

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยเรื่อง ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการเก็บแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 370 คนผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่าง ๆ และนำเสนอผลการวิจัยโดยจำแนกออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่โดยพิจารณาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่โดยพิจารณาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์การใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

5.1 การทดสอบสมมติฐานลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ต่อเดือน อายุงาน ระดับตำแหน่ง และสังกัดสายงานที่ปฏิบัติงานอยู่ในปัจจุบันที่แตกต่างกันมีผลให้ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรแตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่า F-test และเพศโดยพิจารณาจากค่า t-test

5.2 การทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรที่แตกต่างกันมีผลให้การใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรแตกต่างกันโดยพิจารณาจากค่า F-test

5.3 การทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันมีผลต่อผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ที่แตกต่างกันโดยพิจารณาจากค่า F-test

5.4 การทดสอบสมมติฐาน การใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson ' s Correlation Coefficient)

เพื่อความสะดวกในการนำเสนอข้อมูลผลการวิเคราะห์ข้อมูล และแปลความหมาย ผู้วิจัยใช้สัญลักษณ์แทนค่าสถิติในการนำเสนอ ดังนี้

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
df	แทน	Degree of Freedom
SS	แทน	Sum of Squares
MS	แทน	Mean Square
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความมีนัยสำคัญจากการแจกแจงแบบ F
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความมีนัยสำคัญจากการแจกแจงแบบ t
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson' s Correlation Coefficient)
P	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาความเป็นนัยสำคัญจากการแจกแจง (P-value)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ โดยพิจารณาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของเพศผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยทางด้านบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	206	55.70
หญิง	164	44.30
รวม	370	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่และร้อยละของเพศผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 370คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย206คน คิดเป็นร้อยละ 55.70และเพศหญิง 164 คน คิดเป็นร้อยละ 44.30

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของอายุผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยทางด้านบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20 – 30ปี	58	15.70
31 – 40ปี	186	50.30
41 – 50 ปี	86	23.20
51ปีขึ้นไป	40	10.80
รวม	370	100.00

จากตารางที่ 4.2 ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่และร้อยละของอายุผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 370คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วง 31 – 40 ปีจำนวน186 คน คิดเป็นร้อยละ 50.30อายุช่วง 41 – 50 ปีจำนวน 86คน คิดเป็นร้อยละ 23.20 อายุช่วง 20 – 30 ปีจำนวน 58คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 อายุช่วง 51 ปีขึ้นไป 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยทางด้านบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	116	31.40
สมรส	198	53.50
หย่าร้าง	56	15.10
รวม	370	100.00

จากตารางที่ 4.3 ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่และร้อยละของสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 370คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สมรส 198 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 โสด 116 คน คิดเป็นร้อยละ 31.40 หย่าร้าง 56 คน คิดเป็นร้อยละ 15.10

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของระดับการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยทางด้านบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	27	7.30
ปริญญาตรี	321	86.80
ปริญญาโท	21	5.70
สูงกว่าปริญญาโท	1	0.30
รวม	370	100.00

จากตารางที่ 4.4 ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่และร้อยละของระดับการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 370คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญา 321คน คิดเป็นร้อยละ 86.80ต่ำกว่าปริญญาตรี 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 ระดับปริญญาโท 21คน คิดเป็นร้อยละ 5.70สูงกว่าปริญญาโท1คน คิดเป็นร้อยละ0.30

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของรายได้ต่อเดือนผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยทางด้านบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	4	1.10
15,001 – 25,000 บาท	47	12.70
25,001 – 35,000 บาท	90	24.30
35,001 – 45,000 บาท	55	14.90
45,001 – 55,000 บาท	95	25.70
55,001บาทขึ้นไป	78	21.10
ไม่ระบุรายได้	1	0.30
รวม	370	100.00

จากตารางที่ 4.5 ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่และร้อยละของรายได้ต่อเดือนผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 370คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รายได้ 45,001 – 55,000 บาท 95 คน คิดเป็นร้อยละ25.70 รายได้ 25,001 – 35,000 บาท 90 คน คิดเป็นร้อยละ 24.30 รายได้ 55,001 บาทขึ้นไป 78 คน คิดเป็นร้อยละ 21.10 รายได้ 35,001 – 45,000 บาท 55 คน คิดเป็นร้อยละ

