

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

การวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ในองค์กรสายงานระบบส่ง การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย” เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากพนักงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) สายงานระบบส่ง จำนวน 400 คน หลังจากนั้นได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สำหรับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ตอน ได้แก่

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในสายงานระบบส่ง
- ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร
- ตอนที่ 4 ประโยชน์ที่ได้รับในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร
- ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา หน่วยงานที่ปฏิบัติงานในสังกัด ตำแหน่งงานที่ปฏิบัติงาน ซึ่งสามารถนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 4.1

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	332	83.0
หญิง	68	17.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน เป็นเพศชาย จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 83.0 เพศหญิง จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0

ตารางที่ 4.2

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-25 ปี	16	4.0
26-30 ปี	18	4.5
31-35 ปี	49	12.2
36-40 ปี	78	19.5
41-45 ปี	60	15.0
46-50 ปี	111	27.8
50 ปี ขึ้นไป	68	17.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 46-50 ปี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมา อายุระหว่าง 36-40 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 อายุระหว่าง 41-45 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 อายุระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 อายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 และอายุระหว่าง 20-25 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ตารางที่ 4.3

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	185	46.2
ปริญญาตรี	176	44.0
ปริญญาโท	39	9.8
สูงกว่าปริญญาโท	0	0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 และมีการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และสุดท้ายกลุ่มที่สูงกว่าระดับปริญญาโทไม่มีผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.4

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตำแหน่งที่ปฏิบัติงาน

ตำแหน่งที่ปฏิบัติงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วิทยากร (วท.)	31	7.8
วิศวกร (วศ.)	39	9.8
นิติกร (นต.)	8	2.0
นักบัญชี (นบ.)	14	3.5
ช่าง (ช.)	229	57.2
พนักงานวิชาชีพ (พช.)	73	18.2
อื่น ๆ	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในตำแหน่ง ช่าง (ช.) จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.2 รองลงมา ปฏิบัติงานในตำแหน่งพนักงานวิชาชีพ (พช.) จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 ตำแหน่งวิศวกร (วศ.) จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 ตำแหน่งวิทยากร (วก.) จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตำแหน่งนักบัญชี (นบ.) จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตำแหน่งนิติกร (นต.) จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 และตำแหน่งอื่น ๆ น้อยที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ภายในสายงานระบบส่ง

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในสายงานระบบส่ง ได้แก่ ความถี่ในการเปิดรับ และลักษณะการอ่าน สามารถนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 4.5

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม
จำนวนเล่มที่อ่านวารสารสายใยสายส่ง

จำนวนเล่ม/ปี	จำนวน	ร้อยละ
1-3 เล่ม/ปี	18	4.5
4-6 เล่ม/ปี	89	22.2
7-9 เล่ม/ปี	43	10.8
10-12 เล่ม/ปี	250	62.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่อ่านวารสารสายใยสายส่ง 10-12 เล่ม/ปี จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมา อ่าน 4-6 เล่ม/ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 อ่าน 7-9 เล่ม จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 และอ่าน 1-3 เล่ม/ปี น้อยที่สุด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

ตารางที่ 4.6
จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม
ลักษณะการอ่านวารสารสายใยสายส่ง

ลักษณะการอ่าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อ่านทุกหน้าอย่างละเอียด	119	29.8
อ่านบางเรื่องที่น่าสนใจ	253	63.2
อ่านผ่าน ๆ	24	6.0
ดูเฉพาะภาพ	4	1.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่ อ่านวารสารสายใยสายส่ง โดยอ่านบางเรื่องที่น่าสนใจ จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 รองลงมา อ่านทุกหน้าอย่างละเอียด จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 อ่านผ่าน ๆ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และดูเฉพาะภาพ น้อยที่สุด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตารางที่ 4.7
จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม
จำนวนอีเมลที่อ่านในข่าวสายใยสายส่ง

จำนวนฉบับ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-24 ฉบับ/ปี	28	7.0
25-48 ฉบับ/ปี	38	9.5
49-72 ฉบับ/ปี	63	15.7
73-96 ฉบับ/ปี	271	67.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่ อ่านอีเมลในข่าวสายใยสายส่ง 73-96 ฉบับ/ปี จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8 รองลงมา อ่าน 49-72 ฉบับ/ปี

จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 อ่าน 25-48 ฉบับ/ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และอ่าน 1-24 ฉบับ/ปี น้อยที่สุด จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0

ตารางที่ 4.8

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม
ลักษณะการอ่านอีเมลล์ข่าวสายใยสายส่ง

