บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และความต้องการข่าวสาร ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีของพนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)” ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเก็บตัวอย่างพนักงาน บมจ.ทีโอที ซึ่งปฏิบัติงานอยู่ในสำนักงานใหญ่ ถนนแจ้งวัฒนะ กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของพนักงาน บมจ.ทีโอที

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน บมจ.ทีโอที

ตอนที่ 3 ความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีของพนักงาน บมจ.ทีโอที

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในและด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1
ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของพนักงาน บมจ.ทีโอที

ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อายุงาน ระดับตำแหน่ง และกลุ่มงานที่สังกัด โดยนำเสนอเป็นจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ดังตารางที่ 4.1-4.6 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	181	45.3
หญิง	219	54.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เพศหญิง มีจำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 และเป็นเพศชาย มีจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3

ตารางที่ 4.2

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี	19	4.8
26-35 ปี	91	22.7
36-45 ปี	152	38.0
46-55 ปี	119	29.7
56 ปีขึ้นไป	19	4.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 36-45 ปี มีจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมามีอายุ 46-55 ปี มีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 มีอายุ 26-35 ปี มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี และอายุ 56 ปีขึ้นไป มีจำนวน 19 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 4.8 มี มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8

จากสัดส่วนช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างข้างต้น กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี และอายุ 56 ปีขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด มีสาเหตุจากปัจจุบัน บมจ.ทีโอที มีนโยบายในการรับพนักงานใหม่น้อยลง เนื่องจากอยู่ในช่วงของการปรับเปลี่ยนรูปแบบองค์กร และการมีโครงการเกษียณอายุก่อนกำหนด ตามนโยบายลดจำนวนพนักงานขององค์กร

ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	54	13.5
ปริญญาตรี	211	52.7
สูงกว่าปริญญาตรี	135	33.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีจำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.7 รองลงมามีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 และมีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5

ตารางที่ 4.4

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุงาน

อายุงาน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5 ปี	61	15.2
5-10 ปี	39	9.8
11-15 ปี	111	27.8
16-20 ปี	78	19.4
21 ปีขึ้นไป	111	27.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุงาน 11-15 ปี และมีอายุงาน 21 ปีขึ้นไป มีจำนวนมากที่สุดเท่ากันคือ 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมามีอายุงาน 16-20 ปี มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 มีอายุงาน ต่ำกว่า 5 ปี มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 และน้อยที่สุดมีอายุงาน 5-10 ปี มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8

ตารางที่ 4.5

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับตำแหน่ง

ระดับตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
ระดับ 1-5	151	37.8
ระดับ 6-9	219	54.7
ระดับ 10-13	30	7.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งมีตำแหน่งระดับ 6-9 มีจำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.7 รองลงมามีตำแหน่งระดับ 1-5 มีจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 และมีตำแหน่งระดับ 10-13 มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5

จากตารางที่ 4.4-4.5 สังเกตได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีอายุงาน11-15 ปี และมีอายุงาน 21 ปีขึ้นไป และมีระดับตำแหน่ง 6-9 มากที่สุด เนื่องจากที่ผ่านมารัฐบาลมีนโยบายขยายโอกาสให้ประชาชนทั่วประเทศเข้าถึงการสื่อสารทางเสียงในรูปแบบโทรศัพท์พื้นฐาน ทาง บมจ.ทีโอที จึงได้รับพนักงานจำนวนมากเพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ของประเทศ

ตารางที่ 4.6

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกลุ่มงานที่สังกัด

หน่วยงานที่สังกัด	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร		
- สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการบริษัทและสำนักงานเลขานุการผู้บริหาร	8	2.0
- สายงานตรวจสอบ	5	1.3
- สายงานบริหารโทรคมนาคมโดยทั่วถึง	4	1.0
- สายงานทรัพยากรบุคคล	20	5.0
- สายงานประสิทธิผลองค์กร	20	5.0
- สายงานการเงิน	17	4.3
- สายงานบริหารการลงทุน	10	2.5
- สายงานบริหารทรัพย์สิน	24	6.0
รวม	108	27.1
กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์		
- สายงานโครงข่าย	46	11.5
- สายงานการตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์	31	7.7
รวม	77	19.2
กลุ่มงานการขายและให้บริการ		
- สายงานขายและบริการลูกค้านครหลวง	215	53.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งสังกัดกลุ่มงานการขายและให้บริการโดยอยู่ในสายงานขายและบริการลูกค้านครหลวง มีจำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.7 รองลงมาคือ กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร โดยอยู่ในสายงานบริหารทรัพย์สิน มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 สังกัดสายงานทรัพยากรบุคคล มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 สังกัดสายงานประสิทธิผลองค์กร มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 สังกัดสายงานการเงิน มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 สังกัดสายงานบริหารการลงทุน มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 สังกัดสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการบริษัทและสำนักงานเลขานุการผู้บริหาร มีจำนวน 8 คน

คิดเป็นร้อยละ 2.0 สังกัดสายงานตรวจสอบ มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 และสังกัดสายงานบริหารโทรคมนาคมโดยทั่วถึง มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และกลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยอยู่ในสายงานโครงข่าย มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และสายงานการตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7

ตอนที่ 2
พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ของพนักงาน บมจ. ทีโอที

ผลจากการศึกษาทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน บมจ.ทีโอที 6 ประเภท ได้แก่ สื่อโทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร หรือ TOT Time วารสารรายเดือน หรือ TOT@home โปสเตอร์ ป้ายประกาศ เสียงตามสาย อินทราเน็ต (http://intra.tot.co.th) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) การอบรมสัมมนา และบุคคล โดยนำเสนอเป็นจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง ดังตารางที่ 4.7-4.15 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ
กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร
จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในโดยรวม

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อภายใน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับการเปิดรับ
สื่อโทรทัศน์วงจรปิด	2.45	1.16	ปานกลาง
สื่อสิ่งพิมพ์	2.50	0.90	ปานกลาง
- วารสารรายเดือน หรือ TOT@home	2.40	1.07	ปานกลาง
- โปสเตอร์ ป้ายประกาศ	2.61	1.17	ปานกลาง
สื่อเสียงตามสาย	2.54	1.34	ปานกลาง
สื่ออิเล็กทรอนิกส์	2.23	1.00	ปานกลาง
- อินทราเน็ต (http://intra.tot.co.th)	2.67	0.99	ปานกลาง
- จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)	1.79	1.36	ต่ำ

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อภายใน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับการเปิดรับ
สื่อกิจกรรม	1.93	0.95	ต่ำ
สื่อบุคคล	2.88	0.90	ปานกลาง
การเปิดรับข่าวสารโดยรวม	2.41	0.64	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.7 พบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในโดยรวม ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.41 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.64 และเมื่อพิจารณาเป็นรายประเภท พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากสื่อบุคคล มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 2.88 มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90 รองลงมา คือ สื่อเสียงตามสาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54 มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.34 สื่อสิ่งพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.50 มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90 สื่อโทรทัศน์วงจรปิด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.45 มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.16 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.23 มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.00 ส่วนประเภทสื่อที่เปิดรับน้อยที่สุด คือ สื่อกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.93 มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.95

จากข้อมูลข้างต้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล ได้แก่ หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงานมากที่สุด เนื่องจากสื่อบุคคลเหล่านี้มีควรามเป็นกันเองในการพูดคุย และมีการตอบโต้ชี้แจงเพื่อให้ทั้งสองฝ่ายเข้าใจในข่าวสารที่ต้องการสื่อสารมากกว่าสื่ออื่น กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อเสียงตามสาย เนื่องจากสื่อเสียงตามสายเป็นสื่อที่ปรับเปลี่ยนข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ และพนักงานสามารถปฏิบัติงานพร้อมกับรับฟังเสียงตามสายไปพร้อมกันได้ ส่วนการที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อกิจกรรม ได้แก่ การอบรมสัมมนา น้อยที่สุด เนื่องจากหลักสูตรในการฝึกอบรมของพนักงาน บมจ.ทีโอที มีจำกัดจำนวนหลักสูตรและจำนวนพนักงานที่เข้าอบรมในแต่หลักสูตร ซึ่งไม่สอดคล้องกับพนักงานพนักงานที่มีจำนวนมาก ดังนั้น โอกาสที่พนักงานแต่ละคนจะได้เข้าร่วมการอบรมต่อหนึ่งปีจึงมีไม่มากนัก

ตารางที่ 4.8
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์วงจรปิด
บริเวณโรงอาหาร หรือ TOT Time

สื่อโทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร หรือ TOT Time	บ่อยมาก (5 ครั้งขึ้นไป/สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	บ่อย (3-4 ครั้ง/สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง (1-2 ครั้ง/สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	นาน ๆ ครั้ง (<1 ครั้ง/สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เคย จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (S.D)	ระดับการเปิดรับ
ประกาศสั้น ๆ (Spot)	79 (19.8)	137 (34.3)	113 (28.3)	20 (5.0)	51 (12.8)	400 (100.0)	2.43 (1.23)	ปานกลาง
ข่าว	115 (28.8)	125 (31.3)	103 (25.8)	6 (1.5)	51 (12.8)	400 (100.0)	2.62 (1.27)	ปานกลาง
การสนทนา/การสัมภาษณ์	60 (15.0)	120 (30.0)	150 (37.5)	19 (4.8)	51 (12.8)	400 (100.0)	2.30 (1.17)	ปานกลาง
สื่อโทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร โดยรวม							2.45 (1.16)	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.8 พบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากโทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร หรือ TOT Time ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.45 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.16 และเมื่อพิจารณาเป็นประเภทของสื่อโทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร หรือ TOT Time แล้วพบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเปิดรับสื่อโทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร หรือ TOT Time จากทุกประเภทในระดับปานกลาง ได้แก่ ข่าว มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 2.62 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.27 รองลงมาคือประกาศสั้น ๆ (Spot) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.23 และการสนทนา/การสัมภาษณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.30 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.17

ตารางที่ 4.9
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวารสารรายเดือน หรือ TOT@home

สื่อวารสารรายเดือน หรือ TOT@home	บ่อยมาก (5 ครั้งขึ้นไป /สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	บ่อย (3-4 ครั้ง/ สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง (1-2 ครั้ง/ สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	นาน ๆ ครั้ง (<1 ครั้ง/ สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เคย จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (S.D)	ระดับการเปิดรับ
บทความ	97 (24.3)	119 (29.8)	112 (28.0)	43 (10.8)	29 (7.3)	400 (100.0)	2.53 (1.18)	ปานกลาง
ข่าว	97 (24.3)	121 (30.3)	115 (28.8)	38 (9.5)	29 (7.3)	400 (100.0)	2.55 (1.17)	ปานกลาง
คอลัมน์ถามตอบปัญหา	78 (19.5)	104 (26.0)	136 (34.0)	53 (13.3)	29 (7.3)	400 (100.0)	2.37 (1.15)	ปานกลาง
บทสัมภาษณ์	73 (18.3)	104 (26.0)	131 (32.8)	63 (15.8)	29 (7.3)	400 (100.0)	2.32 (1.16)	ปานกลาง
การ์ตูน	81 (20.3)	79 (19.8)	123 (30.8)	88 (22.0)	29 (7.3)	400 (100.0)	2.24 (1.21)	ปานกลาง
สื่อวารสารรายเดือนโดยรวม							2.40 (1.07)	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.9 พบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากวารสารรายเดือน หรือ TOT@home ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.40 และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.07 และเมื่อพิจารณาเป็นประเภทของสื่อวารสารรายเดือน หรือ TOT@home พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเปิดรับสื่อวารสารรายเดือน หรือ TOT@home จากทุกประเภทในระดับปานกลาง ได้แก่ ข่าว มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 2.55 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.17 รองลงมา คือ บทความ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.53 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.18 คอลัมน์ถามตอบปัญหามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.37 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ

1.15 บทสัมภาษณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.32 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.16 และการ์ตูนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.24 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.21

ตารางที่ 4.10
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโปสเตอร์ ป้ายประกาศ

สื่อโปสเตอร์ป้ายประกาศ	บ่อยมาก (5 ครั้งขึ้นไป/สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	บ่อย (3-4 ครั้ง/สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง (1-2 ครั้ง/สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	นาน ๆ ครั้ง (<1 ครั้ง/สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เคย จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (S.D)	ระดับการเปิดรับ
ข้อคิดที่น่าสนใจ	101 (25.3)	143 (35.8)	92 (23.0)	19 (4.8)	45 (11.3)	400 (100.0)	2.59 (1.23)	ปานกลาง
ข่าว	114 (28.5)	143 (35.8)	83 (20.8)	15 (3.8)	45 (11.3)	400 (100.0)	2.67 (1.24)	ปานกลาง
สโลแกน	88 (22.0)	132 (33.0)	110 (27.5)	25 (6.3)	45 (11.3)	400 (100.0)	2.48 (1.22)	ปานกลาง
ประกาศ	122 (30.5)	140 (35.0)	72 (18.0)	21 (5.3)	45 (11.3)	400 (100.0)	2.68 (1.27)	ปานกลาง
สื่อโปสเตอร์ป้ายประกาศโดยรวม							2.61 (1.17)	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 พบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากโปสเตอร์ ป้ายประกาศ ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.17 และเมื่อพิจารณาเป็นประเภทของสื่อโปสเตอร์ป้ายประกาศ พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเปิดรับสื่อโปสเตอร์ ป้ายประกาศ จากทุกประเภทในระดับปานกลาง ได้แก่ ประกาศ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 2.68 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.27 ซึ่งใกล้เคียงกับข่าว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.24

ข้อคิดน่าสนใจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.59 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.23 และสโลแกนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.48 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.22

