริญญาเอก	3.81	.710			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านสัมพันธภาพของบุคลากร
มหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่มีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.57 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านสัมพันธภาพ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านตำแหน่งงาน

ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านสัมพันธภาพ	พฤติกรรมกรเปิดรับ				t	p-value (2-tailed)
	บุคลากรสายวิชาการ		บุคลากรสายสนับสนุน			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ความคิดเห็นของท่านได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน	3.80	.833	3.62	.702	2.147	.032*
2. งานที่ท่านทำเป็นส่วนสำคัญต่อการบรรลุพันธกิจของมหาวิทยาลัยนเรศวร	3.90	.855	3.82	.703	.917	.360
3. ทั้งเพื่อนร่วมงานหรือลูกน้องของท่านต่างทำงานอย่างเต็มที่เพื่อให้ได้งานที่มีคุณภาพ	3.85	.750	3.85	.729	-.022	.982
4. ท่านมีเพื่อนร่วมงานที่มีมิตรภาพที่ดีต่อกัน	3.88	.745	3.96	.759	-.942	.347
รวม	3.86	.663	3.81	.587	.640	.523

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.57 พบว่า ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านสัมพันธภาพของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่มีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.58 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านสัมพันธภาพจำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลาการทำงาน

ความผูกพันองค์กรของบุคลากร ในด้านสัมพันธภาพ	ระยะเวลาการทำงาน	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. ความคิดเห็นของท่านได้รับการ ยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน	ไม่เกิน 1 ปี	3.57	535.			
	1-5 ปี	3.60	934.	435.	.772	.544
	6-10 ปี	3.71	638.	563.		
	11-15 ปี	3.66	752.			
	16 ปีขึ้นไป	3.82	667.			
2. งานที่ท่านทำเป็นส่วนสำคัญต่อ การบรรลุพันธกิจของ มหาวิทยาลัยนเรศวร	ไม่เกิน 1 ปี	3.43	535.			
	1-5 ปี	3.78	897.	515.	.905	.461
	6-10 ปี	3.86	579.	569.		
	11-15 ปี	3.91	830.			
	16 ปีขึ้นไป	3.86	764.			
3. ทั้งเพื่อนร่วมงานหรือลูกน้อง ของท่านต่างทำงานอย่างเต็มที่ เพื่อให้ได้งานที่มีคุณภาพ	ไม่เกิน 1 ปี	3.71	756.			
	1-5 ปี	3.93	776.	313.	.577	.679
	6-10 ปี	3.85	703.	542.		
	11-15 ปี	3.80	674.			
	16 ปีขึ้นไป	3.78	848.			
4. ท่านมีเพื่อนร่วมงานที่มี มิตรภาพที่ดีต่อกัน	ไม่เกิน 1 ปี	4.86	378.			
	1-5 ปี	3.87	810.	1.800	3.239	.012*
	6-10 ปี	3.98	673.	556.		
	11-15 ปี	3.86	712.			
	16 ปีขึ้นไป	3.96	889.			
ความผูกพันองค์กรของ บุคลากรในด้านสัมพันธภาพ ในภาพรวม	ไม่เกิน 1 ปี	3.89	405.			
	1-5 ปี	3.79	765.	069.	.182	.948
	6-10 ปี	3.85	500.	377.		
	11-15 ปี	3.81	579.			
	16 ปีขึ้นไป	3.85	663.			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.58 พบว่า ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านสัมพันธภาพของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่มีความแตกต่างกันตามระยะเวลาการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.59 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านความก้าวหน้าจำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านเพศ

ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้าน ความก้าวหน้า	พฤติกรรมกรเปิดรับ				t	p-value (2-tailed)
	เพศชาย		เพศหญิง			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมามีคนทำงาน ด้วยกันพูดคุยกับท่านเกี่ยวกับ ความก้าวหน้าในงานของท่าน	3.46	.872	3.53	.890	676.-	.500
2. จากการทำงานที่ผ่านมา ท่านรู้ว่าท่านควร จะปรับปรุงสิ่งใด เพื่อช่วยให้ท่านเติบโต หรือก้าวหน้าในการทำงาน	3.76	.946	3.76	.658	-.050	.960
รวม	3.61	.843	3.64	.689	-.434	.665

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.59 พบว่า ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านความก้าวหน้าของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่มีความแตกต่างกันตามเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.60 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านความก้าวหน้าจำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านอายุ

ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้าน ความก้าวหน้า	ช่วงอายุ	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมามีคนทำงานด้วยกัน พูดคุยกับท่านเกี่ยวกับความก้าวหน้าในงานของ ท่าน	20-30	3.46	.850	2.404	3.134	.026*
	31-40	3.43	.928			
	41-50	3.52	.883			
	>50	3.90	.641			

ตารางที่ 4.60 (ต่อ)

ความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้าน ความก้าวหน้า	ช่วงอายุ	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
2. จากการทำงานที่ผ่านมา ท่านรู้ว่าท่านควรจะ ปรับปรุงสิ่งใด เพื่อช่วยให้ท่านเติบโตหรือ ก้าวหน้าในการทำงาน	20-30	3.75	.673	.680	1.193	.312
	31-40	3.69	.806			
	41-50	3.86	.673			
	>50	3.85	.844			
รวม	20-30	3.61	.647	1.178	2.182	.090
	31-40	3.56	.800			
	41-50	3.69	.695			
	>50	3.87	.676			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.60 พบว่า ความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านความก้าวหน้า
ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่มีความแตกต่างกันตามอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.61 เปรียบเทียบความผูกพันองค์การของบุคลากรในด้านความก้าวหน้าจำแนกตาม
ลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรส

ความผูกพันองค์การของบุคลากร ในด้านความก้าวหน้า	สถานภาพสมรส	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมามีคน ทำงานด้วยกันพูดคุยกับท่าน เกี่ยวกับความก้าวหน้าในงาน ของท่าน	โสด	3.45	.867	.734	.940	.391
	สมรส	3.56	.902			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	3.63	.895			
2. ในหนึ่งสัปดาห์ที่ผ่านมาท่าน ได้รับคำชมเชยในผลการ ทำงานว่าเป็นผลงานที่ดี	โสด	3.74	.708	.048	.084	.919
	สมรส	3.78	.808			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	3.79	.787			

ตารางที่ 4.61 (ต่อ)

ความผูกพันองค์กรของ บุคลากรในด้านความก้าวหน้า	สถานภาพสมรส	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
ความผูกพันองค์กรของ บุคลากรในด้านความก้าวหน้า	โสด	3.60	.702	.290	.530	.589
	สมรส	3.67	.775			
ในภาพรวม	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	3.71	.787	.546		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.61 พบว่า ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านความก้าวหน้าของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่มีความแตกต่างกันตามสถานภาพสมรส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.62 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านความก้าวหน้าจำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา

ความผูกพันองค์กรของบุคลากร ในด้านความก้าวหน้า	ระดับการศึกษา	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมามีคน ทำงานด้วยกันพูดคุยกับท่าน เกี่ยวกับความก้าวหน้าในงาน ของท่าน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.50	.663	1.588	2.051	.106
	ปริญญาตรี	3.51	.809			
	ปริญญาโท	3.38	.998			
	ปริญญาเอก	3.69	.889			
2. ในหนึ่งสัปดาห์ที่ผ่านมาท่านได้ รับคำชมเชยในผลการทำงานว่า เป็นผลงานที่ดี	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.71	.676	1.143	2.020	.111
	ปริญญาตรี	3.69	.707			
	ปริญญาโท	3.74	.803			
	ปริญญาเอก	3.94	.780			
ความผูกพันองค์กรของ บุคลากรในด้านความก้าวหน้า ในภาพรวม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.60	.613	1.186	2.197	.088
	ปริญญาตรี	3.60	.640			
	ปริญญาโท	3.56	.822			
	ปริญญาเอก	3.81	.792			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.62 พบว่า ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านความก้าวหน้าของบุคลากร มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ไม่มีความแตกต่างกันตามอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.63 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านความก้าวหน้าจำแนกตาม ลักษณะทางประชากรด้านตำแหน่งงาน

ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้าน ความก้าวหน้า	พฤติกรรมกรเปิดรับ				t	p-value (2-tailed)
	บุคลากรสาย วิชาการ		บุคลากรสาย สนับสนุน			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมามีคนทำงาน ด้วยกันพูดคุยกับท่านเกี่ยวกับความก้าวหน้า ในงานของท่าน	3.65	.903	3.44	.868	2.128	.034*
2. ในหนึ่งสัปดาห์ที่ผ่านมาท่านได้รับคำชมเชย ในผลการทำงานว่าเป็นผลงานที่ดี	3.95	.753	3.67	.742	3.297	.001*
ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้าน ความก้าวหน้าในภาพรวม	3.80	.780	3.56	.706	2.972	.003*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.63 พบว่า ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านความก้าวหน้าของบุคลากร มหาวิทยาลัยนครสวรรค์มีความแตกต่างกันตามตำแหน่งงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.64 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านความก้าวหน้าจำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลาการทำงาน

ความผูกพันองค์กรของบุคลากร ในด้านความก้าวหน้า	ระยะเวลาการทำงาน	\bar{X}	S.D.	MS	F	Sig.
1. ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมามีคนที่ ทำงานด้วยกันพูดคุยกับท่าน เกี่ยวกับความก้าวหน้าในงาน ของท่าน	ไม่เกิน 1 ปี	4.00	.577			
	1-5 ปี	3.51	.974	.948		
	6-10 ปี	3.50	.748	.779	1.218	.303
	11-15 ปี	3.40	.981			
	16 ปีขึ้นไป	3.65	.879			
2. ในหนึ่งสัปดาห์ที่ผ่านมาท่านได้ รับคำชมเชยในผลการทำงานว่า เป็นผลงานที่ดี	ไม่เกิน 1 ปี	3.86	.378			
	1-5 ปี	3.69	.907	.490		
	6-10 ปี	3.71	.650	.572	.857	.490
	11-15 ปี	3.86	.728			
	16 ปีขึ้นไป	3.84	.800			
ความผูกพันองค์กรของ บุคลากรในด้านความก้าวหน้า ในภาพรวม	ไม่เกิน 1 ปี	3.93	.345			
	1-5 ปี	3.60	.897	.361		
	6-10 ปี	3.60	.591	.547	.659	.621
	11-15 ปี	3.63	.759			
	16 ปีขึ้นไป	3.74	.778			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.64 พบว่า ความผูกพันองค์กรของบุคลากรในด้านความก้าวหน้าของบุคลากรมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ไม่มีความแตกต่างกันตามระยะเวลาการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.65 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรโดยรวมทุกด้านของบุคลากร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านเพศ

เพศ	ความผูกพันองค์กร		t	p-value (2-tailed)
	\bar{X}	S.D.		
1. ชาย	3.82	.638	1.89	.060
2. หญิง	3.70	.533		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.65 พบว่า ความผูกพันองค์กร โดยรวมทุกด้านของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรจำแนกตามเพศ ไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.66 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรโดยรวมทุกด้านของบุคลากร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านอายุ

อายุ	ความผูกพันองค์กร		MS	F	Sig
	\bar{X}	S.D.			
1. 20-30	3.70	.497	.744	2.325	.075
2. 31-40	3.68	.647			
3. 41-50	3.80	.436	.320		
4. >50	3.92	.573			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.66 พบว่า ความผูกพันองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรจำแนกตามอายุไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.67 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรโดยรวมทุกด้านของบุคลากร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	ความผูกพันองค์กร		MS	F	Sig
	\bar{X}	S.D.			
1. โสด	3.68	.568	.786	2.451	.088
2. สมรส	3.81	.581	.321		
3. หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	3.79	.395			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.67 พบว่า ความผูกพันองค์กรโดยรวมทุกด้านของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามสถานภาพสมรส ไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.68 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรโดยรวมทุกด้านของบุคลากร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ความผูกพันองค์กร		MS	F	Sig
	\bar{X}	S.D.			
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.89	.403	.577	1.795	.148
2. ปริญญาตรี	3.72	.486			
3. ปริญญาโท	3.68	.617	.321		
4. ปริญญาเอก	3.81	.666			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.67 พบว่า ความผูกพันองค์กรโดยรวมทุกด้านของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามสถานภาพสมรส ไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.68 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรโดยรวมทุกด้านของบุคลากร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา

ตารางที่ 4.69 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรโดยรวมทุกด้านของบุคลากร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	ความผูกพันองค์กร		t	p-value (2-tailed)
	\bar{X}	S.D.		
1. บุคลากรสายวิชาการ	3.82	.638	1.89	.060
2. บุคลากรสายสนับสนุน	3.70	.533		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.69 พบว่า ความผูกพันองค์กรโดยรวมทุกด้านของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามตำแหน่งงาน ไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.70 เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรโดยรวมทุกด้านของบุคลากร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลาการทำงาน

ระยะเวลาการทำงาน	ความผูกพันองค์กร		MS	F	Sig
	\bar{X}	S.D.			
1. ไม่เกิน 1 ปี	3.85	.338	.121	.372	.829
2. 1-5 ปี	3.73	.717	.326		
3. 6-10 ปี	3.73	.485			
4. 11-15 ปี	3.70	.542			
5. 16 ปีขึ้นไป	3.82	.554			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.70 พบว่า ความผูกพันองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามระยะเวลาการทำงาน ไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า ความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร โดยรวมทุกด้าน ไม่มีความแตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์การ มีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์การ