14.90 รายได้ 15,001 – 25,000 บาท 47 คน คิดเป็นร้อยละ 12.70 รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.10 และมีผู้ที่ไม่ระบุรายได้จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของอายุงานผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยทางด้านบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	4	1.10
1 – 3 ปี	44	11.90
4 – 6 ปี	100	27.00
7 – 9 ปี	78	21.10
10 ปีขึ้นไป	143	38.60
ไม่ระบุอายุงาน	1	0.30
รวม	370	100.00

จากตารางที่ 4.6 ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่และร้อยละของอายุงานผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 370 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุงาน 10 ปี ขึ้นไป 143 คน คิดเป็นร้อยละ 38.60 อายุงาน 4 – 6 ปี 100 คน คิดเป็นร้อยละ 27 อายุงาน 7 – 9 ปี 78 คน คิดเป็นร้อยละ 21.10 อายุงาน 1 – 3 ปี 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.90 อายุงานต่ำกว่า 1 ปี 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.10 และมีผู้ที่ไม่ระบุรายได้จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของระดับตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยทางด้านบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับ 1 – 3	19	5.10
ระดับ 4 – 6	148	40.00
ระดับ 7 – 9	139	37.60
ระดับ 10 – 11	56	15.10
ไม่ระบุระดับตำแหน่ง	8	2.20
รวม	370	100.00

จากตารางที่ 4.7 ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่และร้อยละของระดับตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 370 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระดับ 4 – 6 จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ระดับ 7 – 9 จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 37.60 ระดับ 10 – 11 จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 15.10 ระดับ 1 – 3 จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.10 และมีผู้ที่ไม่ระบุระดับตำแหน่งจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของสังกัดสายงานผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยทางด้านบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สำนักผู้ว่าการ	10	2.70
สำนักกฎหมาย	14	3.80
สำนักตรวจสอบภายใน	13	3.50
สายงานยุทธศาสตร์	40	10.80
สายงานวางแผนและพัฒนาระบบไฟฟ้า	22	5.90
สายงานวิศวกรรม	18	4.90
สายงานก่อสร้างและบริหารโครงการ	61	16.50
สายงานปฏิบัติการและบำรุงรักษา	37	10.00
สายงานสารสนเทศและสื่อสาร	21	5.70
สายงานบัญชีและการเงิน	24	6.50
สายงานกิจการสังคมและสิ่งแวดล้อม	30	8.10
สายงานอำนวยการ	44	11.90
สายงานทรัพยากรบุคคล	36	9.70
รวม	370	100.00

จากตารางที่ 4.8 ผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่และร้อยละของสังกัดสายงานผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 370 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำงานสังกัดสายงานก่อสร้างและบริหารโครงการ 61 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 สายงานอำนวยการ 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.90 สายงานยุทธศาสตร์ 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.80 สายงานปฏิบัติการและบำรุงรักษา 37 คน คิดเป็นร้อยละ 10 สายงานทรัพยากรบุคคล 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.70

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงาน
การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ โดยพิจารณาค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ
(Percentage)

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของผู้ตอบ

แบบสอบถาม

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ดูแค่ผ่านๆ	223	60.30
อ่านจนจบ	96	25.90
ดูแค่ภาพ	49	13.20
อื่นๆ	2	0.50
รวม	370	100.00

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่และร้อยละของความถี่ในการเปิดรับ
ข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 370คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดูแค่ผ่านๆ 223
คน คิดเป็นร้อยละ 60.30อ่านจนจบ 96 คน คิดเป็นร้อยละ 25.90 ดูแค่ภาพ 49 คน คิดเป็นร้อย
ละ 13.20 อื่นๆ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 โดยระบุรายละเอียดว่า เลือกอ่านเฉพาะที่สนใจเท่านั้น

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของพฤติกรรมหลังได้รับข่าวสารของผู้ตอบ

แบบสอบถาม

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เข้าร่วมกิจกรรมขององค์กร	135	36.50
นำไปบอกเพื่อนร่วมงาน	180	48.60
นำมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน	52	14.10
ไม่ระบุพฤติกรรม	3	0.80
รวม	370	100.00

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่และร้อยละของพฤติกรรมหลังได้รับข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 370 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เมื่อได้รับข่าวสารแล้วจะนำไปบอกเพื่อนร่วมงาน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 48.60 เข้าร่วมกิจกรรมขององค์กร 135 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 นำมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 14.10 และไม่ระบุพฤติกรรมใดๆ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของช่วงเวลาติดตามข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงเวลาก่อนเข้างาน	108	29.20
พักกลางวัน	214	57.80
ก่อนกลับบ้าน	31	8.40
อื่นๆ	6	1.60
ไม่ระบุช่วงเวลา	11	3.00
รวม	370	100.00