ตารางที่ 4.11
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเสียงตามสาย

สื่อเสียงตามสาย	บ่อยมาก (5 ครั้งขึ้นไป /สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	บ่อย (3-4 ครั้ง/ สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง (1-2 ครั้ง/ สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	นาน ๆ ครั้ง (<1 ครั้ง/ สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เคย จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (S.D)	ระดับการเปิดรับ
ประกาศสั้น ๆ (Spot)	165 (41.3)	106 (26.5)	53 (13.3)	8 (2.0)	68 (17.0)	400 (100.0)	2.73 (1.44)	ปานกลาง
บทความ	93 (23.3)	122 (30.5)	89 (22.3)	28 (7.0)	68 (17.0)	400 (100.0)	2.36 (1.36)	ปานกลาง
การสนทนา/ การสัมภาษณ์	102 (25.5)	125 (31.3)	91 (22.8)	14 (3.5)	68 (17.0)	400 (100.0)	2.45 (1.36)	ปานกลาง
ข่าว	147 (36.8)	109 (27.3)	57 (14.3)	19 (4.8)	68 (17.0)	400 (100.0)	2.62 (1.45)	ปานกลาง
สื่อเสียงตามสายโดยรวม							2.54 (1.34)	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.11 พบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากเสียงตามสาย ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54 และ ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.34 และเมื่อพิจารณาเป็นประเภทของสื่อเสียงตามสาย พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเปิดรับสื่อเสียงตามสาย จากทุกประเภทในระดับปานกลาง ได้แก่ ประกาศสั้น ๆ (Spot) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 2.73 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.44 รองลงมาคือ ข่าว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.45

การสนทนา/การสัมภาษณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.45 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.36 และบทความมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.36 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.36

ตารางที่ 4.12
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ
กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร
จากสื่ออินทราเน็ต (http://intra.tot.co.th)

สื่ออินทราเน็ต	บ่อยมาก (5 ครั้งขึ้นไป /สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	บ่อย (3-4 ครั้ง/ สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง (1-2 ครั้ง/ สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	นาน ๆ ครั้ง (<1 ครั้ง/ สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เคย จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (S.D)	ระดับ การเปิดรับ
ประกาศ ระเบียบ บันทึกข้อความ	128 (32.0)	115 (28.8)	115 (28.8)	15 (3.8)	27 (6.8)	400 (100.0)	2.76 (1.14)	ปานกลาง
ข่าว	138 (34.5)	120 (30.0)	98 (24.5)	17 (4.3)	27 (6.8)	400 (100.0)	2.81 (1.16)	ปานกลาง
เว็บไซต์ ส่วนงาน	124 (31.0)	134 (33.5)	101 (25.3)	14 (3.5)	27 (6.8)	400 (100.0)	2.79 (1.13)	ปานกลาง
ระบบงานต่าง ๆ	150 (37.5)	99 (24.8)	105 (26.3)	19 (4.8)	27 (6.8)	400 (100.0)	2.82 (1.19)	ปานกลาง
กระดาน สนทนา/กระทู้	59 (14.8)	93 (23.3)	140 (35.0)	81 (20.3)	27 (6.8)	400 (100.0)	2.19 (1.12)	ปานกลาง
สื่ออินทราเน็ต โดยรวม							2.67 (0.99)	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.12 พบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากอินทราเน็ต (http://intra.tot.co.th) ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.67 และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.99 และเมื่อพิจารณาเป็นประเภทของอินทราเน็ต พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเปิดรับสื่ออินทราเน็ตจากทุกประเภทในระดับปานกลาง ได้แก่ ระบบงานต่าง ๆ เช่น ระบบเงินเดือน ค่ารักษาพยาบาลและ E-document มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 2.82 มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.19 รองลงมาคือ ข่าว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.16 เว็บไซต์ส่วนงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79 มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.13 ประกาศ ระเบียบ บันทึกข้อความ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76 มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.14 และกระดานสนทนา/กระทู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.19 มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.12

ตารางที่ 4.13

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

สื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์	บ่อยมาก (5 ครั้งขึ้นไป/สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	บ่อย (3-4 ครั้ง/สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง (1-2 ครั้ง/สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	นาน ๆ ครั้ง (<1 ครั้ง/สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เคย จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (S.D)	ระดับการเปิดรับ
แผนงานประจำปีของ บมจ.ทีโอที	43 (10.8)	94 (23.5)	101 (25.3)	39 (9.8)	123 (30.8)	400 (100.0)	1.74 (1.39)	ต่ำ
สินค้าและบริการของ บมจ.ทีโอที	52 (13.0)	99 (24.8)	91 (22.8)	35 (8.8)	123 (30.8)	400 (100.0)	1.81 (1.43)	ต่ำ
บันทึกข้อความ	55 (13.8)	96 (24.0)	94 (23.5)	32 (8.0)	123 (30.8)	400 (100.0)	1.82 (1.44)	ต่ำ
สื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์โดยรวม							1.79 (1.36)	ต่ำ

จากตารางที่ 4.13 พบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ในระดับต่ำ คิดเป็นค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 1.79 และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.36 และเมื่อพิจารณาเป็นประเภทของสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเปิดรับสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ทุกประเภทในระดับต่ำ ได้แก่ บันทึกข้อความ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 1.82 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.44 ซึ่งใกล้เคียงกับสินค้าและบริการของ บมจ.ทีโอที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.81 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.43 และแผนงานประจำปีของ บมจ.ทีโอที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.74 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.39

ตารางที่ 4.14
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อกิจกรรม

การอบรม สัมมนา	บ่อยมาก (5 ครั้งขึ้นไป /สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	บ่อย (3-4 ครั้ง/ สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง (1-2 ครั้ง/ สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	นาน ๆ ครั้ง (<1 ครั้ง/ สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เคย จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (S.D)	ระดับ การเปิดรับ
การอบรม / สัมมนา	40 (10.0)	100 (25.0)	191 (47.8)	22 (5.5)	47 (11.8)	400 (100.0)	2.16 (1.07)	ปานกลาง
การรับฟัง บรรยาย	34 (8.5)	102 (25.5)	166 (41.5)	51 (12.8)	47 (11.8)	400 (100.0)	2.06 (1.09)	ปานกลาง
การศึกษาดูงาน	14 (3.5)	46 (11.5)	138 (34.5)	155 (38.8)	47 (11.8)	400 (100.0)	1.56 (0.96)	ต่ำ
สื่อการอบรม สัมมนาโดยรวม							1.93 (0.95)	ต่ำ

จากตารางที่ 4.14 พบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากการอบรมสัมมนาในระดับต่ำ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ1.93 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.95 และเมื่อพิจารณาเป็นประเภทของสื่อการอบรมสัมมนา พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเปิดรับสื่อการอบรมสัมมนา ในระดับปานกลางในประเภทการอบรม/สัมมนา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 2.16 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.07 รองลงมาคือ การรับฟังบรรยาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.06 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.09 และการศึกษาดูงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.56 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.96 มีการเปิดรับในระดับต่ำ

ตารางที่ 4.15
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล

สื่อบุคคล	บ่อยมาก (5 ครั้งขึ้นไป /สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	บ่อย (3-4 ครั้ง/ สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง (1-2 ครั้ง/ สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	นาน ๆ ครั้ง (<1 ครั้ง/ สัปดาห์) จำนวน (ร้อยละ)	ไม่เคย จำนวน (ร้อยละ)	รวม จำนวน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (S.D)	ระดับการเปิดรับ
การพูดคุย	209 (52.3)	108 (27.0)	65 (16.3)	3 (0.8)	15 (3.8)	400 (100.0)	3.23 (1.00)	สูง
การอภิปราย / ประชุม	72 (18.0)	126 (31.5)	155 (38.8)	32 (8.0)	15 (3.8)	400 (100.0)	2.52 (1.00)	ปานกลาง
สื่อบุคคลโดยรวม							2.88 (0.90)	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.15 พบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากบุคคล ได้แก่ หัวหน้างาน/เพื่อนร่วมงาน ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90 และเมื่อพิจารณาเป็นประเภทของสื่อบุคคล พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเปิดรับสื่อบุคคล ประเภทการพูดคุยในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.00 และการอภิปราย / ประชุม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.52 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.00 มีพฤติกรรมการเปิดรับในระดับปานกลาง

จากตารางที่ 4.8-4.15 พบว่า ลักษณะข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารที่มากที่สุดในแต่ละสื่อ คือ สื่อโทรทัศน์วงปิด สื่อวารสารรายเดือน เปิดรับข่าวสารประเภทข่าว เนื่องจาก

เนื้อหาประเภทข่าวที่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทั้งสองประเภท ให้รายละเอียดหลากหลาย และมีการปรับเปลี่ยนให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอโดยข่าวที่ประชาสัมพันธ์นั้น ได้แก่ ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ของ บมจ.ทีโอที ทั้งภายในและภายนอกขององค์กร ทำให้พนักงานทราบถึงความเคลื่อนไหวในนโยบาย โดยเฉพาะสื่อวารสารรายเดือนมีการจัดรูปแบบที่ดี มีสีสันในการนำเสนอที่สวยงาม ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจที่จะเปิดรับข่าวสาร สื่อโปสเตอร์ ป้ายประกาศ สื่อเสียงตามสาย เปิดรับข่าวสารจากประกาศ และประกาศสั้น ๆ เนื่องจากในช่วงเวลาสั้น ๆ ก็สามารถที่จะรับฟังข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานต่าง ๆ รวมถึงนโยบาย ข้อปฏิบัติที่มีความสำคัญและเป็นเรื่องที่พนักงานควรทราบ เพื่อเป็นการป้องกันการเข้าใจผิดในเบื้องต้น สื่ออินทราเน็ต เปิดรับข่าวสารจากระบบงานต่าง ๆ เช่น ระบบเงินเดือน ค่ารักษาพยาบาลและ E-document เนื่องจากทาง บมจ.ทีโอที มีนโยบายลดการใช้ทรัพยากรและเพื่อเพิ่มความสะดวก รวดเร็ว ย่นระยะเวลาในการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ของพนักงานทั่วประเทศ ดังนั้น จึงได้จัดทำซอฟต์แวร์ (บมจ.ทีโอที เรียกว่าระบบงาน) ที่สร้างขึ้นมาเพื่อใช้กับงานเฉพาะในแต่ละด้านขององค์กร สื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) เปิดรับข่าวสารประเภทบันทึกข้อความ ซึ่งนอกจากการเปิดรับข้อมูลต่าง ๆ ผ่านระบบงานแล้ว กลุ่มตัวอย่างเปิดรับบันทึกข้อความผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์อีกด้วย สื่อกิจกรรม เปิดรับข่าวสารประเภทการอบรม/สัมมนา เนื่องจากทาง บมจ.ทีโอที เห็นความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพในด้านต่าง ๆ ของพนักงาน จึงได้ก่อตั้งสถาบันวิชาการทีโอที ที่มีพันธกิจในการฝึกอบรมพนักงานให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และได้กำหนดให้พนักงานทั่วประเทศเข้าร่วมฝึกอบรมในหลักสูตรต่าง ๆ ที่กำหนด และสื่อบุคคล เปิดรับข่าวสารจากการพูดคุย เนื่องจากการสื่อสารโดยการพูดคุยเป็นการสื่อสารที่มีความสะดวก และมีความเป็นกันเอง ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีการเชื่อถือและยอมรับความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ ได้ง่าย

ตอนที่ 3
ความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี 8 ด้าน ได้แก่ ความต้องการด้านหลักความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตนเอง (Accountability) ด้านหลักความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่และภาระงานตามที่ได้รับมอบหมาย (Responsibility) ด้านการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกันเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย (Equitability) ด้านความโปร่งใสใน การดำเนินงานที่ตรวจสอบได้ และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส (Transparency) ด้านการมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว (Vision to Create Long Term Value) ด้านการมีจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Ethics) ด้านการปฏิบัติตนเป็นประชากรที่ดี ขององค์กรและสังคม (Good Citizenship) และด้านการเคารพในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ (Human Dignity) โดยนำเสนอเป็นจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง ดังตารางที่ 4.16-4.25 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.16
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามการรับทราบว่า บมจ.ทีโอที นำหลักการกำกับดูแล
กิจการที่ดี มาเป็นแนวทางในการบริหารงาน

การรับทราบว่า บมจ.ทีโอที นำหลักการกำกับดูแล กิจการที่ดี (Corporate Governance : CG) มาเป็นแนวทางในการบริหารงาน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ทราบ	72	18.0
ทราบ	328	82.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนใหญ่ทราบว่า บมจ.ทีโอที นำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาเป็นแนวทางในการบริหารงาน จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 82.0 และไม่ทราบ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0

จากข้อมูลข้างต้น พบว่า แม้ว่าทาง บมจ.ทีโอที จะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาเป็นระยะเวลาหนึ่ง แต่มีกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่ทราบเกี่ยวกับนโยบายดังกล่าว เนื่องจากโครงสร้างของ บมจ.ทีโอที ที่เป็นระบบราชการ การสื่อสารมีหลายลำดับขั้น รวมถึงการที่องค์กรมีพนักงานจำนวนมาก ดังนั้น การสื่อสารในเรื่องดังกล่าวจึงอาจไม่ครอบคลุมถึงพนักงานทุกกลุ่ม

