

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์และความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของ บริษัท เซฟรอนประเทศไทยสำรวจและผลิต จำกัด ต่อการมีส่วนร่วมในโครงการพระดาบส” เป็นการศึกษาที่ใช้แนวการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่าง ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยจะใช้ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Sampling)

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ t-test, ANOVA และเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์โครงการพระดาบส อาทิเช่น เพศ ระดับการศึกษา รายได้
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวข้องด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท เซฟรอนประเทศไทย สำรวจและผลิต จำกัด ในภารกิจกรรมสนับสนุนโครงการพระดาบส
3. เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวข้องด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท เซฟรอนประเทศไทย สำรวจและผลิต จำกัด ในภารกิจกรรมสนับสนุนโครงการพระดาบส
4. เพื่อศึกษาถึงนโยบายองค์กรการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท เซฟรอนประเทศไทย สำรวจและผลิต จำกัด ในภารกิจกรรมสนับสนุนโครงการพระดาบส
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและ ความความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เกี่ยวข้องด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ของบริษัท เซฟรอนประเทศไทย สำรวจและผลิต จำกัด ในภารกิจกรรมสนับสนุนโครงการพระดาบส

และผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กว่าครึ่งมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท และเคยทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรมากที่สุด

จากการศึกษาพบว่า กว่าครึ่งทราบข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ในส่วนของความถี่ในการติดตามหรือรับฟังข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ พบว่ากลุ่มเคยรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจและกิจกรรมการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จำนวน 217 คน เปิดรับการประชาสัมพันธ์จากด้านสื่อสิ่งพิมพ์มากที่สุด คือ ไทยรัฐ สื่ออิเล็กทรอนิกส์มากที่สุดคือ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 รายการ ทางด้านสื่อบุคคล มากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่โครงการพระ และคน ทางด้านสื่ออื่น ๆ มากที่สุดคือ แผ่นปลิว/โปสเตอร์ ป้ายโฆษณากลางแจ้ง

การเปิดเคยรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจและกิจกรรมการรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร จำนวน 217 คน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจต่อสังคมขององค์กร ในโครงการพระดาบสด้านกิจกรรมสนับสนุนโครงการพระดาบส มากที่สุดคือ สนับสนุนโครงการพระดาบส เป็นการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างยั่งยืนให้กับผู้ด้อยโอกาส และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์โครงการพระดาบส มากที่สุดคือ กิจกรรมประชาสัมพันธ์สร้างความพึงพอใจให้กับสังคม

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า

สมมติฐานการวิจัยที่ 1

- เพศ การศึกษา รายได้ อาชีพ ที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2

- เพศที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ด้านนโยบายและองค์กร ด้านกิจกรรมสนับสนุนโครงการพระดาบส และด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์โครงการไม่แตกต่างกัน

- ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ด้านนโยบายและองค์กร แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช.มีระดับความคิดเห็นมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับอื่น ๆ

- ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ด้านกิจกรรมสนับสนุนโครงการพระดาบสแตกต่างกัน โดยผู้ที่มีการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช.มีระดับความคิดเห็นมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาอื่น ๆ

- ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ขององค์กร ด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์โครงการพระดาบสแตกต่างกัน โดยผู้ที่มีการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช.มีระดับความคิดเห็นมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาอื่น ๆ

- รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ด้านนโยบายและองค์กรแตกต่างกัน โดยผู้ที่มีรายได้เฉลี่ย 30.001 บาทขึ้นไปต่อเดือนมีระดับความคิดเห็นที่มากกว่าผู้ที่มีรายได้อื่น ๆ

- รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ด้านกิจกรรมสนับสนุนโครงการพระดาบสแตกต่างกัน โดยผู้ที่มีรายได้ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาทต่อเดือนมีระดับความคิดเห็นที่มากกว่าผู้ที่มีรายได้อื่น ๆ

- รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์โครงการไม่แตกต่างกัน

- อาชีพต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ด้านนโยบายและองค์กร ด้านกิจกรรมสนับสนุนโครงการพระดาบส และด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์โครงการไม่แตกต่างกัน

- กลุ่มตัวอย่างที่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ด้านกิจกรรมสนับสนุนโครงการพระดาบส และด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์โครงการไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 3

- ความถี่ของการเปิดรับข่าวสารด้านสื่อสิ่งพิมพ์มีความสัมพันธ์กับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านนโยบายและองค์กร ด้านกิจกรรมสนับสนุนโครงการพระดาบส และด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์โครงการพระดาบส มีการยอมรับสมมติฐาน

- ความถี่ของการเปิดรับข่าวสารด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีความสัมพันธ์กับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านนโยบายและองค์กร ด้านกิจกรรมสนับสนุนโครงการพระดาบส และด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์โครงการพระดาบส มีการยอมรับสมมติฐาน

- ความถี่ของการเปิดรับข่าวสารด้านสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านนโยบายและองค์กร ด้านกิจกรรมสนับสนุนโครงการพระดาบส และด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์โครงการพระดาบสมีการยอมรับสมมติฐาน

- ความถี่ของปัจจัยส่วนบุคคลที่เปิดรับข่าวสารด้านสื่ออื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านนโยบายและองค์กร ด้านกิจกรรมสนับสนุนโครงการพระดาบส และด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์โครงการพระดาบสมีการยอมรับสมมติฐาน

จากการศึกษาพบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ของ บริษัท เซฟรอนประเทศไทยสำรวจและผลิต จำกัด ด้านใช้สื่อประชาสัมพันธ์โครงการพระดาบส นั่นคือ ยิ่งมีการเปิดรับข่าวสารมากก็ยิ่งมีความคิดเห็นในระดับที่มากขึ้นตาม