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่และร้อยละของช่วงเวลาติดตามข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 370 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามข่าวสารช่วงพักกลางวัน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 57.80 ติดตามช่วงเวลาก่อนเข้างาน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 29.20 ติดตามช่วงก่อนกลับบ้าน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.40 ติดตามช่วงอื่นๆ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60 โดยผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่า ตามความสะดวก และมีผู้ไม่ระบุช่วงเวลา 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของช่องทางการติดตามของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เสียงตามสาย	57	15.40
จดหมายข่าว	33	8.90
เว็บไซต์องค์กร	96	25.90
ข้อความ/ข่าวประชาสัมพันธ์	17	4.60
บอร์ดนิทรรศการ	11	3.00
โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์	5	1.40
วารสาร	10	2.70
จอโทรทัศน์ภายในองค์กร	73	19.70
สื่อโซเชียลมีเดีย	58	15.70
ไม่ระบุว่าติดตามผ่านทางช่องทางใด	10	2.70
รวม	370	100.00

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่และร้อยละของช่องทางการติดตามของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 370คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามข่าวสารทางเว็บไซต์องค์กร 96 คน คิดเป็นร้อยละ 25.90 ทางจอโทรทัศน์ภายในองค์กร 73 คน คิดเป็นร้อยละ 19.70 ทางสื่อโซเชียลมีเดีย 58 คน คิดเป็นร้อยละ 15.70 ทางเสียงตามสาย 57 คน คิดเป็นร้อยละ 15.40 ทางจดหมายข่าว 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.90 ทางข้อความ/ข่าวประชาสัมพันธ์ 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.60 ทางบอร์ดนิทรรศการ 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ทางวารสารและไม่ระบุว่าติดตามช่องทางใด ช่องทางละ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละของความสนใจข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	จำนวน (ความถี่)	ร้อยละ
เพื่อต้องการรับรู้ข่าวสารใหม่ๆขององค์กร	194	22.10%
เพื่อรับทราบกิจกรรมที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับองค์กร	213	24.26%
เพิ่มความเข้าใจเกี่ยวกับส่วนต่างๆในองค์กร	65	7.40%
ทราบถึงข่าวเกี่ยวกับพลังงาน	37	4.21%
นำมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน	130	14.81%
ติดตามความเคลื่อนไหวขององค์กร	115	13.10%
ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	124	14.12%
รวม	878	100.00

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ความถี่และร้อยละของความสนใจข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 370คน โดยสามารถให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ จึงมีความคิดเห็นทั้งสิ้น 878 ความคิดเห็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามข่าวสารเพื่อรับทราบกิจกรรมที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับองค์กร ร้อยละ 24.26 ติดตามเพื่อรับรู้ข่าวสารใหม่ๆขององค์กร ร้อยละ 22.10 ติดตามเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน ร้อยละ 14.81 ติดตามเพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ร้อยละ 14.12 ติดตามเพื่อติดตามความเคลื่อนไหวขององค์กร ร้อยละ 13.10 ติดตามเพื่อเพิ่มความเข้าใจเกี่ยวกับส่วนต่างๆในองค์กร ร้อยละ 7.40 ติดตามเพื่อทราบถึงข่าวเกี่ยวกับพลังงาน ร้อยละ 4.21

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์การใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงาน ไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

การศึกษาการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ประโยชน์ด้านเนื้อหา และ ประโยชน์ด้านการเผยแพร่ปรากฏดังตารางดังนี้

ตารางที่ 4.14 แสดง ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการใช้ประโยชน์จาก สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ด้านเนื้อหา

รายการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	S.D.	แปลผล
เนื้อหาน่าสนใจ	3.47	0.55	ปานกลาง
เนื้อหาน่าเชื่อถือ	3.47	0.37	ปานกลาง
เนื้อหาตรงความต้องการ	3.45	0.55	ปานกลาง
เนื้อหานำไปบอกต่อได้	3.45	0.51	ปานกลาง
เนื้อหาเข้าใจง่าย	3.50	0.48	ปานกลาง
เนื้อหา	3.48	0.42	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.14 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ ภายในองค์กร ด้านเนื้อหาภาพรวม ระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.48 โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ เนื้อหาน่าสนใจ เนื้อหาน่าเชื่อถือ เนื้อหาตรงความต้องการ เนื้อหาไปบอกต่อได้ และเนื้อหาเข้าใจ ง่าย ทั้งหมดอยู่ในระดับปานกลางทั้งสิ้น ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.45 – 3.50 เมื่อทำการตรวจสอบ การกระจายของข้อมูลโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.37 – 0.55