ตารางที่ 4.17
แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
ความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ความต้องการข่าวสาร ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความ ต้องการ
หลักความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตนเอง (Accountability)	3.83	0.70	มาก
หลักความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ และภาระงานตามที่ได้รับมอบหมาย (Responsibility)	3.77	0.72	มาก
การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกันเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย (Equitability)	3.89	0.74	มาก
ความโปร่งใสในการดำเนินงานที่ตรวจสอบได้ และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส (Transparency)	3.82	0.85	มาก
การมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว (Vision to Create Long Term Value)	3.82	0.81	มาก
การมีจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Ethics)	3.90	0.80	มาก
การปฏิบัติตนเป็นประชากรที่ดีขององค์กรและสังคม (Good Citizenship)	3.77	0.77	มาก
การเคารพในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ (Human Dignity)	3.81	0.76	มาก
ความต้องการข่าวสาร ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยรวม	3.83	0.63	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยรวม ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.63 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ด้านการมีจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Ethics) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.90 มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 รองลงมา คือ ด้านการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกันเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย (Equitability) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 ด้านหลักความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตนเอง (Accountability) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 ด้านความโปร่งใสในการดำเนินงานที่ตรวจสอบได้ และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส (Transparency) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.85 ด้านการมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว (Vision to Create Long Term Value) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 ด้านการเคารพในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ (Human Dignity) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 ด้านการปฏิบัติตนเป็นประชากรที่ดีขององค์กรและสังคม (Good Citizenship) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 และด้านหลักความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ และภาระงานตามที่ได้รับมอบหมาย (Responsibility) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72

จากข้อมูลข้างต้นที่แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข้อมูลทางด้านการมีจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Ethics) มากที่สุด เนื่องจากทาง บมจ.ทีโอที มีการปลูกฝังเรื่องการประพฤติปฏิบัติตนตามจริยธรรมขององค์กร และเผยแพร่ข้อมูลในเรื่องจริยธรรมตลอดมา รวมถึงการที่ บมจ.ทีโอที ปรากฏข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับการบริหารงานที่ไม่เป็นธรรมของผู้บริหาร รวมถึงความไม่โปร่งใสในเรื่องการจัดซื้อจัดจ้างขององค์กร ดังนั้น พนักงานจึงมีความต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารในเรื่องดังกล่าวมากกว่าด้านอื่น ในความต้องการข่าวสารด้านการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกันเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย (Equitability) เป็นด้านที่กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข่าวสารรองลงมา เนื่องจากพนักงานทุกคนควรมีหลักประกันขั้นพื้นฐานในด้านความเสมอภาคที่จะได้รับการสนับสนุน ส่งเสริมพัฒนาศักยภาพ ความรู้ ความสามารถให้สูงขึ้น รวมถึงการที่จะได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ส่วนในด้านหลักความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ และภาระงานตามที่ได้รับมอบหมาย (Responsibility) และด้านการปฏิบัติตนเป็นประชากรที่ดีขององค์กรและสังคม (Good Citizenship) ที่กลุ่มตัวอย่างมี

ความต้องการข่าวสารน้อยที่สุด เนื่องจากบมจ.ทีโอที มีการเผยแพร่ให้พนักงานรับทราบเรื่องแนวทางในการปฏิบัติงานขององค์กร และการสื่อสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมภายในและภายนอกองค์กรเป็นประจำ

ตารางที่ 4.18
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีด้านหลักความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตนเอง (Accountability)

หลักความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตนเอง (Accountability)	ระดับความต้องการข้อมูลข่าวสาร					รวม	ค่าเฉลี่ย (S.D)	ระดับความต้องการ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การชี้แจงแผนการปฏิบัติงานประจำปีของส่วนงาน รวมถึงการให้พนักงานทุกคนเข้าใจหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบ	82 (20.5)	187 (46.8)	118 (29.5)	13 (3.3)		400 (100.0)	3.85 (0.78)	มาก
บทลงโทษที่ชัดเจนเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ไม่เอื้อในการทำงาน	84 (21.0)	161 (40.3)	130 (32.5)	22 (5.5)	3 (0.8)	400 (100.0)	3.75 (0.87)	มาก
การกำหนดตัวชี้วัดและแนววิธีการปฏิบัติงานของพนักงาน	92 (23.0)	185 (46.3)	111 (27.8)	12 (3.0)		400 (100.0)	3.89 (0.79)	มาก
โดยรวม							3.83 (0.70)	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีด้านหลักความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตนเอง (Accountability) โดยรวม ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 และเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า

กลุ่มตัวอย่าง มีความต้องการในระดับมาก ในทุกประเด็น ได้แก่ การกำหนดตัวชี้วัดและแนววิธีการปฏิบัติงานของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

เท่ากับ 0.79 รองลงมา คือ การชี้แจงแผนการปฏิบัติงานประจำปีของส่วนงาน รวมถึงการให้พนักงานทุกคนเข้าใจหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 และบทลงโทษที่ชัดเจนเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ไม่เอื้อในการทำงาน เช่น การละเว้นการปฏิบัติหน้าที่ หรือไม่ปรับปรุงตัวเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.87

ตารางที่ 4.19

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีด้านหลักความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ และภาระงานตามที่ได้รับมอบหมาย (Responsibility)

หลักความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ และภาระงานตามที่ได้รับมอบหมาย (Responsibility)	ระดับความต้องการข้อมูลข่าวสาร					รวม	ค่าเฉลี่ย (S.D)	ระดับความต้องการ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การแสดง/การจัดทำคู่มือเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติตนต่อ หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน ลูกค้า และบมจ.ทีโอที	72 (18.0)	173 (43.3)	134 (33.5)	16 (4.0)	5 (1.3)	400 (100.0)	3.73 (0.85)	มาก
แนวทางที่ผู้ปฏิบัติงานและลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบาย ขั้นตอนการทำงาน ตลอดจนการพัฒนาสินค้าและบริการ	64 (16.0)	191 (47.8)	129 (32.3)	15 (3.8)	1 (0.3)	400 (100.0)	3.76 (0.77)	มาก
การฝึกอบรมความรู้แก่พนักงานเพื่อให้สามารถพัฒนาสินค้าและบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า	98 (24.5)	158 (39.5)	121 (30.3)	20 (5.0)	3 (0.8)	400 (100.0)	3.82 (0.89)	มาก
โดยรวม							3.77 (0.72)	มาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข่าวสารด้านหลักความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ และภาระงานตามที่ได้รับมอบหมาย (Responsibility) โดยรวม ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 และเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการในระดับมาก ในทุกประเด็น ได้แก่ การฝึกอบรมความรู้แก่พนักงานเพื่อให้สามารถพัฒนาสินค้าและบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89 รองลงมา คือ แนวทางที่ผู้ปฏิบัติงานและลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบาย ขั้นตอนการทำงาน ตลอดจนการพัฒนาสินค้าและบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 และการแสดง/การจัดทำคู่มือเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติตนต่อ หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน ลูกค้า และบมจ. ทีโอที ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.85

ตารางที่ 4.20
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
ความต้องการข่าวสารด้านการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกัน
เป็นธรรมต่อทุกฝ่าย (Equitability)

หลักการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกันเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย (Equitability)	ระดับความต้องการข้อมูลข่าวสาร					รวม	ค่าเฉลี่ย (S.D)	ระดับความต้องการ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ข้อมูลข่าวสารด้านสิทธิและสวัสดิการที่พนักงานทุกคนพึงได้รับในด้านต่าง ๆ อย่างเท่าเทียมกัน	106 (26.5)	162 (40.5)	122 (30.5)	10 (2.5)		400 (100.0)	3.91 (0.81)	มาก
ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับ บมจ.ทีโอที ให้พนักงานได้รับทราบโดยทั่วถึง	97 (24.3)	174 (43.5)	116 (29.0)	11 (2.8)	2 (0.5)	400 (100.0)	3.88 (0.82)	มาก
แนวทางที่พนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นต่อการทำหน้าที่ของกรรมการ หรือผู้มีอำนาจในเรื่องต่าง ๆ ของ บมจ.ทีโอที ที่ไม่เป็นกลาง	107 (26.8)	159 (39.8)	111 (27.8)	20 (5.0)	3 (0.8)	400 (100.0)	3.87 (0.89)	มาก
โดยรวม							3.89 (0.74)	มาก

จากตารางที่ 4.20 พบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข่าวสารด้านการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกันเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย (Equitability) โดยรวม ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 และเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า

กลุ่มตัวอย่าง มีความต้องการในระดับมากในทุกประเด็น ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารด้านสิทธิและสวัสดิการที่พนักงานทุกคนพึงได้รับในด้านต่าง ๆ อย่างเท่าเทียมกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และมี ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 รองลงมา คือ ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่

เกี่ยวกับ บมจ.ทีโอทีให้พนักงานได้รับทราบโดยทั่วถึง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82 ซึ่งใกล้เคียงกับแนวทางที่พนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นต่อการทำหน้าที่ของกรรมการ หรือ ผู้มีอำนาจในเรื่องต่าง ๆ ของ บมจ.ทีโอที ที่ไม่เป็นกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89

ตารางที่ 4.21
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม
ความต้องการข่าวสารด้านความโปร่งใสในการดำเนินงานที่ตรวจสอบได้
และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส (Transparency)

ด้านความโปร่งใสในการดำเนินงานที่ตรวจสอบได้และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส (Transparency)	ระดับความต้องการข้อมูลข่าวสาร					รวม	ค่าเฉลี่ย (S.D)	ระดับความต้องการ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ข้อมูลโครงสร้างของแต่ละส่วนงานว่าพนักงานแต่ละคนมีหน้าที่รับผิดชอบใดบ้าง	101 (25.3)	172 (43.0)	110 (27.5)	13 (3.3)	4 (1.0)	400 (100.0)	3.88 (0.86)	มาก
แนวทางการมีส่วนร่วมและตรวจสอบในเรื่องขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้าง หรือการให้สัมปทานของ บมจ.ทีโอที	111 (27.8)	137 (34.3)	122 (30.5)	23 (5.8)	7 (1.8)	400 (100.0)	3.81 (0.97)	มาก
ข้อมูลเรื่องความสำคัญและประโยชน์ของการตรวจสอบภายใน	114 (28.5)	130 (32.5)	116 (29.0)	32 (8.0)	8 (2.0)	400 (100.0)	3.78 (1.01)	มาก
โดยรวม							3.82 (0.85)	มาก

จากตารางที่ 4.21 พบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข่าวสารด้านความโปร่งใสในการดำเนินงานที่ตรวจสอบได้ และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส (Transparency) โดยรวม ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.85 และเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการในระดับมากในทุกประเด็น ได้แก่ ข้อมูลโครงสร้างของแต่ละส่วนงานว่าพนักงานแต่ละคนมีหน้าที่รับผิดชอบใดบ้าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.86 รองลงมา คือ แนวทางการมีส่วนร่วมและตรวจสอบในเรื่องขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้างหรือการให้สัมปทานของ บมจ.ทีโอที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.97 และข้อมูลเรื่องความสำคัญและประโยชน์ของการตรวจสอบภายใน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.01

ตารางที่ 4.22

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความต้องการข่าวสารด้านการมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว (Vision to Create Long Term Value)

ด้านการมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่า เพิ่มแก่กิจการในระยะยาว(Vision to Create Long Term Value)	ระดับความต้องการข้อมูลข่าวสาร					รวม	ค่าเฉลี่ย (S.D)	ระดับความต้องการ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
แนวทางการกำหนดอัตรากำลังของส่วนงานเพื่อให้สอดคล้องกับปริมาณงาน	94 (23.5)	151 (37.8)	126 (31.5)	28 (7.0)	1 (0.3)	400 (100.0)	3.77 (0.90)	มาก
การจัดอบรมพนักงานให้สามารถใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อลดต้นทุน และลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน	102 (25.5)	160 (40.0)	110 (27.5)	28 (7.0)		400 (100.0)	3.84 (0.89)	มาก
ข้อมูลแผนการทำงานในกรณีที่ บมจ.ทีโอที ประสบภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ งบประมาณสำหรับพนักงานลดลง	105 (26.3)	158 (39.5)	110 (27.5)	26 (6.5)	1 (0.3)	400 (100.0)	3.85 (0.89)	มาก
โดยรวม							3.82 (0.81)	มาก

จากตารางที่ 4.22 พบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข่าวสารด้านการมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว (Vision to Create Long Term Value) โดยรวม ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 และเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการในระดับมากในทุกประเด็น ได้แก่ ข้อมูลแผนการทำงานในกรณีที่ บมจ.ทีโอที ประสบภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ งบประมาณสำหรับพนักงานลดลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89 ซึ่งใกล้เคียงกับการจัดอบรมพนักงานให้สามารถใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อลดต้นทุน และลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89 และแนวทางการกำหนดอัตรากำลังของส่วนงานเพื่อ ให้สอดคล้องกับปริมาณงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.90

ตารางที่ 4.23
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามความต้องการข่าวสารด้านการมีจริยธรรม
จรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Ethics)

ด้านการมีจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Ethics)	ระดับความต้องการข้อมูลข่าวสาร					รวม	ค่าเฉลี่ย (S.D)	ระดับความต้องการ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
แนวทางในการบริหารงานด้วยความเป็นกลางและเป็นธรรมของหัวหน้างานและผู้บริหาร	140 (35.0)	130 (32.5)	115 (28.8)	15 (3.8)		400 (100.0)	3.99 (0.89)	มาก
ระเบียบการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการแก่ลูกค้าอย่างถูกต้องครบถ้วน ไม่บิดเบือน	101 (25.3)	160 (40.0)	119 (29.8)	20 (5.0)		400 (100.0)	3.86 (0.85)	มาก
ข้อมูลเกี่ยวกับบทลงโทษที่ชัดเจนกรณีพนักงานละทิ้งความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมาย หรือทุจริตต่อหน้าที่	119 (29.8)	139 (34.8)	112 (28.0)	26 (6.5)	4 (1.0)	400 (100.0)	3.86 (0.95)	มาก
โดยรวม							3.90 (0.80)	มาก

จากตารางที่ 4.23 พบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข่าวสารด้านการมีจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Ethics) โดยรวม ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 และเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการในระดับมากในทุกประเด็น ได้แก่ แนวทางในการบริหารงานด้วยความเป็นกลางและเป็นธรรมของหัวหน้างานและผู้บริหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89 รองลงมามีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ ระเบียบการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการแก่ลูกค้าอย่างถูกต้องครบถ้วน ไม่บิดเบือน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และมี

ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.85 และข้อมูลเกี่ยวกับบทลงโทษที่ชัดเจนกรณีพนักงานละทิ้งความรับผิดชอบที่ได้รับมอบหมายหรือทุจริตต่อหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.95

ตารางที่ 4.24
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามความต้องการข่าวสารด้านการปฏิบัติตนเป็นประชากร
ที่ดีขององค์กรและสังคม (Good Citizenship)

ด้านการปฏิบัติตนเป็นประชากรที่ดีขององค์กรและสังคม (Good Citizenship)	ระดับความต้องการข้อมูลข่าวสาร					รวม	ค่าเฉลี่ย (S.D)	ระดับความต้องการ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ข้อมูลเพื่อให้พนักงานมีความเข้าใจในค่านิยมในเรื่องการแต่งกายของพนักงานการประหยัดพลังงานของ บมจ.ทีโอที	74 (18.5)	158 (39.5)	136 (34.0)	29 (7.3)	3 (0.8)	400 (100.0)	3.68 (0.88)	มาก
การประชาสัมพันธ์ข่าวสารในกิจกรรมภายในและภายนอกของ บมจ.ทีโอที	81 (20.3)	165 (41.3)	133 (33.3)	19 (4.8)	2 (0.5)	400 (100.0)	3.76 (0.85)	มาก
แนวทางในการส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงการทำประโยชน์เพื่อส่วนรวม	103 (25.8)	168 (42.0)	105 (26.3)	22 (5.5)	2 (0.5)	400 (100.0)	3.87 (0.88)	มาก
โดยรวม							3.77 (0.77)	มาก

จากตารางที่ 4.24 พบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข่าวสารด้านการปฏิบัติตนเป็นประชากรที่ดีขององค์กรและสังคม (Good Citizenship) โดยรวม ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 และเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการในระดับมากในทุกประเด็น ได้แก่ แนวทางในการส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงการทำประโยชน์เพื่อส่วนรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.88 รองลงมา คือ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารในกิจกรรมภายในและภายนอกของ บมจ.ทีโอที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.85 และข้อมูลเพื่อให้พนักงานมีความเข้าใจในค่านิยมในเรื่องการแต่งกายของพนักงาน การประหยัดพลังงานของ บมจ.ทีโอที มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.88

ตารางที่ 4.25
แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตามความต้องการข่าวสารด้านการเคารพในคุณค่า
ของความเป็นมนุษย์ (Human Dignity)

ด้านการเคารพในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ (Human Dignity)	ระดับความต้องการข้อมูลข่าวสาร					รวม	ค่าเฉลี่ย (S.D)	ระดับความต้องการ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิขั้นพื้นฐานเพื่อให้เกิดการเคารพการยอมรับซึ่งกันและกันระหว่างเพื่อนพนักงานและลูกค้า	81 (20.3)	172 (43.0)	128 (32.0)	18 (4.5)	1 (0.3)	400 (100.0)	3.79 (0.82)	มาก
ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานการให้บริการแก่ลูกค้า/ผู้มาติดต่อ	88 (22.0)	177 (44.3)	116 (29.0)	17 (4.3)	2 (0.5)	400 (100.0)	3.83 (0.84)	มาก
นโยบาย แนวทางในการส่งเสริมให้พนักงานพัฒนาศักยภาพของตนเองทั้งทางด้านการปฏิบัติงาน การอยู่ร่วมกับผู้อื่นในครอบครัว ชุมชน และสังคม	85 (21.3)	177 (44.3)	118 (29.5)	17 (4.3)	3 (0.8)	400 (100.0)	3.81 (0.84)	มาก
โดยรวม							3.81 (0.76)	มาก

จากตารางที่ 4.25 พบว่า โดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข่าวสารด้านการเคารพในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ (Human Dignity) โดยรวม ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 และเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการในระดับมากในทุกประเด็น ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานการให้บริการแก่ลูกค้า/ผู้มาติดต่อ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 รองลงมา คือ นโยบาย แนวทางในการส่งเสริมให้พนักงานพัฒนาศักยภาพของตนเองทั้งทางด้านการปฏิบัติงาน การอยู่ร่วมกับผู้อื่นในครอบครัว ชุมชน และสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 และข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิขั้นพื้นฐานเพื่อให้เกิดการเคารพ การยอมรับซึ่งกันและกันระหว่างเพื่อนพนักงานและลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 และมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82

จากผลการศึกษาตารางที่ 4.18-4.25 พบว่า ด้านหลักความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตนเอง (Accountability) ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับการกำหนดตัวชี้วัดและแนววิธีการปฏิบัติงานของพนักงาน ด้านหลักความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ และภาระงานตามที่ได้รับมอบหมาย (Responsibility) ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับการฝึกอบรมความรู้แก่พนักงานเพื่อให้สามารถพัฒนาสินค้าและบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ด้านความโปร่งใสในการดำเนินงานที่ตรวจสอบได้และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส (Transparency) ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับโครงสร้างของแต่ละส่วนงานว่าพนักงานแต่ละคนมีหน้าที่รับผิดชอบใดบ้าง ด้านการเคารพในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ (Human Dignity) ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิขั้นพื้นฐานเพื่อให้เกิดการเคารพ การยอมรับซึ่งกันและกันระหว่างเพื่อนพนักงานและลูกค้า จะสังเกตเห็นได้ว่าข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างต้องการจะเป็นข้อมูลที่เกี่ยวกับขอบเขตงาน การพัฒนาศักยภาพและพฤติกรรมที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงานของกลุ่มตัวอย่าง เพราะการทราบถึงทิศทางการดำเนินงานขององค์กร และหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติ รวมถึงการยอมรับและเข้าใจในความต้องการของเพื่อนร่วมงานและลูกค้าช่วยให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับเป้าหมายของส่วนงาน อีกทั้งยังเป็นการเสริมสร้างให้องค์กรเจริญก้าวหน้าและยั่งยืนอีกด้วย ในด้านการมีจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Ethics) ซึ่งเป็นด้านที่กลุ่มตัวอย่างต้องการข้อมูลข่าวสารมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแนวทางในการบริหารงานด้วยความเป็นกลางและเป็นธรรมของหัวหน้างาน และผู้บริหาร เนื่องจากเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการบริหารงานของรัฐบาล ส่วนใหญ่ก็จะมีการปรับเปลี่ยนผู้บริหารของ บมจ.ทีโอที ดังนั้น การที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริหารงานของผู้บริหารที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม ทำให้ผู้บริหารชุดใหม่ และพนักงานทราบถึงข้อควรประพฤติปฏิบัติเพื่อที่จะปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

ตอนที่ 4
ข้อเสนอแนะ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างพนักงาน บมจ.ทีโอที ที่ปฏิบัติงานในสำนักงานใหญ่ ถนนแจ้งวัฒนะ กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างได้ตอบข้อเสนอแนะในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.26
แสดงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อเสนอแนะการประชาสัมพันธ์ภายในและด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (คน)
<u>สื่อประชาสัมพันธ์ภายใน</u>	
- ควรประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึงพนักงานทุกคนมากขึ้น	6
- ควรเน้นการสื่อสารสองทางมากยิ่งขึ้น	2
- ควรนำเทคโนโลยีที่ทาง บมจ.ทีโอที มีอยู่มาใช้เป็นสื่อสำคัญในการประชาสัมพันธ์ภายในมากขึ้น เช่น การส่งข้อความสั้น (SMS)	1
รวม	9
<u>ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี</u>	
- เนื้อหาที่เผยแพร่ควรเข้าใจง่าย เนื่องจากเป็นเรื่องที่ยากและซับซ้อน	5
- ผู้บริหารควรประพฤติเป็นแบบอย่างแก่พนักงาน	4
- ต้องการให้เผยแพร่อย่างต่อเนื่องและจริงจังมากยิ่งขึ้น	3
รวม	12

จากตารางที่ 4.26 กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ภายในให้ทั่วถึงพนักงานทุกคนมากขึ้น มีจำนวน 6 คน ควรเน้นการสื่อสารสองทางมากยิ่งขึ้น 2 คน และควรนำเทคโนโลยีที่ทาง บมจ.ทีโอที มีอยู่มาใช้เป็นสื่อสำคัญในการประชาสัมพันธ์ภายในมากขึ้น เช่น การส่งข้อความสั้น (SMS) 1 คน

กลุ่มตัวอย่างให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการกำกับดูแลกิจการที่ดี ดังนี้ เนื้อหาที่เผยแพร่ควรเข้าใจง่าย เนื่องจากเป็นเรื่องที่ยากและซับซ้อน มีจำนวน 5 คน ผู้บริหารควรประพฤติเป็นแบบอย่างแก่พนักงาน มีจำนวน 4 คน และต้องการให้เผยแพร่อย่างต่อเนื่องและจริงจังมากยิ่งขึ้น จำนวน 3 คน

ตอนที่ 5
การทดสอบสมมติฐาน

ในการทดสอบสมมติฐานการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยทำการทดสอบ

ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงาน บมจ.ทีโอที กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์ภายใน โดยการทดสอบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน (Independenct t-test Groups) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างในสมมติฐานข้อใดจะใช้การทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD Procedure

ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงาน บมจ.ทีโอที กับความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยการทดสอบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independenct t-test Groups) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างในสมมติฐานข้อใดจะใช้การทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD Procedure

สมมติฐานที่ 1 พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร แตกต่างกัน

<u>สมมติฐานที่ 1.1</u> พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 1.1 ดังนี้

H_0 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรม

การเปิดรับข่าวสาร จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน		เพศ		รวม	t	Sig. t
		ชาย	หญิง			
โทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร หรือ TOT Time	N	181	219	400	3.208	0.001*
	$\overline{X}$	2.65	2.28	2.45		
	S.D.	1.03	1.24	1.16		
วารสารรายเดือน หรือ TOT@home	N	181	219	400	-1.383	0.167
	$\overline{X}$	2.32	2.47	2.40		
	S.D.	1.09	1.05	1.07		
โปสเตอร์ ป้ายประกาศ	N	181	219	400	1.572	0.117
	$\overline{X}$	2.71	2.52	2.61		
	S.D.	1.23	1.13	1.17		
เสียงตามสาย	N	181	219	400	-0.310	0.757
	$\overline{X}$	2.52	2.56	2.54		
	S.D.	1.32	1.36	1.34		

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน		เพศ		รวม	t	Sig. t
		ชาย	หญิง			
อินทราเน็ต (http://intra.tot.co.th)	N	181	219	400	-0.054	0.957
	$\overline{X}$	2.67	2.67	2.67		
	S.D.	1.04	0.95	0.99		
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)	N	181	219	400	0.912	0.363
	$\overline{X}$	1.86	1.73	1.79		
	S.D.	1.42	1.32	1.36		
การอบรมสัมมนา	N	181	219	400	2.267	0.024*
	$\overline{X}$	2.05	1.83	1.93		
	S.D.	0.93	0.96	0.95		
สื่อบุคคล	N	181	219	400	0.710	0.478
	$\overline{X}$	2.91	2.85	2.88		
	S.D.	0.91	0.90	0.90		

จากตารางที่ 4.27 พบว่า Sig. t ของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน บมจ.ทีโอที ซึ่งจำแนกตามเพศ มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานทางการศึกษา ซึ่งแสดงว่า เพศของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายใน แตกต่างกัน โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร และการอบรมสัมมนามากกว่าเพศหญิง

จากข้อมูลข้างต้น เนื่องจากหลักสูตรการอบรมสัมมนาของ บมจ.ทีโอที ส่วนใหญ่เป็นหลักสูตรเกี่ยวกับช่าง นักคอมพิวเตอร์และวิศวกร ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ดังนั้น เพศชายจึงมีการเปิดรับการอบรมสัมมนามากกว่าเพศหญิง

<u>สมมติฐานที่ 1.2</u> พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 1.2 ดังนี้

H_0 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรม

การเปิดรับข่าวสาร จำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน		อายุ					รวม	F Ratio	Sig. F
		≤ 25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	56 ปีขึ้นไป			
โทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร หรือ TOT Time	N	19	91	152	119	19	400	0.811	0.518
	$\overline{X}$	2.89	2.46	2.44	2.39	2.33	2.45		
	S.D.	1.07	1.08	1.14	1.23	1.42	1.16		
วารสารรายเดือน หรือ TOT@home	N	19	91	152	119	19	400	1.240	0.294
	$\overline{X}$	2.23	2.26	2.41	2.55	2.25	2.40		
	S.D.	0.89	1.03	1.08	1.05	1.46	1.07		
โปสเตอร์ป้ายประกาศ	N	19	91	152	119	19	400	1.240	0.293
	$\overline{X}$	2.49	2.49	2.53	2.75	2.92	2.61		
	S.D.	1.45	1.28	1.20	1.01	1.03	1.17		
เสียงตามสาย	N	19	91	152	119	19	400	0.878	0.477
	$\overline{X}$	2.37	2.34	2.57	2.64	2.75	2.54		
	S.D.	1.27	1.45	1.33	1.28	1.26	1.34		

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน		อายุ					รวม	F Ratio	Sig. F
		≤ 25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	56 ปีขึ้นไป			
อินทราเน็ต (http://intra.tot.co.th)	N	19	91	152	119	19	400	2.400	0.049*
	$\overline{X}$	2.97	2.69	2.77	2.56	2.17	2.67		
	S.D.	0.70	0.96	0.90	1.09	1.32	0.99		
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)	N	19	91	152	119	19	400	3.558	0.007*
	$\overline{X}$	1.88	1.36	1.97	1.91	1.46	1.79		
	S.D.	1.38	1.36	1.28	1.40	1.47	1.36		
สื่อกิจกรรม	N	19	91	152	119	19	400	0.510	0.729
	$\overline{X}$	1.82	1.83	1.94	2.01	1.95	1.93		
	S.D.	1.03	1.09	0.89	0.94	0.79	0.95		
บุคคล	N	19	91	152	119	19	400	2.379	0.051
	$\overline{X}$	3.08	2.88	3.00	2.74	2.53	2.88		
	S.D.	0.51	0.81	0.85	0.99	1.26	0.90		