ลักษณะการอ่าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อ่านทุกหน้าอย่างละเอียด	179	44.8
อ่านบางเรื่องที่น่าสนใจ	208	52.0
อ่านผ่าน ๆ	13	3.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่อ่านอีเมลล์ข่าวสายใยสายส่ง โดยอ่านบางเรื่องที่น่าสนใจ จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมา อ่านทุกหน้าอย่างละเอียด จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 และอ่านผ่าน ๆ น้อยที่สุด จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2

ตารางที่ 4.9

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนครั้งี่อ่านแผ่นพับ

จำนวนครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-3 ครั้ง/ปี	46	11.5
4-6 ครั้ง/ปี	111	27.8
7-9 ครั้ง/ปี	35	8.7
10-12 ครั้ง/ปี	208	52.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่ อ่านแผ่นพับ 10-12 ครั้ง/ปี จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 รองลงมา อ่าน 4-6 ครั้ง/ปี จำนวน 111 คน

คิดเป็นร้อยละ 27.8 อ่าน 1-3 ครั้ง/ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และอ่าน 7-9 ครั้ง/ปี น้อยที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7

ตารางที่ 4.10

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการอ่านแผ่นพับ

ลักษณะการอ่าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อ่านทุกหน้าอย่างละเอียด	115	28.8
อ่านบางเรื่องที่น่าสนใจ	214	53.5
อ่านผ่าน ๆ	62	15.5
ดูเฉพาะภาพ	9	2.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่ อ่านแผ่นพับ โดยอ่านบางเรื่องที่น่าสนใจ จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมา อ่านทุกหน้าอย่างละเอียด จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 อ่านผ่าน ๆ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และดูเฉพาะภาพ น้อยที่สุด จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2

ตารางที่ 4.11

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม
จำนวนครั้งที่อ่านโปสเตอร์

จำนวนครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-3 ครั้ง/ปี	44	11.0
4-6 ครั้ง/ปี	92	23.0
7-9 ครั้ง/ปี	19	4.8
10-12 ครั้ง/ปี	245	61.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่อ่านโปสเตอร์ 10-12 ครั้ง/ปี จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมา อ่าน 4-6 ครั้ง/ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 อ่าน 1-3 ครั้ง/ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และอ่าน 7-9 ครั้ง/ปี น้อยที่สุด จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8

ตารางที่ 4.12

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม
ลักษณะการอ่านโปสเตอร์

ลักษณะการอ่าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อ่านทุกหน้าอย่างละเอียด	133	33.2
อ่านบางเรื่องที่น่าสนใจ	214	53.5
อ่านผ่าน ๆ	42	10.5
ดูเฉพาะภาพ	11	2.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่ อ่านโปสเตอร์ โดยอ่านบางเรื่องที่น่าสนใจ จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมา อ่านทุกหน้าอย่างละเอียด จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 อ่านผ่าน ๆ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และดูเฉพาะภาพ น้อยที่สุด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

ตารางที่ 4.13

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม
จำนวนครั้งที่อ่านสติกเกอร์

จำนวนครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-3 ครั้ง/ปี	38	9.5
4-6 ครั้ง/ปี	113	28.2
7-9 ครั้ง/ปี	24	6.0
10-12 ครั้ง/ปี	225	56.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่ อ่านสติกเกอร์ 10-12 ครั้ง/ปี จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมา อ่าน 4-6 ครั้ง/ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 อ่าน 1-3 ครั้ง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และอ่าน 7-9 ครั้ง น้อยที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตารางที่ 4.14

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม
ลักษณะการอ่านสติกเกอร์

ลักษณะการอ่าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อ่านทุกหน้าอย่างละเอียด	111	27.8
อ่านบางเรื่องที่น่าสนใจ	212	53.0
อ่านผ่าน ๆ	53	13.2
ดูเฉพาะภาพ	24	6.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่ อ่านสติกเกอร์ โดยอ่านบางเรื่องที่น่าสนใจ จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมา อ่านทุกหน้าอย่างละเอียด

จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 อ่านผ่าน ๆ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และดูเฉพาะภาพ น้อยที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตารางที่ 4.15

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม
จำนวนครั้งที่อ่านบอร์ดกิจกรรม

จำนวนครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-3 ครั้ง/ปี	21	5.2
4-6 ครั้ง/ปี	83	20.8
7-9 ครั้ง/ปี	14	3.5
10-12 ครั้ง/ปี	282	70.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่ อ่านบอร์ดกิจกรรม 10-12 ครั้ง/ปี จำนวน 282 คนคิดเป็นร้อยละ 70.5 รองลงมา อ่าน 4-6 ครั้ง/ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 อ่าน 1-3 ครั้ง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และอ่าน 7-9 ครั้ง น้อยที่สุด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