ตารางที่ 4.15 แสดง ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ด้านการเผยแพร่

รายการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	S.D.	แปลผล
การเผยแพร่ทำให้ข่าวสารได้สะดวกรวดเร็วทันต่อความต้องการ	3.47	0.63	ปานกลาง
ข้อมูลข่าวสารมีความเหมาะสมกับระยะเวลาของการเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างดี	3.47	0.51	ปานกลาง
การเผยแพร่สะดวกต่อการติดตามข้อมูลข่าวสารขององค์กร	3.55	0.53	มาก
การเผยแพร่	3.50	0.50	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.15 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ด้านการเผยแพร่ภาพรวม ระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.50 โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ การเผยแพร่ทำให้ข่าวสารได้สะดวกรวดเร็วทันต่อความต้องการ ข้อมูลข่าวสารมีความเหมาะสมกับระยะเวลาของการเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างดีอยู่ในระดับปานกลางทั้งสิ้น ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.47 แต่ การเผยแพร่สะดวกต่อการติดตามข้อมูลข่าวสารขององค์กร อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.55 เมื่อทำการตรวจสอบการกระจายของข้อมูลโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.50 – 0.63

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

การศึกษาผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรแบ่งเป็น ด้านผลลัพธ์ และ ผลผลิต ปากฎดังตาราง ดังนี้

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ด้านผลผลิต

รายการ	จำนวนคน (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	ระดับการเกิดพฤติกรรม							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุดค่าเฉลี่ย			
การปรับตัวให้สอดคล้องกับการปรับเปลี่ยนองค์กร	-	-	66	233	69	4.00	0.60	มาก
			(17.80)	(63.00)	(18.60)			
การได้รับข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน	-	5	96	197	71	3.90	0.70	มาก
		(1.40)	(25.90)	(53.20)	(19.20)			
การทราบความเคลื่อนไหวภายใน และสามารถนำข้อมูลไปใช้ได้	-	-	83	210	76	3.98	0.65	มาก
			(22.40)	(56.80)	(20.50)			
การทราบข่าวการโยกย้าย แต่งตั้งผู้บริหารองค์กร	5	49	95	153	67	3.61	0.97	มาก
	(1.40)	(13.20)	(25.70)	(41.40)	(18.10)			
การทราบถึงแผนการดำเนินงานและนโยบายขององค์กร	5	-	109	211	44	3.78	0.70	มาก
	(1.40)		(29.50)	(57.00)	(11.90)			
การได้รับข้อมูลด้านกฎระเบียบข้อบังคับขององค์กร	5	38	97	184	45	3.61	0.87	มาก
	(1.40)	(10.30)	(26.20)	(49.70)	(12.20)			
การทราบถึงข้อมูลส่งเสริมด้านสวัสดิการและสิทธิประโยชน์	-	22	106	180	61	3.75	0.79	มาก
		(5.90)	(28.60)	(48.60)	(16.50)			
การทราบข่าวประชาสัมพันธ์ของไฟฟ้าส่วนภูมิภาค	-	-	63	228	78	4.04	0.61	มาก
			(17.00)	(61.60)	(21.10)			
การทราบแนวทางการแก้ไขปัญหาจากผู้บริหาร	-	54	149	101	65	3.47	0.94	มาก
		(14.60)	(40.30)	(27.30)	(17.60)			
ด้านผลผลิต						3.79	0.51	มาก

จากตารางที่ 4.16 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ด้านผลผลิต อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.79 และเมื่อวิเคราะห์รายข้อทั้ง 9 ข้อแล้วพบว่า ค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.47 – 4.04 เมื่อทำการตรวจสอบการกระจายของข้อมูลโดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.51 – 0.97

