

การศึกษาความคาดหวังประโยชน์และความพึงพอใจของประชาชน ที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน)

ณัชชา คำอาจ¹ และประไพพิศ มุทิตาเจริญ²

บทคัดย่อ

งานศึกษาวิจัยครั้งนี้มีเพื่อศึกษาความคาดหวังประโยชน์และความพึงพอใจของประชาชน ที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่วของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน)เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การวิจัยเชิงสำรวจเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามทางออนไลน์จากผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊ก SPRC ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) จำนวน 220 คน โดยผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยส่วนใหญ่อายุ 25 - 35 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดระยองมากกว่านอกพื้นที่จังหวัดระยอง โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคาดหวังประโยชน์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีความคาดหวังว่าจะมีความเข้าใจที่มากขึ้นในเรื่องของสถานการณ์และความคืบหน้าเหตุการณ์น้ำมันรั่วมากที่สุด ส่วนด้านพฤติกรรมการเปิดรับสาร ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีการรับทราบข่าวสารด้านความคืบหน้าการจ่ายเงินช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด ในด้านความพึงพอใจต่อข่าวสารที่ได้รับ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีระดับความพึงพอใจในเรื่องข้อมูลและข่าวสารเหตุการณ์น้ำมันรั่วที่เป็นประโยชน์มากที่สุด และด้านแนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับสาร ภาพรวมอยู่ในระดับ

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

² รองศาสตราจารย์ ประจำคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มาก โดยกลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจที่จะติดตามข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC เพื่อรับรู้ข้อมูลเหตุการณ์น้ำมันรั่ว และกิจกรรมขององค์กรต่อไปมากที่สุด

สำหรับการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความคาดหวังประโยชน์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสารของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) และความพึงพอใจ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับสารของประชาชนผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน)

คำสำคัญ: ความคาดหวังประโยชน์, ความพึงพอใจ, พฤติกรรมการเปิดรับสาร,
เพจเฟซบุ๊ก SPRC Star Petroleum Refining Public Company Limited,
เหตุการณ์น้ำมันรั่ว

EXPECTATION AND SATISFACTION TOWARD INFORMATION ON SPRC FACEBOOK FANPAGE DURING OIL SPILL ACCIDENT OF STAR PETROLEUM REFINING PUBLIC COMPANY LIMITED

Natcha Kam-art³ and Prapaipit Muthitacharoen⁴

ABSTRACT

The objective of the research is to study expectation and satisfaction toward information on SPRC Facebook Fanpage during oil spill incident of Star Petroleum Refining Public Company Limited. This is a quantitative research with a survey approach. Data are collected through online questionnaires from 220 service users, who follow Facebook Fanpage of Star Petroleum Refining Public Company Limited. The results showed that most of samples are female between 25-35 years old, graduated in Bachelor's degree, most occupations are private employees, and most of them live in Rayong Province. Most of the sample group had a high level of overall expectation to have greater understanding in terms of the situation and the progress of the oil spill incident. For the overall media exposure behavior, it was at a moderate level. It has been informed of progress in the payment of compensation to those most affected.

³ Master's Student, Program in Corporate Communication Management, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University

⁴ Associate Professor, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University

Overall satisfaction was at a high level, most of the samples are satisfied with the oil spill information and news are useful. For the trend of media exposure behavior, in overall were at a high level. Most of the samples tend to follow the news through the SPRC Facebook Fan page to receive information about the oil spill incident and the corporate activities.

The hypothesis testing revealed that the expectation was correlated with the media exposure behavior of the SPRC Facebook Fanpage. The media exposure behavior was correlated with the satisfaction of the SPRC Facebook Fanpage. And the satisfaction was correlated with the trend of media exposure behavior of the SPRC Facebook Fanpage in the event of the oil spill incident of Star Petroleum Refining Public Company Limited.

Keywords: Expectation, Satisfaction, Media Exposure Behavior, Facebook Fanpage SPRC, Oil Spill Incident

ที่มาและความสำคัญ

“การสื่อสาร” นับเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก ทั้งภาคสังคมที่ต้องติดต่อและส่งผ่านข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน และภาคธุรกิจที่มุ่งหวังในการประสพผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ รวมถึงการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร ตลอดจนการแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และส่วนรวม เพื่อสร้างความก้าวหน้าและการเจริญเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืนในอนาคต ขณะเดียวกันการสื่อสารในปัจจุบันนี้ได้เผชิญความท้าทายทั้งจากภายในองค์กรและภายนอกองค์กร ซึ่งความท้าทายดังกล่าวสามารถสร้างผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรได้ โดยหนึ่งในสาเหตุที่นั้นเกิดจากรูปแบบการสื่อสารในปัจจุบันมีความรวดเร็วมากและสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ดังนั้นองค์กรต่าง ๆ จำเป็นต้องมีความพร้อมในด้านการสื่อสาร โดยเฉพาะในภาวะวิกฤตที่ไม่มีใครสามารถคาดการณ์เวลาได้ ทุกองค์กรจำเป็นที่จะต้องมีการสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อที่จะควบคุมและจำกัดความเสียหายทั้งทรัพย์สินและชื่อเสียง รวมถึงเร่งหาวิธีจัดการและแก้ไขกับวิกฤตที่อาจเกิดขึ้น

