

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	จำแนกสังกัดตามโครงการสายงานของ สายงานระบบส่ง กฟผ.	28
4.1	จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	34
4.2	จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	35
4.3	จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษา.....	36
4.4	จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตำแหน่งที่ปฏิบัติงาน.....	36
4.5	จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนเล่มการอ่านวารสาร สายใยสายส่ง	37
4.6	จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการอ่านวารสารสายใย สายส่ง.....	38
4.7	จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนอีเมลที่อ่านในข่าวสายใย สายส่ง.....	38
4.8	จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการอ่านอีเมลข่าวสายใย สายส่ง	39
4.9	จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนครั้งที่อ่านแผ่นพับ.....	39
4.10	จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการอ่านแผ่นพับ	40
4.11	จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนครั้งที่อ่านโปสเตอร์	40
4.12	จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการอ่านโปสเตอร์.....	41
4.13	จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนครั้งที่อ่านสติ๊กเกอร์	42
4.14	จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการอ่านสติ๊กเกอร์.....	42
4.15	จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนครั้งที่อ่านบอร์ดกิจกรรม ...	43
4.16	จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการอ่านบอร์ดกิจกรรม....	43
4.17	จำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ในสื่อ ประชาสัมพันธ์ประเภทวารสารสายใยสายส่ง	44
4.18	จำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ในสื่อ ประชาสัมพันธ์ประเภทอีเมลข่าวสายใยสายส่ง	46
4.19	จำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ในสื่อ ประชาสัมพันธ์ประเภทแผ่นพับ.....	47

4.20	จำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ในสื่อ ประชาสัมพันธ์ประเภทโปสเตอร์	48
4.21	จำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ในสื่อ ประชาสัมพันธ์ประเภทสติ๊กเกอร์.....	49
4.22	จำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ในสื่อ ประชาสัมพันธ์ประเภทบอร์ดกิจกรรม	50
4.23	ค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ในสื่อประชาสัมพันธ์โดยรวม.....	51
4.24	จำนวนและร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของของประโยชน์ที่ได้รับ ในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร	52
4.25	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ภายใน องค์กร กับความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย.....	54
4.26	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อวารสารสายใยสายส่ง ของ พนักงานกับความพึงพอใจในสื่อวารสารสายใยสายส่งของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย ..	55
4.27	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่ออีเมลล์ข่าวสายใยสายส่ง ของพนักงานกับความพึงพอใจในอีเมลล์ข่าวสายใยสายส่งของพนักงาน กลุ่มเป้าหมาย	56
4.28	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อแผ่นพับ ของพนักงานกับ ความพึงพอใจในสื่อแผ่นพับของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย.....	57
4.29	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อโปสเตอร์ ของพนักงานกับ ความพึงพอใจในสื่อโปสเตอร์ของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย	58
4.30	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อสติ๊กเกอร์ ของพนักงานกับ ความพึงพอใจในสื่อสติ๊กเกอร์ของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย.....	59
4.31	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อบอร์ดกิจกรรม ของ พนักงานกับความพึงพอใจในสื่อบอร์ดกิจกรรมของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย	60
4.32	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างความพึงพอใจในสื่อ กับการใช้ประโยชน์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กร.....	61