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ด้านผลลัพธ์

รายการ	จำนวนคน (ร้อยละ)					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	ระดับการเกิดพฤติกรรม							
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุดค่าเฉลี่ย			
เพื่อเกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริหาร พนักงาน เพื่อนร่วมงาน	-	22	146	151	50	3.62	0.79	มาก
		(5.90)	(39.50)	(40.80)	(13.50)			
เพื่อช่วยพัฒนาทักษะและความรู้ให้เพิ่มขึ้น	-	22	108	157	82	3.81	0.84	มาก
		(5.90)	(29.20)	(42.40)	(22.20)			
เพื่อใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	-	5	93	175	96	3.98	0.75	มาก
		(1.40)	(25.10)	(47.30)	(25.90)			
เพื่อปฏิบัติหน้าที่ได้รวดเร็ว ถูกใจผู้ใช้บริการ	-	22	111	169	67	3.76	0.81	มาก
		(5.90)	(30.00)	(45.70)	(18.10)			
เพื่อเกิดความร่วมมือต่อกันระหว่างพนักงานและหัวหน้าแผนก	-	36	112	143	78	3.71	0.90	มาก
		(9.70)	(30.30)	(38.60)	(21.10)			
เพื่อปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	-	22	91	172	84	3.86	0.83	มาก
		(5.90)	(24.60)	(46.50)	(22.70)			
เพื่อนำข่าวสารไปประชาสัมพันธ์ต่อบุคคลภายนอก	-	-	78	210	81	4.00	0.65	มาก
			(21.10)	(56.80)	(21.90)			
เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากผู้ใช้บริการ	-	21	116	146	86	3.80	0.85	มาก
		(5.70)	(31.40)	(39.50)	(23.20)			
เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงาน	-	31	111	154	67	3.68	0.88	มาก
		(10.00)	(30.00)	(41.60)	(18.10)			
เพื่อให้ได้มีส่วนร่วมกับโครงการต่างๆ ที่องค์กรจัดขึ้น	-	6	91	188	83	3.94	0.73	มาก
		(1.60)	(24.60)	(50.80)	(22.40)			
เพื่อเกิดความเชื่อมั่นต่อองค์กร	-	-	62	120	187	4.33	0.74	มาก
			(16.80)	(32.40)	(50.50)			
ด้านผลลัพธ์						3.86	0.63	มาก

จากตารางที่ 4.17 ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ด้านผลลัพธ์ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.86 และเมื่อวิเคราะห์รายข้อ ทั้ง 11 ข้อแล้วพบว่า ค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 3.62 – 4.33 เมื่อทำการตรวจสอบการกระจายของข้อมูล โดยพิจารณาจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.63 – 0.90

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

5.1 การทดสอบสมมติฐาน ลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ต่อเดือน อายุงาน ระดับตำแหน่ง และสังกัดสายงานที่ปฏิบัติงานอยู่ในปัจจุบันที่แตกต่างกันมีผลให้ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรแตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่า F-test และเพศ โดยพิจารณาจากค่า t-test

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีผลให้ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่ต่างกันมีผลให้ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลผลิต กับเพศที่ต่างกัน

เพศ	n	\bar{X}	S.D.	t	P
ชาย	204	3.78	0.51	- .363	.717
หญิง	164	3.80	0.52		

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลผลิตกับเพศที่ต่างกันพบว่าเพศที่ต่างกันมีผลระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลผลิต ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลลัพธ์ กับเพศที่แตกต่างกัน

เพศ	n	\bar{X}	S.D.	t	P
ชาย	204	3.87	0.61	.252	.801
หญิง	164	3.85	0.65		

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลลัพธ์กับเพศที่ต่างกันพบว่าเพศที่ต่างกันมีผลระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลลัพธ์ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ช่วงอายุที่แตกต่างกันมีผลให้ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลผลิต กับช่วงอายุที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	3	1.157	.386	1.446	.229
ภายในกลุ่ม	364	97.075	.267		
รวม	367	98.232			

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลผลิตกับช่วงอายุที่ต่างกันพบว่าช่วงอายุที่ต่างกันมีผลต่อระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลผลิตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลลัพธ์ กับช่วงอายุที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	3	3.648	1.216	3.065	0.028*
ภายในกลุ่ม	364	144.414	0.397		
รวม	367	148.062			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลลัพธ์กับช่วงอายุที่ต่างกันพบว่าช่วงอายุที่ต่างกันมีผลต่อระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลลัพธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.3 สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลให้ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลผลิต กับสถานภาพที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	2	0.19	.009	.035	.966
ภายในกลุ่ม	365	98.213	.269		
รวม	367	98.232			

จากตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลผลิตกับสถานภาพที่ต่างกันพบว่าสถานภาพที่ต่างกันมีผลต่อระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลผลิตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลสัมฤทธิ์ กับสถานภาพที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	2	.694	.347	.860	.424
ภายในกลุ่ม	365	147.368	.404		
รวม	367	148.062			