จากตารางที่ 4.28 พบว่า Sig. F ของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน บมจ.ทีโอที ซึ่งจำแนกตามอายุ มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานทางการศึกษา ซึ่งแสดงว่า อายุของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายใน แตกต่างกัน โดยสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน คือ สื่ออินทราเน็ต และสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน บมจ.ทีโอที จากสื่ออินทราเน็ต และสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) โดยจำแนกตามอายุเป็นรายคู่ จึงทำการทดสอบต่อด้วยการเปรียบเทียบพหุคูณโดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD Test ดังตารางที่ 4.29-4.30

ตารางที่ 4.29

แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินทราเน็ต จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

อายุ	ค่าเฉลี่ย	≤ 25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	56 ปีขึ้นไป
		2.97	2.69	2.77	2.56	2.17
≤ 25 ปี	2.97		0.28	0.20	0.40	0.80*
26-35 ปี	2.69			-0.08	0.13	0.52*
36-45 ปี	2.77				0.21	0.60*
46-55 ปี	2.56					0.40
56 ปีขึ้นไป	2.17					

จากตารางที่ 4.29 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 56 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินทราเน็ตแตกต่างกับผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 56 ปีขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินทราเน็ตที่ต่ำกว่าผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 45 ปี

ตารางที่ 4.30

แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร
จากสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

อายุ	ค่าเฉลี่ย	≤ 25 ปี 1.88	26-35 ปี 1.36	36-45 ปี 1.97	46-55 ปี 1.91	56 ปีขึ้นไป 1.46
≤ 25 ปี	1.88		0.51	-0.10	-0.04	0.42
26-35 ปี	1.36			-0.61*	-0.55*	-0.09
36-45 ปี	1.97				0.06	0.52
46-55 ปี	1.91					0.46
56 ปีขึ้นไป	1.46					

จากตารางที่ 4.30 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-35 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) แตกต่างกับผู้ที่มีอายุ 36-55 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-35 ปี มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ที่ต่ำกว่าผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 36-55 ปี

<u>สมมติฐานที่ 1.3</u> พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 1.3 ดังนี้

H_0 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน		ระดับการศึกษาสูงสุด			รวม	F Ratio	Sig. F
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี			
โทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร หรือ TOT Time	N	54	211	135	400	3.391	0.035*
	$\overline{X}$	2.12	2.43	2.60	2.45		
	S.D.	1.33	1.21	0.98	1.16		
วารสารรายเดือน หรือ TOT@home	N	54	211	135	400	3.009	0.051*
	$\overline{X}$	2.15	2.37	2.55	2.40		
	S.D.	1.24	1.08	0.97	1.07		
โปสเตอร์ ป้ายประกาศ	N	54	211	135	400	0.732	0.482
	$\overline{X}$	2.67	2.54	2.69	2.61		
	S.D.	1.18	1.24	1.07	1.17		
เสียงตามสาย	N	54	211	135	400	3.210	0.041*
	$\overline{X}$	2.43	2.42	2.78	2.54		
	S.D.	1.26	1.42	1.22	1.34		
อินทราเน็ต (http://intra.tot.co.th)	N	54	211	135	400	3.445	0.033*
	$\overline{X}$	2.36	2.75	2.67	2.67		
	S.D.	1.31	0.95	0.89	0.99		

ตารางที่ 4.31 (ต่อ)

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน		ระดับการศึกษาสูงสุด			รวม	F Ratio	Sig. F
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี			
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)	N	54	211	135	400	3.197	0.042*
	$\overline{X}$	1.41	1.77	1.96	1.79		
	S.D.	1.48	1.39	1.25	1.36		
สื่อกิจกรรม	N	54	211	135	400	2.281	0.103
	$\overline{X}$	1.80	1.87	2.07	1.93		
	S.D.	0.79	0.93	1.03	0.95		
บุคคล	N	54	211	135	400	0.229	0.795
	$\overline{X}$	2.81	2.90	2.87	2.88		
	S.D.	1.10	0.82	0.95	0.90		

จากตารางที่ 4.31 พบว่า Sig. F ของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน บมจ.ทีโอที ซึ่งจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานทางการศึกษา ซึ่งแสดงว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายใน แตกต่างกัน โดยสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน คือ โทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร วารสารรายเดือน เสียงตามสาย อินทราเน็ต และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในจากสื่อโทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร วารสารรายเดือน เสียงตามสาย อินทราเน็ต และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) โดยจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดเป็นรายคู่ จึงทำการทดสอบต่อด้วยการเปรียบเทียบพหุคูณโดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD Test ดังตารางที่ 4.32-4.36

ตารางที่ 4.32
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม
การเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร
จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ระดับการศึกษาสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี 2.12	ปริญญาตรี 2.43	สูงกว่าปริญญาตรี 2.60
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.12		-0.31	-0.48*
ปริญญาตรี	2.43			-0.17
สูงกว่าปริญญาตรี	2.60			

จากตารางที่ 4.32 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร แตกต่างกับผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร ที่มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.33
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร
จากสื่อวารสารรายเดือน จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ระดับการศึกษาสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี 2.15	ปริญญาตรี 2.37	สูงกว่าปริญญาตรี 2.55
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.15		-0.22	-0.41*
ปริญญาตรี	2.37			-0.18
สูงกว่าปริญญาตรี	2.55			

จากตารางที่ 4.33 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวารสารรายเดือน แตกต่างกับผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่า

ปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวารสารรายเดือนที่มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.34
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเสียงตามสาย จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ระดับการศึกษาสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี 2.43	ปริญญาตรี 2.42	สูงกว่าปริญญาตรี 2.78
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.43		0.01	-0.35
ปริญญาตรี	2.42			-0.36*
สูงกว่าปริญญาตรี	2.78			

จากตารางที่ 4.34 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเสียงตามสาย แตกต่างกับผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเสียงตามสาย ที่มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 4.35
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินทราเน็ต จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ระดับการศึกษาสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี 2.36	ปริญญาตรี 2.75	สูงกว่าปริญญาตรี 2.67
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.36		-0.40*	-0.32*
ปริญญาตรี	2.75			0.08
สูงกว่าปริญญาตรี	2.67			

จากตารางที่ 4.35 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินทราเน็ตแตกต่างกับผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่ามีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินทราเน็ตที่มากกว่าปริญญาตรีผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.36
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร
จากสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด
เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ระดับการศึกษาสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี 1.41	ปริญญาตรี 1.77	สูงกว่าปริญญาตรี 1.96
ต่ำกว่าปริญญาตรี	1.41		-0.36	-0.55*
ปริญญาตรี	1.77			-0.19
สูงกว่าปริญญาตรี	1.96			

จากตารางที่ 4.36 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) แตกต่างกับผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ที่มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี

<u>สมมติฐานที่ 1.4</u> พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีอายุงานที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 1.4 ดังนี้

H_0 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีอายุงานที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีอายุงานที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

จำแนกตามอายุงาน

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน		อายุงาน					รวม	F Ratio	Sig. F
		ต่ำกว่า 5 ปี	5-10 ปี	11-15 ปี	16-20 ปี	21 ปีขึ้นไป			
โทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหารหรือ TOT Time	N	61	39	111	78	111	400	1.061	0.375
	$\overline{X}$	2.70	2.44	2.47	2.39	2.34	2.45		
	S.D.	0.87	1.30	1.22	1.09	1.24	1.16		
วารสารรายเดือนหรือ TOT@home	N	61	39	111	78	111	400	1.652	0.160
	$\overline{X}$	2.31	2.06	2.51	2.36	2.50	2.40		
	S.D.	0.90	1.14	1.07	1.14	1.07	1.07		
โปสเตอร์ ป้ายประกาศ	N	61	39	111	78	111	400	0.660	0.620
	$\overline{X}$	2.48	2.53	2.59	2.56	2.75	2.61		
	S.D.	1.34	1.19	1.21	1.23	0.99	1.17		
เสียงตามสาย	N	61	39	111	78	111	400	3.164	0.014*
	$\overline{X}$	2.18	2.20	2.73	2.43	2.75	2.54		
	S.D.	1.39	1.49	1.20	1.52	1.20	1.34		
อินทราเน็ต (http://intra.tot.co.th)	N	61	39	111	78	111	400	1.652	0.161
	$\overline{X}$	2.71	2.78	2.83	2.58	2.52	2.67		
	S.D.	0.92	0.90	0.74	1.13	1.15	0.99		

ตารางที่ 4.37 (ต่อ)

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน		อายุงาน					รวม	F Ratio	Sig. F
		ต่ำกว่า 5 ปี	5-10 ปี	11-15 ปี	16-20 ปี	21 ปีขึ้นไป			
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)	N	61	39	111	78	111	400	2.869	0.023*
	$\overline{X}$	1.40	1.44	2.02	1.78	1.90	1.79		
	S.D.	1.45	1.33	1.19	1.40	1.42	1.36		
สื่อกิจกรรม	N	61	39	111	78	111	400	0.928	0.448
	$\overline{X}$	1.90	1.85	1.91	1.82	2.07	1.93		
	S.D.	1.15	0.98	0.91	1.00	0.82	0.95		
บุคคล	N	61	39	111	78	111	400	1.681	0.154
	$\overline{X}$	3.06	2.97	2.83	2.96	2.73	2.88		
	S.D.	0.63	0.61	0.96	0.98	0.99	0.90		

จากตารางที่ 4.37 พบว่า Sig. F ของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน บมจ.ทีโอที ซึ่งจำแนกตามอายุงาน มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานทางการศึกษา ซึ่งแสดงว่าอายุงานของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน โดยสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน คือ เสียงตามสาย และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในจากเสียงตามสาย และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) โดยจำแนกตามจำแนกตามอายุงานเป็นรายคู่ จึงทำการทดสอบต่อด้วยการเปรียบเทียบพหุคูณโดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD Test ดังตารางที่ 4.38-4.39

ตารางที่ 4.38

แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อเสียงตามสาย จำแนกตามจำแนกตามอายุงานเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

อายุงาน	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 5 ปี 2.18	5-10 ปี 2.20	11-15 ปี 2.73	16-20 ปี 2.43	21 ปีขึ้นไป 2.75
ต่ำกว่า 5 ปี	2.18		-0.02	-0.55*	-0.25	-0.57*
5-10 ปี	2.20			-0.53*	-0.23	-0.55*
11-15 ปี	2.73				0.30	-0.02
16-20 ปี	2.43					-0.32
21 ปีขึ้นไป	2.75					

จากตารางที่ 4.38 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานต่ำกว่า 5 ปี และ 5-10 ปี การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเสียงตามสาย แตกต่างกับผู้ที่มีอายุงาน 11-15 ปี และ 21 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 11-15 ปี และ 21 ปีขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเสียงตามสายที่มากกว่าผู้ที่มีอายุงานต่ำกว่า 5 ปี และ 5-10 ปี

ตารางที่ 4.39
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

อายุงาน	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 5 ปี 1.40	5-10 ปี 1.44	11-15 ปี 2.02	16-20 ปี 1.78	21 ปีขึ้นไป 1.90
ต่ำกว่า 5 ปี	1.40		-0.03	-0.61*	-0.37	-0.50*
5-10 ปี	1.44			-0.58*	-0.34	-0.47*
11-15 ปี	2.02				0.24	0.11
16-20 ปี	1.78					-0.12
21 ปีขึ้นไป	1.90					

จากตารางที่ 4.39 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงานต่ำกว่า 5 ปี และ 5-10 ปี การเปิดรับข่าวสารจากสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) แตกต่างกับผู้ที่มีอายุงาน 11-15 ปี และ 21 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุงาน 11-15 ปี และ 21 ปีขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) มากกว่าผู้ที่มีอายุงานต่ำกว่า 5 ปี และ 5-10 ปี

<u>สมมติฐานที่ 1.5</u> พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีระดับตำแหน่งที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 1.5 ดังนี้

H_0 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีระดับตำแหน่งที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีระดับตำแหน่งที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

จำแนกตามระดับตำแหน่ง

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน		ระดับตำแหน่ง			รวม	F Ratio	Sig. F
		ระดับ 1-5	ระดับ 6-9	ระดับ 10-13			
โทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร หรือ TOT Time	N	151	219	30	400	3.750	0.024*
	$\overline{X}$	2.48	2.36	2.97	2.45		
	S.D.	1.11	1.22	0.81	1.16		
วารสารรายเดือน หรือ TOT@home	N	151	219	30	400	7.170	0.001*
	$\overline{X}$	2.27	2.40	3.07	2.40		
	S.D.	1.09	1.05	0.89	1.07		
โปสเตอร์ ป้ายประกาศ	N	151	219	30	400	1.066	0.345
	$\overline{X}$	2.60	2.57	2.90	2.61		
	S.D.	1.22	1.15	1.10	1.17		
เสียงตามสาย	N	151	219	30	400	4.400	0.013*
	$\overline{X}$	2.35	2.59	3.11	2.54		
	S.D.	1.40	1.29	1.18	1.34		
อินทราเน็ต (http://intra.tot.co.th)	N	151	219	30	400	1.018	0.362
	$\overline{X}$	2.67	2.64	2.91	2.67		
	S.D.	0.99	1.04	0.63	0.99		

ตารางที่ 4.40 (ต่อ)

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน		ระดับตำแหน่ง			รวม	F Ratio	Sig. F
		ระดับ 1-5	ระดับ 6-9	ระดับ 10-13			
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)	N	151	219	30	400	3.369	0.035*
	$\overline{X}$	1.65	1.81	2.34	1.79		
	S.D.	1.42	1.34	1.12	1.36		
การอบรมสัมมนา	N	151	219	30	400	7.275	0.001*
	$\overline{X}$	1.75	1.99	2.41	1.93		
	S.D.	0.98	0.91	0.91	0.95		
สื่อบุคคล	N	151	219	30	400	1.001	0.368
	$\overline{X}$	2.85	2.92	2.68	2.88		
	S.D.	0.87	0.89	1.17	0.90		