ตารางที่ 4.16

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม
ลักษณะการอ่านบอร์ดกิจกรรม

ลักษณะการอ่าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อ่านทุกหน้าอย่างละเอียด	159	39.8
อ่านบางเรื่องที่น่าสนใจ	217	54.2
อ่านผ่าน ๆ	23	5.8
ดูเฉพาะภาพ	1	0.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่ อ่านบอร์ดกิจกรรม โดยอ่านบางเรื่องที่น่าสนใจ จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมา อ่านทุกหน้าอย่างละเอียด จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 อ่านผ่าน ๆ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 และดูเฉพาะภาพ น้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

ความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร จะสะท้อนถึงข้อมูลเนื้อหาของสื่อในด้านต่าง ๆ ในแต่ละประเภทที่ทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจ ได้แก่ วารสารสายใยสายส่ง อีเมลข่าวสายใยสายส่ง แผ่นพับ โปสเตอร์ สติกเกอร์ บอร์ดกิจกรรม ซึ่งปรากฏผลตามตารางที่ 4.17 – 4.23 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.17

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ
ในสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทวารสารสายใยสายส่ง

วารสารสายใยสายส่ง	ระดับความพึงพอใจ				- x	S.D.	ระดับ ความ พึงพอใจ
	ดีมาก	ดี	พอใช้	ควร ปรับปรุง			
1. รูปแบบการนำเสนอ	112 (28.0)	240 (60.0)	48 (12.0)	- -	3.16	.61	มาก
2. เนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร	122 (30.5)	233 (58.3)	45 (11.3)	- -	3.19	.62	มาก
3. ความถูกต้องและน่าเชื่อถือ	158 (39.5)	219 (54.8)	23 (5.8)	- -	3.34	.58	มากที่สุด
4. ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์	148 (37.0)	222 (55.5)	28 (7.0)	2 (.5)	3.29	.61	มากที่สุด
5. อ่านและเข้าใจได้ง่าย	137 (34.3)	242 (60.5)	21 (5.3)	- -	3.29	.56	มากที่สุด

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

วารสารสายใยสายส่ง	ระดับความพึงพอใจ				— x	S.D.	ระดับ ความ พึงพอใจ
	ดีมาก	ดี	พอใช้	ควร ปรับปรุง			
6. การเผยแพร่	91 (22.8)	272 (68.0)	36 (9.0)	1 (.3)	3.13	.56	มาก
รวม					3.23	0.50	มาก

*ค่าเฉลี่ยรวม 3.23 (มาก)

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทวารสารสายใยสายส่งของพนักงานสายงานระบบส่ง กฟผ. โดยรวม ซึ่งวัดเป็นความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อความถูกต้องและน่าเชื่อถือของวารสารสายใยสายส่ง อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 3.34 อันดับที่ 2 มีด้วยกัน 2 ข้อ คือ ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์และอ่านและเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.29 อันดับที่ 3 เนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.19 อันดับที่ 4 รูปแบบการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ย 3.16 และอันดับสุดท้าย การเผยแพร่ มีค่าเฉลี่ย 3.13

ตารางที่ 4.18

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ
ในสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอีเมลข่าวสายใยสายส่ง

อีเมลข่าวสายใยสายส่ง	ระดับความพึงพอใจ				- x	S.D.	ระดับ ความ พึงพอใจ
	ดีมาก	ดี	พอใช้	ควร ปรับปรุง			
1. รูปแบบการนำเสนอ	128 (32.0)	229 (57.3)	43 (10.8)	- -	3.21	.62	มาก
2. เนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร	145 (36.3)	221 (55.3)	33 (8.3)	1 (.3)	3.27	.62	มากที่สุด
3. ความถูกต้องและน่าเชื่อถือ	174 (43.5)	212 (53.0)	14 (3.5)	- -	3.40	.56	มากที่สุด
4. ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์	171 (42.8)	199 (49.8)	28 (7.0)	2 (.5)	3.35	.63	มากที่สุด
5. อ่านและเข้าใจได้ง่าย	171 (42.8)	211 (52.8)	18 (4.5)	- -	3.38	.57	มากที่สุด
6. การเผยแพร่	110 (27.5)	252 (63.0)	34 (8.5)	4 (1.0)	3.17	.61	มาก
รวม					3.30	0.51	มากที่สุด

*ค่าเฉลี่ยรวม 3.30 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอีเมลข่าวสายใยสายส่งของพนักงานสายงานระบบส่ง กฟผ. โดยรวม ซึ่งวัดเป็นความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อความถูกต้องและน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 3.40 อันดับที่ 2 อ่านและเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.38 อันดับที่ 3 ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ มีค่าเฉลี่ย

3.35 อันดับที่ 4 เนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.27 อันดับที่ 5 รูปแบบการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ย 3.21 และอันดับสุดท้าย การเผยแพร่ มีค่าเฉลี่ย 3.17

ตารางที่ 4.19

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ
ในสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทแผ่นพับ

