

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามจำนวน 351 ชุดที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว มาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์การวิจัยไว้ 5 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

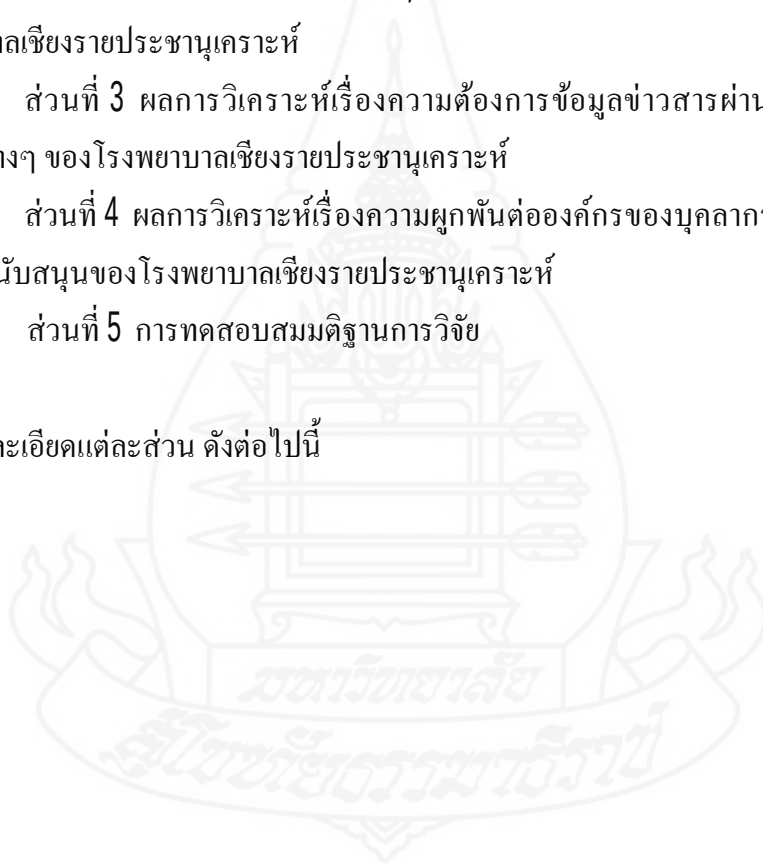
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากรโรงพยาบาลเชิงราชประชานุเคราะห์

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เรื่องความต้องการข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ ของโรงพยาบาลเชิงราชประชานุเคราะห์

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เรื่องความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรทางการแพทย์และสายงานสนับสนุนของโรงพยาบาลเชิงราชประชานุเคราะห์

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

โดยมีรายละเอียดแต่ละส่วน ดังต่อไปนี้



ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
เพศชาย	70	19.9
เพศหญิง	281	80.1
รวม	351	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ เพศหญิง 281 คน (คิดเป็นร้อยละ 80.1) และเป็นเพศชาย 70 คน (คิดเป็นร้อยละ 19.9)

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
อายุ 20-30 ปี	101	28.8
อายุ 31-40 ปี	128	36.5
อายุ 41-50 ปี	80	22.8
อายุ 50 ปีขึ้นไป	42	12.0
รวม	351	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 128 คน (คิดเป็น ร้อยละ 36.5) รองลงมาคือ ช่วงอายุ 20 - 30 ปี จำนวน 101 คน (คิดเป็นร้อยละ 28.8) ช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 80 คน (คิดเป็นร้อยละ 22.8) และน้อยที่สุดคือช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 42 คน (คิดเป็นร้อยละ 12.0)

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	154	43.9
สมรส	177	50.4
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	20	5.7
รวม	351	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สมรสแล้ว จำนวน 177 คน (คิดเป็นร้อยละ 50.4) รองลงมาคือโสดจำนวน 154 คน (คิดเป็นร้อยละ 43.9) และน้อยที่สุดคือหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่จำนวน 20 คน (คิดเป็นร้อยละ 5.7) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	27	7.7
ปริญญาตรี	253	72.1
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	71	20.2
รวม	351	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 253 คน (คิดเป็นร้อยละ 72.1) รองลงมา คือระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า จำนวน 71 คน (คิดเป็นร้อยละ 20.2) และต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 27 คน (คิดเป็นร้อยละ 7.7) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตำแหน่งงาน

ตำแหน่งงาน	จำนวน	ร้อยละ
บุคลากรทางการแพทย์	280	79.8
บุคลากรสายงานสนับสนุน	71	20.2
รวม	351	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เป็นบุคลากรทางการแพทย์ จำนวน 280 คน (คิดเป็นร้อยละ 79.8) และเป็นบุคลากรสายงานสนับสนุน จำนวน 71 คน (คิดเป็นร้อยละ 20.2)

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม
ระยะเวลาการทำงาน

ระยะเวลาการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ปี	15	4.3
1-2 ปี	25	7.1
2-5 ปี	57	16.2
5-8 ปี	57	16.2
8 ปีขึ้นไป	197	56.1
รวม	351	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างใหญ่มีระยะเวลาการทำงาน 8 ปี ขึ้นไป จำนวน 197 คน (คิดเป็นร้อยละ 56.1) รองลงมาคือ 5-8 ปี และ 2-5 ปี จำนวนเท่ากันคือ 57 คน (คิดเป็นร้อยละ 16.2) 1-2 ปี จำนวน 25 คน (คิดเป็นร้อยละ 7.1) และไม่เกิน 1 ปี จำนวน 15 คน (คิดเป็นร้อยละ 4.3) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เรื่องพฤติกรรม的开รับสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเชียงราย ประชานุเคราะห์

ตารางที่ 4.7 พฤติกรรม的开รับสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์จำแนก
ตามประเภทของสื่อ

พฤติกรรม的开รับสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์ จำนวนครั้งที่เปิดรับข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเชียงรายฯ ใน 1 สัปดาห์จำแนกตามประเภทสื่อ							
ประเภทสื่อ	พฤติกรรม的开รับสื่อ						รวม
	>5	4	3	2	1	0	
1.เสียงตามสาย	89	51	55	39	35	82	351
ร้อยละ	(25.4)	(14.5)	(15.7)	(11.1)	(10.0)	(23.4)	100
2.สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล	54	50	87	65	61	34	351
ร้อยละ	(15.4)	(14.2)	(24.8)	(18.5)	(17.4)	(9.7)	100
3.อินทราเน็ต (Intranet)	88	50	77	59	40	37	351
ร้อยละ	(25.1)	(14.2)	(21.9)	(16.8)	(11.4)	(10.5)	100
4.เฟซบุ๊ก (Facebook)	80	34	59	40	29	112	351
ร้อยละ	(22.8)	(9.7)	(16.0)	(11.4)	(8.3)	(31.9)	100
5.แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	68	29	42	27	17	168	351
ร้อยละ	(19.4)	(8.3)	(12.0)	(7.9)	(4.8)	(25.1)	100
6.สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	48	46	66	46	57	88	351
ร้อยละ	(13.7)	(13.1)	(18.8)	(13.1)	(16.2)	(25.1)	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่าจำนวนครั้งที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ
ประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเชียงรายฯ ใน 1 สัปดาห์ จำแนกตามประเภทสื่อ ดังนี้

เสียงตามสาย เปิดรับมากที่สุดคือ 5 ครั้งขึ้นไป จำนวน 89 คน (คิดเป็นร้อยละ 25.4)
รองลงมาก็คือ 3 ครั้ง จำนวน 55 คน (คิดเป็นร้อยละ 15.7) 4 ครั้ง จำนวน 51 คน (คิดเป็นร้อยละ 14.5)
2 ครั้ง จำนวน 39 คน (คิดเป็นร้อยละ 11.1) 1 ครั้ง จำนวน 35 คน (คิดเป็นร้อยละ 10) และ ไม่ได้รับ
เลย จำนวน 82 คน (คิดเป็นร้อยละ 23.4) ตามลำดับ

สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล เปิดรับมากที่สุดคือ 3 ครั้ง จำนวน 87 คน
(คิดเป็นร้อยละ 24.8) รองลงมาก็คือ 2 ครั้ง จำนวน 65 คน (คิดเป็นร้อยละ 18.5) 1 ครั้ง จำนวน 61 คน

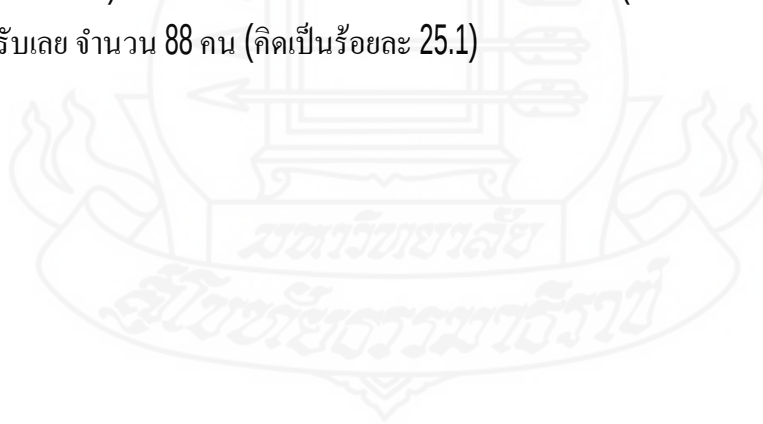
(คิดเป็นร้อยละ 17.4) 5 ครั้งขึ้นไป จำนวน 54 คน (คิดเป็น ร้อยละ 15.4) 4 ครั้ง จำนวน 50 คน (คิดเป็นร้อยละ 14.2) ตามลำดับและไม่ได้รับเลยจำนวน 34 คน (คิดเป็นร้อยละ 9.7)

อินทราเน็ต (Intranet) เปิดรับมากที่สุดคือ 5 ครั้งขึ้นไป จำนวน 88 คน (คิดเป็นร้อยละ 25.1) รองลงมาคือ 3 ครั้ง จำนวน 77 คน (คิดเป็นร้อยละ 21.9) 2 ครั้ง จำนวน 59 คน (คิดเป็นร้อยละ 16.8) 4 ครั้ง จำนวน 50 คน (คิดเป็นร้อยละ 14.2) 1 ครั้ง จำนวน 40 คน (คิดเป็นร้อยละ 11.4) ตามลำดับและไม่ได้รับเลย จำนวน 37 คน (คิดเป็นร้อยละ 10.5)

เฟซบุ๊ก (Facebook) เปิดรับมากที่สุดคือ 5 ครั้งขึ้นไป จำนวน 80 คน (คิดเป็นร้อยละ 22.8) รองลงมา 3 ครั้ง จำนวน 59 คน (คิดเป็นร้อยละ 16.0) 2 ครั้ง จำนวน 40 คน (คิดเป็นร้อยละ 11.4) 4 ครั้ง จำนวน 34 คน (คิดเป็นร้อยละ 9.7) 1 ครั้ง จำนวน 29 คน (คิดเป็นร้อยละ 8.3) ตามลำดับ ไม่ได้รับเลยจำนวน 112 คน (คิดเป็นร้อยละ 31.9)

แอปพลิเคชันไลน์ (Line) เปิดรับมากที่สุดคือ 5 ครั้งขึ้นไป จำนวน 68 คน (คิดเป็นร้อยละ 19.4) รองลงมาคือ 3 ครั้ง จำนวน 42 คน (คิดเป็นร้อยละ 12.0) 4 ครั้ง จำนวน 29 คน (คิดเป็นร้อยละ 8.3) 2 ครั้ง จำนวน 27 คน (คิดเป็นร้อยละ 7.9) 1 ครั้ง จำนวน 17 คน (คิดเป็นร้อยละ 4.8) ตามลำดับ และไม่ได้รับเลย จำนวน 168 คน (คิดเป็นร้อยละ 25.1)

สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เปิดรับมากที่สุดคือ 3 ครั้ง จำนวน 66 คน (คิดเป็นร้อยละ 18.8) รองลงมาคือ 1 ครั้ง จำนวน 57 คน (คิดเป็นร้อยละ 16.2) 5 ครั้งขึ้นไป จำนวน 48 คน (คิดเป็นร้อยละ 13.7) 4 ครั้ง และ 2 ครั้ง จำนวนเท่ากันคือ 46 คน (คิดเป็นร้อยละ 13.1) ตามลำดับ และไม่ได้รับเลย จำนวน 88 คน (คิดเป็นร้อยละ 25.1)



ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเชียงราย

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์	ระดับความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. เสียงตามสาย	2.64	1.91	มีการเปิดรับปานกลาง
2. สื่อสิ่งพิมพ์บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไว้นิต	2.63	1.54	มีการเปิดรับปานกลาง
3. อินทราเน็ต (Intranet)	2.93	1.65	มีการเปิดรับปานกลาง
4. เฟซบุ๊ก (facebook)	2.32	1.96	มีการเปิดรับน้อย
5. แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	2.03	1.86	มีการเปิดรับน้อย
6. สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	2.20	1.75	มีการเปิดรับน้อย
ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ โดยรวมของโรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์	2.42	1.25	มีการเปิดรับปานกลาง

จากตารางที่ 4.8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรทางการแพทย์และสายงานสนับสนุนของโรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.42$, S.D. = 1.25) เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์มากที่สุดผ่านสื่ออินทราเน็ต (Intranet) รองลงมาคือผ่านสื่อเสียงตามสายผ่านสื่อสิ่งพิมพ์บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไว้นิต ผ่านสื่อเฟซบุ๊ก (facebook) ผ่านสื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และแอปพลิเคชันไลน์ (Line) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับนาเชื่อถือที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อสื่อ
ประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์	ระดับความน่าเชื่อถือที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อสื่อ ประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1.เสียงตามสาย	3.82	.95	มีความน่าเชื่อถือมาก
2.สื่อสิ่งพิมพ์บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล	3.98	.78	มีความน่าเชื่อถือมาก
3.อินทราเน็ต (Intranet)	3.93	.87	มีความน่าเชื่อถือมาก
4.เฟซบุ๊ก (facebook)	3.25	.98	มีความน่าเชื่อถือปานกลาง
5.แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	3.06	1.06	มีความน่าเชื่อถือปานกลาง
6.สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	3.66	.94	มีความน่าเชื่อถือมาก
ความน่าเชื่อถือโดยรวมของสื่อประเภทต่างๆของ โรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์	3.61	.64	มีความน่าเชื่อถือมาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่าบุคลากรทางการแพทย์และสายงานสนับสนุนของโรงพยาบาล
เชียงรายประชานุเคราะห์เชื่อถือข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเชียงราย
ประชานุเคราะห์โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.64) เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไป
หาน้อย คือมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์
มากที่สุดผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล รองลงมาคือผ่านสื่ออินทราเน็ต
(Intranet) ผ่านสื่อเสียงตามสาย ผ่านสื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อเฟซบุ๊ก
(Facebook) และแอปพลิเคชันไลน์ (Line) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เรื่องความต้องการข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ
ของโรงพยาบาลเชิงรายนุเคราะห์

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านนโยบาย มติที่ประชุมจาก
ฝ่ายบริหารผ่านสื่อประเภทต่างๆ

ประเภทสื่อ	ผลการสำรวจความต้องการข้อมูลข่าวสาร ด้านนโยบายมติที่ประชุมจาก ฝ่ายบริหาร	
	จำนวน	ร้อยละ
1. เสียงตามสาย	41	6.0
2. สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล	182	26.5
3. อินทราเน็ต (Intranet)	212	30.8
4. เฟซบุ๊ก (facebook)	71	10.3
5. แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	60	8.7
6. สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	122	17.7
รวม	688	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านนโยบาย มติที่ประชุมจากฝ่ายบริหารมากที่สุดโดยผ่านช่องทาง อินทราเน็ต (Intranet) จำนวน 212 คน (คิดเป็นร้อยละ 30.8) รองลงมาคือ สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล จำนวน 182 คน (คิดเป็นร้อยละ 26.5) สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จำนวน 122 คน (คิดเป็นร้อยละ 17.7) เฟซบุ๊ก (Facebook) จำนวน 71 คน (คิดเป็นร้อยละ 10.3) แอปพลิเคชันไลน์ (Line) จำนวน 60 คน (คิดเป็นร้อยละ 8.7) และเสียงตามสาย จำนวน 41 คน (คิดเป็นร้อยละ 6.0) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านคำสั่ง การติดตามการทำงานผ่านสื่อประเภทต่างๆ