จากเหตุการณ์ของบริษัท สตาร์ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด มหาชน (SPRC) ผู้ประกอบธุรกิจโรงกลั่นน้ำมัน ตั้งอยู่บริเวณมาบตาพุด จังหวัดระยอง ก่อตั้งขึ้นในปี 2535 เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้า บีโตรเลียม อาทิ บีโตรเลียมเหลว น้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว น้ำมันเชื้อเพลิงอากาศยาน น้ำมันเตา และยางมะตอย ฯลฯ ที่เกิดเหตุน้ำมันดิบรั่วไหลลงทะเลจำนวนกว่า 400,000 ลิตร ที่ก่อให้เกิดทะเลของทุนรับน้ำมันดิบกลางทะเล เมื่อช่วงปลายเดือน มกราคม 2565 ที่ผ่านมา ทันทีที่เกิดเหตุ บริษัทฯ ได้ทำการรายงานสถานการณ์ และชี้แจงข้อมูลในกรณีพบฟิล์มน้ำมันดิบบริเวณท่อนผูกเรือน้ำลึกแบบท่อนเดี่ยวกลางทะเลหรือจุดขนถ่ายน้ำมันในทะเล (SPM) ว่า “บริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) หรือ SPRC ระบุว่า ตามที่บริษัทฯ แจ้งเหตุน้ำมันดิบรั่วบริเวณท่อนผูกเรือน้ำลึกแบบท่อนเดี่ยวกลางทะเล หรือจุดขนถ่ายน้ำมันในทะเล (SPM) ซึ่งอยู่ห่างจากชายฝั่งท่าเรือมาบตาพุดไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ ประมาณ 20 กิโลเมตร เมื่อเวลา 21.06 น. ของวันที่ 25 มกราคม 2565 ทั้งนี้ บริษัทฯ ขอรายงานความคืบหน้าว่า บริษัทฯ

ได้ทำการคำนวณแรงดัน (Pressure Balance) พบว่ามีปริมาณน้ำมันดิบรั่วไหลอยู่ที่ประมาณ 20-50 ตัน โดยบริษัทฯ ได้ทำการฉีดพ่นน้ำยาขจัดคราบน้ำมัน โดยทางเรือและเฮลิคอปเตอร์ของกองทัพเรือภาคที่ 1 หลังจากนั้นได้ทำการบินสำรวจพบว่า ขณะนี้บริษัทฯ สามารถควบคุมปริมาณคราบน้ำมันให้อยู่ในวงจำกัด และยังคงมีปริมาณน้ำมันอยู่ในทะเลประมาณ 5.3 ตัน สำหรับการดำเนินงานของโรงกลั่นน้ำมัน บริษัทฯ ยังสามารถเดินเครื่องด้วยความปลอดภัยได้ตามปกติ หากมีความคืบหน้า บริษัทฯ จะรายงานสถานการณ์ให้ทราบเป็นระยะจนกว่าสถานการณ์กลับสู่ภาวะปกติ” (กรุงเทพมหานคร, 2565) โดยแถลงการณ์เพื่อการสื่อสารในภาวะวิกฤตดังกล่าว ได้มีการเผยแพร่ผ่านสื่อกระแสหลักโดยทั่วไป ทั้งสำนักข่าว และเว็บไซต์ข่าว

บริษัทฯ ได้มีการสื่อสารต่อผู้มีส่วนได้เสียภายนอกองค์กร ผ่านสื่อมวลชน ทั้งการแถลงข่าว การชี้แจงผ่านแถลงการณ์ของบริษัทฯ และการรายงานสถานการณ์ประจำวันผ่านเว็บไซต์ทางการของบริษัทฯ โดยแนวทางการสื่อสารดังกล่าวนี้ สอดคล้องกับ กานต์ บุญศิริ (2564) ที่ระบุว่า เมื่อองค์กรประสบกับภาวะวิกฤต องค์กรจำเป็นต้องทำการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้มีส่วนได้เสียภายนอก เช่น ลูกค้า ผู้ถือหุ้น ประชาชน เป็นต้น ด้วยความรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ จริงใจ เชื่อถือได้ และตรงไปตรงมา เพื่อเป็นการชี้แจงให้สังคมได้ทราบและสร้างความเข้าใจร่วมกัน รวมถึงยังสามารถรักษาภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร และทุเลาความรุนแรงของปัญหาได้ สำหรับขั้นตอนการสื่อสารในภาวะวิกฤตนั้น องค์กรจะต้องทำการคาดการณ์ประเด็นและปัญหาที่มีความเป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้น ซึ่งองค์กรจะต้องจัดตั้งทีมงานด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤตขึ้นเพื่อทำงานร่วมกันในการวางแผนการรับมือภาวะวิกฤตต่าง ๆ โดยมีหน่วยงานสื่อสารองค์กรที่เป็นผู้ทำหน้าที่หลักในการประสานกับหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องในด้านภาวะวิกฤต และเตรียมข้อมูลสำหรับร่างคำชี้แจง (Holding Statement) และแถลงการณ์ (Statement) อีกทั้งทีมงานดังกล่าวจำเป็นต้องทำหน้าที่สร้างและรักษาความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน และประชาชน ให้มีความรู้สึกและทัศนคติที่ดีต่อองค์กรให้ได้มากที่สุด