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลสัมฤทธิ์กับสถานภาพที่ต่างกันพบว่าสถานภาพที่ต่างกันมีผลต่อระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลสัมฤทธิ์ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 วุฒิการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลให้ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ภายในแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลผลิต กับวุฒิการศึกษาที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	3	1.048	.349	1.309	.271
ภายในกลุ่ม	364	97.184	.267		
รวม	367	98.232			

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลผลิตกับวุฒิการศึกษาที่ต่างกันพบว่าวุฒิการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลผลิตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลลัพธ์ กับวุฒิมการศึกษที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	3	3.412	1.137	2.862	.037*
ภายในกลุ่ม	364	144.651	.397		
รวม	367	148.062			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลลัพธ์กับวุฒิมการศึกษที่ต่างกันพบว่าวุฒิมการศึกษที่ต่างกันมีผลต่อระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลลัพธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.5 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลให้ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ภายในแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลผลิต กับรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ระหว่างกลุ่ม	5	5.279	1.056	4.106	.001**
ภายในกลุ่ม	361	92.828	.257		
รวม	366	98.107			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลผลิตกับรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันพบว่ารายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลลัพธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลลัพธ์ กับรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	5	4.839	.968	2.444	.034*
ภายในกลุ่ม	361	142.970	.396		
รวม	366	147.808			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลลัพธ์กับรายได้ต่อเดือนที่ต่างกันพบว่ารายได้ต่อเดือนที่ต่างกันมีผลต่อระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลผลิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.6 อายุงานที่แตกต่างกันมีผลให้ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลผลิต กับอายุงานที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	4	4.571	1.143	4.422	.002**
ภายในกลุ่ม	362	93.536	.258		
รวม	366	98.107			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.28 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลผลิตกับอายุงานที่ต่างกันพบว่าอายุงานที่ต่างกันมีผลต่อระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลลัพธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลลัพธ์
กับอายุงานที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	4	4.061		2.557	.039*
ภายในกลุ่ม	362	143.747			
รวม	366	147.808			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลลัพธ์กับอายุงานที่ต่างกันพบว่าอายุงานที่ต่างกันมีผลต่อระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลลัพธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.7 ระดับตำแหน่งที่แตกต่างกันมีผลให้ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ภายในแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลผลิต
กับระดับตำแหน่งที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	3	.927	.309	1.156	.326
ภายในกลุ่ม	357	95.438	.267		
รวม	360	96.366			

จากตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลผลิตกับระดับตำแหน่งที่ต่างกันพบว่าระดับตำแหน่งที่ต่างกันมีผลต่อระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลผลิตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลลัพธ์
กับระดับตำแหน่งที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	3	1.327	.442	1.099	.350
ภายในกลุ่ม	356	143.302	.403		
รวม	359	144.629			

จากตารางที่ 4.31 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลลัพธ์กับระดับตำแหน่งที่ต่างกันพบว่าระดับตำแหน่งที่ต่างกันมีผลต่อระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลลัพธ์ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.8 สังกัดที่แตกต่างกันมีผลให้ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลผลิต
กับสังกัดที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	12	5.597	.466	1.788	.049*
ภายในกลุ่ม	355	92.635	.261		
รวม	367	98.232			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.32 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลผลิตกับสังกัดที่ต่างกันพบว่าสังกัดที่ต่างกันมีผลต่อระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลผลิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลลัพธ์ กับสังกัดที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	12	11.679	.973	2.533	.003**
ภายในกลุ่ม	355	136.383	.384		
รวม	367	148.062			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.33 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลลัพธ์กับสังกัดที่ต่างกันพบว่าสังกัดที่ต่างกันมีผลต่อระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ ด้านผลลัพธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5.2 การทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ที่แตกต่างกันมีผลให้การใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร และผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่า F-test