ประเภทสื่อ	ผลการสำรวจความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านคำสั่ง การติดตามการทำงาน	
	จำนวน	ร้อยละ
1. เสียงตามสาย	23	3.6
2. สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล	141	21.9
3. อินทราเน็ต (Intranet)	184	28.6
4. เฟซบุ๊ก (facebook)	64	10.0
5. แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	101	15.7
6. สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	130	20.2
รวม	643	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านคำสั่ง การติดตามการทำงานมากที่สุดคือ ผ่านสื่ออินทราเน็ต (Intranet) จำนวน 184 คน (คิดเป็นร้อยละ 28.6) รองลงมาคือ สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล จำนวน 141 คน (คิดเป็นร้อยละ 21.9) สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จำนวน 130 คน (คิดเป็นร้อยละ 20.2) แอปพลิเคชันไลน์ (Line) จำนวน 101 คน (คิดเป็นร้อยละ 15.7) เฟซบุ๊ก (Facebook) จำนวน 64 คน (คิดเป็นร้อยละ 10.0) และเสียงตามสาย จำนวน 23 คน (คิดเป็นร้อยละ 3.6) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความก้าวหน้าในการทำงาน เช่น ทุน การอบรม สัมมนา การโอนเงินเดือนผ่านสื่อประเภทต่างๆ

ประเภทสื่อ	ผลการสำรวจความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความก้าวหน้าในการทำงาน เช่น ทุน การอบรม สัมมนาการโอนเงินเดือน	
	จำนวน	ร้อยละ
1. เสี่ยงตามสาย	52	6.3
2. สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล	179	21.8
3. อินทราเน็ต (Intranet)	252	30.7
4. เฟซบุ๊ก (facebook)	111	13.5
5. แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	96	11.7
6. สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	130	15.9
รวม	820	100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความก้าวหน้าในการทำงาน เช่น ทุน การอบรม สัมมนา การโอนเงินเดือนมากที่สุดคือ ผ่านสื่อ อินทราเน็ต (Intranet) จำนวน 252 คน (คิดเป็นร้อยละ 30.7) รองลงมาคือสื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล จำนวน 179 คน (คิดเป็นร้อยละ 21.8) สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จำนวน 130 คน (คิดเป็นร้อยละ 15.9) เฟซบุ๊ก (Facebook) จำนวน 111 คน (คิดเป็นร้อยละ 13.5) แอปพลิเคชันไลน์ (Line) จำนวน 96 คน (คิดเป็นร้อยละ 11.7) และเสี่ยงตามสาย จำนวน 52 คน (คิดเป็นร้อยละ 6.3) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับผ่านสื่อประเภทต่างๆ

ประเภทสื่อ	ผลการสำรวจความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับ	
	จำนวน	ร้อยละ
1. เสี่ยงตามสาย	77	8.8
2. สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล	201	22.9
3. อินทราเน็ต (Intranet)	249	28.4
4. เฟซบุ๊ก (facebook)	115	13.1
5. แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	92	10.5
6. สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	144	16.4
รวม	878	100.0

จากตารางที่ 4.13 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับมากที่สุดคือ ผ่านสื่ออินทราเน็ต (Intranet) จำนวน 249 คน (คิดเป็นร้อยละ 28.4) รองลงมาคือ สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล จำนวน 201 คน (คิดเป็นร้อยละ 22.9) สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จำนวน 144 คน (คิดเป็นร้อยละ 16.4) เฟซบุ๊ก (Facebook) จำนวน 115 คน (คิดเป็นร้อยละ 13.1) แอปพลิเคชันไลน์ (Line) จำนวน 92 คน (คิดเป็นร้อยละ 10.5) และเสี่ยงตามสาย จำนวน 77 คน (คิดเป็นร้อยละ 8.8) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับระเบียบ แนวปฏิบัติ
ผ่านสื่อประเภทต่างๆ

ประเภทสื่อ	ผลการสำรวจความต้องการข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับระเบียบ แนวปฏิบัติ	
	จำนวน	ร้อยละ
1. เสียงตามสาย	47	6.3
2. สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล	211	28.1
3. อินทราเน็ต (Intranet)	227	30.2
4. เฟซบุ๊ก (facebook)	83	11.0
5. แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	69	9.2
6. สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	115	15.3
รวม	752	100.0

จากตารางที่ 4.14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับระเบียบ
แนวปฏิบัติมากที่สุดคือ ผ่านสื่ออินทราเน็ต (Intranet) จำนวน 227 คน (คิดเป็นร้อยละ 30.2)
รองลงมาคือสื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล จำนวน 211 คน (คิดเป็นร้อยละ 28.1)
สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จำนวน 115 คน (คิดเป็นร้อยละ 15.3) เฟซบุ๊ก (Facebook)
จำนวน 83 คน (คิดเป็นร้อยละ 11.0) แอปพลิเคชันไลน์ (Line) จำนวน 69 คน (คิดเป็นร้อยละ 9.2)
และเสียงตามสาย จำนวน 47 คน (คิดเป็นร้อยละ 6.3) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความเคลื่อนไหว
ต่างๆ ของโรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์ผ่านสื่อประเภทต่างๆ

ประเภทสื่อ	ผลการสำรวจความต้องการข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความ เคลื่อนไหวต่างๆ ของโรงพยาบาล เชียงรายประชานุเคราะห์	
	จำนวน	ร้อยละ
1. เสียงตามสาย	123	13.4
2. สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล	187	20.3
3. อินทราเน็ต (Intranet)	250	27.1
4. เฟซบุ๊ก (facebook)	142	15.4
5. แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	94	10.2
6. สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	125	13.6
รวม	921	100.0

จากตารางที่ 4.15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความเคลื่อนไหวต่างๆ ของโรงพยาบาลฯ มากที่สุดคือ ผ่านสื่ออินทราเน็ต (Intranet) จำนวน 250 คน (คิดเป็นร้อยละ 27.1) รองลงมาคือ สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล จำนวน 187 คน (คิดเป็นร้อยละ 20.3) เฟซบุ๊ก (Facebook) จำนวน 142 คน (คิดเป็นร้อยละ 15.4) สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จำนวน 125 คน (คิดเป็นร้อยละ 13.6) เสียงตามสาย จำนวน 123 คน (คิดเป็นร้อยละ 13.4) และแอปพลิเคชันไลน์ (Line) จำนวน 94 คน (คิดเป็นร้อยละ 10.2) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 จำนวนและร้อยละของความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านพื้นที่ทางสื่อเพื่อมีโอกาส
แสดงความคิดเห็นข้อเสนอแนะในการทำงานของฝ่ายบริหารผ่านสื่อประเภทต่างๆ

ประเภทสื่อ	ผลการสำรวจความต้องการข้อมูล ข่าวสารด้านพื้นที่ทางสื่อเพื่อมีโอกาส แสดงความคิดเห็นข้อเสนอแนะใน การทำงานของฝ่ายบริหาร	
	จำนวน	ร้อยละ
1. เสี่ยงตามสาย	123	13.4
2. สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล	187	20.3
3. อินทราเน็ต (Intranet)	250	27.1
4. เฟซบุ๊ก (facebook)	142	15.4
5. แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	94	10.2
6. สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	125	13.6
รวม	921	100.0