แผ่นพับ	ระดับความพึงพอใจ				- x	S.D.	ระดับ ความ พึงพอใจ
	ดีมาก	ดี	พอใช้	ควร ปรับปรุง			
1. รูปแบบการนำเสนอ	53 (13.3)	265 (66.3)	81 (20.3)	1 (.3)	2.93	.58	มาก
2. เนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร	60 (15.0)	269 (67.3)	70 (17.5)	1 (.3)	2.97	.58	มาก
3. ความถูกต้องและน่าเชื่อถือ	70 (17.5)	283 (70.8)	46 (11.5)	1 (.3)	3.05	.55	มาก
4. ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์	64 (16.0)	283 (70.8)	52 (13.0)	1 (.3)	3.03	.55	มาก
5. อ่านและเข้าใจได้ง่าย	67 (16.8)	289 (72.3)	43 (10.8)	1 (.3)	3.06	.53	มาก
6. การเผยแพร่	40 (10.0)	301 (75.3)	54 (13.5)	5 (1.3)	2.94	.53	มาก
รวม					3.00	0.47	มาก

*ค่าเฉลี่ยรวม 3.00 (มาก)

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทแผ่นพับของพนักงานสายงานระบบส่ง กฟผ. โดยรวม ซึ่งวัดเป็นความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการอ่านและเข้าใจง่าย อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 3.06 อันดับ

ที่ 2 ความถูกต้องและน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 3.05 อันดับที่ 3 ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.03 อันดับที่ 4 เนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.27 อันดับที่ 5 รูปแบบการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ย 3.21 และอันดับสุดท้าย การเผยแพร่ มีค่าเฉลี่ย 3.17

ตารางที่ 4.20

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ
ในสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโปสเตอร์

โปสเตอร์	ระดับความพึงพอใจ				— x	S.D.	ระดับ ความ พึงพอใจ
	ดีมาก	ดี	พอใช้	ควร ปรับปรุง			
1. รูปแบบการนำเสนอ	64 (16.0)	263 (65.8)	72 (18.0)	1 (.3)	2.98	.59	มาก
2. เนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร	69 (17.3)	266 (66.5)	64 (16.0)	1 (.3)	3.01	.59	มาก
3. ความถูกต้องและน่าเชื่อถือ	87 (21.8)	269 (67.3)	43 (10.8)	1 (.3)	3.10	.57	มาก
4. ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์	82 (20.5)	265 (66.3)	52 (13.0)	1 (.3)	3.07	.58	มาก
5. อ่านและเข้าใจได้ง่าย	88 (22.0)	274 (68.5)	37 (9.3)	1 (.3)	3.12	.56	มาก
6. การเผยแพร่	70 (17.5)	266 (66.5)	63 (15.8)	1 (.3)	3.01	.59	มาก
รวม					3.05	0.51	มาก

*ค่าเฉลี่ยรวม 3.05 (มาก)

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทโปสเตอร์ของพนักงานสายงานระบบส่ง กฟผ. โดยรวม ซึ่งวัดเป็นความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการอ่านและเข้าใจง่าย อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 3.12 อันดับ ที่ 2 การสื่อความหมาย มีค่าเฉลี่ย 3.10 อันดับ ที่ 3 ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.07 อันดับ ที่ 4 เนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.01 อันดับ ที่ 5 การเผยแพร่ มีค่าเฉลี่ย 3.01 และ อันดับสุดท้าย การออกแบบ มีค่าเฉลี่ย 2.98

ตารางที่ 4.21

จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ
ในสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสติ๊กเกอร์

สติ๊กเกอร์	ระดับความพึงพอใจ				- x	S.D.	ระดับ ความ พึงพอใจ
	ดีมาก	ดี	พอใช้	ควร ปรับปรุง			
1. รูปแบบการนำเสนอ	48 (12.0)	280 (70.0)	72 (18.0)	- -	2.94	.55	มาก
2. เนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร	58 (14.5)	273 (68.3)	69 (17.3)	- -	2.97	.56	มาก
3. ความถูกต้องและน่าเชื่อถือ	76 (19.0)	283 (70.8)	41 (10.3)	- -	3.09	.53	มาก
4. ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์	60 (15.0)	283 (70.8)	55 (13.8)	2 (.5)	3.00	.56	มาก
5. อ่านและเข้าใจได้ง่าย	71 (17.8)	291 (72.8)	38 (9.5)	- -	3.08	.52	มาก
6. การเผยแพร่	43 (10.8)	298 (74.5)	57 (14.3)	2 (.5)	2.96	.52	มาก
รวม					3.01	0.46	มาก

*ค่าเฉลี่ยรวม 3.01 (มาก)