H0: การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์การ ไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์การ

H1: การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์การมีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์การ

ตารางที่ 4.71 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์การ

ประเภทสื่อ	ความผูกพันองค์การ				
	ด้านความต้องการพื้นฐาน	ด้านการสนับสนุนทางการบริหาร	ด้านสัมพันธ์ภาพ	ด้านความก้าวหน้าในงาน	ด้านความผูกพันรวม
โปสเตอร์	.120*	.148**	.054	.014	.104*
	.021	.005	.305	.784	.045
แผ่นพับ	.088	.171**	.089	.004	.119*
	.091	.001	.089	.935	.022
ป้ายไวเนล	.029	.135**	.045	.014	.080
	.574	.010	.390	.784	.124
ป้ายไฟวิ่งอิเล็กทรอนิกส์	.033	.098	.009	.017	.054
	.531	.060	.859	.740	.306
จอ LED ขนาดใหญ่	.091	.173**	.121*	.133*	.160**
	.083	.001	.020	.011	.002
เว็บไซต์มหาวิทยาลัยนเรศวร	.051	.008	.020	.020	.024
	.327	.881	.707	.696	.653
Facebook มหาวิทยาลัยนเรศวร	.116*	.159**	.054	.090	.125*
	.027	.002	.305	.086	.017

ตารางที่ 4.71 (ต่อ)

ประเภทสื่อ	ความผูกพันองค์กร				
	ด้านความต้องการพื้นฐาน	ด้านการสนับสนุนทางการบริหาร	ด้านสัมพันธภาพ	ด้านความก้าวหน้าในงาน	ด้านความผูกพันรวม
Facebook งานประชาสัมพันธ์	.115*	.214**	.066	.104*	.155**
วารสารออนไลน์ (Issuu.com/naresuanpr)	.028	.000	.204	.047	.003
E-Mail	.124*	.229**	.116*	.099	.180**
E-Document	.018	.000	.027	.057	.001
เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	.089	.188**	.141**	.207**	.189**
	.089	.000	.007	.000	.000
	.133*	.182**	.124*	.153**	.176**
	.011	.000	.017	.003	.001
	.168**	.139**	.088	.068	.133*
	.001	.008	.094	.196	.011
การเปิดรับรวม	.147**	.235**	.118*	.119*	.191**
	.005	.000	.024	.023	.000

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01, *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.71 พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กร ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร โดยรวมมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับน้อย โดยสื่อที่มีระดับความสัมพันธ์มากที่สุด คือ E-Mail อยู่ที่ระดับ .19 รองลงมา วารสารออนไลน์ (Issuu.com/naresuanpr), E-Document อยู่ที่ระดับ .18 Facebook:งานประชาสัมพันธ์ จอ Led ขนาดใหญ่ อยู่ที่ระดับ .16 Facebook: มหาวิทยาลัยนเรศวร เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ อยู่ที่ระดับ .13 แผ่นพับ อยู่ที่ระดับ .12 ไปสเตอร์อยู่ที่ระดับ .10 ป้ายไวเนล อยู่ที่ระดับ .08 ป้ายไฟวิ่งอิเล็กทรอนิกส์ อยู่ที่ระดับ .05 และเว็บไซต์มหาวิทยาลัยนเรศวร อยู่ที่ระดับ .02 ตามลำดับ ทั้งนี้สามารถสรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กร แต่มีความสัมพันธ์ในระดับที่น้อย ซึ่งก็คือ ได้มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับ ความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ภายในและความผูกพันที่มีต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร” สามารถนำเสนอข้อมูลการวิจัยตามลำดับได้ดังนี้

1. สรุปการวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับ ความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ภายในและความผูกพันที่มีต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในขององค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร
2. ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร
3. ความผูกพันขององค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร
4. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในและความผูกพันขององค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

1.2 วิธีการดำเนินวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับ ความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ภายในและความผูกพันที่มีต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ บุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยนเรศวร จำนวน 367 คน จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ T-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวน

(Analysis of Variance: ANOVA) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.3 ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ เป็นเพศหญิง 256 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 และเพศชาย 111 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากที่สุด มีอายุระหว่าง 31-40 ปี 167 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมา อายุ 41-50 ปี 98 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 อายุ 20-30 ปี 69 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 อายุ 50 ปีขึ้นไป 33 คน คิดเป็นร้อยละ 9 ส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด 188 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมา สมรส 160 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 ระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี 135 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 ปริญญาโท 117 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 ปริญญาเอก 81 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี 34 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 เป็นบุคลากรสายสนับสนุน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 68.1 และบุคลากรสายวิชาการ 117 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 มีระยะเวลาในการทำงานมากที่สุดอยู่ในช่วง 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมา 11-15 ปี และ 1-5 ปี จำนวนเท่ากันคือ 90 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 16 ปี ขึ้นไป 49 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 และไม่เกิน 1 ปี 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามประเภทของสื่อ

ผลการศึกษา บุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ มีการเปิดรับผ่านช่องทาง เว็บไซต์มหาวิทยาลัยนเรศวรมากที่สุด ค่าเฉลี่ย = 3.72 รองลงมา จอ LED ขนาดใหญ่ ค่าเฉลี่ย = 3.35 E-Document ค่าเฉลี่ย = 3.20 E-Mail ค่าเฉลี่ย = 3.14 ป้ายไวเนล ค่าเฉลี่ย = 3.01 โปสเตอร์ ค่าเฉลี่ย = 2.92 ป้ายไฟวิ่งอิเล็กทรอนิกส์ ค่าเฉลี่ย = 2.89 เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย = 2.73 Facebook:มหาวิทยาลัยนเรศวร ค่าเฉลี่ย = 2.64 Facebook:งานประชาสัมพันธ์ ค่าเฉลี่ย = 2.33 แผ่นพับ ค่าเฉลี่ย = 2.29 issuu.com/naresuanpr ค่าเฉลี่ย = 2.05 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ความต้องการข้อมูลข่าวสารแต่ละด้านของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

1. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน

ผลการศึกษา กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงานอยู่ในระดับ ต้องการมาก เมื่อเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ มีความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกาศ ระเบียบ คำสั่ง หรือวิธีการทำงาน มากที่สุด ค่าเฉลี่ย = 3.82 รองลงมา ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดอบรมสัมมนา ค่าเฉลี่ย = 3.79 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเคลื่อนไหว