จากตารางที่ 4.40 พบว่า Sig. F ของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน บมจ.ทีโอที ซึ่งจำแนกตามระดับตำแหน่ง มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานทางการศึกษา ซึ่งแสดงว่า ระดับตำแหน่ง ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายใน แตกต่างกัน โดยสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน คือ โทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร วารสารรายเดือน เสียงตามสาย จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) และการอบรมสัมมนา

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในจากสื่อโทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร วารสารรายเดือน เสียงตามสาย จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) และการอบรมสัมมนา โดยจำแนกตามจำแนกตามระดับตำแหน่งเป็นรายคู่ จึงทำการทดสอบต่อด้วยการเปรียบเทียบพหุคูณโดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD Test ดังตารางที่ 4.41-4.45

ตารางที่ 4.41
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร จำแนกตามระดับตำแหน่ง เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ระดับตำแหน่ง	ค่าเฉลี่ย	ระดับ 1-5 2.48	ระดับ 6-9 2.36	ระดับ 10-13 2.97
ระดับ 1-5 ระดับ 6-9 ระดับ 10-13	2.48 2.36 2.97		0.12	-0.49* -0.61*

จากตารางที่ 4.41 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับ 10-13 มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร แตกต่างกับผู้ที่มีตำแหน่งระดับ 1-9 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับ 10-13 มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหารที่มากกว่าผู้ที่มีตำแหน่งระดับ 1-9

ตารางที่ 4.42
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม
การเปิดรับข่าวสารจากสื่อวารสารรายเดือน จำแนกตาม
ระดับตำแหน่ง เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ระดับตำแหน่ง	ค่าเฉลี่ย	ระดับ 1-5 2.27	ระดับ 6-9 2.40	ระดับ 10-13 3.07
ระดับ 1-5	2.27		-0.13	-0.80*
ระดับ 6-9	2.40			-0.66*
ระดับ 10-13	3.07			

จากตารางที่ 4.42 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับ 10-13 มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวารสารรายเดือน แตกต่างกับผู้ที่มีตำแหน่งระดับ 1-9 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับ 10-13 มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวารสารรายเดือนที่มากกว่าผู้ที่มีตำแหน่งระดับ 1-9

ตารางที่ 4.43
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร
จากสื่อเสียงตามสาย จำแนกตามระดับตำแหน่ง เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ระดับตำแหน่ง	ค่าเฉลี่ย	ระดับ 1-5 2.35	ระดับ 6-9 2.59	ระดับ 10-13 3.11
ระดับ 1-5	2.35		-0.24	-0.76*
ระดับ 6-9	2.59			-0.52*
ระดับ 10-13	3.11			

จากตารางที่ 4.43 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับ 10-13 มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเสียงตามสาย แตกต่างกับผู้ที่มีตำแหน่งระดับ 1-9 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับ 10-13 มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเสียงตามสายที่มากกว่าผู้ที่มีตำแหน่งระดับ 1-9

ตารางที่ 4.44
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) จำแนกตามระดับตำแหน่ง เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ระดับตำแหน่ง	ค่าเฉลี่ย	ระดับ 1-5 1.65	ระดับ 6-9 1.81	ระดับ 10-13 2.34
ระดับ 1-5 ระดับ 6-9 ระดับ 10-13	1.65 1.81 2.34		-0.16	-0.70* -0.54*

จากตารางที่ 4.44 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับ 10-13 มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) แตกต่างกับผู้ที่มีตำแหน่งระดับ 1-9 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับ 10-13 มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ที่มากกว่าผู้ที่มีตำแหน่งระดับ 1-9

ตารางที่ 4.45
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรม
การเปิดรับข่าวสารจากสื่อการอบรมสัมมนา จำแนกตาม
ระดับตำแหน่ง เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ระดับตำแหน่ง	ค่าเฉลี่ย	ระดับ 1-5 1.75	ระดับ 6-9 1.99	ระดับ 10-13 2.41
ระดับ 1-5	1.75		-0.24*	0.66*
ระดับ 6-9	1.99			-0.42*
ระดับ 10-13	2.41			

จากตารางที่ 4.45 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับ 10-13 มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อการอบรมสัมมนาแตกต่างกับผู้ที่มีตำแหน่งระดับ 1-9 และผู้ที่มีตำแหน่งระดับ ระดับ 6-9 แตกต่างกับผู้ที่มีตำแหน่งระดับ ระดับ 1-5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับ 10-13 มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อการอบรมสัมมนาที่มากกว่าผู้ที่มีตำแหน่งระดับ 1-9 และผู้ที่มีตำแหน่งระดับ 6-9 มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อการอบรมสัมมนาที่มากกว่าผู้ที่มีตำแหน่งระดับ 1-5

<u>สมมติฐานที่ 1.6</u> พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีกลุ่มงานที่สังกัด ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 1.6 ดังนี้

H_0 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีกลุ่มงานที่สังกัดที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีกลุ่มงานที่สังกัดที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.46

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

จำแนกตามกลุ่มงานที่สังกัด

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน		กลุ่มงานที่สังกัด			รวม	F Ratio	Sig. F
		กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร	กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์	กลุ่มงานการขายและให้บริการ			
โทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหารหรือ TOT Time	N	108	77	215	400	3.426	0.033*
	$\overline{X}$	2.40	2.76	2.36	2.45		
	S.D.	1.16	1.09	1.17	1.16		
วารสารรายเดือนหรือ TOT@home	N	108	77	215	400	2.127	0.120
	$\overline{X}$	2.46	2.18	2.45	2.40		
	S.D.	1.12	1.00	1.06	1.07		
โปสเตอร์ ป้ายประกาศ	N	108	77	215	400	2.555	0.079
	$\overline{X}$	2.61	2.34	2.70	2.61		
	S.D.	1.07	1.40	1.13	1.17		
เสียงตามสาย	N	108	77	215	400	1.626	0.198
	$\overline{X}$	2.73	2.39	2.50	2.54		
	S.D.	1.19	1.41	1.38	1.34		
อินทราเน็ต (http://intra.tot.co.th)	N	108	77	215	400	5.500	0.004*
	$\overline{X}$	2.40	2.77	2.77	2.67		
	S.D.	0.99	1.00	0.97	0.99		

ตารางที่ 4.46 (ต่อ)

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน		กลุ่มงานที่สังกัด			รวม	F Ratio	Sig. F
		กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร	กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์	กลุ่มงานการขายและให้บริการ			
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)	N	108	77	215	400	5.548	0.004*
	$\overline{X}$	1.63	1.45	1.99	1.79		
	S.D.	1.20	1.46	1.37	1.36		
การอบรมสัมมนา	N	108	77	215	400	3.556	0.029*
	$\overline{X}$	1.85	2.19	1.87	1.93		
	S.D.	0.86	1.07	0.94	0.95		
บุคคล ได้แก่ หัวหน้างาน/เพื่อนร่วมงาน	N	108	77	215	400	5.070	0.007*
	$\overline{X}$	2.67	3.08	2.91	2.88		
	S.D.	0.90	0.83	0.92	0.90		

จากตารางที่ 4.46 พบว่า Sig. F ของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน บมจ.ทีโอที ซึ่งจำแนกตามกลุ่มงานที่สังกัด มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานทางการศึกษา ซึ่งแสดงว่ากลุ่มงานที่สังกัดของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายใน แตกต่างกัน โดยสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน คือ โทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร อินทราเน็ต จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การอบรมสัมมนา และบุคคล

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในจากสื่อโทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร อินทราเน็ต จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การอบรมสัมมนา และบุคคล ได้แก่ หัวหน้างาน/เพื่อนร่วมงาน โดยจำแนกตามจำแนกตามระดับตำแหน่งเป็นรายคู่ จึงทำการทดสอบต่อด้วยการเปรียบเทียบพหุคูณโดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD Test ดังตารางที่ 4.46-4.50

ตารางที่ 4.47
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร จำแนกตามกลุ่มงานที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

กลุ่มงานที่สังกัด	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร 2.40	กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2.76	กลุ่มงานการขายและให้บริการ 2.36
กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร	2.40		-0.36*	0.03
กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์	2.76			0.39*
กลุ่มงานการขายและให้บริการ	2.36			

จากตารางที่ 4.47 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กรมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร แตกต่างกับผู้ที่สังกัดกลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ และผู้ที่สังกัดกลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหารแตกต่างกับผู้ที่สังกัดกลุ่มงานการขายและให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร ต่ำกว่าผู้ที่สังกัดกลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์วงจรปิดบริเวณโรงอาหาร มากกว่าผู้ที่สังกัดกลุ่มงานการขายและให้บริการ

ตารางที่ 4.48
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินทราเน็ต จำแนกตามกลุ่มงานที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

กลุ่มงานที่สังกัด	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร 2.40	กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2.77	กลุ่มงานการขายและให้บริการ 2.77
กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร	2.40		-0.36*	-0.37*
กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์	2.77			-0.01
กลุ่มงานการขายและให้บริการ	2.77			

จากตารางที่ 4.48 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กรมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินทราเน็ต แตกต่างกับผู้ที่สังกัดกลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกลุ่มงานการขายและให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินทราเน็ต ต่ำกว่าผู้ที่สังกัดกลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกลุ่มงานการขายและให้บริการ

ตารางที่ 4.49
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) จำแนกตามกลุ่มงานที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

กลุ่มงานที่สังกัด	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร 1.63	กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ 1.45	กลุ่มงานการขายและให้บริการ 1.99
กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร	1.63		0.19	-0.35*
กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์	1.45			-0.54*
กลุ่มงานการขายและให้บริการ	1.99			

จากตารางที่ 4.49 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานการขายและให้บริการมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) แตกต่างกับผู้ที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร และกลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานการขายและให้บริการ มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) มากกว่าผู้ที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร และกลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4.50
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อการอบรมสัมมนา จำแนกตามกลุ่มงานที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

กลุ่มงานที่สังกัด	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร 1.85	กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2.19	กลุ่มงานการขายและให้บริการ 1.87
กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร	1.85		-0.33*	-0.02
กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์	2.19			0.31*
กลุ่มงานการขายและให้บริการ	1.87			

จากตารางที่ 4.50 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กรมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อการอบรมสัมมนา แตกต่างกับผู้ที่สังกัดกลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ และผู้ที่สังกัดกลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อการอบรมสัมมนา แตกต่างกับผู้ที่สังกัดกลุ่มงานการขายและให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อการอบรมสัมมนา ต่ำกว่าผู้ที่สังกัดกลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อการอบรมสัมมนา มากกว่าผู้ที่สังกัดกลุ่มงานการขายและให้บริการ

ตารางที่ 4.51
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล ได้แก่ หัวหน้างาน/เพื่อนร่วมงาน จำแนกตามกลุ่มงานที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

กลุ่มงานที่สังกัด	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร 2.67	กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3.08	กลุ่มงานการขายและให้บริการ 2.91
กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร	2.67		-0.41*	-0.24*
กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์	3.08			0.17
กลุ่มงานการขายและให้บริการ	2.91			

จากตารางที่ 4.51 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กรมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล ได้แก่ หัวหน้างาน/เพื่อนร่วมงาน แตกต่างกับ ผู้ที่สังกัดกลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกลุ่มงานการขายและให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร มีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล ต่ำกว่าผู้ที่สังกัดกลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกลุ่มงานการขายและให้บริการ

สมมติฐานที่ 2 พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 2.1 ดังนี้

H_0 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.52

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความต้องการข่าวสาร ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี จำแนกตามเพศ

ความต้องการข่าวสาร ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี		เพศ		รวม	t	Sig. t
		ชาย	หญิง			
หลักความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตนเอง (Accountability)	N	181	219	400	1.497	0.135
	$\overline{X}$	3.89	3.78	3.83		
	S.D.	0.70	0.70	0.70		
หลักความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ และภาระงานตามที่ได้รับมอบหมาย (Responsibility)	N	181	219	400	0.383	0.702
	$\overline{X}$	3.78	3.75	3.77		
	S.D.	0.73	0.71	0.72		
การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกันเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย (Equitability)	N	181	219	400	1.714	0.087
	$\overline{X}$	3.96	3.83	3.89		
	S.D.	0.72	0.74	0.74		

ตารางที่ 4.52 (ต่อ)

ความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี		เพศ		รวม	t	Sig. t
ความโปร่งใสในการดำเนินงานที่ตรวจสอบได้ และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส (Transparency)	N	181	219	400	1.154	0.249
	$\overline{X}$	3.87	3.78	3.82		
	S.D.	0.86	0.84	0.85		
การมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว (Vision to Create Long Term Value)	N	181	219	400	1.541	0.124
	$\overline{X}$	3.89	3.76	3.82		
	S.D.	0.81	0.81	0.81		
การมีจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Ethics)	N	181	219	400	1.768	0.078
	$\overline{X}$	3.98	3.84	3.90		
	S.D.	0.78	0.82	0.80		
การปฏิบัติตนเป็นประชากรที่ดีขององค์กรและสังคม (Good Citizenship)	N	181	219	400	0.275	0.783
	$\overline{X}$	3.78	3.76	3.77		
	S.D.	0.76	0.78	0.77		
การเคารพในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ (Human Dignity)	N	181	219	400	0.266	0.790
	$\overline{X}$	3.82	3.80	3.81		
	S.D.	0.76	0.77	0.76		
ความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยรวม	N	181	219	400	1.325	0.186
	$\overline{X}$	3.87	3.79	3.83		
	S.D.	0.61	0.64	0.63		