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสติ๊กเกอร์ของพนักงานสายงานระบบส่ง กฟผ. โดยรวม ซึ่งวัดเป็นความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการสื่อความหมาย อยู่ในระดับมาก เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 3.09 อันดับที่ 2 อ่านและเข้าใจได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.08 อันดับที่ 3 ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.00 อันดับที่ 4 เนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 2.97 อันดับที่ 5 การเผยแพร่ มีค่าเฉลี่ย 2.96 และอันดับสุดท้าย การออกแบบ มีค่าเฉลี่ย 2.94

ตารางที่ 4.22

จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ
ในสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทบอร์ดกิจกรรม

บอร์ดกิจกรรม	ระดับความพึงพอใจ				- x	S.D.	ระดับ ความ พึงพอใจ
	ดีมาก	ดี	พอใช้	ควร ปรับปรุง			
1. รูปแบบการนำเสนอ	105 (26.3)	255 (63.8)	40 (10.0)	- -	3.16	.58	มาก
2. เนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร	114 (28.5)	244 (61.0)	42 (10.5)	- -	3.18	.60	มาก
3. ความถูกต้องและน่าเชื่อถือ	132 (33.0)	249 (62.3)	19 (4.8)	- -	3.28	.55	มากที่สุด
4. ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์	127 (31.8)	254 (63.5)	19 (4.8)	- -	3.27	.54	มากที่สุด
5. อ่านและเข้าใจได้ง่าย	126 (31.5)	247 (61.8)	27 (6.8)	- -	3.25	.57	มาก
6. การเผยแพร่	90 (22.5)	281 (70.3)	29 (7.3)	- -	3.15	.52	มาก
รวม					3.22	0.50	มาก

*ค่าเฉลี่ยรวม 3.22 (มาก)

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทบอร์ดกิจกรรมของพนักงานสายงานระบบส่ง กฟผ. โดยรวม ซึ่งวัดเป็นความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อความถูกต้องและน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับ 1 มีค่าเฉลี่ย 3.28 อันดับที่ 2 อ่านและเข้าใจได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.27 อันดับที่ 3 ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.25 อันดับที่ 4 เนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ย 3.18 อันดับที่ 5 รูปแบบการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ย 3.16 และอันดับสุดท้าย การเผยแพร่ มีค่าเฉลี่ย 3.15

ตารางที่ 4.23

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ
ในสื่อประชาสัมพันธ์โดยภาพรวม

สื่อประชาสัมพันธ์	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
อีเมลข่าวสายใยสายส่ง	3.30	0.51	มากที่สุด
วารสารสายใยสายส่ง	3.23	0.50	มาก
แผ่นพับ	3.00	0.47	มาก
โปสเตอร์	3.05	0.51	มาก
สติ๊กเกอร์	3.01	0.46	มาก
บอร์ดกิจกรรม	3.22	0.50	มาก
รวม	3.13	0.39	มาก

*ค่าเฉลี่ยรวม 3.13 (มาก)

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทบอร์ดกิจกรรมของพนักงานสายงานระบบส่ง กฟผ. ในภาพรวม ซึ่งวัดเป็นความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณารายประเภท พบว่า อันดับที่ 1 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอีเมลข่าว สายใยสายส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.30 อันดับที่ 2 วารสารสายใยสายส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.23 อันดับที่ 3 บอร์ด กิจกรรม มีค่าเฉลี่ย 3.22 อันดับที่ 4 โปสเตอร์ มีค่าเฉลี่ย 3.05 อันดับที่ 5 สติกเกอร์ มีค่าเฉลี่ย 3.01 และอันดับสุดท้าย แผ่นพับ มีค่าเฉลี่ย 3.00

ตอนที่ 4 ประโยชน์ที่ได้รับในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

ในส่วนของประโยชน์ที่ได้รับในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร จะแสดงถึงระดับ ประโยชน์ที่ได้รับในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ซึ่งปรากฏผลตามตารางที่ 4.25 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.24

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประโยชน์
ที่ได้รับในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

ประโยชน์ที่ได้รับ	ระดับประโยชน์ที่ได้รับ				- x	S.D.	ระดับ ประโยชน์ที่ ได้รับ
	ดีมาก	ดี	พอใช้	ควร ปรับปรุง			
1. ทำให้ได้รับทราบข้อมูลภายในระบบส่ง	157 (39.3)	212 (53.0)	30 (7.5)	1 (.3)	3.31	.62	มากที่สุด
2. ทำให้ทราบข่าวสารภายในระบบส่ง	166 (41.5)	206 (51.5)	27 (6.8)	1 (.3)	3.34	.61	มากที่สุด
3. สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานกับองค์กร	114 (28.5)	212 (53.0)	66 (16.5)	8 (2.0)	3.08	.72	มาก
4. สามารถสร้างความเข้าใจที่ดีระหว่างพนักงานกับองค์กร	110 (27.5)	227 (56.8)	55 (13.8)	8 (2.0)	3.10	.70	มาก
5. พนักงานสามารถทราบข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กร	133 (33.3)	212 (53.0)	54 (13.5)	1 (.3)	3.19	.66	มาก
6. ทำให้พนักงานเกิดความภาคภูมิใจในองค์กร	71 (17.8)	227 (56.8)	92 (23.0)	10 (2.5)	2.90	.71	มาก