ของมหาวิทยาลัยนเรศวร ค่าเฉลี่ย = 3.68 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับขั้นตอนการทำงานต่างๆ เช่น การสอนการใช้งาน โปรแกรมต่างๆ ที่ใช้ในการทำงาน ค่าเฉลี่ย = 3.64 ข่าวสารเกี่ยวกับกระบวนการทำงาน หรือ แผนงานประจำปี ค่าเฉลี่ย = 3.60 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานวิจัยของมหาวิทยาลัยนเรศวร ค่าเฉลี่ย = 3.56 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงสร้างผู้บริหาร ค่าเฉลี่ย = 3.51 และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความมั่นคงองค์กร ได้แก่ สถิติการเข้า-ออก ของพนักงาน รายงานประจำปี ค่าเฉลี่ย = 3.26 ตามลำดับ

2. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ อยู่ในระดับต้องการมาก เมื่อเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ มีความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการและสิทธิประโยชน์มากที่สุด ค่าเฉลี่ย = 3.89 และรองลงมาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับค่าตอบแทน การเลื่อนตำแหน่ง การปรับเงินเดือน ค่าเฉลี่ย = 3.87 ตามลำดับ

3. ข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์กร

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์กร อยู่ในระดับต้องการมาก ซึ่งจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร เช่น NU Expo , NU Job Fair เป็นต้น ค่าเฉลี่ย = 3.66

ส่วนที่ 4 ความผูกพันองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง มีความผูกพันองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมากของความผูกพันองค์กรทั้งหมด 4 ด้าน โดยในแต่ละด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ความผูกพันองค์กรด้านความต้องการพื้นฐาน มีความผูกพันองค์กรมากที่สุด ค่าเฉลี่ย = 3.90 รองลงมาความผูกพันองค์กรด้านสัมพันธ์ภาพ ค่าเฉลี่ย = 3.82 ความผูกพันองค์กรด้านความก้าวหน้า ค่าเฉลี่ย = 3.63 และ ความผูกพันด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร ค่าเฉลี่ย = 3.62 ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผลการศึกษาพบว่า

สมมติฐานที่ 1 บุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ มีความแตกต่างกันตามระยะเวลาการทำงาน สำหรับตัวแปรด้านอื่นๆ พบว่าไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ดังต่อไปนี้

1.1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านเพศ

ผลการศึกษาภาพรวม ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์
ของบุคลากรในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ จำแนก
ตามลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรส สรุปได้ว่า ไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ 0.05 ผลการศึกษาจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

4) ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้าน
ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ จำแนกตามลักษณะ
ทางประชากรด้านระดับการศึกษา

ผลการศึกษาภาพรวม ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์
ของบุคลากรในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ จำแนก
ตามลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา สรุปได้ว่า ไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ 0.05 ผลการศึกษาจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

5) ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้าน
ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ จำแนกตามลักษณะทาง
ประชากรด้านตำแหน่งงาน

ผลการศึกษาภาพรวม ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์
ของบุคลากรในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ จำแนก
ตามลักษณะทางประชากรด้านตำแหน่งงาน สรุปได้ว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
ที่ 0.05 ผลการศึกษาจึงเป็นไปตามสมมติฐาน

6) ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้าน
ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ จำแนกตามลักษณะ
ทางประชากรด้านระยะเวลาการทำงาน

ผลการศึกษาภาพรวม ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์
ของบุคลากรในด้านข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ จำแนก
ตามลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลาการทำงาน สรุปได้ว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการศึกษาจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

2.3 ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้าน
ข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์การ พบว่า ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของ
บุคลากรในข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์การ มีความแตกต่างกันตามเพศ อายุ และระยะเวลา
การทำงาน สำหรับตัวแปรด้านอื่นๆ พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05 ดังต่อไปนี้

6) ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้านข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์การ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลาการทำงาน

ผลการศึกษาภาพรวม ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในด้านข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์การ จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลาการทำงาน สรุปได้ว่า มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการศึกษาจึงเป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 3 ความผูกพันองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร มีความแตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร พบว่า ความผูกพันองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่มีความแตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

3.1 ความผูกพันองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านเพศ

ผลการศึกษาภาพรวม ความผูกพันองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านเพศ สรุปได้ว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการศึกษาจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

3.2 ความผูกพันองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านอายุ

ผลการศึกษาภาพรวม ความผูกพันองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านอายุ สรุปได้ว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการศึกษาจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

3.3 ความผูกพันองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรส

ผลการศึกษาภาพรวม ความผูกพันองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรส สรุปได้ว่า ไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 ผลการศึกษาจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

3.4 ความผูกพันองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา

ผลการศึกษาภาพรวม ความผูกพันองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา สรุปได้ว่า ไม่มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการศึกษาจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

3.5 ความผูกพันองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านตำแหน่งงาน

ผลการศึกษาภาพรวม ความผูกพันองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระดับการศึกษา สรุปได้ว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการศึกษาจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

3.6 ความผูกพันองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลาการทำงาน

ผลการศึกษาภาพรวม ความผูกพันองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลาการทำงาน สรุปได้ว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการศึกษาจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร มีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กร ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง พบว่า พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กร ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร โดยรวมมีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับน้อย โดยสื่อที่มีระดับความสัมพันธ์มากที่สุด คือ E-Mail อยู่ที่ระดับ .19 รองลงมา Issuu.com/naresuanpr, E-Document อยู่ที่ระดับ .18 Facebook:งานประชาสัมพันธ์ จอ Led ขนาดใหญ่ อยู่ที่ระดับ .16 Facebook: มหาวิทยาลัยนเรศวร เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ อยู่ที่ระดับ .13 แผ่นพับ อยู่ที่ระดับ .12 โปสเตอร์ อยู่ที่ระดับ .10 ป้ายไวเนล อยู่ที่ระดับ .08 ป้ายไฟวิ่งอิเล็กทรอนิกส์อยู่ที่ระดับ .05 และเว็บไซต์มหาวิทยาลัยนเรศวร อยู่ที่ระดับ .02 ตามลำดับ ดังนั้นจึงสามารถอธิบายได้ว่าการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กร แต่มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ผลการศึกษาจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์งานวิจัยเรื่อง “การเปิดรับ ความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ภายในและความผูกพันที่มีต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร” ผู้วิจัยอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การศึกษา ดังนี้