จากตารางที่ 4.16 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านพื้นที่ทางสื่อเพื่อมีโอกาสแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะในการทำงานของฝ่ายบริหาร มากที่สุดคือ ผ่านสื่อ อินทราเน็ต (Intranet) จำนวน 250 คน (คิดเป็นร้อยละ 27.1) รองลงมาคือ สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล จำนวน 187 คน (คิดเป็นร้อยละ 20.3) เฟซบุ๊ก (Facebook) จำนวน 142 คน (คิดเป็นร้อยละ 15.4) สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จำนวน 125 คน (คิดเป็นร้อยละ 13.6) เสี่ยงตามสาย จำนวน 123 คน (คิดเป็นร้อยละ 13.4) และแอปพลิเคชันไลน์ (Line) จำนวน 94 คน (คิดเป็นร้อยละ 10.2) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 จำนวนและร้อยละของความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านพื้นที่สำหรับการพูดคุย
นำเสนอข่าวสารอย่างไม่เป็นทางการสำหรับผู้ปฏิบัติงานผ่านสื่อประเภทต่างๆ

ประเภทสื่อ	ผลการสำรวจความต้องการข้อมูล ข่าวสารด้านพื้นที่สำหรับการพูดคุย นำเสนอข่าวสารอย่างไม่เป็นทางการ สำหรับผู้ปฏิบัติงาน	
	จำนวน	ร้อยละ
1. เสี่ยงตามสาย	21	3.1
2. สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล	79	11.8
3. อินทราเน็ต (Intranet)	194	28.9
4. เฟซบุ๊ก (facebook)	140	20.8
5. แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	145	21.6
6. สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	93	13.8
รวม	672	100.0

จากตารางที่ 4.17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านพื้นที่สำหรับการพูดคุยนำเสนอข่าวสารอย่างไม่เป็นทางการสำหรับผู้ปฏิบัติงานมากที่สุดคือ ผ่านสื่ออินทราเน็ต (Intranet) จำนวน 194 คน (คิดเป็นร้อยละ 28.9) รองลงมา คือแอปพลิเคชันไลน์ (Line) จำนวน 145 คน (คิดเป็นร้อยละ 21.6) เฟซบุ๊ก (Facebook) จำนวน 140 คน (คิดเป็นร้อยละ 20.8) สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ จำนวน 93 คน (คิดเป็นร้อยละ 13.8) สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล จำนวน 79 คน (คิดเป็นร้อยละ 11.8) และเสี่ยงตามสาย จำนวน 21 คน (คิดเป็นร้อยละ 3.1) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรทางการแพทย์และสหายงานสนับสนุนของ
โรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันต่อองค์กรด้านความต้องการ
พื้นฐาน

ความผูกพันต่อองค์กรด้านความต้องการพื้นฐาน	ระดับความผูกพันต่อองค์กร		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านรู้ขอบข่ายหน้าที่การทำงานของตัวเองในการทำงานที่ โรงพยาบาลเชียงรายอย่างชัดเจน	4.12	.69	ระดับมาก
2. โรงพยาบาลเชียงรายฯ มีเครื่องมือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ในการทำงานให้ท่านอย่างเหมาะสม	3.45	.78	ระดับมาก
ความผูกพันต่อองค์กรด้านความต้องการด้านพื้นฐานรวม	3.78	.58	ระดับมาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่าบุคลากรทางการแพทย์และสหายงานสนับสนุนของโรงพยาบาล
เชียงรายประชานุเคราะห์มีความผูกพันต่อองค์กรในด้านความต้องการพื้นฐาน อยู่ในระดับมาก
($\bar{X}$ = 3.78, S.D. = 0.58)

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันต่อองค์กรด้านการสนับสนุน
ทางการบริหาร

ความผูกพันต่อองค์กรด้านการสนับสนุนทางการบริหาร	ระดับความผูกพันต่อองค์กร		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
3.ท่านได้มีโอกาสดำเนินงานในสิ่งที่ท่านคิดว่าท่านทำได้ดีที่สุดทุกวัน	3.84	.73	ระดับมาก
4.ในสัปดาห์ที่ผ่านมาท่านได้รับคำชมในผลการดำเนินงานของท่านว่าเป็นผลงานที่ดี	3.20	.95	ระดับปานกลาง
5.ในที่ทำงานท่านได้รับการดูแลเอาใจใส่จากหัวหน้าและเพื่อนร่วมงาน	3.80	.75	ระดับมาก
6.ท่านได้รับการสนับสนุนให้ก้าวหน้าในอาชีพจากคนที่ทำงาน	3.58	.89	ระดับมาก
ความผูกพันต่อองค์กรด้านการสนับสนุนทางการบริหารรวม	3.61	.68	ระดับมาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่าบุคลากรทางการแพทย์และสาขางานสนับสนุนของโรงพยาบาล
เชียงรายประชานุเคราะห์มีความผูกพันต่อองค์กรในด้านการสนับสนุนทางการบริหารอยู่ในระดับ
มาก ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.68)

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันต่อองค์กรด้านสัมพันธภาพ

ความผูกพันต่อองค์กรด้านสัมพันธภาพ	ระดับความผูกพันต่อองค์กร		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
7.ในที่ทำงานความคิดเห็นของท่านได้รับการยอมรับ	3.72	.75	ระดับมาก
8.งานของท่านเป็นส่วนที่มีความสำคัญต่อการบรรลุพันธกิจของโรงพยาบาล	3.95	.72	ระดับมาก
9. ทั้งเพื่อนร่วมงานหรือลูกน้องของท่านต่างทำงานอย่างเต็มที่เพื่อให้ได้งานที่มีคุณภาพ	4.00	.72	ระดับมาก
10.ท่านรู้สึกว่าคุณมีเพื่อนที่ดีที่สุดในที่ทำงาน	3.92	.81	ระดับมาก
ระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านสัมพันธภาพรวม	3.90	.61	ระดับมาก

จากตารางที่ 4.20 พบว่าบุคลากรทางการแพทย์และสายงานสนับสนุนของโรงพยาบาล เชียงรายประชานุเคราะห์มีความผูกพันต่อองค์กรในด้านสัมพันธภาพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.90$, S.D.= 0.61)

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความผูกพันต่อองค์กรด้านความก้าวหน้าในงาน

ความผูกพันต่อองค์กรด้านความก้าวหน้าในงาน	ระดับความผูกพันต่อองค์กร		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
11. ในช่วงหกเดือนที่ผ่านมามีคนทำงานด้วยกันพูดคุยกับท่านเกี่ยวกับความก้าวหน้าในงานของท่าน	3.46	.90	ระดับมาก
12. ปีที่แล้วท่านได้มีโอกาสเรียนรู้และก้าวหน้าในอาชีพการงาน	4.00	.89	ระดับมาก
ระดับความผูกพันต่อองค์กรด้านความก้าวหน้าในงานรวม	3.52	.82	ระดับมาก

จากตารางที่ 4.21 พบว่าบุคลากรทางการแพทย์และสายงานสนับสนุนของโรงพยาบาล เชียงรายประชานุเคราะห์มีความผูกพันต่อองค์กรในด้านความก้าวหน้าในงานอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.52$, S.D.= 0.82)

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม

ความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม	ระดับความผูกพันต่อองค์กร		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ความผูกพันองค์กรด้านความต้องการด้านพื้นฐานรวม	3.78	.58	ระดับมาก
ความผูกพันองค์กรด้านการสนับสนุนทางการบริหารรวม	3.61	.68	ระดับมาก
ความผูกพันองค์กรด้านสัมพันธภาพรวม	3.90	.61	ระดับมาก
ความผูกพันองค์กรด้านความก้าวหน้าในงานรวม	3.52	.82	ระดับมาก
ระดับความผูกพันต่อองค์กรรวม	3.72	.55	ระดับมาก