ทั้งนี้ ในภาวะวิกฤตของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) นอกจากการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนที่เป็นสื่อหลักระดับประเทศ และระดับภูมิภาค รวมถึง การสื่อสารบนเว็บไซต์ของบริษัทฯ อย่าง www.sprc.co.th แล้วนั้น บริษัทฯ ยังได้ทำการ เพิ่มช่องทางการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียภายนอก ผ่านช่องทางเพจเฟซบุ๊ก “SPRC Star Petroleum Refining Public Company Limited” ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 หน้าเพจเฟซบุ๊ก SPRC Star Petroleum Refining Public Company Limited

ที่มา : <https://web.facebook.com/SPRC-Star-Petroleum-Refining-Public-Company-Limited-101514738267212> วันที่เข้าถึง 9 เมษายน 2565

ช่องทางเพจเฟซบุ๊ก SPRC เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์องค์กร หรือการสื่อสารระหว่างประชาชนทั่วไป อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการแลกเปลี่ยนข่าวสาร โดยบริษัทฯ ได้ใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านเพจเฟซบุ๊กนี้ เพื่อเป็นการให้ข้อมูลที่ถูกต้องที่สุด ทันต่อเหตุการณ์มากที่สุด ซึ่งบริษัทฯ ได้ทำการสื่อสารผ่านเพจเฟซบุ๊กขององค์กรครั้งแรกในวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2565 จนถึงปัจจุบัน โดยมุ่งเน้นไปที่การสื่อสารเนื้อหาของเรื่องสถานการณ์น้ำมันรั่วเป็นสำคัญ ถึงแม้ว่าในวันนี้จะไม่พบน้ำมันรั่วลงทะเลแล้ว แต่องค์กรยังจำเป็นที่จะต้องทำการสื่อสารในเรื่องของ

สถานการณ์น้ำมันรั่ว อาทิ ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมจากเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ความคืบหน้าด้านการจ่ายเงินช่วยเหลือแก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบ แผนฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมทางทะเลและกิจกรรม CSR ที่บริษัทฯ ได้ทำร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดระยอง เหล่านี้ นับเป็นประเด็นสำคัญที่องค์กรยังคงทำการสื่อสาร เนื่องจากเป็นเรื่องที่คนในสังคมให้ความสนใจทั้งคนในพื้นที่จังหวัดระยองเอง รวมถึงคนนอกพื้นที่จังหวัดระยอง

สืบเนื่องจากรายละเอียดข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการศึกษาความคาดหวังประโยชน์และความพึงพอใจของประชาชน ที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) โดยจะนำผลของการศึกษาไปพิจารณาปรับปรุงแก้ไขในด้านการสื่อสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC Star Petroleum Refining Public Company Limited ต่อเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ให้มีประสิทธิภาพต่อทั้งองค์กรและผู้รับสารต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังประโยชน์ การเปิดรับสาร ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรมการรับสารของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังประโยชน์ และการเปิดรับสารของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน)
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสาร และความพึงพอใจของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน)
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรม การเปิดรับสารของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน)

แนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory)

เวนเนอร์ (1982, pp. 171-193, อ้างถึงใน นันทินี พิศาลย์, 2558, น.19) ได้ทำการศึกษาในด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการบริโภคข่าวสาร (New gratifications) ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มความพึงพอใจได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล (Orientation Gratification) คือเพื่อเพิ่มชุดข้อมูล ความรู้ และสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้รับสาร ซึ่งสามารถเกิดจากการติดตามข่าว (Surveillance) โดยข้อมูลที่ได้มานั้น จะสามารถใช้ประโยชน์ในด้านการตัดสินใจ (Decisional) ด้วย

2. การใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงกันในสังคม (Social Gratification) ผู้รับสารสามารถนำข้อมูลที่ได้มานั้นไปพูดคุยกับบุคคลอื่น ๆ ในสังคม อาทิ เพื่อนฝูง ครอบครัว เครือญาติ เป็นต้น

3. การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล (Para-Social Gratification) เพื่อการอ้างอิงตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ

4. การใช้สารเพื่อตอบสนองประโยชน์ในการบรรเทาความตึงเครียดทางอารมณ์ (Para-Orientalational Gratification) เช่น ผู้รับสารจะใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อความบันเทิง ความสนุกสนาน โดยอาจใช้เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจได้

จากการศึกษาข้างต้นในด้านแนวคิด และทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) ผู้ศึกษาได้นำแนวคิด และทฤษฎีดังกล่าวมาพิจารณาประยุกต์สร้างตัวแปร 2 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรความคาดหวังประโยชน์ และตัวแปรความพึงพอใจ

แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure Theory)

แม็คคอมบ์ และ เบคเกอร์ (1979 อ้างถึงใน วรณศิริ ศิริวรรณ, 2559) ได้ให้แนวคิดที่ว่าโดยทั่วไปแล้วนั้น บุคคลแต่ละคนจะมีการเปิดรับข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการทั้งสิ้น 4 ประการ ดังนี้

1. เพื่อเรียนรู้เหตุการณ์ (Surveillance) บุคคลสามารถติดตามความเคลื่อนไหวรอบตัว และสังเกตเหตุการณ์ต่าง ๆ จากการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งทำให้เป็นคนที่ทันต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา

2. เพื่อตัดสินใจ (Decision) การเปิดรับข่าวสาร จะทำให้บุคคลได้รับข้อมูลในหลาย ๆ แง่มุม ส่งผลให้สามารถที่จะกำหนดความรู้สึกและความเห็นของตนเองต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ และสามารถที่จะตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน

3. เพื่อพูดคุยสนทนา (Discussion) บุคคลสามารถนำข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสาร ไปใช้ในการพูดคุยกับบุคคลอื่น ๆ ในสังคมได้ เช่น ครอบครัว เพื่อนฝูง เป็นต้น

4. เพื่อการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมรอบตัว

จากการศึกษาข้างต้นในด้านทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure Theory) ผู้ศึกษาได้นำทฤษฎีดังกล่าวนี้ มาสร้างเป็นตัวแปรในการศึกษา โดยเป็นตัวแปรการเปิดรับสาร ผ่านการวัดความบ่อยครั้งในการเปิดรับสารผ่านการเข้าเพจเฟซบุ๊ก SPRC Star Petroleum Refining Public Company Limited

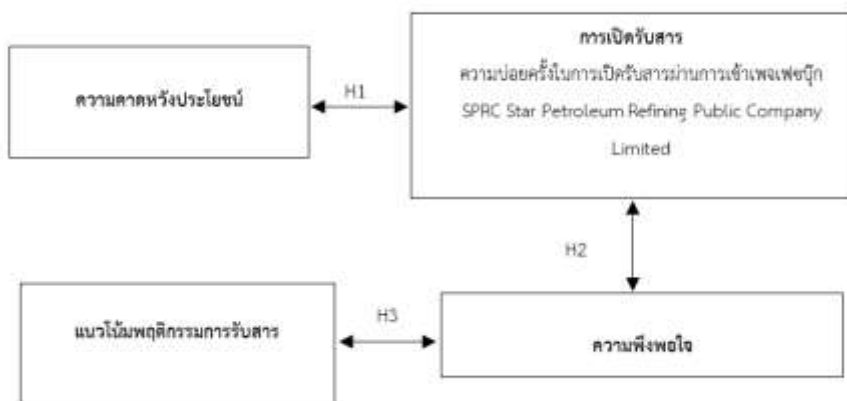
กรอบแนวคิด

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้กำหนดตัวแปรตามสมมติฐานการวิจัยโดยแบ่งตัวแปรออกเป็น ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ความคาดหวังประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสารของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจ เฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การเปิดรับสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ความพึงพอใจ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับสารของประชาชนผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน)



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีสำรวจ (Survey Research Method) เก็บข้อมูล ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง (Cross-Sectional Study) ผ่านแบบสอบถามช่องทางออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็น

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย โดยทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ ระหว่างวันที่ 26 พฤษภาคม – 10 มิถุนายน 2565

ประชากรเป้าหมายในวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่มีบัญชีบนแอปพลิเคชันเพชบุรี ที่ทำการกวดดัดตามเพชบุรี จำกัด SPRC Star Petroleum Refining Public Company Limited จำนวน 1,024 ราย โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีของทาโร ยามาเน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนร้อยละ 6 (เท่ากับ 0.06) ซึ่งได้ขนาดตัวอย่างจากการคำนวณ จำนวน 218.5 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยต้องการให้ข้อมูลมีความสมบูรณ์จึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 220 คน ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เนื่องจากประชากรในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวนแน่นอน แต่ไม่มีการจัดแบ่งกลุ่มภายในประชากรที่มีนัยยะชัดเจน

ผู้ศึกษาได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยประเด็นในการสร้างแบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คำถามด้านปัจจัยทางประชากร ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคาดหวังประโยชน์ที่คิดว่าจะได้รับของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสารของประชาชน กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับสารของประชาชน กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งส่วนที่ 2 – 5 เป็นลักษณะคำถามปลายปิด (Close-ended response questions) โดยข้อคำถามเป็นแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการ

ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน Pearson's Product Moment Correlation Coefficient

ผลการวิจัย

จากการวิจัย สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ด้านลักษณะประชากร ผลการศึกษาสรุปว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 55.9) อยู่ในช่วงอายุ 25 - 35 ปี (ร้อยละ 42.7) มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 59.1) ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 65.5) อยู่ในพื้นที่จังหวัดระยอง มากกว่านอกพื้นที่จังหวัดระยอง (ร้อยละ 67.3)

ผลการศึกษาข้อมูลทัศนคติของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน)

ด้านความคาดหวังประโยชน์ ของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) พบว่า โดยรวมมีระดับความคาดหวังประโยชน์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความคาดหวังว่าจะมีความเข้าใจที่มากขึ้น ในเรื่องของสถานการณ์และความสืบหน้าเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ($\bar{X} = 4.42$) รองลงมาได้แก่ ความคาดหวังว่าจะได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์น้ำมันรั่วที่เป็นประโยชน์ ($\bar{X} = 4.38$) รองลงมาได้แก่ ความคาดหวังว่าข้อมูลเหตุการณ์น้ำมันรั่วที่ได้รับ มีความทันต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ในช่วงเวลานั้น ๆ ($\bar{X} = 4.33$) รองลงมาได้แก่ ความคาดหวังว่าข้อมูลที่ได้รับ จะมีการจัดแบ่งเนื้อหาอย่างเป็นหมวดหมู่อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย ($\bar{X} = 4.24$) รองลงมาได้แก่ ความคาดหวังว่าข้อมูลเหตุการณ์น้ำมันรั่วที่ได้รับ ตรงกับความต้องการ ($\bar{X} = 4.08$) รองลงมาได้แก่ ความคาดหวังว่าจะนำข้อมูลเหตุการณ์น้ำมันรั่วที่ได้รับ ไปเผยแพร่ และเป็นหัวข้อสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่น ๆ ในครอบครัว ชุมชน สังคม หรือในองค์กรของท่านได้อย่างถูกต้อง ($\bar{X} = 4.05$) รองลงมา