จากตารางที่ 4.52 พบว่า Sig. t ของความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งจำแนกตามเพศ มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการศึกษา ซึ่งแสดงว่าเพศของพนักงาน บมจ.ทีโอที ที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ไม่แตกต่างกัน

<u>สมมติฐานที่ 2.2</u> พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 2.2 ดังนี้

H_0 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.53

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความต้องการข่าวสาร

ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี จำแนกตามอายุ

ความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี		อายุ					รวม	F Ratio	Sig. F
		≤ 25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	56 ปีขึ้นไป			
หลักความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตนเอง (Accountability)	N	19	91	152	119	19	400	0.979	0.419
	$\overline{X}$	3.88	3.94	3.77	3.83	3.70	3.83		
	S.D.	0.72	0.79	0.69	0.65	0.62	0.70		
หลักความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่และภาระงานตามที่ได้รับมอบหมาย (Responsibility)	N	19	91	152	119	19	400	1.662	0.158
	$\overline{X}$	3.63	3.90	3.79	3.67	3.67	3.77		
	S.D.	0.51	0.69	0.77	0.70	0.63	0.72		
การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกันเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย (Equitability)	N	19	91	152	119	19	400	1.726	0.143
	$\overline{X}$	3.77	3.97	3.95	3.75	3.89	3.89		
	S.D.	0.79	0.78	0.74	0.67	0.71	0.74		

ตารางที่ 4.53 (ต่อ)

ความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี		อายุ					รวม	F Ratio	Sig. F
		≤ 25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	56 ปีขึ้นไป			
ความโปร่งใสในการดำเนินงานที่ตรวจสอบได้ และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส (Transparency)	N	19	91	152	119	19	400	1.899	0.110
	$\overline{X}$	3.91	3.96	3.83	3.66	3.98	3.82		
	S.D.	0.67	0.90	0.88	0.81	0.63	0.85		
การมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว (Vision to Create Long Term Value)	N	19	91	152	119	19	400	1.038	0.387
	$\overline{X}$	3.79	3.82	3.90	3.71	3.89	3.82		
	S.D.	0.76	0.86	0.83	0.77	0.74	0.81		
การมีจริยธรรมจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Ethics)	N	19	91	152	119	19	400	1.371	0.243
	$\overline{X}$	3.65	4.05	3.87	3.86	3.93	3.90		
	S.D.	0.86	0.83	0.82	0.76	0.70	0.80		
การปฏิบัติตนเป็นประชากรที่ดีขององค์กรและสังคม (Good Citizenship)	N	19	91	152	119	19	400	0.943	0.439
	$\overline{X}$	3.53	3.74	3.76	3.81	3.98	3.77		
	S.D.	0.69	0.68	0.81	0.81	0.65	0.77		
การเคารพในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ (Human Dignity)	N	19	91	152	119	19	400	0.882	0.475
	$\overline{X}$	3.79	3.85	3.75	3.82	4.07	3.81		
	S.D.	0.60	0.76	0.78	0.78	0.70	0.76		
ความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยรวม	N	19	91	152	119	19	400	0.776	0.541
	$\overline{X}$	3.74	3.90	3.83	3.76	3.89	3.83		
	S.D.	0.50	0.65	0.66	0.61	0.53	0.63		

จากตารางที่ 4.53 พบว่า Sig. F ของความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี โดยจำแนกตามอายุ มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการศึกษา ซึ่งแสดงว่า อายุของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ไม่แตกต่างกัน

<u>สมมติฐานที่ 2.3</u> พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 2.3 ดังนี้

H_0 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีระดับการศึกษาสูงสุดที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.54

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี		ระดับการศึกษาสูงสุด			รวม	F Ratio	Sig. F
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี			
หลักความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตนเอง (Accountability)	N	54	211	135	400	1.673	0.189
	$\overline{X}$	3.72	3.81	3.91	3.83		
	S.D.	0.68	0.66	0.77	0.70		
หลักความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ และภาระงานตามที่ได้รับมอบหมาย (Responsibility)	N	54	211	135	400	1.733	0.178
	$\overline{X}$	3.64	3.75	3.84	3.77		
	S.D.	0.77	0.72	0.69	0.72		
การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกันเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย (Equitability)	N	54	211	135	400	2.716	0.067
	$\overline{X}$	3.68	3.90	3.95	3.89		
	S.D.	0.66	0.75	0.74	0.74		

ตารางที่ 4.54 (ต่อ)

ความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี		ระดับการศึกษาสูงสุด			รวม	F Ratio	Sig. F
		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี			
ความโปร่งใสในการดำเนินงานที่ตรวจสอบได้ และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส (Transparency)	N	54	211	135	400	2.568	0.078
	$\overline{X}$	3.65	3.79	3.94	3.82		
	S.D.	0.73	0.88	0.84	0.85		
การมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว (Vision to Create Long Term Value)	N	54	211	135	400	4.841	0.008*
	$\overline{X}$	3.60	3.78	3.98	3.82		
	S.D.	0.75	0.79	0.85	0.81		
การมีจริยธรรมจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Ethics)	N	54	211	135	400	2.846	0.059
	$\overline{X}$	3.75	3.86	4.02	3.90		
	S.D.	0.71	0.84	0.77	0.80		
การปฏิบัติตนเป็นประชากรที่ดีขององค์กรและสังคม (Good Citizenship)	N	54	211	135	400	2.430	0.089
	$\overline{X}$	3.68	3.72	3.89	3.77		
	S.D.	0.74	0.78	0.76	0.77		
การเคารพในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ (Human Dignity)	N	54	211	135	400	1.599	0.203
	$\overline{X}$	3.77	3.76	3.90	3.81		
	S.D.	0.67	0.78	0.77	0.76		
ความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจปการที่ดีโดยรวม	N	54	211	135	400	3.498	0.031*
	$\overline{X}$	3.69	3.79	3.93	3.83		
	S.D.	0.57	0.63	0.64	0.63		

จากตารางที่ 4.54 พบว่า Sig. F ของความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H^0) และยอมรับสมมติฐานทางการศึกษา ซึ่งแสดงว่า ระดับการศึกษาสูงสุด ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี แตกต่างกัน โดยด้านความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่แตกต่างกัน คือ

ความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยรวม และด้านการมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว (Vision to Create Long Term Value)

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยรวม และ และด้านการมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว (Vision to Create Long Term Value) โดยจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดเป็นรายคู่ จึงทำการทดสอบต่อด้วยการเปรียบเทียบพหุคูณโดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD Test ดังตารางที่ 4.55-4.56

ตารางที่ 4.55
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ระดับการศึกษาสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี 3.69	ปริญญาตรี 3.79	สูงกว่าปริญญาตรี 3.93
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.69		-0.11	-0.24*
ปริญญาตรี	3.79			-0.14*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.93			

จากตารางที่ 4.55 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยรวม แตกต่างกับผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสารโดยรวม มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี

ตารางที่ 4.56

แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสารด้านการมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว (Vision to Create Long Term Value) จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ระดับการศึกษาสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่าปริญญาตรี 3.60	ปริญญาตรี 3.78	สูงกว่าปริญญาตรี 3.98
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.60		-0.18	-0.38*
ปริญญาตรี	3.78			-0.20*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.98			

จากตารางที่ 4.56 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีด้านการมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว (Vision to Create Long Term Value) แตกต่างกับผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสารการมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาวมากกว่าผู้ผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี

<u>สมมติฐานที่ 2.4</u> พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีอายุงานที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 2.4 ดังนี้

H_0 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีอายุงานที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีอายุงานที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.57

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความต้องการข่าวสาร

ด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีจำแนกตามอายุงาน

ความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี		อายุงาน					รวม	F Ratio	Sig. F
		ต่ำกว่า 5 ปี	5-10 ปี	11-15 ปี	16-20 ปี	21 ปีขึ้นไป			
หลักความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตนเอง (Accountability)	N	61	39	111	78	111	400	1.361	0.247
	$\overline{X}$	3.85	3.94	3.75	3.74	3.92	3.83		
	S.D.	0.86	0.61	0.69	0.65	0.67	0.70		
หลักความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ และภาระงานตามที่ได้รับมอบหมาย (Responsibility)	N	61	39	111	78	111	400	0.648	0.628
	$\overline{X}$	3.75	3.91	3.80	3.71	3.73	3.77		
	S.D.	0.76	0.53	0.75	0.70	0.74	0.72		
การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกันเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย (Equitability)	N	61	39	111	78	111	400	0.166	0.956
	$\overline{X}$	3.87	3.95	3.90	3.90	3.85	3.89		
	S.D.	0.89	0.63	0.75	0.69	0.70	0.74		
ความโปร่งใสในการดำเนินงานที่ตรวจสอบได้ และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส (Transparency)	N	61	39	111	78	111	400	0.828	0.508
	$\overline{X}$	3.99	3.80	3.77	3.83	3.77	3.82		
	S.D.	0.89	0.70	0.94	0.78	0.83	0.85		

ตารางที่ 4.57 (ต่อ)

ความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี		อายุงาน					รวม	F Ratio	Sig. F
		ต่ำกว่า 5 ปี	5-10 ปี	11-15 ปี	16-20 ปี	21 ปีขึ้นไป			
การมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว (Vision to Create Long Term Value)	N	61	39	111	78	111	400	0.345	0.848
	$\overline{X}$	3.87	3.74	3.81	3.89	3.79	3.82		
	S.D.	0.86	0.85	0.78	0.78	0.83	0.81		
การมีจริยธรรมจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Ethics)	N	61	39	111	78	111	400	0.545	0.703
	$\overline{X}$	3.99	3.95	3.82	3.88	3.92	3.90		
	S.D.	0.88	0.86	0.84	0.74	0.75	0.80		
การปฏิบัติตนเป็นประชากรที่ดีขององค์กรและสังคม (Good Citizenship)	N	61	39	111	78	111	400	2.202	0.068
	$\overline{X}$	3.66	3.71	3.77	3.65	3.94	3.77		
	S.D.	0.72	0.70	0.74	0.85	0.77	0.77		
การเคารพในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ (Human Dignity)	N	61	39	111	78	111	400	2.356	0.053
	$\overline{X}$	3.79	3.94	3.74	3.65	3.95	3.81		
	S.D.	0.77	0.70	0.76	0.73	0.78	0.76		
ความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยรวม	N	61	39	111	78	111	400	0.299	0.879
	$\overline{X}$	3.85	3.87	3.80	3.78	3.86	3.83		
	S.D.	0.68	0.55	0.65	0.60	0.63	0.63		

จากตารางที่ 4.57 พบว่า Sig. F ของความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งจำแนกตามอายุงาน มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานการศึกษา ซึ่งแสดงว่า อายุงานของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ไม่แตกต่างกัน

<u>สมมติฐานที่ 2.5</u> พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีระดับตำแหน่งที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 2.5 ดังนี้

H_0 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีระดับตำแหน่งที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีระดับตำแหน่งที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.58

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี จำแนกตามระดับตำแหน่ง

ความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี		ระดับตำแหน่ง			รวม	F Ratio	Sig. F
		ระดับ 1-5	ระดับ 6-9	ระดับ 10-13			
หลักความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตนเอง (Accountability)	N	151	219	30	400	2.002	0.136
	$\overline{X}$	3.83	3.79	4.07	3.83		
	S.D.	0.73	0.69	0.63	0.70		
หลักความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ และภาระงานตามที่ได้รับมอบหมาย (Responsibility)	N	151	219	30	400	2.421	0.090
	$\overline{X}$	3.74	3.75	4.04	3.77		
	S.D.	0.70	0.75	0.50	0.72		
การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกันเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย (Equitability)	N	151	219	30	400	1.394	0.249
	$\overline{X}$	3.86	3.88	4.10	3.89		
	S.D.	0.76	0.74	0.57	0.74		
ความโปร่งใสในการดำเนินงานที่ตรวจสอบได้ และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส (Transparency)	N	151	219	30	400	1.757	0.174
	$\overline{X}$	3.80	3.80	4.10	3.82		
	S.D.	0.90	0.84	0.66	0.85		
การมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว (Vision to Create Long Term Value)	N	151	219	30	400	3.418	0.034*
	$\overline{X}$	3.72	3.85	4.12	3.82		
	S.D.	0.82	0.81	0.76	0.81		

ตารางที่ 4.58 (ต่อ)

ความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี		ระดับตำแหน่ง			รวม	F Ratio	Sig. F
		ระดับ 1-5	ระดับ 6-9	ระดับ 10-13			
การมีจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Ethics)	N	151	219	30	400	3.636	0.027*
	$\overline{X}$	3.87	3.87	4.28	3.90		
	S.D.	0.87	0.77	0.55	0.80		
การปฏิบัติตนเป็นประชากรที่ดีขององค์กรและสังคม (Good Citizenship)	N	151	219	30	400	2.264	0.105
	$\overline{X}$	3.74	3.75	4.06	3.77		
	S.D.	0.70	0.83	0.64	0.77		
การเคารพในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ (Human Dignity)	N	151	219	30	400	2.761	0.064
	$\overline{X}$	3.75	3.80	4.11	3.81		
	S.D.	0.74	0.79	0.62	0.76		
ความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยรวม	N	151	219	30	400	3.424	0.034*
	$\overline{X}$	3.79	3.81	4.11	3.83		
	S.D.	0.63	0.64	0.46	0.63		

จากตารางที่ 4.58 พบว่า Sig. F ของความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งจำแนกตามระดับตำแหน่ง มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานทางการศึกษา ซึ่งแสดงว่า ระดับตำแหน่งของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี แตกต่างกัน โดยสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยรวม ด้านการมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว (Vision to Create Long Term Value) และด้านการมีจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Ethics) แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยรวม ด้านการมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว (Vision to Create Long Term Value) และด้านการมีจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Ethics) โดยจำแนกตามระดับตำแหน่งเป็นรายคู่ จึงทำการทดสอบต่อด้วยการเปรียบเทียบพหุคูณโดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD Test ดังตารางที่ 4.58-4.60