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ประโยชน์ที่ได้รับ	ระดับประโยชน์ที่ได้รับ				- x	S.D.	ระดับ ประโยชน์ที่ ได้รับ
	ดีมาก	ดี	พอใช้	ควร ปรับปรุง			
7. ช่วยเสริมสร้างขวัญและ กำลังใจให้กับพนักงาน	46 (11.5)	231 (57.8)	108 (27.0)	15 (3.8)	2.77	.70	มาก
8. สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ให้กับองค์กร	58 (14.5)	237 (59.3)	96 (24.0)	9 (2.3)	2.86	.68	มาก
9. นำเรื่องที้อ่านไปคุยต่อกับ ผู้อื่น	31 (7.8)	209 (52.3)	117 (29.3)	43 (10.8)	2.57	.79	มาก
รวม					3.01	.56	มาก

*ค่าเฉลี่ยรวม 3.01 (มาก)

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ประโยชน์ที่ได้รับในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานสายงานระบบส่ง กฟผ. โดยรวม พบว่า ได้รับประโยชน์อยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยกลุ่มตัวอย่างได้รับประโยชน์ในด้านทำให้ทราบข่าวสารภายในระบบส่ง เป็นอันดับที่ 1 มีค่าเฉลี่ย 3.34 อันดับที่ 2 ทำให้ได้รับทราบข้อมูลภายในระบบส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.31 อันดับที่ 3 พนักงานสามารถทราบข้อเท็จจริงต่างๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กร มีค่าเฉลี่ย 3.19 อันดับที่ 4 สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานกับองค์กร มีค่าเฉลี่ย 3.10 อันดับที่ 5 สามารถสร้างความเข้าใจที่ดีระหว่างพนักงานกับองค์กร มีค่าเฉลี่ย 3.10 อันดับที่ 6 ทำให้พนักงานเกิดความภาคภูมิใจในองค์กร มีค่าเฉลี่ย 2.90 อันดับที่ 7 สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร มีค่าเฉลี่ย 2.86 อันดับที่ 8 ช่วยเสริมสร้างขวัญและกำลังใจให้กับพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 2.77 และอันดับสุดท้าย นำเรื่องที้อ่านไปคุยต่อกับผู้อื่น มีค่าเฉลี่ย 2.57

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

H_0 : การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

H_1 : การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 4.25

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานกับความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรกับความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์	r	Sig. (2-tailed)
	.315	.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจาก Sig. (2-tailed) < 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 และสัมพันธ์ในทิศทางบวก ($r > 0$) นั้นหมายถึง ยิ่งพนักงาน กฟผ. มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมากเท่าไรจะยิ่งทำให้สื่อประชาสัมพันธ์สร้างความพึงพอใจต่อพนักงานกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรมากขึ้นตามไปด้วย

สมมติฐานที่ 1.1 การเปิดรับสื่อวารสารสายใยสายส่งของพนักงานมีผลต่อความพึงพอใจในสื่อวารสารสายใยสายส่งของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

H_0 : การเปิดรับสื่อวารสารสายใยสายส่งของพนักงานไม่มีผลต่อความพึงพอใจในสื่อวารสารสายใยสายส่งของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

H_1 : การเปิดรับสื่อวารสารสายใยสายส่งของพนักงานมีผลต่อความพึงพอใจในสื่อวารสารสายใยสายส่งของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 4.26

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อวารสารสายใยสายส่งของพนักงานกับความพึงพอใจในสื่อวารสารสายใยสายส่งของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อวารสารสายใยสายส่งของพนักงานกับความพึงพอใจในสื่อวารสารสายใยสายส่ง	r	Sig. (2-tailed)
	.260	.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า การเปิดรับสื่อวารสารสายใยสายส่งของพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในสื่อวารสารสายใยสายส่งของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจาก Sig. (2-tailed) < 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 และสัมพันธ์ในทิศทางบวก ($r > 0$) นั้นหมายถึง ยิ่งพนักงาน กฟผ. มีการเปิดรับสื่อวารสารสายใยสายส่งภายในองค์กรมากเท่าไรจะยิ่งทำให้สื่อวารสารสายใยสายส่งสร้างความพึงพอใจต่อพนักงานกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรมากขึ้นตามไปด้วย