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อที่ต่างกันมีผลต่อการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ความถี่ในการติดตามข่าวสารที่แตกต่างกันมีผลให้การใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านเนื้อหา
กับความถี่ในการติดตามข่าวสารที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	3	8.946	2.982	18.441	.000**
ภายในกลุ่ม	364	58.863	.162		
รวม	367	67.810			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.34 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านเนื้อหากับความถี่ในการติดตามข่าวสารที่ต่างกันพบว่าความถี่ในการติดตามข่าวสารที่ต่างกันมีผลต่อระดับการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านเนื้อหาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน
ด้านการเผยแพร่กับความถี่ในการติดตามข่าวสารที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	3	4.941	1.647	6.815	.000**
ภายในกลุ่ม	362	87.478	.242		
รวม	367	92.419			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.35 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านการเผยแพร่กับความถี่ในการติดตามข่าวสารที่ต่างกันพบว่าความถี่ในการติดตามข่าวสารที่ต่างกันมีผลต่อระดับการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านการเผยแพร่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานที่ 2.2 พฤติกรรมหลังได้รับข่าวสารที่แตกต่างกันมีผลให้การใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านเนื้อหา กับพฤติกรรมหลังได้รับข่าวสารที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	2	1.543	.772	4.287	.014*
ภายในกลุ่ม	262	65.150	.180		
รวม	364	66.693			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.36 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านเนื้อหากับพฤติกรรมหลังได้รับข่าวสารที่ต่างกันพบว่าพฤติกรรมหลังได้รับข่าวสารที่ต่างกันมีผลต่อระดับการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านเนื้อหาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านการเผยแพร่กับพฤติกรรมหลังได้รับข่าวสารที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	2	.822	.411	1.629	.198
ภายในกลุ่ม	360	90.816	.252		
รวม	362	91.638			

จากตารางที่ 4.37 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านการเผยแพร่กับพฤติกรรมหลังได้รับข่าวสารที่ต่างกันพบว่าพฤติกรรมหลังได้รับข่าวสารที่ต่างกันมีผลต่อระดับการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านการเผยแพร่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ช่วงเวลาติดตามข่าวสารที่แตกต่างกันมีผลให้การใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านเนื้อหา กับช่วงเวลาติดตามข่าวสารที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	4	1.571	.393	2.146	.075
ภายในกลุ่ม	358	65.498	.183		
รวม	362	67.069			

จากตารางที่ 4.38 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านเนื้อหากับช่วงเวลาติดตามข่าวสารที่ต่างกันพบว่าช่วงเวลาติดตามข่าวสารที่ต่างกันมีผลต่อระดับการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านเนื้อหาไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านการเผยแพร่กับช่วงเวลาติดตามข่าวสารที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	4	2.675	.669	2.696	.031*
ภายในกลุ่ม	357	88.549	.248		
รวม	361	91.224			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.39 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านการเผยแพร่กับช่วงเวลาติดตามข่าวสารที่ต่างกันพบว่าช่วงเวลาติดตามข่าวสารที่ต่างกันมีผลต่อระดับการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านการเผยแพร่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2.4 ช่องทางการติดตามที่แตกต่างกันมีผลให้การใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านเนื้อหา กับช่องทางการติดตามที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	8	26.665	3.333	30.395	.000*
ภายในกลุ่ม	351	38.491	.110		
รวม	359	65.156			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.40 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านเนื้อหา กับช่องทางการติดตามที่ต่างกันพบว่าช่องทางการติดตามที่ต่างกันมีผลต่อระดับการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านเนื้อหาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านการเผยแพร่กับช่องทางการติดตามที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	8	35.833	4.479	29.382	.000*
ภายในกลุ่ม	349	53.203	.152		
รวม	357	89.036			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.41 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านการเผยแพร่กับช่องทางการติดตามที่ต่างกันพบว่าช่องทางการติดตามที่ต่างกันมีผลต่อระดับการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านการเผยแพร่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5.3 การทดสอบสมมติฐานพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันมีผลต่อผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ที่แตกต่างกันโดยพิจารณาจากค่า F-test

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ต่างกันมีผลต่อผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.1 ความถี่ในการติดตามข่าวสารที่ต่างกันมีผลให้ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลผลิต กับความถี่ในการติดตามข่าวสารที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	3	2.830	.943	3.599	.014*
ภายในกลุ่ม	364	95.402	.262		
รวม	367	98.232			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.42 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลผลิตกับความถี่ในการติดตามข่าวสารที่ต่างกันพบว่าความถี่ในการติดตามข่าวสารที่ต่างกันมีผลต่อระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลผลิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลลัพธ์ กับความถี่ในการติดตามข่าวสารที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	3	.484	.161	.398	.755
ภายในกลุ่ม	364	147.578	.405		
รวม	367	148.062			