จากตารางที่ 4.22 พบว่าบุคลากรทางการแพทย์และสายงานสนับสนุนของโรงพยาบาล เชียงรายประชานุเคราะห์มีความผูกพันต่อองค์กรด้านความต้องการด้านพื้นฐาน (ค่าเฉลี่ย = 3.78) ด้านการสนับสนุนทางการบริหาร (ค่าเฉลี่ย = 3.61) ด้านสัมพันธภาพ (ค่าเฉลี่ย = 3.90) และด้าน ความก้าวหน้าในงานภาพรวม (ค่าเฉลี่ย = 3.52) อยู่ในระดับมากโดยความผูกพันต่อองค์กรโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($=3.72$, $S.D.=0.55$)

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่

1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทของบุคลากรโรงพยาบาล เชียงรายประชานุเคราะห์แตกต่างกันตามลักษณะประชากร
2. ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรทางการแพทย์และสายงาน สนับสนุนโรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์แตกต่างกัน
3. ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรทางการแพทย์และสายงานสนับสนุน โรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์แตกต่างกัน
4. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร

สมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทของบุคลากร

เชียงรายประชานุเคราะห์แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร

H_0 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทของบุคลากร โรงพยาบาล เชียงรายประชานุเคราะห์ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากร

H_1 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทของบุคลากร โรงพยาบาล เชียงรายประชานุเคราะห์มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากร

ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทของบุคลากร
โรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์กับลักษณะทางประชากรด้านเพศ

ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์	พฤติกรรมกาเปิดรับ				t	p-value (2-tailed)
	เพศชาย		เพศหญิง			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.เสียงตามสาย	1.89	1.97	2.83	1.85	-3.76	.00*
2.สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล	2.30	1.56	2.71	1.53	-1.99	.05*
3.อินทราเน็ต (Intranet)	3.01	1.68	2.91	1.64	.47	.64
4.เฟซบุ๊ก (Facebook)	2.37	1.80	2.30	2.01	.26	.07
5.แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	1.90	2.10	1.85	2.02	.18	.05*
6.สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	1.99	1.71	2.25	1.77	-1.12	.26
พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อในภาพรวม	2.24	1.24	2.48	1.26	-1.38	.17

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.23 พบว่าพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท เสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล และแอปพลิเคชันไลน์ (Line) ของบุคลากรเพศหญิง และเพศชายของโรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 กล่าวคือบุคลากรเพศหญิงมีการเปิดรับสื่อประเภทเสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล มากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายมีการเปิดรับสื่อประเภท แอปพลิเคชันไลน์ (Line) มากกว่าเพศหญิง

สำหรับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่ออินทราเน็ต (Intranet) เฟซบุ๊ก (Facebook) และสื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ พบว่าบุคลากรเพศหญิงและเพศชายของโรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์มีพฤติกรรมเปิดรับไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทของบุคลากร
โรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านอายุ

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์	ช่วงอายุ	$\bar{X}$	S.D.	MS	F	Sig.
1.เสียงตามสาย	20 -30	2.84	1.82	4.06	1.11	.344
	31-40	2.42	1.91	3.65		
	41-50	2.63	1.99			
	<50	2.86	1.94			
2.สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล	20 -30	2.64	1.91	.91	.38	.767
	31-40	2.55	1.36	2.39		
	41-50	2.57	1.58			
	<50	2.76	1.61			
3.อินทราเน็ต (Intranet)	20 -30	2.71	1.70	1.07	.39	.76
	31-40	2.63	1.54	2.73		
	41-50	2.79	1.49			
	<50	3.02	1.72			
4.เฟซบุ๊ก (Facebook)	20 -30	2.98	1.76	4.37	1.13	.34
	31-40	2.90	1.60	3.86		
	41-50	2.93	1.65			
	<50	2.10	1.82			
5.แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	20 -30	2.34	1.99	9.33	2.27	.08
	31-40	2.63	2.11	4.10		
	41-50	2.19	1.91			
	<50	2.32	1.96			
6.สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	20 -30	1.57	1.86	2.26	.73	.53
	31-40	1.75	2.05	3.08		
	41-50	2.10	2.15			
	<50	2.43	2.08			
รวม	20 -30	2.34	1.19	1.32	.83	.48
	31-40	2.35	1.21	1.58		
	41-50	2.56	1.35			
	<50	2.59	1.37			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.24 พบว่าพฤติกรรม的开รับสื่อประชาสัมพันธ์ทุกประเภท ได้แก่ว่เสี่ยงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล อินทราเน็ต (Intranet) เฟซบุ๊ก (Facebook) แอปพลิเคชันไลน์ (Line) และสื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ของบุคลากรในช่วงอายุต่างๆ ของโรงพยาบาลเชียงรายไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบพฤติกรรม的开รับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทของบุคลากรโรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพสมรส

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์	สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	S.D.	MS	F	Sig.
1.เสี่ยงตามสาย	โสด	2.49	1.96	3.71	1.02	.36
	สมรส	2.79	1.88			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	2.50	1.76			
2.สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล	โสด	2.64	1.91	1.81	.76	.47
	สมรส	2.53	1.50	2.38		
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	2.68	1.56			
3.อินทราเน็ต (Intranet)	โสด	2.90	1.774	1.16	.42	.65
	สมรส	2.63	1.54	2.73		
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	2.84	1.55			
4.เฟซบุ๊ก (Facebook)	โสด	2.99	1.72	2.45	.63	.53
	สมรส	3.10	1.74	3.87		
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	2.93	1.65			
5.แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	โสด	2.23	1.90	4.49	1.08	.34
	สมรส	2.34	2.00	4.15		
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	2.75	2.15			
6.สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	โสด	2.32	1.97	.33	.11	.90
	สมรส	1.68	1.95	3.09		
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	1.99	2.08			
รวม	โสด	2.10	2.27	1.56	.99	.37
	สมรส	1.86	2.04			
	หย่าร้าง หม้าย แยกกันอยู่	2.16	1.79			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4.25 พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ทุกประเภท ได้แก้
เสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล อินทราเน็ต (Intranet) เฟซบุ๊ก
(Facebook) แอปพลิเคชันไลน์ (Line) และสื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ของบุคลากร
สถานภาพสมรสต่างๆ ของโรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทของบุคลากร
โรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระดับ
การศึกษา

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	MS	F	Sig.
1.เสียงตามสาย	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.52	1.83	3.91	1.07	.34
	ปริญญาตรี	2.73	1.863	3.65		
	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	2.37	2.10			
2.สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.64	1.91	2.24	.94	.39
	ปริญญาตรี	2.48	1.65	2.38		
	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	2.58	1.54			
3.อินทราเน็ต (Intranet)	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.85	1.51	2.76	1.01	.36
	ปริญญาตรี	2.63	1.54	2.72		
	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	2.74	1.58			
4.เฟซบุ๊ก (Facebook)	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.89	1.69	20.42	5.41	.00**
	ปริญญาตรี	3.17	1.54	3.77		
	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	2.93	1.65			
5.แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.44	1.70	33.86	8.51	.00**
	ปริญญาตรี	2.12	1.965	3.98		
	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	2.97	1.95			
6.สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.32	1.97	4.50	1.46	.23
	ปริญญาตรี	1.19	1.76	3.07		
	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	1.70	1.99			
รวม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.69	2.10	5.03	3.22	.041
	ปริญญาตรี	1.86	2.04	1.56		
	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	2.00	1.62			

**นัยสำคัญที่.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่าพฤติกรรม的开รับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท เฟซบุ๊ก (Facebook) และแอปพลิเคชันไลน์ (Line) ของบุคลากรแยกตามระดับการศึกษาของโรงพยาบาล เชียงรายประชานุเคราะห์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยบุคลากรที่มีการศึกษาปริญญาโทหรือสูงกว่ามีการเปิดรับสื่อมากกว่าระดับการศึกษาอื่นๆ