ได้แก่ ความคาดหวังว่าข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์น้ำมันรั่วที่ได้รับ มีประโยชน์ในการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน ($\bar{X} = 3.96$) รองลงมาได้แก่ ความคาดหวังว่าข้อมูลที่ได้รับสะท้อนให้เห็นว่าตนเองเป็นผู้แสวงหาความรู้และข่าวสารที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม ($\bar{X} = 3.93$) รองลงมาได้แก่ ความคาดหวังว่าข้อมูลเหตุการณ์น้ำมันรั่วที่ได้รับทำให้ได้ใช้เวลาว่างในการแสวงหาข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 3.91$) และน้อยที่สุด ได้แก่ ความคาดหวังว่าข้อมูลเหตุการณ์น้ำมันรั่วที่ได้รับ สามารถลดความตึงเครียด หรือความกังวลได้ ($\bar{X} = 3.87$) ตามลำดับ

ด้านพฤติกรรมกาารเปิดรับสาร ของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) พบว่า โดยรวมมีพฤติกรรมกาารเปิดรับสารอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.04$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การรับทราบข่าวสารด้านความคืบหน้าการจ่ายเงินช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 3.65$) รองลงมาได้แก่ การรับทราบข่าวสารด้านการรายงานสถานการณ์ประจำวัน/สัปดาห์ ($\bar{X} = 3.63$) รองลงมาได้แก่ การรับทราบข่าวสารด้านกิจกรรม CSR ในการฟื้นฟูการท่องเที่ยวทะเลขององค์กร ($\bar{X} = 3.57$) รองลงมาได้แก่ การรับทราบข่าวสารด้านแผนฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมทางทะเล ($\bar{X} = 3.37$) ขณะที่ความบ่อยครั้งของพฤติกรรมกาารใช้สื่อหลังการเปิดรับสาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.34$) โดยหากแจกแจงรายข้อเห็นได้ว่าความบ่อยครั้งในการกดไลก์โพสของเพจเฟซบุ๊ก SPRC มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 2.76$) รองลงมาได้แก่ ความบ่อยครั้งในการแชร์โพสของเพจเฟซบุ๊ก SPRC ($\bar{X} = 2.27$) และน้อยที่สุด ได้แก่ ความบ่อยครั้งในการแสดงความคิดเห็นใต้โพสของเพจเฟซบุ๊ก SPRC ($\bar{X} = 2.00$) ตามลำดับ

ด้านความพึงพอใจ ของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) พบว่า โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อข้อมูลและข่าวสารเหตุการณ์น้ำมันรั่วที่เป็นประโยชน์ มีค่าเฉลี่ย

สูงที่สุด ($\bar{X} = 3.92$) รองลงมาได้แก่ ความพึงพอใจในด้านความเข้าใจที่มากขึ้น ในเรื่องของสถานการณ์และความคืบหน้าเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ($\bar{X} = 3.87$) รองลงมาได้แก่ ความพึงพอใจในด้านข้อมูลเหตุการณ์น้ำมันรั่วที่ได้รับ มีประโยชน์ต่อการตัดสินใจ ($\bar{X} = 3.83$) และ ความพึงพอใจในการจัดแบ่งเนื้อหาอย่างเป็นหมวดหมู่ชัดเจน เข้าใจง่าย ($\bar{X} = 3.83$) รองลงมาได้แก่ ความพึงพอใจในด้านเนื้อหาเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ตรงกับความต้องการ ($\bar{X} = 3.80$) รองลงมาได้แก่ ความพึงพอใจต่อข้อมูลเหตุการณ์น้ำมันรั่วที่ทันต่อที่เกิดขึ้นจริง ในช่วงเวลานั้น ๆ ($\bar{X} = 3.77$) รองลงมาได้แก่ ความพึงพอใจในด้านข้อมูลที่ได้รับ สะท้อนให้เห็นว่าเป็นผู้แสวงหาความรู้และข่าวสารที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวม ($\bar{X} = 3.75$) รองลงมาได้แก่ ความพึงพอใจในการนำข้อมูลเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ไปเผยแพร่ และเป็นหัวข้อสนทนา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่น ๆ ในครอบครัว ชุมชน สังคม หรือในองค์กรของท่านได้อย่างถูกต้อง ($\bar{X} = 3.73$) รองลงมาได้แก่ ความพึงพอใจในด้านข้อมูลเหตุการณ์น้ำมันรั่วที่ได้รับ ทำให้ได้ใช้เวลาว่างในการแสวงหาข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 3.72$) และน้อยที่สุด ได้แก่ ความพึงพอใจในด้านข้อมูลเหตุการณ์น้ำมันรั่วที่ได้รับ สามารถลดความตึงเครียด หรือความกังวลได้ ($\bar{X} = 3.70$) ตามลำดับ

ด้านแนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับสาร ของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีความตั้งใจที่จะติดตามข่าวสาร ผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC เพื่อรับรู้ข้อมูลเหตุการณ์น้ำมันรั่ว และกิจกรรมขององค์กร ต่อไป มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.93$) และกลุ่มตัวอย่างตั้งใจที่จะแนะนำผู้อื่นให้ติดตามเพจเฟซบุ๊ก SPRC เพื่อรับรู้ข้อมูลเหตุการณ์น้ำมันรั่ว และกิจกรรมขององค์กร ($\bar{X} = 3.71$) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) สามารถแสดงผลได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังประโยชน์กับการเปิดรับสารของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน)