2.1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

จากผลการศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ที่ทำงาน

ไม่เกิน 1 ปี จะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรภายใน 1 สัปดาห์มากที่สุด รองลงมาคือ ทำงาน 1-5 ปี 11-15 ปี 6-10 ปี และ 16 ปีขึ้นไป ตามลำดับ สื่อประชาสัมพันธ์ที่บุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรเปิดรับมากที่สุด คือ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยนเรศวร รองลงมา คือ จอ LED ขนาดใหญ่ E-Document E-Mail ป้ายไว้นิต โปสเตอร์ ป้ายไฟวิ่งอิเล็กทรอนิกส์ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ Facebook:มหาวิทยาลัยนเรศวร Facebook: งานประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ วารสารออนไลน์ (issuu.com/naresuanpr) ตามลำดับ การได้ข้อสรุปเช่นนี้ สืบเนื่องมาจาก มหาวิทยาลัยนเรศวร เป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร จะเห็นได้ว่า 4 อันดับแรกนั้น ได้แก่ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยนเรศวร จอ LED ขนาดใหญ่ E-Document และ E-mail เป็นสื่อออนไลน์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และประกอบกับบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยทุกคน มีคอมพิวเตอร์ใช้งานและยังสามารถใช้งาน WIFI ของมหาวิทยาลัยนเรศวร ได้เกือบทั่วทั้ง มหาวิทยาลัยนเรศวร สื่อเหล่านี้จึงได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆ ด้วยการที่สามารถใช้งานได้ สะดวกสบาย สามารถเข้าถึงข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นการรับหรือส่งข้อมูล ทำงานได้พร้อมกันเป็นจำนวนมาก รวดเร็ว และสามารถทำการสื่อสารโต้ตอบระหว่างกันได้ นอกจากนี้ สื่อเหล่านี้ผู้ใช้งาน ยังสามารถที่จะเป็นผู้กำหนดข้อมูลที่จะรับได้ด้วยตนเอง ซึ่งจะมีความสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับ สื่อใหม่ของ ชูติสันท์ เกิดวิบูลย์เวช และ อัครวิน เนตรโพธิ์แก้ว (2560, น. 8-10) ที่กล่าวว่าสื่อใหม่ คือ สื่อผสมผสาน สามารถแสดงผลได้ทั้งในรูปแบบข้อความ รูปภาพ และเสียง รวมไปถึง ภาพเคลื่อนไหว ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา การค้นหาข้อมูลข่าวสารทำได้ง่ายแต่ด้วยมหาวิทยาลัย นเรศวร เป็นองค์กรขนาดใหญ่ จึงส่งผลให้องค์กรนั้นเต็มไปด้วยบุคลากรที่มีความหลากหลาย จึง ทำให้การเปิดรับมีความหลากหลาย สื่ออื่นๆ นอกจากสื่อออนไลน์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้น ได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นพับ ป้ายไว้นิต เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ก็ยังคงมีการเปิดรับอยู่ในระดับที่มากและ ปานกลางอยู่ เนื่องจากบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ส่วนหนึ่งอายุมาก อาจจะไม่คุ้นชินกับการใช้ เทคโนโลยีเหล่านี้ หรือเป็นบุคลากรที่ไม่ได้ปฏิบัติงานที่ไม่ได้ใช้คอมพิวเตอร์ จึงทำให้พฤติกรรมการเปิดรับ เลือกที่จะรับสื่อรูปแบบเดิม ซึ่งสามารถเข้าถึงได้ง่ายไม่จำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ที่ยุ่งยาก ในการเข้าใช้งาน แต่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีสิ่งที่น่าสนใจคือ สื่อออนไลน์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ นอกจากจะมีการเปิดรับเป็นอันดับต้นๆ แต่ก็ยังเป็นสื่อที่มีการเปิดรับในอันดับท้ายๆ ซึ่ง 4 อันดับ สุดท้ายของสื่อทั้งหมด 12 อันดับ ได้แก่ Facebook: มหาวิทยาลัยนเรศวร Facebook: งานประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ และอันดับสุดท้าย Issuu.com/naresuanpr ซึ่งอธิบายได้ว่า Facebook สื่อออนไลน์ยอดนิยม ในปัจจุบัน แต่เมื่อนำมาใช้ในองค์กร บุคลากรยังคงเลือกที่จะเปิดรับสื่อที่เป็นทางการมากกว่า ได้แก่ E-Document และ E-Mail เนื่องจาก ด้วยคุณสมบัติเฉพาะของ Facebook เป็นสื่อที่รวม ระหว่างเรื่องงานและเรื่องส่วนตัวเข้าด้วยกัน หากพิจารณาเรื่องความเหมาะสมในขณะปฏิบัติงาน

และความเป็นส่วนตัวในการสื่อสาร จึงมีความเป็นไปได้ถึงสาเหตุที่บุคลากรมหาวิทยาลัยเลือกที่จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่าน E-Document และ E-Mail มากกว่า ส่วนอันดับสุดท้ายวารสารออนไลน์ (Issuu.com/naresuanpr) เนื่องจากเป็นสื่อที่ใช้งานค่อนข้างยาก การใช้งานต้องใช้อุปกรณ์ที่ค่อนข้างมีประสิทธิภาพสูง จึงจะใช้งานได้สะดวก จึงส่งผลให้บุคลากรเลือกที่จะเปิดรับน้อย ซึ่งจะสอดคล้องกับไมเคิล เบอร์กุน (1964 อ้างถึงใน วรวิทย์ ศรีทองเกิด, 2550) ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์ผู้รับสารไว้ว่า ผู้รับสารแต่ละคนมีลักษณะเฉพาะตัว เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา ลักษณะงาน ระยะเวลาการทำงาน เป็นต้น คุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร

2.2 ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรมีความต้องการข้อมูลในทุกด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ข้อมูลที่บุคลากรต้องการมากที่สุดคือ ด้านของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ รองลงมาคือ ด้านของข้อมูลการจัดกิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัยนเรศวร และสุดท้ายด้านของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน แต่เมื่อพิจารณารวมทั้ง 3 ด้านของข้อมูลข่าวสาร จะเห็นได้ว่า 5 อันดับแรกของประเภทข้อมูลที่บุคลากรต้องการมากที่สุด ได้แก่ อันดับ 1 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ อันดับ 2 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับค่าตอบแทน การเลื่อนตำแหน่ง การปรับเงินเดือน ซึ่งอยู่ในด้านของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ อันดับ 3 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกาศ ระเบียบ คำสั่ง หรือวิธีการทำงาน อันดับ 4 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดอบรมสัมมนา และอันดับ 5 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัย ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดของ มาสโลว์ (Maslow) (อ้างถึงใน ณีรัฐชуда วิจิตรจามณี, 2558, น. 64-66) ที่ได้ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ไว้ โดยขั้นแรกของความต้องการมนุษย์ คือ ความต้องการทางกายภาพ (Physiological needs) คือ สำหรับในองค์กร ความต้องการนี้ได้รับการตอบสนองจากการที่ได้รับค่าจ้างที่เพียงพอต่อการเลี้ยงชีพและสภาพการทำงานที่ไม่ทำให้ทรมาณทางกายภาพ และความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร สองอันดับแรกก็เป็นเรื่องเกี่ยวกับสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆนอกจากนี้แล้ว ความต้องการข้อมูลข่าวสารทั้ง 3 ด้าน มีความต้องการในระดับสูง ซึ่งมีความสอดคล้องกับ แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของ โฟลเล็ต (Follet อ้างถึงใน ณีรัฐชуда วิจิตรจามณี, 2558, น.64-66) ที่เห็นว่ามนุษย์ไม่ได้มีแต่แรงจูงใจทางด้านเศรษฐกิจและสังคมเท่านั้นแต่ยังต้องการความรู้สึกการมีคุณค่าในตนเองและการพัฒนาศักยภาพของตนเองด้วย