ตารางที่ 4.59
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความต้องการ
ข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยรวมจำแนกตาม
ระดับตำแหน่ง เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ระดับการศึกษาสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ระดับ 1-5 3.79	ระดับ 6-9 3.81	ระดับ 10-13 4.11
ระดับ 1-5	3.79		-0.02	-0.32*
ระดับ 6-9	3.81			-0.30*
ระดับ 10-13	4.11			

จากตารางที่ 4.59 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับ 10-13 มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยรวม แตกต่างกับผู้ที่มีตำแหน่งระดับ 1-9 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับ 10-13 มีค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยรวมมากกว่าผู้ที่มีตำแหน่งระดับ 1-9

ตารางที่ 4.60
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสารด้านการมีวิสัยทัศน์
ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว (Vision to Create Long Term Value)
จำแนกตามระดับตำแหน่ง เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ระดับการศึกษาสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ระดับ 1-5 3.72	ระดับ 6-9 3.85	ระดับ 10-13 4.12
ระดับ 1-5	3.72		-0.13	-0.40*
ระดับ 6-9	3.85			-0.27*
ระดับ 10-13	4.12			

จากตารางที่ 4.60 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับ 10-13 มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีด้านการมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว

แตกต่างกับผู้ที่มีตำแหน่งระดับ 1-9 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับ 10-13 มีค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสารด้านการมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว มากกว่าผู้ที่มีตำแหน่งระดับ 1-9

ตารางที่ 4.61
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสาร
ด้านการมีจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Ethics)
จำแนกตามระดับตำแหน่ง เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

ระดับการศึกษาสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	ระดับ 1-5 3.87	ระดับ 6-9 3.87	ระดับ 10-13 4.28
ระดับ 1-5	3.87		-0.01	-0.41*
ระดับ 6-9	3.87			-0.41*
ระดับ 10-13	4.28			

จากตารางที่ 4.61 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับ 10-13 มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Ethics) แตกต่างกับผู้ที่มีตำแหน่งระดับ 1-9 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีตำแหน่งระดับ 10-13 มีค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสารด้านการมีจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Ethics) มากกว่าผู้ที่มีตำแหน่งระดับ 1-9

<u>สมมติฐานที่ 2.6</u> พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีกลุ่มงานที่สังกัดที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 2.6 ดังนี้

H_0 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีกลุ่มงานที่สังกัดที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีไม่แตกต่างกัน

H_1 : พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีกลุ่มงานที่สังกัดที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.62

แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี จำแนกตามระดับกลุ่มงานที่สังกัด

ความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี		กลุ่มงานที่สังกัด			รวม	F Ratio	Sig. F
		กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร	กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์	กลุ่มงานการขายและให้บริการ			
หลักความรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจและการกระทำของตนเอง (Accountability)	N	108	77	215	400	0.942	0.391
	$\overline{X}$	3.88	3.74	3.84	3.83		
	S.D.	0.59	0.76	0.73	0.70		
หลักความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติหน้าที่ และภาระงานตามที่ได้รับมอบหมาย (Responsibility)	N	108	77	215	400	1.829	0.162
	$\overline{X}$	3.88	3.76	3.71	3.77		
	S.D.	0.66	0.69	0.75	0.72		
การปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกันเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย (Equitability)	N	108	77	215	400	4.618	0.010*
	$\overline{X}$	4.04	3.94	3.79	3.89		
	S.D.	0.64	0.75	0.76	0.74		
ความโปร่งใสในการดำเนินงานที่ตรวจสอบได้ และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส (Transparency)	N	108	77	215	400	4.028	0.019*
	$\overline{X}$	3.94	3.97	3.71	3.82		
	S.D.	0.77	0.83	0.88	0.85		

ตารางที่ 4.62 (ต่อ)

ความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี		กลุ่มงานที่สังกัด			รวม	F Ratio	Sig. F
		กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร	กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์	กลุ่มงานการขายและให้บริการ			
การมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว (Vision to Create Long Term Value)	N	108	77	215	400	6.237	0.002*
	$\overline{X}$	4.05	3.79	3.72	3.82		
	S.D.	0.72	0.80	0.84	0.81		
การมีจริยธรรมจรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Ethics)	N	108	77	215	400	3.608	0.028*
	$\overline{X}$	4.06	3.91	3.81	3.90		
	S.D.	0.68	0.79	0.85	0.80		
การปฏิบัติตนเป็นประชากรที่ดีขององค์กรและสังคม (Good Citizenship)	N	108	77	215	400	4.421	0.013*
	$\overline{X}$	3.94	3.63	3.73	3.77		
	S.D.	0.69	0.84	0.77	0.77		
การเคารพในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ (Human Dignity)	N	108	77	215	400	3.236	0.040*
	$\overline{X}$	3.97	3.77	3.74	3.81		
	S.D.	0.70	0.79	0.77	0.76		
ความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยรวม	N	108	77	215	400	4.266	0.015*
	$\overline{X}$	3.97	3.81	3.76	3.83		
	S.D.	0.54	0.63	0.66	0.63		

จากตารางที่ 4.62 พบว่า Sig. F ของความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งจำแนกตามกลุ่มงานที่สังกัด มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ (H_0) และยอมรับสมมติฐานทางการศึกษา ซึ่งแสดงว่ากลุ่มงานที่สังกัดของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดี แตกต่างกัน โดยความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีที่กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน คือ ความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกันเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย (Equitability) ด้านความโปร่งใสในการดำเนินงานที่ตรวจสอบได้ และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส (Transparency) ด้านการมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว (Vision to

Create Long Term Value) ด้านการมีจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Ethics) ด้านการปฏิบัติตนเป็นประชากรที่ดีขององค์กรและสังคม (Good Citizenship) และด้านการเคารพในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ (Human Dignity)

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีจากความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยรวม และรายด้านต่าง ๆ ข้างต้น โดยจำแนกตามจำแนกตามกลุ่มงานที่สังกัดเป็นรายคู่ จึงทำการทดสอบต่อด้วยการเปรียบเทียบพหุคูณโดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD Test ดังตารางที่ 4.62-4.68

ตารางที่ 4.63
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยรวมจำแนกตามกลุ่มงานที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

กลุ่มงานที่สังกัด	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร 3.97	กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3.81	กลุ่มงานการขายและให้บริการ 3.76
กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร	3.97		0.16	0.21*
กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์	3.81			0.06
กลุ่มงานการขายและให้บริการ	3.76			

จากตารางที่ 4.63 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยรวม แตกต่างกับผู้ที่สังกัดกลุ่มงานการขายและให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร มีค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีโดยรวม มากกว่าผู้ที่สังกัดกลุ่มงานการขายและให้บริการ

ตารางที่ 4.64
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสาร
ด้านการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกันเป็นธรรม
ต่อทุกฝ่าย (Equitability) จำแนกตามกลุ่มงาน
ที่สังกัดเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

กลุ่มงานที่สังกัด	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร 4.04	กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3.94	กลุ่มงานการขายและให้บริการ 3.79
กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร	4.04		0.10	0.25*
กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์	3.94			0.15
กลุ่มงานการขายและให้บริการ	3.79			

จากตารางที่ 4.64 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร มีความต้องการข่าวสารด้านการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกันเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย (Equitability) แตกต่างกับผู้ที่สังกัดกลุ่มงานการขายและให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร มีค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสารด้านการปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเท่าเทียมกันเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย (Equitability) มากกว่าผู้ที่สังกัดกลุ่มงานการขายและให้บริการ

ตารางที่ 4.65
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสาร
ด้านความโปร่งใสในการดำเนินงานที่ตรวจสอบได้ และการเปิดเผย
ข้อมูลอย่างโปร่งใส (Transparency) จำแนกตาม
กลุ่มงานที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

กลุ่มงานที่สังกัด	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร 3.94	กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3.97	กลุ่มงานการขายและให้บริการ 3.71
กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร	3.94		-0.03	0.23*
กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์	3.97			0.26*
กลุ่มงานการขายและให้บริการ	3.71			

จากตารางที่ 4.65 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานการขายและให้บริการ มีความต้องการข่าวสารด้านความโปร่งใสในการดำเนินงานที่ตรวจสอบได้ และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส (Transparency) แตกต่างกับผู้ที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กรและกลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานการขายและให้บริการ มีค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสารด้านความโปร่งใสในการดำเนินงานที่ตรวจสอบได้ และการเปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใส (Transparency) น้อยกว่าผู้ที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร และกลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4.66
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสาร
ด้านการมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว
(Vision to Create Long Term Value)
จำแนกตามกลุ่มงานที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

กลุ่มงานที่สังกัด	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร 4.05	กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3.79	กลุ่มงานการขายและให้บริการ 3.72
กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร	4.05		0.26*	0.33*
กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์	3.79			0.07
กลุ่มงานการขายและให้บริการ	3.72			

จากตารางที่ 4.66 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร มีความต้องการข่าวสารด้านการมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว (Vision to Create Long) แตกต่างกับผู้ที่สังกัดกลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกลุ่มงานการขายและให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร มีค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสารด้านการมีวิสัยทัศน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กิจการในระยะยาว (Vision to Create Long Term Value) มากกว่าผู้ที่สังกัดกลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกลุ่มงานการขายและให้บริการ

ตารางที่ 4.67
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสาร
ด้านการมีจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Ethics)
จำแนกตามกลุ่มงานที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

กลุ่มงานที่สังกัด	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร 4.06	กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3.91	กลุ่มงานการขายและให้บริการ 3.81
กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร	4.06		0.15	0.25*
กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์	3.91			0.10
กลุ่มงานการขายและให้บริการ	3.81			

จากตารางที่ 4.67 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร มีความต้องการข่าวสารด้านการมีจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Ethics) แตกต่างกับผู้ที่สังกัดกลุ่มงานการขายและให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร มีค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสารด้านการมีจริยธรรม จรรยาบรรณในการประกอบธุรกิจ (Ethics) มากกว่าผู้ที่สังกัดกลุ่มงานการขายและให้บริการ

ตารางที่ 4.68
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสาร
ด้านการปฏิบัติตนเป็นประชากรที่ดีขององค์กรและสังคม
(Good Citizenship) จำแนกตามกลุ่มงานที่สังกัด
เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

กลุ่มงานที่สังกัด	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร 3.94	กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3.63	กลุ่มงานการขายและให้บริการ 3.73
กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร	3.94		0.32*	0.21*
กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์	3.63			-0.10
กลุ่มงานการขายและให้บริการ	3.73			

จากตารางที่ 4.68 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร มีความต้องการข่าวสารด้านการปฏิบัติตนเป็นประชากรที่ดีขององค์กรและสังคม (Good Citizenship) แตกต่างกับผู้ที่สังกัดกลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกลุ่มงานการขายและให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กรมีค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสารด้านการปฏิบัติตนเป็นประชากรที่ดีขององค์กรและสังคม (Good Citizenship) มากกว่าผู้ที่สังกัดกลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกลุ่มงานการขายและให้บริการ

ตารางที่ 4.69
แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสาร
ด้านการเคารพในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ (Human Dignity)
จำแนกตามกลุ่มงานที่สังกัด เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD

กลุ่มงานที่สังกัด	ค่าเฉลี่ย	กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร 3.97	กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3.77	กลุ่มงานการขายและให้บริการ 3.74
กลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร	3.97		0.20	0.22*
กลุ่มงานกลยุทธ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์	3.77			0.03
กลุ่มงานการขายและให้บริการ	3.74			

จากตารางที่ 4.69 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร มีความต้องการข่าวสารด้านการเคารพในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ (Human Dignity) แตกต่างกับผู้ที่สังกัดกลุ่มงานการขายและให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่สังกัดกลุ่มงานบริหารจัดการองค์กร มีค่าเฉลี่ยของความต้องการข่าวสารด้านการเคารพในคุณค่าของความเป็นมนุษย์ (Human Dignity) มากกว่าผู้ที่สังกัดกลุ่มงานการขายและให้บริการ

ตารางที่ 4.70

แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1. พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน	
1.1 เพศของพนักงาน บมจ.ทีโอที ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
1.2 อายุของพนักงาน บมจ.ทีโอที ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
1.3 ระดับการศึกษาของพนักงาน บมจ.ทีโอที ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
1.4 อายุการทำงานของพนักงาน บมจ.ทีโอที ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
1.5 ระดับตำแหน่งของพนักงาน บมจ.ทีโอที ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
1.6 กลุ่มงานที่สังกัดของพนักงาน บมจ.ทีโอที ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
2. พนักงาน บมจ.ทีโอที ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีแตกต่างกัน	
2.1 เพศของพนักงาน บมจ.ทีโอที ที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีแตกต่างกัน	ยอมรับ
2.2 อายุของพนักงาน บมจ.ทีโอที ที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีแตกต่างกัน	ยอมรับ

ตารางที่ 4.70 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
2.3 ระดับการศึกษาของพนักงาน บมจ.ทีโอที ที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
2.4 อายุการทำงานของพนักงาน บมจ.ทีโอที ที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีแตกต่างกัน	ยอมรับ
2.5 ระดับตำแหน่งของพนักงาน บมจ.ทีโอที ที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
2.6 กลุ่มงานสังกัดของพนักงาน บมจ.ทีโอที ที่แตกต่างกัน มีความต้องการข่าวสารด้านการกำกับดูแลกิจการที่ดีแตกต่างกัน	ปฏิเสธ