จากตารางที่ 4.43 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลลัพธ์กับความถี่ในการติดตามข่าวสารที่ต่างกันพบว่าความถี่ในการติดตามข่าวสารที่ต่างกันมีผลต่อระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลลัพธ์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.2 พฤติกรรมหลังได้รับข่าวสารที่แตกต่างกันมีผลให้ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.44 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลผลิต กับพฤติกรรมหลังได้รับข่าวสารที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	2	2.429	1.215	4.616	.010*
ภายในกลุ่ม	362	95.249	.263		
รวม	364	97.678			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.44 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลผลิตกับพฤติกรรมหลังได้รับข่าวสารที่ต่างกันพบว่าพฤติกรรมหลังได้รับข่าวสารที่ต่างกันมีผลต่อระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลผลิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.45 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลลัพธ์ กับพฤติกรรมหลังได้รับข่าวสารที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	2	1.615	.808	2.012	.135
ภายในกลุ่ม	362	145.333	.401		
รวม	364	146.948			

จากตารางที่ 4.45 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลลัพธ์กับพฤติกรรมหลังได้รับข่าวสารที่ต่างกันพบว่าพฤติกรรมหลังได้รับข่าวสารที่ต่างกันมีผลต่อระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลลัพธ์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3.3 ช่วงเวลาติดตามข่าวสารที่แตกต่างกันมีผลให้ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.46 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลผลิต กับช่วงเวลาติดตามข่าวสารที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	4	4.158	1.040	3.966	.004**
ภายในกลุ่ม	358	93.849	.262		
รวม	362	98.008			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.46 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลผลิตกับช่วงเวลาติดตามข่าวสารที่ต่างกันพบว่าช่วงเวลาติดตามข่าวสารที่ต่างกันมีผลต่อระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลผลิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.47 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลลัพธ์ กับช่วงเวลาติดตามข่าวสารที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	4	6.655	1.664	4.224	.002**
ภายในกลุ่ม	358	141.002	.394		
รวม	362	147.657			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.47 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลลัพธ์กับช่วงเวลาติดตามข่าวสารที่ต่างกันพบว่าช่วงเวลาติดตามข่าวสารที่ต่างกันมีผลต่อระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลลัพธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สมมติฐานที่ 3.4 ช่องทางการติดตามที่แตกต่างกันมีผลให้ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.48 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลผลิต กับช่องทางการติดตามที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	8	31.772	3.972	21.456	.000**
ภายในกลุ่ม	350	64.785	.185		
รวม	358	96.557			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.48 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลผลิตกับช่องทางการติดตามที่ต่างกันพบว่าช่องทางการติดตามที่ต่างกันมีผลต่อระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลผลิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4.49 แสดงค่าสถิติเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลลัพธ์ กับช่องทางการติดตามที่ต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ระหว่างกลุ่ม	8	66.985	8.373	37.892	.000**
ภายในกลุ่ม	351	77.561	.221		
รวม	359	144.545			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.49 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลลัพธ์กับช่องทางการติดตามที่ต่างกันพบว่าช่องทางการติดตามที่ต่างกันมีผลต่อระดับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลลัพธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5.4 การทดสอบสมมติฐาน การใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในโดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson ' s Correlation Coefficient)

สมมติฐานที่ 4 การใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่

สมมติฐานที่ 4.1 การใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในด้านผลผลิต

ตารางที่ 4.50 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรกับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลผลิต

การใช้ประโยชน์จากสื่อ	ด้านผลผลิต	
	R	Sig.
ด้านเนื้อหา	.374	.000**
ด้านการเผยแพร่	.467	.000**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.50 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรกับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลผลิตพบว่า ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลผลิตมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในด้านเนื้อหา และด้านการเผยแพร่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 และเป็นไปในทิศทางบวก นั่นคือ ถ้าการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมีค่ามาก ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ก็จะมีค่ามากเช่นกัน

สมมติฐานที่ 4.2 การใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายในด้านผลลัพธ์

ตารางที่ 4.51 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรกับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลลัพธ์

การใช้ประโยชน์จากสื่อ	ด้านผลลัพธ์	
	R	Sig.
ด้านเนื้อหา	.478	.000**
ด้านการเผยแพร่	.545	.000**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.51 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรกับผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลลัพธ์ พบว่า ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ด้านผลลัพธ์มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ในด้านเนื้อหา และ ด้านการเผยแพร่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 และเป็นไปในทิศทางบวก นั่นคือ ถ้าการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมีค่ามาก ผลสัมฤทธิ์ของการประชาสัมพันธ์ภายใน ก็จะมีค่ามากเช่นกัน