2.3 ความผูกพันองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรมีความผูกพันองค์การอยู่ในระดับมาก ในทุกๆด้าน ได้แก่ ความผูกพันองค์การด้านความต้องการพื้นฐาน ความผูกพันองค์การด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร ความผูกพันองค์การด้านสัมพันธภาพ และความผูกพันองค์การด้านความก้าวหน้า ส่งผลให้ความผูกพันองค์การโดยรวมอยู่ในระดับมาก และระดับความผูกพันองค์การ จำแนกตามลักษณะทางประชากร 2 อันดับแรกที่สูงที่สุด ได้แก่ จำแนกตามตามอายุ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.92) และจำแนกตามระยะเวลาการทำงาน อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.82) ซึ่งจะสอดคล้องกับ แนวคิด Boron (อ้างถึงใน อาบทิพย์ กรดศรีใหม่, 2556) หนึ่งในปัจจัยที่ทำให้ความผูกพันองค์การ เกิดจากลักษณะส่วนบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลที่มีอายุมาก ทำงานมานาน มีตำแหน่งที่ดี และพอใจในผลงานของตนเอง จะมีแนวโน้มที่ผูกพันองค์การในระดับที่สูง นอกจากนี้ ความผูกพันด้านความต้องการพื้นฐาน ยังอยู่ในลำดับสูงสุด ซึ่งจะสอดคล้องกับส่วนหนึ่งของแนวคิด The Gallup Organization (อ้างถึงใน ไชยพันธ์ ปัญญาศิริ, 2552) ที่ได้คิดคำถาม 12 ประการ วัดความผูกพันของพนักงาน โดยแบ่งคำถามตามลำดับขั้นของความต้องการ ซึ่งด้านแรก ซึ่งอาจจะถือได้ว่าเป็นความผูกพันขั้นแรก คือ ด้านความต้องการพื้นฐาน (Basic Need) เป็นคำถามเกี่ยวกับ ความก้าวหน้าในการทำงานและการมีวัสดุหรือเครื่องมือในการทำงานที่จำเป็นในการทำงาน

2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อและความผูกพันองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ภายใน มีผลต่อความผูกพันองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร โดยสื่อที่มีระดับความสัมพันธ์มากที่สุด คือ E-Mail เนื่องจาก ลักษณะการทำงานของ E-Mail สามารถเข้าใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา เพียงมีสมาร์ตโฟน และเป็นสื่อที่สามารถส่งถึงตัวบุคคลได้โดยตรง ประกอบกับในทุกวันนี้รูปแบบ การใช้งานของ E-Mail ได้ถูกพัฒนาไปอย่างมาก สามารถทำได้หลากหลาย นอกเหนือจากการพิมพ์ข้อความส่งถึงกัน เช่น การส่งไฟล์ขนาดใหญ่ การส่งรูปภาพ และภาพเคลื่อนไหว เป็นต้น รวมถึง E-Mail เป็นสื่อที่มีการเปิดรับภายในหนึ่งสัปดาห์อยู่ระดับมาก ซึ่งจะสอดคล้องกับ บุษบา สุธีธร(2552): น. 28-29 ที่ได้กล่าวไว้ว่า งานประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการเป็นสะพานเชื่อมโยงสื่อสารสร้างความสัมพันธ์ สร้างความเข้าใจ สร้างความรู้สึกร่วมในการเป็นส่วนหนึ่งขององค์การร่วมกัน ตลอดจนสร้างค่านิยมร่วมเพื่อเป้าหมายความสำเร็จขององค์การร่วมกัน องค์การที่มีการประชาสัมพันธ์ภายในที่มีประสิทธิภาพจะช่วยหล่อหลอมให้พนักงานมีความเป็นหนึ่งเดียวกันและมีความผูกพันระหว่างองค์การนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับหลักการการประชาสัมพันธ์ของวิรัช ลภีรัตนกุล (2553):

น. 145-150 คือ ในเรื่องการบอกกล่าวหรือชี้แจงให้ทราบ เพราะการบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนรับทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงาน และผลงาน ตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์การให้กลุ่มประชาชนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องรับทราบ ซึ่งนับว่าเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจในตัวขององค์การ ทำให้องค์การเป็นที่รู้จัก เข้าใจ และเลื่อมใส การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องรับทราบและเข้าใจนั้น เป็นสิ่งที่จะเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อองค์การในด้านการได้รับความร่วมมือและสนับสนุน เพราะ เมื่อได้รับการเข้าใจที่ถ่องแท้แล้ว ประชาชนย่อมมีความเลื่อมใส ศรัทธาและให้ความร่วมมือด้วย

3. ข้อเสนอแนะ

จากการสรุปผลการวิจัยและการอภิปรายข้างต้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

3.1.1 เนื่องจากบุคลากรมีการเปิดรับสื่อที่เป็นสื่อออนไลน์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในอันดับต้นๆ ดังนั้น ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ควรมีการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับสื่อแต่ละประเภทให้สอดคล้องกับรูปแบบการใช้งานของสื่อแต่ละประเภท และศึกษาลักษณะการใช้งานของบุคลากร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการสื่อสาร

3.1.2 จากการศึกษา ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ ควรมีการวางแผนการนำเสนอเสนอข้อมูลให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของบุคลากร เพื่อกระตุ้นให้มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่มากขึ้นของบุคลากร

3.1.3 จากผลการศึกษา ความผูกพันองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยความผูกพันด้านความต้องการพื้นฐาน เป็นด้านที่มากที่สุด ดังนั้นผู้บริหาร ควรมีการวางแผนเพื่อพัฒนา การกำหนดหน้าที่ของบุคลากรให้เหมาะสมกับการทำงาน และสนับสนุนเครื่องมือการทำงานที่ทันสมัยและเพียงพอต่อการใช้งาน สำหรับความผูกพันด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร ถึงแม้จะอยู่ในระดับสูง แต่เมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น ถือได้ว่ามีคะแนนเฉลี่ยน้อยกว่าด้านอื่น ดังนั้นผู้บริหาร ควรตระหนักและสร้างขวัญกำลังใจในการทำงาน เพิ่มโอกาสในการก้าวหน้า เพื่อให้เกิดเป็นผูกพันต่อองค์กรที่ดียิ่งขึ้น