สำหรับพฤติกรรม的开รับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท เสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล อินทราเน็ต (Intranet) และสื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ของบุคลากรแยกตามระดับการศึกษาของโรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.27 เปรียบเทียบพฤติกรรม的开รับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทของบุคลากร โรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์จำแนกตามลักษณะทางประชากร ด้านตำแหน่งงาน

ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์	พฤติกรรม的开รับสื่อ				t	p-value (2-tailed)
	บุคลากรทาง การแพทย์		บุคลากรสาย สนับสนุน			
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.		
1.เสียงตามสาย	2.61	1.93	2.76	1.86	-.59	.56
2.สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล	2.60	1.49	2.75	1.75	-.73	.46
3.อินทราเน็ต (Intranet)	2.84	1.63	3.30	1.68	-2.09	.04**
4.เฟซบุ๊ก (Facebook)	2.19	1.94	2.80	2.00	-2.35	.02**
5.แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	1.76	1.97	2.24	2.25	-1.76	.08
6.สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	2.14	1.73	2.44	1.83	-1.29	.20
พฤติกรรม的开รับข้อมูลข่าวสารในภาพรวม	2.36	1.20	2.71	1.45	-2.15	.03**

**นัยสำคัญที่.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่าพฤติกรรม的开รับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท อินทราเน็ต (Intranet) และ เฟซบุ๊ก (Facebook) ของบุคลากรทางการแพทย์และสายงานสนับสนุนของโรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยบุคลากร

สายงานสนับสนุนของโรงพยาบาลมีการเปิดรับสื่อประเภทอินทราเน็ต และ เฟซบุ๊กมากกว่า
บุคลากรทางการแพทย์

สำหรับพฤติกรรม的开รับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทเสียงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์
บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล แอปพลิเคชันไลน์ (Line) และสื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์
ของบุคลากรทางการแพทย์และสายงานสนับสนุนของโรงพยาบาลเชิงรายประชากรุเคราะห์
ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.28 เปรียบเทียบพฤติกรรม的开รับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทของบุคลากร

โรงพยาบาลเชิงรายประชากรุเคราะห์จำแนกตามลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลา
การทำงาน

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์	ระยะเวลาการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	MS	F	Sig.
1.เสียงตามสาย	ไม่เกิน 1 ปี	2.73	1.981	.33		
	1-2 ปี	2.48	1.873	3.69		
	2-5 ปี	2.58	1.861		.09	.99
	5-8 ปี	2.61	1.971			
	8 ปีขึ้นไป	2.68	1.926			
2.สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล	ไม่เกิน 1 ปี	2.64	1.911	2.01		
	1-2 ปี	2.67	1.345	2.38		
	2-5 ปี	2.52	1.388		.84	.50
	5-8 ปี	2.33	1.551			
	8 ปีขึ้นไป	2.56	1.268			
3.อินทราเน็ต (Intranet)	ไม่เกิน 1 ปี	2.74	1.641	2.09		
	1-2 ปี	2.63	1.542	2.73		
	2-5 ปี	2.67	1.718		.76	.55
	5-8 ปี	2.48	1.558			
	8 ปีขึ้นไป	3.07	1.400			

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์	ระยะเวลาการทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	MS	F	Sig.
4.เฟซบุ๊ก (Facebook)	ไม่เกิน 1 ปี	3.07	1.568	3.14		
	1-2 ปี	2.93	1.745	3.88		
	2-5 ปี	2.93	1.650		.81	.52
	5-8 ปี	2.27	1.751			
	8 ปีขึ้นไป	1.96	1.719			
5.แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	ไม่เกิน 1 ปี	2.09	1.883	7.12		
	1-2 ปี	2.65	1.904	4.11		
	2-5 ปี	2.34	2.053		1.73	.14
	5-8 ปี	2.32	1.967			
	8 ปีขึ้นไป	3.00	1.890			
6.สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	ไม่เกิน 1 ปี	1.80	1.803	3.02		
	1-2 ปี	1.49	1.882	3.08		
	2-5 ปี	2.00	1.973		.98	.42
	5-8 ปี	1.85	2.118			
	8 ปีขึ้นไป	1.86	2.037			
รวม	ไม่เกิน 1 ปี	2.53	1.767	.91		
	1-2 ปี	2.44	1.917	1.59		
	2-5 ปี	2.11	1.718		.57	.68
	5-8 ปี	2.51	1.537			
	8 ปีขึ้นไป	2.08	1.801			

**นัยสำคัญที่.05

จากตารางที่ 4.28 พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ทุกประเภท ได้แก่ เสี่ยงตามสาย สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล อินทราเน็ต (Intranet) เฟซบุ๊ก (Facebook) แอปพลิเคชันไลน์ (Line) และสื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ของบุคลากร แยกตามระยะเวลาการทำงานของโรงพยาบาลเชิงราชประชานุเคราะห์ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2 ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์จากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ
ของบุคลากรทางการแพทย์และสายงานสนับสนุนโรงพยาบาลเชียงราย
ประชาชนุเคราะห์แตกต่างกัน

H_0 : ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรทางการแพทย์และ
สายงานสนับสนุนโรงพยาบาลเชียงรายประชาชนุเคราะห์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรทางการแพทย์และ
สายงานสนับสนุนโรงพยาบาลเชียงรายประชาชนุเคราะห์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประเภทนโยบาย มติที่ประชุมจากฝ่าย
บริหารจากสื่อประเภทต่างๆ ของบุคลากรทางการแพทย์และสายงานสนับสนุน
โรงพยาบาลเชียงรายประชาชนุเคราะห์

ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์	ความต้องการข้อมูลข่าวสารประเภท นโยบาย มติที่ประชุมจากฝ่ายบริหาร				t	p-value (2-tailed)
	บุคลากรทาง การแพทย์		บุคลากรสาย สนับสนุน			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. เสี่ยงตามสาย	.11	.31	.14	.35	-.70	.48
2. สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล	.54	.50	.45	.50	1.28	.20
3. อินทราเน็ต (Intranet)	.60	.49	.61	.49	-.03	.97
4. เฟซบุ๊ก (Facebook)	.21	.41	.18	.39	.45	.65
5. แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	.18	.38	.14	.35	.75	.45
6. สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	.38	.48	.24	.43	2.15	.03**
ความต้องการข้อมูลข่าวสารในภาพรวม	.34	.20	.29	.17	1.65	.07

**นัยสำคัญที่.05

จากตารางที่ 4.29 พบว่าบุคลากรทางการแพทย์และบุคลากรสายงานสนับสนุนมีความ
ต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ประเภทนโยบาย มติที่ประชุมจากฝ่ายบริหารจากสื่อประเภท
ต่างๆ ส่วนใหญ่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นประเภทสื่อบุคคล

เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ซึ่งพบว่าบุคลากรทางการแพทย์ต้องการได้รับข่าวสารจากสื่อบุคคล
เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ด้วยค่าเฉลี่ยมากกว่าบุคลากรสายสนับสนุนเพียงเล็กน้อย

ตารางที่ 4.30 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประเภทคำสั่ง การติดตามการทำงานจาก
สื่อประเภทต่างๆ ของบุคลากรทางการแพทย์และสายงานสนับสนุนโรงพยาบาล
เชิงรายประชากรุเคราะห์

ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์	ความต้องการข้อมูลข่าวสาร ประเภทคำสั่ง การติดตามการ ทำงาน				t	p-value (2-tailed)
	บุคลากรทาง การแพทย์		บุคลากรสาย สนับสนุน			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. เสี่ยงตามสาย	.06	.25	.07	.26	-.19	.85
2. สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไว้นิต	.41	.49	.35	.48	.95	.34
3. อินทราเน็ต (Intranet)	.52	.50	.54	.50	-.21	.84
4. เฟซบุ๊ก (Facebook)	.18	.38	.21	.41	-.71	.48
5. แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	.30	.46	.25	.44	.71	.48
6. สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	.39	.49	.30	.46	1.46	.15
ความต้องการข้อมูลข่าวสารในภาพรวม	.31	.19	.29	.18	.97	.33