สมมติฐานที่ 1.2 การเปิดรับอีเมลข่าวสายใยสายส่งของพนักงานมีผลต่อความพึงพอใจในสื่ออีเมลข่าวสายใยสายส่งของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

H_0 : การเปิดรับอีเมลข่าวสายใยสายส่งของพนักงานไม่มีผลต่อความพึงพอใจในสื่ออีเมลข่าวสายใยสายส่งของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

H_1 : การเปิดรับอีเมลข่าวสายใยสายส่งของพนักงานมีผลต่อความพึงพอใจในสื่ออีเมลข่าวสายใยสายส่งของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 4.27

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับอีเมลข่าวสายใยสายส่งของพนักงานกับความพึงพอใจในสื่ออีเมลข่าวสายใยสายส่งของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่ออีเมลข่าวสายใยสายส่งของพนักงานกับความพึงพอใจในสื่ออีเมลข่าวสายใยสายส่ง	r	Sig. (2-tailed)
	.245	.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า การเปิดรับอีเมลข่าวสายใยสายส่งของพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในอีเมลข่าวสายใยสายส่งของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจาก Sig. (2-tailed) < 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 และสัมพันธ์ในทิศทางบวก ($r > 0$) นั้นหมายถึง ยิงพนักงาน กฟผ. มีการเปิดรับอีเมลข่าวสายใยสายส่งภายในองค์กรมากเท่าไรจะยิ่งทำให้อีเมลข่าวสายใยสายส่งสร้างความพึงพอใจต่อพนักงานกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรมากขึ้นตามไปด้วย

สมมติฐานที่ 1.3 การเปิดรับสื่อแผ่นพับของพนักงานมีผลต่อความพึงพอใจในสื่อแผ่นพับของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

H_0 : การเปิดรับสื่อแผ่นพับของพนักงานไม่มีผลต่อความพึงพอใจในสื่อแผ่นพับของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

H_1 : การเปิดรับสื่อแผ่นพับของพนักงานมีผลต่อความพึงพอใจในสื่อแผ่นพับของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 4.28

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อแผ่นพับ
ของพนักงานกับความพึงพอใจในสื่อแผ่นพับ
ของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อแผ่นพับ ของพนักงานกับความพึงพอใจในสื่อแผ่นพับ	r	Sig. (2-tailed)
	.146	.003*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 พบว่า การเปิดรับสื่อแผ่นพับของพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในสื่อแผ่นพับของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจาก Sig. (2-tailed) < 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 และสัมพันธ์ในทิศทางบวก ($r > 0$) นั้นหมายถึง ยิ่งพนักงาน กฟผ. มีการเปิดรับสื่อแผ่นพับภายในองค์กรมากเท่าไรจะยิ่งทำให้สื่อแผ่นพับสร้างความพึงพอใจผลต่อพนักงานกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรมากขึ้นตามไปด้วย

สมมติฐานที่ 1.4 การเปิดรับสื่อโปสเตอร์ของพนักงานมีผลต่อความพึงพอใจในสื่อโปสเตอร์ของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

H_0 : การเปิดรับสื่อโปสเตอร์ของพนักงานไม่มีผลต่อความพึงพอใจในสื่อโปสเตอร์ของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

H_1 : การเปิดรับสื่อโปสเตอร์ของพนักงานมีผลต่อความพึงพอใจในสื่อโปสเตอร์ของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 4.29

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อโปสเตอร์
ของพนักงานกับประสิทธิผลของสื่อโปสเตอร์
ของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อโปสเตอร์ ของพนักงานกับความพึงพอใจในสื่อโปสเตอร์	r	Sig. (2-tailed)
	.199	.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 พบว่า การเปิดรับสื่อโปสเตอร์ของพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในสื่อโปสเตอร์ของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจาก Sig. (2-tailed) < 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 และสัมพันธ์ในทิศทางบวก ($r > 0$) นั้นหมายถึง ยิ่งพนักงาน กฟผ. มีการเปิดรับสื่อโปสเตอร์ภายในองค์กรมากเท่าไรจะยิ่งทำให้สื่อโปสเตอร์สร้างความพึงพอใจต่อพนักงานกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรมากขึ้นตามไปด้วย

สมมติฐานที่ 1.5 การเปิดรับสื่อสติกเกอร์ของพนักงานมีผลต่อความพึงพอใจในสื่อสติกเกอร์ของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

H_0 : การเปิดรับสื่อสติกเกอร์ของพนักงานไม่มีผลต่อความพึงพอใจในสื่อสติกเกอร์ของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

H_1 : การเปิดรับสื่อสติกเกอร์ของพนักงานมีผลต่อความพึงพอใจในสื่อสติกเกอร์ของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 4.30