ตัวแปร	ความคาดหวังประโยชน์	
	α	Sig.
พฤติกรรมการเปิดรับสาร	0.535**	0.000

***Sig. < 0.05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังประโยชน์กับการเปิดรับสารของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) พบว่า ความคาดหวังประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสารของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยยะสำคัญ โดย Pearson Correlation มีระดับ 0.535 หรือมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับสูง

ตารางที่ 2

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสาร ต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน)

ตัวแปร	พฤติกรรมกาเปิดรับสาร	
	α	Sig.
ความพึงพอใจของประชาชน	0.713**	0.000

***Sig. < 0.05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสาร ต่อความพึงพอใจของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่วของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) พบว่า พฤติกรรมกาเปิดรับสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยยะสำคัญ โดย Pearson Correlation มีระดับ 0.713 หรือมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับสูงมาก

ตารางที่ 3

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของประชาชนที่ได้รับข่าวสาร ต่อแนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับสารของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน)

ตัวแปร	ความพึงพอใจของประชาชน	
	α	Sig.
แนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับสาร	0.659**	0.000

***Sig. < 0.05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของประชาชนที่ได้รับข่าวสาร ต่อแนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับสารของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) พบว่า ความพึงพอใจ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับสารของประชาชนผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยยะสำคัญ โดย Pearson Correlation มีระดับ 0.659 หรือมีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกันในระดับสูง

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังมากที่สุดในเรื่องความเข้าใจต่อสถานการณ์และความคืบหน้าเหตุการณ์น้ำมันรั่ว รองลงมาคือคาดหวังจะได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น รวมถึงพฤติกรรมในการเปิดรับสารที่กลุ่มตัวอย่างสนใจข้อมูลความคืบหน้าเกี่ยวกับการจ่ายเงินช่วยเหลือผู้ได้รับผลกระทบมาก

ที่สุด และพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับน้ำมันรั่วที่จะเป็นประโยชน์ต่อตนเองมากที่สุดเนื่องจากผู้ติดตามเพจเฟซบุ๊กส่วนมาก หรือทั้งหมด ล้วนมีเป้าประสงค์เพื่อต้องการทราบข่าวสารของบริษัท SPRC เกี่ยวกับเหตุการณ์น้ำมันรั่ว เนื่องจากเป็นเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อผู้คนในสังคม และประชาชนทั่ว ๆ ไป ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ข้อมูลต่าง ๆ ที่องค์กรได้นำเสนอสู่สังคมโดยตรงนั้นนับว่าเป็นข้อมูลที่ได้รับการยืนยัน และมีความเชื่อถือได้มากที่สุด ซึ่งนับเป็นประโยชน์ต่อผู้รับสารเป็นอย่างมาก จึงนำไปสู่ความคาดหวังของผู้ที่ติดตามเพจเฟซบุ๊ก SPRC ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์น้ำมันรั่วที่เป็นประโยชน์ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของแม็คคอมบ์ และ เบคเกอร์ (Mccombs & Becker, 1979, pp. 51-52 อ้างถึงใน วรรณศิริ ศิริวรรณ, 2559, น.15) ที่ได้อธิบายถึงการใช้สื่อเพื่อสนองความคาดหวังทั้ง 6 ด้าน คือ เพื่อต้องการรับรู้เหตุการณ์ เพื่อต้องการคำแนะนำ เพื่อนำเอาไปใช้ในการสนทนา เพื่อความตื่นตัว เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น และเพื่อความบันเทิง และสอดคล้องกับ ศศิธร เดชาติวงศ์ (2560) ที่ศึกษาด้านความคาดหวังประโยชน์ การเปิดรับ ทักษะคิดที่มีต่อข้อมูลข่าวสารบนแฟนเพจด้านสุขภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังประโยชน์โดยรวมจากแฟนเพจด้านสุขภาพอยู่ในระดับมาก โดยมีความคาดหวังประโยชน์ด้านความต้องการรู้เหตุการณ์มากที่สุด

จากผลการศึกษาที่พบว่าความคาดหวังประโยชน์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสารของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ หากประชาชนมีความคาดหวังประโยชน์ต่อเพจเฟซบุ๊ก SPRC สูง ก็จะมีการเปิดรับข่าวสารจากเพจเฟซบุ๊ก SPRC มากขึ้นไปด้วย ทั้งนี้ เห็นได้ว่าเมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังสูง ก็จะส่งผลให้มีการเปิดรับสารมากขึ้น เพราะต้องการที่จะทราบข้อมูลตามที่ตนเองคาดหวังเอาไว้ โดยในปัจจุบันนี้ ผู้คนสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อออนไลน์ได้มากขึ้น ซึ่งเฟซบุ๊กก็นับเป็นอีกแหล่งข่าวสารหนึ่งที่คนไทยให้ความนิยมเป็นอย่างมากในการเสพข่าวสาร ซึ่งผลการทดสอบนี้ สอดคล้องกับแนวคิดการเปิดรับสารของ แฮมมวล เบคเกอร์ (Becker, 1972