**นัยสำคัญที่.05

จากตารางที่ 4.30 พบว่าบุคลากรทางการแพทย์และบุคลากรสายงานสนับสนุนมีความ
ต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ประเภทคำสั่ง การติดตามการทำงานจากสื่อประเภทต่างๆ
ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.31 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประเภทข่าวสารเกี่ยวกับความก้าวหน้าในการทำงาน จากสื่อประเภทต่างๆ ของบุคลากรทางการแพทย์และสายงานสนับสนุนโรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์

ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์	ความต้องการข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับความก้าวหน้าในการ ทำงาน				t	p-value (2-tailed)
	บุคลากรทาง การแพทย์		บุคลากรสาย สนับสนุน			
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.		
1. เสียงตามสาย	.13	.34	.21	.41	-1.68	.09
2. สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล	.52	.50	.46	.50	.85	.40
3. อินทราเน็ต (Intranet)	.73	.44	.66	.48	1.17	.24
4. เฟซบุ๊ก (Facebook)	.31	.47	.32	.47	-.16	.88
5. แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	.29	.46	.20	.40	1.62	.11
6. สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	.39	.49	.31	.47	1.18	.24
ความต้องการข้อมูลข่าวสารในภาพรวม	.40	.24	.36	.21	1.10	.27

**นัยสำคัญที่.05

จากตารางที่ 4.31 พบว่าบุคลากรทางการแพทย์และบุคลากรสายงานสนับสนุนมีความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ประเภทเกี่ยวกับความก้าวหน้าในการทำงาน จากสื่อประเภทต่างๆ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.32 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประเภทข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากสื่อประเภทต่างๆ ของบุคลากรทางการแพทย์และสาขางานสนับสนุน โรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์

ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์	ความต้องการข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ ที่จะได้รับ				t	p-value (2-tailed)
	บุคลากรทาง		บุคลากรสาย			
	การแพทย์		สนับสนุน			
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.		
1. เสียงตามสาย	.22	.42	.21	.41	.18	.85
2. สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล	.59	.49	.51	.50	1.25	.21
3. อินทราเน็ต (Intranet)	.73	.45	.65	.48	1.28	.20
4. เฟซบุ๊ก (Facebook)	.33	.47	.34	.48	-.21	.84
5. แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	.27	.44	.24	.43	.49	.63
6. สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	.43	.50	.35	.48	1.11	.27
ความต้องการข้อมูลข่าวสารในภาพรวม	.43	.26	.38	.25	1.26	.21

**นัยสำคัญที่.05

จากตารางที่ 4.32 พบว่าบุคลากรทางการแพทย์และบุคลากรสาขางานสนับสนุนมีความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ประเภทข่าวสารเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากสื่อประเภทต่างๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.33 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประเภทข่าวสารเกี่ยวกับระเบียบ
แนวปฏิบัติจากสื่อประเภทต่างๆ ของบุคลากรทางการแพทย์และสาขางานสนับสนุน
โรงพยาบาลเชิงราชประชานุเคราะห์

ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์	ความต้องการข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับระเบียบ แนวปฏิบัติ				t	p-value (2-tailed)
	บุคลากรทาง การแพทย์		บุคลากรสาย สนับสนุน			
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.		
1. เสียงตามสาย	.12	.33	.18	.39	-1.36	.17
2. สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล	.61	.49	.55	.50	1.00	.32
3. อินทราเน็ต (Intranet)	.65	.48	.63	.49	.25	.80
4. เฟซบุ๊ก (Facebook)	.23	.42	.25	.44	-.38	.71
5. แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	.20	.40	.18	.39	.32	.75
6. สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	.38	.79	.28	.45	.99	.32
ความต้องการข้อมูลข่าวสารในภาพรวม	.37	.25	.35	.22	.58	.56

**นัยสำคัญที่.05

จากตารางที่ 4.33 พบว่าบุคลากรทางการแพทย์และบุคลากรสาขางานสนับสนุนมีความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ประเภทข่าวสารเกี่ยวกับระเบียบ แนวปฏิบัติจากสื่อประเภทต่างๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.34 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประเภทข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของโรงพยาบาลจากสื่อประเภทต่างๆ ของบุคลากรทางการแพทย์และสาขางานสนับสนุน โรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์

ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์	ความต้องการข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับกิจกรรมความ เคลื่อนไหวต่าง ๆ ของ โรงพยาบาล				t	p-value (2-tailed)
	บุคลากร ทาง การแพทย์		บุคลากรสาย สนับสนุน			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. เสี่ยงตามสาย	.35	.48	.37	.49	-.31	.76
2. สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล	.56	.50	.41	.50	2.37	.02**
3. อินทราเน็ต (Intranet)	.73	.44	.63	.49	1.64	.10
4. เฟซบุ๊ก (Facebook)	.40	.49	.42	.50	-.34	.73
5. แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	.26	.44	.30	.46	-.59	.55
6. สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	.37	.48	.31	.47	.91	.36
ความต้องการข้อมูลข่าวสารในภาพรวม	.45	.28	.41	.25	1.07	.28

**นัยสำคัญที่.05

จากตารางที่ 4.34 พบว่าบุคลากรทางการแพทย์และบุคลากรสาขางานสนับสนุนส่วนใหญ่มีความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ประเภทข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมความเคลื่อนไหวต่างๆ ของโรงพยาบาลจากสื่อประเภทต่างๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล ซึ่งพบว่าบุคลากรทางการแพทย์ต้องการได้รับข่าวสารจากสื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ด้วยค่าเฉลี่ยมากกว่าบุคลากรสาขางานสนับสนุนเพียงเล็กน้อย

ตารางที่ 4.35 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประเภทข่าวสารเกี่ยวกับพื้นที่ทางสื่อเพื่อมี
โอกาสแสดงความคิดเห็นข้อเสนอแนะในการทำงานของฝ่ายบริหารจากสื่อประเภท
ต่างๆ ของบุคลากรทางการแพทย์และสาขางานสนับสนุนโรงพยาบาลเชียงราย
ประชานุเคราะห์

ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์	ความต้องการข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับพื้นที่ทางสื่อเพื่อมี โอกาสแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะในการทำงาน ของฝ่ายบริหาร				t	p-value (2-tailed)
	บุคลากรทาง		บุคลากรสาย			
	การแพทย์		สนับสนุน			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. เสี่ยงตามสาย	.08	.26	.06	.23	.54	.59
2. สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไวนิล	.33	.47	.31	.47	.30	.76
3. อินทราเน็ต (Intranet)	.72	.45	.62	.49	1.61	.11
4. เฟซบุ๊ก (Facebook)	.38	.48	.37	.49	.14	.89
5. แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	.24	.43	.31	.47	-1.15	.25
6. สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	.23	.42	.23	.42	.06	.95
ความต้องการข้อมูลข่าวสารในภาพรวม	.33	.19	.31	.19	.53	.60

**นัยสำคัญที่.05

จากตารางที่ 4.35 พบว่าบุคลากรทางการแพทย์และบุคลากรสาขางานสนับสนุนมีความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ประเภทข่าวสารเกี่ยวกับพื้นที่ทางสื่อเพื่อมีโอกาสดแสดงความคิดเห็นข้อเสนอแนะในการทำงานของฝ่ายบริหารจากสื่อประเภทต่างๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.36 เปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสารประเภทข่าวสารเกี่ยวกับพื้นที่สำหรับการพูดคุยนำเสนอข่าวสารอย่างไม่เป็นทางการสำหรับผู้ปฏิบัติงานจากสื่อประเภทต่างๆ ของบุคลากรทางการแพทย์และสาขางานสนับสนุนโรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์

ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์	ความต้องการข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับพื้นที่สำหรับการพูดคุย นำเสนอข่าวสารอย่างไม่เป็น ทางการสำหรับผู้ปฏิบัติงาน				t	p-value (2-tailed)
	บุคลากรทาง การแพทย์		บุคลากรสาย สนับสนุน			
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. เสี่ยงตามสาย	.06	.23	.07	.26	-.42	.67
2. สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไว้นิล	.24	.43	.18	.39	.95	.34
3. อินทราเน็ต (Intranet)	.57	.50	.48	.50	1.40	.16
4. เฟซบุ๊ก (Facebook)	.40	.49	.41	.50	-.18	.85
5. แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	.43	.50	.37	.49	.90	.37
6. สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์	.26	.44	.28	.45	-.36	.72
ความต้องการข้อมูลข่าวสารในภาพรวม	.32	.19	.30	.16	1.08	.28

**นัยสำคัญที่.05

จากตารางที่ 4.36 พบว่าบุคลากรทางการแพทย์และบุคลากรสาขางานสนับสนุนมีความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ประเภทข่าวสารเกี่ยวกับพื้นที่สำหรับการพูดคุยนำเสนอข่าวสารอย่างไม่เป็นทางการสำหรับผู้ปฏิบัติงานจากสื่อประเภทต่างๆ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรทางการแพทย์และสายงานสนับสนุน

โรงพยาบาลเชิงรายนุเคราะห์แตกต่างกัน

H_0 : ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรทางการแพทย์และสายงานสนับสนุน

โรงพยาบาลเชิงรายนุเคราะห์ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรทางการแพทย์และสายงานสนับสนุน

โรงพยาบาลเชิงรายนุเคราะห์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37 เปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรด้านความต้องการพื้นฐานของบุคลากรทางการแพทย์และสายงานสนับสนุน โรงพยาบาลเชิงรายนุเคราะห์

ตำแหน่งงาน	ระดับความผูกพันต่อองค์กร ด้านความต้องการพื้นฐาน		t	p-value (2-tailed)
	$\bar{X}$	S.D		
บุคลากรทางการแพทย์	3.75	.56	1.93	.08
บุคลากรสายสนับสนุน	3.90	.65		

**นัยสำคัญที่.05

จากตารางที่ 4.37 พบว่าบุคลากรทางการแพทย์และสายงานสนับสนุนมีความผูกพันต่อองค์กรด้านความต้องการพื้นฐาน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.38 เปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรด้านการสนับสนุนทางการบริหารของบุคลากรทางการแพทย์และสายงานสนับสนุน โรงพยาบาลเชิงรายนุเคราะห์

ตำแหน่งงาน	ระดับความผูกพันต่อองค์กรด้าน การสนับสนุนทางการบริหาร		T	p-value (2-tailed)
	$\bar{X}$	S.D		
บุคลากรทางการแพทย์	3.62	.63	.51	.61
บุคลากรสายสนับสนุน	3.57	.83		

**นัยสำคัญที่.05

จากตารางที่ 4.38 พบว่าบุคลากรทางการแพทย์และสาขางานสนับสนุนมีความผูกพันต่อองค์กรด้านการสนับสนุนทางการบริหารไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.39 เปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรด้านสัมพันธภาพของบุคลากรทางการแพทย์และสาขางานสนับสนุน โรงพยาบาลเชิงราชประชานุเคราะห์

ตำแหน่งงาน	ระดับความผูกพันต่อ องค์กรด้านสัมพันธภาพ		t	p-value (2-tailed)
	$\bar{X}$	S.D		
บุคลากรทางการแพทย์	3.90	.61	.11	.91
บุคลากรสาขาสันับสนุน	3.89	.65		

**นัยสำคัญที่.05

จากตารางที่ 4.39 พบว่าบุคลากรทางการแพทย์และสาขางานสนับสนุนมีความผูกพันต่อองค์กรด้านการสัมพันธภาพไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.40 เปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรด้านความก้าวหน้าในงานของบุคลากรทางการแพทย์และสาขางานสนับสนุน โรงพยาบาลเชิงราชประชานุเคราะห์

ตำแหน่งงาน	ระดับความผูกพันต่อองค์กร ด้านความก้าวหน้าในงาน		t	p-value (2-tailed)
	$\bar{X}$	S.D		
บุคลากรทางการแพทย์	3.58	.73	1.95	.05**
บุคลากรสาขาสันับสนุน	3.32	1.09		

**นัยสำคัญที่.05

จากตารางที่ 4.40 พบว่าบุคลากรทางการแพทย์และสาขางานสนับสนุนมีความผูกพันต่อองค์กรด้านความก้าวหน้าในงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.41 เปรียบเทียบความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมของบุคลากรทางการแพทย์และสาขางาน
สนับสนุนโรงพยาบาลเชิงรายนประชาชนเคราะห์

ตำแหน่งงาน	ระดับความผูกพันต่อ องค์กรโดยรวม		t	p-value (2-tailed)
	$\bar{X}$	S.D		
บุคลากรทางการแพทย์	41.39	5.88		
บุคลากรสายสนับสนุน	41.18	7.45	.25	.83

จากตารางที่ 4.41 พบว่าบุคลากรทางการแพทย์และสาขางานสนับสนุนมีความผูกพันต่อ
องค์กรโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่าความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรทางการแพทย์และสาขางาน
สนับสนุนของโรงพยาบาลเชิงรายนประชาชนเคราะห์ในภาพรวมไม่แตกต่างกันแต่เมื่อแยกเป็นราย
ด้านพบว่ามีความแตกต่างกันในด้านความก้าวหน้าในงานซึ่งบุคลากรสายสนับสนุนมีความผูกพัน
ในด้านนี้มากกว่าบุคลากรทางการแพทย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์และระยะเวลาการทำงานมีความสัมพันธ์กับความ
ผูกพันต่อองค์กร

H_0 : การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์และระยะเวลาการทำงานไม่มีความสัมพันธ์กับ
ความผูกพันต่อองค์กร

H_1 : การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์และระยะเวลาการทำงานมีความสัมพันธ์กับความ
ผูกพันต่อองค์กร

ตารางที่ 4.42 ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความผูกพัน
ต่อองค์กร

การเปิดรับสื่อ ประเภทต่าง ๆ	ความผูกพันต่อองค์กร				
	ด้านความ ต้องการ พื้นฐาน	ด้านการ สนับสนุนทางการ บริหาร	ด้าน สัมพันธภาพ	ด้าน ความก้าวหน้า ในงาน	ความผูกพัน รวม
เสียงตามสาย	.17** .00	.12* .02	.06 .28	.17** .00	.13* .01
สื่อสิ่งพิมพ์ฯ	.19** .00	.16** .00	.13* .02	.17** .00	.18** .00
อินทราเน็ต (Intranet)	.19** .00	.18** .00	.16** .00	.15** .00	.20** .00
เฟซบุ๊ก (Facebook)	.09 .10	.17** .00	.18** .00	.13* .01	.18** .00
แอปพลิเคชันไลน์ (Line)	.11* .04	.23** .00	.19** .00	.19** .00	.23** .00
สื่อบุคคลฯ	.16** .00	.19** .00	.14** .01	.19** .00	.19** .00
เปิดรับรวม	.21** .00	.25** .00	.21** .00	.24** .00	.27** .00

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 / * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.42 พบว่าการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรตามความคิดเห็นของบุคลากรทางการแพทย์และสายงานสนับสนุนของโรงพยาบาลเชิงรายประชาณุเคราะห์ มีระดับความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับน้อย โดยสื่อที่ระดับความสัมพันธ์มากที่สุดคือ แอปพลิเคชันไลน์ (Line) อยู่ที่ระดับ .23 รองลงมาคือ อินทราเน็ต (Intranet) ที่ระดับ .20 สื่อบุคคล เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ที่ระดับ .19 สื่อสิ่งพิมพ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ป้ายไว้นิล เฟซบุ๊ก (Facebook) อยู่ในระดับเท่ากันคือ .18 และน้อยที่สุดคือ เสียงตามสายที่ระดับ .13 จึงสามารถสรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความ

ผู้กพันต้องักรแมัจะพบวามีความสั้พันัน้อยแต่ก็ถึอได้วามีความสั้พันัน้อย่างมีนัยสั้คัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.01