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อสติกเกอร์
ของพนักงานกับความพึงพอใจในสื่อสติกเกอร์
ของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อสติกเกอร์ ของพนักงานกับความพึงพอใจในสื่อสติกเกอร์	r	Sig. (2-tailed)
	.168	.001*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 พบว่า การเปิดรับสื่อสติกเกอร์ของพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในสื่อสติกเกอร์ของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจาก Sig. (2-tailed) < 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 และสัมพันธ์ในทิศทางบวก ($r > 0$) นั้นหมายถึง ยิ่งพนักงาน กฟผ. มีการเปิดรับสื่อสติกเกอร์ภายในองค์กรมากเท่าไรจะยิ่งทำให้สื่อสติกเกอร์สร้างความพึงพอใจต่อพนักงานกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรมากขึ้นตามไปด้วย

สมมติฐานที่ 1.6 การเปิดรับสื่อบอร์ดกิจกรรมของพนักงานมีผลต่อความพึงพอใจในสื่อบอร์ดกิจกรรมของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

H_0 : การเปิดรับสื่อบอร์ดกิจกรรมของพนักงานไม่มีผลต่อความพึงพอใจในสื่อบอร์ดกิจกรรมของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

H_1 : การเปิดรับสื่อบอร์ดกิจกรรมของพนักงานมีผลต่อความพึงพอใจในสื่อบอร์ดกิจกรรมของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 4.31

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อบอร์ดกิจกรรม
ของพนักงานกับความพึงพอใจในสื่อบอร์ดกิจกรรม
ของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างการเปิดรับสื่อบอร์ด กิจกรรมของพนักงานกับความพึงพอใจในสื่อบอร์ดกิจกรรม	r	Sig. (2-tailed)
	.253	.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 พบว่า การเปิดรับสื่อบอร์ดกิจกรรมของพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในสื่อบอร์ดกิจกรรมของพนักงานกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจาก Sig. (2-tailed) < 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 และสัมพันธ์ในทิศทางบวก ($r > 0$) นั้นหมายถึงยิ่งพนักงาน กฟผ. มีการเปิดรับสื่อบอร์ดกิจกรรมภายในองค์กรมากเท่าไรจะยิ่งทำให้สื่อบอร์ดกิจกรรมสร้างความพึงพอใจต่อพนักงานกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรมากขึ้นตามไปด้วย

สมมติฐานที่ 2 ความพึงพอใจในสื่อมีผลต่อการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

H₀: ความพึงพอใจในสื่อไม่มีผลต่อการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

H₁: ความพึงพอใจในสื่อมีผลต่อการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

ตารางที่ 4.32

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างความพึงพอใจในสื่อ
กับการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างความพึงพอใจในสื่อ มีผลต่อการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร	r	Sig. (2-tailed)
ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร		
1. วารสารสายใยสายส่ง	.449	.000*
2. อีเมลข่าวสายใยสายส่ง	.469	.000*
3. แผ่นพับ	.376	.000*
4. โปสเตอร์	.397	.000*
5. สติกเกอร์	.378	.000*
6. บอร์ดกิจกรรม	.440	.000*
ความพึงพอใจในสื่อโดยรวม	.525	.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมีผลต่อการ
การใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร เนื่องจาก Sig. (2-tailed) < 0.05 ดังนั้น
จึงปฏิเสธสมมติฐาน H₀ ยอมรับสมมติฐาน H₁ และสัมพันธ์ในทิศทางบวก (r>0) นั้นหมายถึง
ยิ่งสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรสร้างความพึงพอใจมากเท่าไรจะยิ่งทำให้พนักงาน กฟผ. มีการ
ใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมากขึ้นตามไปด้วย เมื่อศึกษาถึงความพึงพอใจใน
สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรแต่ละประเภท พบว่า ความพึงพอใจในสื่อวารสารสายใยสายส่ง,
อีเมลข่าวสายใยสายส่ง, แผ่นพับ, โปสเตอร์, สติกเกอร์ และบอร์ดกิจกรรม มีผลต่อการใช้ประโยชน์

จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร เนื่องจาก Sig. (2-tailed) < 0.05 และสัมพันธในทิศทางบวก ($r > 0$) นั้นหมายถึง ยิ่งสื่อวารสารสายใยสายส่ง, อีเมลข่าวสายใยสายส่ง, แผ่นพับ, ไปสเตอร์, สติกเกอร์ และบอร์ดกิจกรรมภายในองค์กรสร้างความพึงพอใจมากเท่าไรจะยิ่งทำให้พนักงาน กฟผ. มีการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมากขึ้นตามไปด้วย โดยพนักงาน กฟผ. จะมีการใช้ประโยชน์จากความพึงพอใจในสื่ออีเมลข่าวสายใยสายส่งมากที่สุด ($r = .469$)