อ้างถึงใน ศศิวิมล นิโกฏิยานนท์, 2560, น.677) ที่ระบุว่า บุคคลจะแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) เมื่อตนเองมีความคาดหวังในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อีกทั้ง แม็คคอมบ์และเบคเกอร์ (Mccombs & Becker, 1979, pp. 51-52 อ้างถึงใน วรณศิริ ศิริวรรณ, 2559, น.15) ก็ได้อธิบายถึงการใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการและความคาดหวังไว้ 6 ด้าน คือ เพื่อต้องการรับรู้เหตุการณ์ เพื่อต้องการคำแนะนำ เพื่อนำเอาไปใช้ในการสนทนา เพื่อความตื่นเต้น เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น และเพื่อความบันเทิง นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชนินทร คชพรหม (2562) ศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจในข้อมูลข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Gymboree Play & Music Rama 3 ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ โรคโควิด-19 ของผู้ใช้บริการพบว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Gymboree Play & Music Rama 3 ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของ โรคโควิด-19 ของผู้ใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญ

จากผลการศึกษาที่พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ หากประชาชนมีการเปิดรับสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC บ่อยครั้งมาก ก็จะมี ความพึงพอใจต่อข่าวสารที่ได้รับผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC สูงขึ้นตามไปด้วย การที่พบผลเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่าเมื่อกลุ่มตัวอย่างได้เปิดรับสารผ่านทางเพจเฟซบุ๊ก SPRC แล้ว พบว่าข้อมูลข่าวสารในเพจเฟซบุ๊กนั้น ตรงกับความต้องการของตนเอง รวมถึงผู้ที่ติดตามเพจเฟซบุ๊กขององค์กรอาจเป็นผู้ที่สนับสนุนองค์กร อาทิ คนในชุมชนท้องถิ่นให้การสนับสนุน ครอบครัวของพนักงาน ผู้ถือหุ้น ลูกค้า เป็นต้น ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้จะมีความรู้สึกโดยรวมต่อองค์กรในทิศทางที่ดี ดังนั้นเมื่อองค์กรทำการสื่อสารออกไป ก็มักจะมีความรู้สึกที่ดีที่ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจเมื่อได้เปิดรับสาร สำหรับกรณีน้ำมันรั่วนี้ ข่าวสารข้อเท็จจริงที่องค์กรได้ทำการสื่อสารออกไปนั้น ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจและก้าวเท่าทันกับเหตุการณ์มากขึ้น เหล่านี้จึงนำมาซึ่งความพึงพอใจ สอดคล้องกับ Klapper (1960) ในกระบวนการเลือก

ให้ความสนใจ ซึ่งผู้เปิดรับข่าวสารจะมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารตามความต้องการหรือความสนใจ รวมถึงความคิดเห็นของตนในช่วงนั้น ๆ เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจ อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ เวนเนอร์ (Wenner, 1982, pp. 171-193, อ้างถึงใน นันทินี พิศวิลัย, 2558, น.19) ที่ได้รับบุว่ามนุษย์เราเมื่อเปิดรับข่าวสารแล้วนั้น จะสามารถแบ่งความพึงพอใจได้เป็น 4 ด้านคือ การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล การใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงกันในสังคม การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล และ การใช้สารเพื่อตอบสนองประโยชน์ในการบรรเทาความตึงเครียดทางอารมณ์

จากผลการศึกษาที่พบว่าความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับสารของประชาชนที่ได้รับข่าวสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ หากประชาชนมีความพึงพอใจต่อข่าวสารที่ได้รับผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC สูง ก็จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการเปิดรับสารผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC สูงตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ ตามแบบจำลองของ Palmgreen & Rayburn (1982) กล่าวไว้ว่าผู้รับสารจะแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อใดสื่อหนึ่ง โดยคาดหวังไว้สื่อนั้นจะมีคุณสมบัติตามที่ตนคาดหวังไว้ โดยผู้รับสารจะทำการประเมินเกี่ยวกับคุณสมบัติของสื่อนั้น ๆ ไว้ก่อนแล้ว โดยความคาดหวังดังกล่าวนี้จะเป็นแรงจูงใจในการแสวงหาความพึงพอใจ จนนำไปสู่การตัดสินใจเลือกใช้สื่อ ซึ่งหากเปิดรับแล้วตรงกับความคาดหวังที่ได้ประเมินไว้ระดับความพึงพอใจก็จะอยู่ในระดับสูง อัตราความชื่นชมและความสนใจก็จะเพิ่มขึ้นตามไปด้วย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เศรษฐินาวงศ์ (2564) ศึกษาเรื่องความคาดหวัง การเปิดรับ และความพึงพอใจในข้อมูลข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจสำนักประชาสัมพันธ์เขต 5 กรมประชาสัมพันธ์ ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจในข้อมูลข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจสำนักประชาสัมพันธ์เขต 5 กรมประชาสัมพันธ์ มี

ความสัมพันธ์กับแนวโน้มการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจสำนัก
ประชาสัมพันธ์เขต 5 กรมประชาสัมพันธ์ ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติด
เชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลการศึกษาพบว่าในทุกประเด็นของความพึงพอใจด้านการใช้
ข่าวสารเพื่อประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า ความคาดหวังประโยชน์ด้านการใช้ข่าวสาร
เพื่อประโยชน์ ฉะนั้น องค์กรควรที่จะพัฒนาการสื่อสารบนเพจเฟซบุ๊กในการให้
ข้อมูลและข่าวสารด้านน้ำมันรั่วที่เป็นประโยชน์มากขึ้น ทำการชี้แจงและให้ข้อมูลด้าน
ความคืบหน้าของเหตุการณ์น้ำมันรั่ว เพิ่มการสื่อสารที่เป็นประโยชน์ซึ่งส่งผลต่อการ
ตัดสินใจ รวมถึงมีการจัดแบ่งเนื้อหาให้เป็นหมวดหมู่ชัดเจน เพื่อที่จะสะดวกต่อผู้อ่าน
มากยิ่งขึ้น ซึ่งเหล่านี้จะส่งผลให้ผู้ที่ติดตามเพจเฟซบุ๊กขององค์กรมีความพึงพอใจในด้
การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์มากยิ่งขึ้น

2. จากผลการศึกษาความคาดหวังประโยชน์ พฤติกรรมการเปิดรับสาร และ
ความพึงพอใจของประชาชน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ดังนั้นองค์กร หรือ
หน่วยงานจึงควรมีการสร้างภาพลักษณ์ในเพจเฟซบุ๊ก เพื่อกระตุ้นเตือนให้มีการแสดงให้
ผู้รับสารรับรู้ และสามารถความคาดหวังประโยชน์จากสารที่ส่งไปได้ ซึ่งควรเน้นไปยัง
การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ เนื่องจากเป็นประเภทสารที่ผู้รับสารมีความคาดหวังมาก
ที่สุด อาทิ การให้รายละเอียดข้อมูลของข่าวสาร หรือกิจกรรมขององค์กร ซึ่งอาจหมาย
รวมถึง ภาพ อินโฟกราฟิกส์ และ วิดีโอ ที่แสดงให้เห็นถึงรายละเอียดต่าง ๆ ที่จะเป็
นประโยชน์ต่อผู้อ่านได้ และควรหลีกเลี่ยงการสื่อสารและการใช้สารเพื่อตอบสนอง
ประโยชน์ในการบรรเทาความตึงเครียดทางอารมณ์ เนื่องจากมีความคาดหวังที่ต่ำที่สุด
โดยหากองค์กรสามารถเพิ่มความคาดหวังต่อผู้อ่านได้ ก็จะสามารถเพิ่มพฤติกรรมการ
เปิดรับสาร ความพึงพอใจ และแนวโน้มการเปิดรับสารของประชาชนที่ติดตามเพจเฟ

ซบุ๊ก SPRC ได้อีกด้วย เหล่านี้จะส่งผลให้การสื่อสารขององค์กรผ่านเพจเฟซบุ๊ก SPRC กรณีเหตุการณ์น้ำมันรั่ว ของบริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) มีประสิทธิภาพต่อทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ในท้ายที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยในครั้งถัดไปควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น เช่น ผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) เป็นต้น

2. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะบุคคลภายนอกองค์กรเท่านั้น ฉะนั้น การวิจัยในครั้งถัดไปควรทำการศึกษาเปรียบเทียบโดยทำการวัดผลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลากรภายในองค์กร อย่างพนักงาน เพื่อที่จะได้ผลการศึกษาอย่างรอบด้านมากยิ่งขึ้น

3. การศึกษาในครั้งนี้อย่างเจาะจงไปในเรื่องของเหตุการณ์น้ำมันรั่วเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยที่สนใจศึกษาในองค์กรนี้ อาจทำการศึกษาในด้านการสื่อสารเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร หรือการประชาสัมพันธ์ด้านอื่นต่อไป

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรุงเทพมหานคร. (2565). *SPRC ซ้ำปริมาณน้ำมันดิบรั่วไหล 20-50 ตัน เร่งจัดการน้ำมันตกค้าง 5.3 ตัน*.
<https://www.bangkokbiznews.com/business/984857>
- กานต์ บุญศิริ. (2564). *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารในภาวะวิกฤติ*.
- ชนินทร คชพรหม. (2562). *ความคาดหวังและความพึงพอใจในข้อมูลข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจ Gymboree Play & Music Rama 3 ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของผู้ใช้บริการ. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- นันท์นิ พิศลีย์. (2558). *พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.com ในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- วรรณศิริ ศิริวรรณ. (2559). *พฤติกรรม การเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” . (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- ศศิธร เดชรัตน์. (2560). *ความคาดหวังประโยชน์ การเปิดรับ และทัศนคติ ที่มีต่อข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊กแฟนเพจด้านสุขภาพ. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- ศศิวิมล นิจโกฏิยานนท์. (2560). *ผลจากการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี ที่มีต่อค่านิยมในการเข้าสู่การบันเทิงของวัยรุ่น. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต*.

เศรณี นาวงค์ (2564). ความคาดหวัง การเปิดรับ และความพึงพอใจในข้อมูลข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจสำนักประชาสัมพันธ์เขต 5 กรมประชาสัมพันธ์ ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19). (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภาษาต่างประเทศ

Klapper, J.T. (1960). *The Effects of Mass Communication*. New York : The Free Press.

Palmgreen, P., & Rayburn, J. D. (1982). Merging uses and gratifications and expectancy value theory. *Communication Research*, 11(4), 537-562.

SPRC. (2022). *SPRC Star Petroleum Refining Public Company Limited Fanpage*. Retrieved from <https://web.facebook.com/SPRC-Star-Petroleum-Refining-Public-Company-Limited-101514738267212>

Yamane, Taro. (1967). *Statistics, An Introductory Analysis, 2nd Ed.*, New York: Harper and Row.