



เรื่องเล่า ความคาดหวังของประชาชนต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ

ผู้เล่า อาจารย์กฤษณัท แสนทวี

คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

399 ถนนสามเสน แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทรศัพท์ 08 6711 7091 e-mail:good0773@hotmail.com

บันทึกเรื่องเล่า

ผลการวิจัยนี้ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจด้วยแบบสอบถามจากประชาชนในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 ตัวอย่างและใช้สถิติทางสังคมศาสตร์ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือเป็นการดำเนินงานที่ธุรกิจให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม (ค่าเฉลี่ย 4.467) โดยลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันทำให้มีความคาดหวังต่อความรับผิดชอบต่อสังคมแตกต่างกันบ้างในประเด็นส่วนปัจจัยที่ใช้อธิบายความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจแต่ละประเภทได้มากที่สุดได้แก่ 1) กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร คือด้านสังคมและวัฒนธรรม 2) กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคคือด้านอาสาสมัคร 3) กลุ่มธุรกิจการเงินคือด้านสังคมและวัฒนธรรม 4) กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมคือด้านกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 5) กลุ่มอสังหาริมทรัพย์คือด้านสังคมและวัฒนธรรม 6) กลุ่มทรัพยากรคือด้านสังคมและวัฒนธรรม 7) กลุ่มบริการคือด้านสิ่งแวดล้อม 8) กลุ่มเทคโนโลยีคือด้านกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งนี้การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่องค์กรธุรกิจควรคำนึงถึงประโยชน์ต่อประเทศชาติประชาชนและองค์กรร่วมกัน



เรื่องเล่า พฤติกรรมการเปิดรับและระดับการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้เล่า อาจารย์กฤษณัท แสนทวี

คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

399 ถนนสามเสน แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทรศัพท์ 08 6711 7091 e-mail:good0773@hotmail.com

บันทึกเรื่องเล่า

ผลการวิจัยนี้ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อระดับการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) และแนวโน้มพฤติกรรมที่เกิดขึ้นหลังการเปิดรับสื่อมวลชนโดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบบวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อและมาตรวัดแบบประมาณค่า 5 ระดับจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 400 คนด้วยการสุ่มตัวอย่างหลายขั้นตอนและจากการสัมภาษณ์เชิงลึกถึงนี้กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรู้เท่าทันสื่อในระดับที่ 2 คือระดับความเข้าใจซึ่งผู้รับสารยังไม่สามารถวิเคราะห์และประเมินค่าความหมายตรงที่สื่อนำเสนอได้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ที่ได้จากทางบ้านแตกต่างกัน ($P=0.02$) มีแผนการเรียนแตกต่างกัน ($P=0.02$) จะมีระดับการรู้เท่าทันสื่อแตกต่างกัน รวมถึงการหาค่าสหสัมพันธ์อย่างง่ายของ Pearson พบว่าความถี่ในการเปิดรับสื่อ ($P = 0.00$) รูปแบบการเปิดรับสื่อ ($P = 0.00$) และช่วงเวลาในการเปิดรับสื่อ ($P = 0.00$) มีความสัมพันธ์กับระดับการรู้เท่าทันสื่อที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ทั้งนี้แนวโน้มพฤติกรรมที่เกิดขึ้นหลังจากการใช้สื่อมวลชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.13) โดยมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูลประกอบการเรียนมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.63) สำหรับผลการศึกษาเชิงคุณภาพนั้นพบว่ามีความสอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงปริมาณคือกลุ่มตัวอย่างสามารถรับรู้และเข้าใจในเนื้อหาของละครซิทคอมได้ตามที่ผู้ผลิตนำเสนอแต่ไม่สามารถวิเคราะห์ถึงความหมายแฝงเช่นการโฆษณาแฝงในฉากละครการปลุกฝังอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่จากพฤติกรรมตัวละครพระเอกและกลุ่มเพื่อนผู้ชายได้แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าละครได้ให้ข้อคิดและสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้



เรื่องเล่า กศนคดีและความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสื่อรณรงค์ เพื่อการงดสูบบุหรี่ที่ใช้กลยุทธ์การรณรงค์ด้วยความกลัว

ผู้เล่า อาจารย์เกรียงไกร พัฒนกุลโกเมธ

คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

399 ถนนสามเสน แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทรศัพท์ 0 2282 9009-15 ต่อ 6840 - 6841 e-mail : kraiengkai@hotmail.com

บันทึกเรื่องเล่า

ผลงานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยแบบพหุสาสนวิธีเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสำคัญสามตัวแปร คือ การเปิดรับสื่อทัศนคติ และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่ที่ใช้กลยุทธ์การรณรงค์ด้วยความกลัวจากการประมวลผลรวมของงานวิจัยทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ สามารถสรุปผลการวิจัยที่สำคัญได้ว่า 1) การเปิดรับสื่อรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสื่อรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่ที่ใช้กลยุทธ์การรณรงค์ด้วยความกลัว 2) สื่อรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่ที่ใช้กลยุทธ์การรณรงค์ด้วยความกลัวไม่สามารถทำให้ผู้ที่เสพติดบุหรี่อยู่แล้วเลิกสูบบุหรี่ได้จริงแต่มีผลต่อการป้องกันการเพิ่มขึ้นของผู้สูบบุหรี่รายใหม่ 3) สาเหตุสำคัญ ที่ทำให้การตัดสินใจเลิกสูบบุหรี่สำเร็จหรือล้มเหลว ขึ้นอยู่กับจิตใจของผู้ที่สูบบุหรี่เองมากที่สุด ว่าจะมีความเข้มแข็งมากน้อยเพียงใด และอิทธิพลจากคนรอบข้าง เช่น เพื่อน หรือครอบครัว ก็เป็นตัวแปรสำคัญ ที่จะทำให้เกิดการเลิกสูบบุหรี่นั้นสำเร็จหรือล้มเหลวได้เช่นกัน