3.1.4 จากผลการศึกษา พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน มีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์กร ผู้บริหารควรให้ความสำคัญและส่งเสริมนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์

เพื่อให้การดำเนินการขององค์กรเกิดประสิทธิภาพสูงสุด และนักประชาสัมพันธ์ต้องมีการศึกษาความต้องการและรูปแบบการนำเสนออยู่ตลอดเวลา เพื่อนำไปพัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ สร้างความเข้าใจและทัศนคติที่ดีให้เกิดแก่องค์กร

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อรับรู้ถึงความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านต่างของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร การทำวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับ ความต้องการข้อมูลข่าวสารประเภทต่างๆ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ให้เกิด ประโยชน์ได้มากยิ่งขึ้น

3.2.2 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งจะศึกษาในส่วนของความถี่ในการเปิดรับการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเชิงคุณภาพ มีการสัมภาษณ์ถึงลักษณะการใช้งานสื่อประเภทต่างๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียด และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มากยิ่งขึ้น





บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัย

สกลนครราชภัฏ

บรรณานุกรม

- กานต์มณี แสงศรีจิราภักดิ์. (2550). การสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ชุตินันท์ เกิดวิบูลย์เวช และ อัสวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2560). ทฤษฎีนวัตกรรมการสื่อสารและสื่อใหม่, ใน *ประมวลสาระวิชาทฤษฎีการสื่อสาร* (หน่วยที่ 14 น. 8-9). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ไชยนันท์ ปัญญาศิริ. (2552). *ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กร* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สมาธรรม.
- ณัฐชยา แสงศิริ. (2555). *ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสังกัดสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยนเรศวร*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- ณัฐชฎา วิจิตรจาเมธี. (2558). *การสื่อสารในองค์กร* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธเนศวรรัตน์ ยี่มประเสริฐ. (2553). *ความต้องการด้านการสื่อสารภายในองค์กรของผู้บริหารระดับกลาง กรณีศึกษา บริษัท บุญรอดเทรดดิ้ง จำกัด*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์ (2556). *การประชาสัมพันธ์อย่างไรให้โดนใจผู้รับ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ บัลดส์ ทู ยู.
- ณัฐรี สุนทรชัยบุรณ์. (2555). *แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร กรณีศึกษา:บุคลากรสายสนับสนุน สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยนเรศวร* (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- นุชศรา รัมมะเพียร. (2550). *ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานคุมประพฤติ สังกัดสำนักงานคุมประพฤติ ภาค 1* (การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

- นัฏฐรี สุนทรชัยบุรณ์. (2555). *แรงจูงใจที่มีผลต่อความผูกพันองค์กร กรณีศึกษาบุคลากรสายสนับสนุน สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยนเรศวร*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- พัทธนันท์ เต็ดแก้ว. (2552). *การเปิดรับทัศนคติและพฤติกรรมของประชาชนในจังหวัดพิษณุโลก จากการสื่อสารการตลาด*. มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- พิมพ์นิษา เลียงบุญเลิศชัย. (2555). *ช่องทางการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพของบริษัทไอเอสเอส เรส โซลูชั่น จำกัด*. (การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพมหานคร.
- พิทักษ์ คิวสร้อย. (2553). *ปัจจัยด้านการบริหารงานที่มีผลต่อความยึดมั่นผูกพันต่อองค์กรของลูกจ้างชั่วคราวโรงพยาบาลมหาสารคาม*. (การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- บุษบา สุธีธร. (2551). *กลุ่มประชาชนและเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์, เอกสารการสอนชุดวิชาหลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (หน่วยที่ 11 น. 29-30)*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ประคัลภ์ ปิ่นทพหลังกูร. (2558). *สัญญาณบอกเหตุ พนักงานไม่ผูกพันกับองค์กร*. ค้นเมื่อวันที่ 20 มกราคม 2559. จาก <https://goo.gl/Jqhzcd>.
- เมธาวี กัลยานนท์. (2553). *การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในและความต้องการข้อมูลข่าวสารของพนักงานบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)*. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลวารสารศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ภัสวาลี นิตเกษตรสุนทร. (2552). *พฤติกรรมการสื่อสาร, ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร (หน่วยที่ 2 น. 11-13)*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ภูมิพัฒน์ ลักษณะกุลมาศ. (2550). *ความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา พนักงานธนาคาร ชนชาติ (มหาชน) ในกรุงเทพและเขตปริมณฑล (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์)*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- รชชงพร โกมลเสวิน. (2553). *อิทธิพลของการประชาสัมพันธ์ต่อองค์กร*. ใน *ประมวลสาระวิชาหลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (หน่วยที่ 3 น. 21-25)*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

- รชชงพร โกมลเสวิน. (2557). ทฤษฎีการสื่อสารองค์การ. ใน ประมวลสาระวิชาปรัชญา
นิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร. (หน่วยที่ 11 หน้า 24). นนทบุรี:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- รุ่งนภา พิตรปรีชา. (2556). *พลังแห่งการประชาสัมพันธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 1).
กรุงเทพมหานคร: บริษัท 21 เซ็นจูรี่ จำกัด.
- รจิตพร ผลพัฒน์. (2553). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานธนาคารนคร
หลวงไทย จำกัด (มหาชน) สังกัดสำนักงานเขต 19.* (การค้นคว้าอิสระปริญญา
บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- วิรัช ฤทธิรัตนกุล (2553). *การประชาสัมพันธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รววิทย์ ศรีทองเกิด. (2550). *การเปิดรับการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาและ
บุคลากร มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น.* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต
ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี.
- ศรีสุดา ธรรมบำรุง. (2556). *กลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ การสร้างและรักษาชื่อเสียงองค์กร สำหรับ
การแข่งขันในเวทีโลกและประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: สมาคมประชาสัมพันธ์ไทย.*
- สายทอง สุจริยาพงศ์พร. (2561). *การสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาองค์กร.* ค้นเมื่อวันที่ 5
กรกฎาคม 2561 จาก <http://www.chumphon2.mju.ac.th>.
- เสนาะ ดิยาวัว. (2541). *การสื่อสารในองค์การ.* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี. (2555). *พฤติกรรมและการสื่อสารในองค์การ.* (พิมพ์ครั้งที่ 1).
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิรักษ์ พุกสวัสดิ์. (2556). *การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์.* กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัจฉราวรรณ อิศรางกูร ณ อยุธยา. (2552). *องค์การและสถาบัน,* ใน เอกสารการสอนชุดวิชา
หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (หน่วยที่ 10 น. 15). นนทบุรี:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- อาบทิพย์ กรดศรีใหม่. (2556). *ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อ
องค์กรของพนักงานบริษัทบริการรับเหมาแรงงานแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร*
(วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์).
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.



ภาคผนวก

แบบสอบถาม

การเปิดรับสื่อ ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในและความผูกพันต่อองค์กร ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย เพื่อการนักศึกษาหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช โดยแบบสอบถามนี้ต้องการทราบถึง
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์และความผูกพันต่อองค์กร
ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

ดังนั้นจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน กรุณาตอบแบบสอบถามให้สมบูรณ์ ข้อมูลทั้งหมด
ที่ท่านตอบมาจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ และจะไม่มีผลกระทบต่อท่าน ผู้วิจัย
ขอขอบคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

คำชี้แจง: โปรดกาเครื่องหมาย ลงในช่องที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมที่สุดและให้ข้อเสนอแนะใน
ส่วนที่เกี่ยวข้องจากแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถาม แบบตรวจสอบรายการสอบถามข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

- () ชาย () หญิง

2. อายุ

- () 20 – 30 ปี () 31 – 40 ปี
() 41 – 50 ปี () 50 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

- () โสด () สมรส
() หย่าร้าง, หม้าย, แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

- () ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี
() ปริญญาโท () ปริญญาเอก

5. ตำแหน่งงาน

- () บุคลากรสายวิชาการ (สาย ก.)
- () บุคลากรสายสนับสนุน (สาย ข.)

6. ระยะเวลาในการทำงาน

- () ไม่เกิน 1 ปี
- () 1 – 5 ปี
- () 6 – 10 ปี
- () 11 - 15 ปี
- () 16 ปี ขึ้นไป



ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

ในสัปดาห์ที่ผ่านมาท่านได้รับ ข้อมูลผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ ภายในดังต่อไปนี้ในระดับใด	ระดับการได้รับข้อมูล					
	มากที่สุด 5 ครั้ง ขึ้นไป/ สัปดาห์	มาก 4 ครั้ง/ สัปดาห์	ปานกลาง 3 ครั้งสัปดาห์/	น้อย 2 ครั้ง/ สัปดาห์	น้อย ที่สุด 1 ครั้ง/ สัปดาห์	ไม่ได้ รับ
	5	4	3	2	1	0
สื่อสิ่งพิมพ์						
1. โปสเตอร์						
2. แผ่นพับ						
3. ป้ายไว้นิล						
สื่ออิเล็กทรอนิกส์						
4. ป้ายไฟวิ่งอิเล็กทรอนิกส์						
5. จอ LED ขนาดใหญ่ (LED Monitor)						
สื่อออนไลน์						
6. เว็บไซต์มหาวิทยาลัย นเรศวร(www.nu.ac.th)						
7. Facebook มหาวิทยาลัย นเรศวร						
8. Facebook งาน ประชาสัมพันธ์ กองกลาง						
9. Issuu.com/naresuanpr						
10. e-Mail						
11. ระบบเอกสาร อิเล็กทรอนิกส์ (e-Document)						
สื่อบุคคล						
12. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์						

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความต้องการข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

ท่านต้องการทราบข้อมูลข่าวสาร ของมหาวิทยาลัยนเรศวรแต่ละด้านในระดับใด	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน					
1. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประกาศ ระเบียบ คำสั่ง หรือวิธีการทำงาน					
2. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดอบรม สัมมนา					
3. ข่าวสารเกี่ยวกับกระบวนการทำงาน หรือ แผนงานประจำปี					
4. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของ มหาวิทยาลัยนเรศวร					
5. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงสร้างผู้บริหาร					
6. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงานวิจัยของมหาวิทยาลัย นเรศวร					
7. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความมั่นคงองค์กร ได้แก่ สถิติการเข้า-ออก ของพนักงาน รายงาน ประจำปี					
8. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับขั้นตอนการทำงานต่างๆ เช่น การสอนการใช้งาน โปรแกรมต่างๆ ที่ใช้ในการ ทำงาน					
ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่างๆ					
9. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ และสิทธิ ประโยชน์					
10. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับค่าตอบแทน การเลื่อน ตำแหน่ง การปรับเงินเดือน					
ข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆ เกี่ยวกับองค์กร					
11. การจัดกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร เช่น NU Expo, NU Job Fair เป็นต้น					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร

ความผูกพันต่อองค์กร	ระดับความเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ด้านความต้องการพื้นฐาน					
1. ท่านมีขอบข่ายหน้าที่การทำงานของตัวเองที่ชัดเจนในการทำงานที่มหาวิทยาลัยนเรศวร					
2. มหาวิทยาลัยนเรศวรมีเครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการทำงานที่มีคุณภาพให้แก่ท่าน					
ด้านการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร					
3. ท่านได้มีโอกาสทำงานที่ท่านคิดว่าถนัดและท่านทำได้ดีที่สุดในทุกวัน					
4. ในหนึ่งสัปดาห์ที่ผ่านมาท่านได้รับคำชมเชยในผลการทำงานว่าเป็นผลงานที่ดี					
5. ท่านได้รับการดูแลเอาใจใส่ คอยช่วยเหลือจากหัวหน้าหรือผู้ร่วมงาน					
6. ท่านได้รับการสนับสนุนให้ได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่มความก้าวหน้าในอาชีพ					
ด้านสัมพันธภาพ					
7. ความคิดเห็นของท่านได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน					
8. งานที่ท่านทำเป็นส่วนสำคัญต่อการบรรลุพันธกิจของมหาวิทยาลัยนเรศวร					
9. ทั้งเพื่อนร่วมงานหรือลูกน้องของท่านต่างทำงานอย่างเต็มที่เพื่อให้ได้งานที่มีคุณภาพ					
10. ท่านมีเพื่อนร่วมงานที่มีมิตรภาพที่ดีต่อกัน					
ด้านความก้าวหน้า					
11. ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมามีคนทำงานด้วยกันพูดคุยกับท่านเกี่ยวกับความก้าวหน้าในงานของท่าน					
12. จากการทำงานที่ผ่านมา ท่านรู้ว่าท่านควรจะปรับปรุงสิ่งใด เพื่อช่วยให้ท่านเติบโตหรือก้าวหน้าในการทำงาน					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นายธิตี สิงห์คง
วัน เดือน ปี เกิด	1 พฤศจิกายน 2532
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก
ประวัติการศึกษา	นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
สถานที่ทำงาน	งานประชาสัมพันธ์ กองกลาง สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก
ตำแหน่ง	นักประชาสัมพันธ์