เรื่องเล่า การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อข่าวสารพลังงานทางเลือก
: ศึกษาเฉพาะกรณีการใช้แก๊สโซฮอล์ เอ็นจีวี ไบโอดีเซลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
ผู้เล่า รองศาสตราจารย์วิมลพรรณ อากาศเวท/อาจารย์กฤษณัท แสนทวี

คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

399 ถนนสามเสน แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑ 10300

โทรศัพท์ 0 2282 9009-15 ต่อ 6801,6851

e-mail :wimonphan.av@hotmail.com/good0773@hotmail.com

บันทึกเรื่องเล่า

ผลงานวิจัยนี้ ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกจากสื่อโทรทัศน์ทุกวันในสัปดาห์มากที่สุด ร้อยละ 46.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักแก๊สโซฮอล์มากที่สุดรองลงมาคือNGV และไบโอดีเซลตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยมากกว่าควรสนับสนุนให้ใช้พลังงานทางเลือกเพื่อลดการใช้น้ำมันและ เห็นด้วยว่าทุกคนควรพยายามหาข้อมูลเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกให้มากขึ้นและเห็นด้วยว่าแก๊สโซฮอล์, NGV และไบโอดีเซลไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมนอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่ายังขาดการเผยแพร่ข้อมูล เพื่อสนับสนุนการใช้พลังงานทางเลือกและขาดการให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการใช้พลังงานทางเลือก นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังเห็นด้วยว่าเมื่อเกิดอุบัติเหตุกับรถที่ใช้ NGV แล้วจะเกิดไฟลุกไหม้ซึ่งแสดงถึงการมีทัศนคติที่ผิดต่อก๊าซ NGV เนื่องจากก๊าซประเภทนี้ไม่ติดไฟและกลุ่มตัวอย่าง ไม่แน่ใจมากที่สุดเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกสามารถใช้กับเครื่องยนต์ที่ผลิตโดยเฉพาะเท่านั้นและเมื่อรถใช้ NGV แล้วไม่สามารถกลับมาใช้น้ำมันชนิดอื่นได้อีกเมื่อนำไปพิจารณาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารดังนี้ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ตพบว่า กลุ่มตัวอย่างแต่ละรายนั้นมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันมากนัก



เรื่องเล่า การเปิดรับภาพลักษณ์ศิลปินเพลงร็อกในสื่อโทรทัศน์กับทัศนคติต่อการแต่งกายของ
นักศึกษาชายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ผู้เล่า อาจารย์ย่นนท์ อรุณฉัตรชัยรัตน์ / อาจารย์กิติพงษ์ สุทธิรัตน์
คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
399 ถนนสามเสน แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑ 10300
โทรศัพท์ 0 2282 9009-15 ต่อ 6840 6841

บันทึกเรื่องเล่า

การวิจัยเรื่องนี้ เพื่อวิจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์การเปิดรับภาพลักษณ์ศิลปินนักร้องเพลงร็อก
ในสื่อโทรทัศน์ ทัศนคติต่อการแต่งกายของศิลปินนักร้องเพลงร็อก และทัศนคติต่อการแต่งกายชุดนักศึกษาของ
นักศึกษาชายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)
กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่กลุ่มนักศึกษาชายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครทั้ง 5 วิทยาเขต 9 คณะ
จำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการวิจัยสรุปตามสมมติฐาน พบว่า 1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีความสัมพันธ์
กับการเปิดรับภาพลักษณ์ของศิลปินนักร้องเพลงร็อกในสื่อโทรทัศน์ 2) การเปิดรับภาพลักษณ์ศิลปินนักร้อง
เพลงร็อกในสื่อโทรทัศน์ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อการแต่งกายของศิลปินนักร้องเพลงร็อกที่นำเสนอผ่านราย
การเพลงในสื่อโทรทัศน์แตกต่างกัน 3) การเปิดรับภาพลักษณ์ศิลปินนักร้องเพลงร็อกใน สื่อโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน
จะมีทัศนคติต่อการแต่งกายชุดนักศึกษาชายของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแตกต่างกัน
4) ทัศนคติต่อการแต่งกายของศิลปินนักร้องเพลงร็อกที่นำเสนอผ่านรายการเพลงในสื่อโทรทัศน์แตกต่างกัน
จะมีทัศนคติต่อการแต่งกายชุดนักศึกษาของนักศึกษาชายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครแตกต่างกัน
โดยมีความสัมพันธ์ที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน