

สื่อดิจิทัลและกิจกรรมที่ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาล
ของพนักงานองค์กรบริษัทมหาชน

DIGITAL MEDIA AND ACTIVITIES AFFECTING THE PERCEPTION OF GOVERNANCE
INFORMATION OF PUBLIC COMPANY EMPLOYEES

จตุพงศ์ ภูอาวุธ¹ และ วีรวีร์ วรารทไพบูลย์²

¹ฝ่าย HR Governance บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

²คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Jathupong Puawut¹ and Theerawee Waratornpaibul²

¹HR Governance CP ALL Public Company Limited

²Faculty of Business Administration Panyapiwat Institute of Management

(Received: February 18, 2021; Revised: May 9, 2021; Accepted: May 14, 2021)

บทคัดย่อ

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สื่อดิจิทัลที่ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงาน 2) กิจกรรมที่ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงาน 3) ทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างสื่อดิจิทัลและกิจกรรมที่ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงาน 4) รูปแบบการสื่อสารเชิงเหตุผลที่ส่งผลต่อการรับรู้ด้านธรรมาภิบาลของพนักงานพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การวิจัยเป็นเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ พนักงานองค์กรบริษัทมหาชน จำนวน 450 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม มีค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาเท่ากับ 0.950 และมีค่าความเชื่อมั่นรวมเท่ากับ 0.953 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ และค่าความโด่ง สถิติวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (SEM) ผลการวิจัยพบว่าพนักงานส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลจากกิจกรรมประเภท การรณรงค์ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.69$) รองลงมาเป็นการทดสอบ ($\bar{x} = 4.60$) การเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-learning) ($\bar{x} = 4.58$) ตามลำดับ และการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (SEM) สามารถสรุปได้ว่าสื่อดิจิทัลและกิจกรรม ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงานองค์กรบริษัทมหาชน มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งยืนยันผลได้จากการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structure Equation Model: SEM) โดยพบว่าสัดส่วนค่าสถิติ $\chi^2/df = 1.967$, GFI = 0.969, AGFI = 0.931, NFI = 0.986, RMSEA = 0.046, RMR = 0.019 ซึ่งค่าทั้งหมดจากการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) สอดคล้องกับเกณฑ์

คำสำคัญ: สื่อดิจิทัล, กิจกรรม, การรับรู้ด้านธรรมาภิบาล

ABSTRACT

The purposes of this study were to study 1) digital media that affect employees' perception of good governance 2) activities that affect employees' perception of governance information 3) direction of the relationship between digital media and

activities 4) rational communication models that affect employees' perceptions of governance are developed to be more effective. This is a quantitative methodology research. The sample used for this study were 450 employees in public companies. The tools used in the study was the questionnaire with the content validity of 0.950 and the reliability of 0.953. The data analysis was conducted by using descriptive and inferential statistics including percentage, mean, standard deviation, Skewness and Kurkosis, Confirmatory Factor Analysis and Structural Equation Modeling (SEM). The results were shown that employees got the most governance information from campaign activities ($\bar{x} = 4.69$). The second was a test ($\bar{x} = 4.60$) E-learning ($\bar{x} = 4.58$) respectively, And Structural Equation Modeling (SEM) It can be concluded that digital media and activities affect the perception of governance information of employees in public companies which was harmonious with empirical data. The analysis of Structure Equation Model (SEM) found that the proportion of statistical values $\chi^2/df = 1.967$, GFI= 0.969, AGFI= 0.931, NFI= 0.986, RMSEA= 0.046, RMR= 0.019 All values from Structural Equation Modeling (SEM) conformed to the criteria.

Keywords: Digital media, Activities, corporate governance awareness

บทนำ

ธรรมาภิบาล (Good Governance) เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนให้บ้านเมือง ประเทศชาติ พัฒนาและบรรลุผลตามนโยบายอย่างยั่งยืน สำหรับประเทศไทยหลังวิกฤตเศรษฐกิจต้มยำกุ้งปี 2540 เป็นจุดเริ่มต้นในการปฏิรูปประเทศครั้งสำคัญทั้งระบบ โดยนำหลักสำคัญของธรรมาภิบาลมาจัดระเบียบให้เกิดความยุติธรรม ความโปร่งใส และการมีส่วนร่วมของคนในชาติ ซึ่งเป็นหลักที่สามารถอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างสงบสุข แนวคิดธรรมาภิบาลถูกนำมาใช้เป็นข้อกำหนดในการบริหารงานของภาครัฐและภาคเอกชน โดยพยายามประยุกต์และปฏิบัติตาม ให้หลักธรรมาภิบาลเป็นสัญลักษณ์ของการมีคุณภาพ ศักยภาพ และความน่าสนใจในการลงทุนภายในประเทศ (สถาบันพระปกเกล้า, 2558) นอกจากนี้ยังมีดัชนีชี้วัดสำคัญๆ ได้นำมาใช้ในการประเมินธรรมาภิบาลของภาครัฐ เช่น ดัชนีชี้วัดธรรมาภิบาลโลก (World Wide Governance Index : WGI) ดัชนีชี้วัดภาพลักษณ์คอร์รัปชัน (Corruption Perceptions Index : CPI) เป็นต้น ประเทศไทยได้รับการตรวจสอบจากองค์กรเพื่อความโปร่งใสนานาชาติ (Transparency International หรือ TI) ซึ่งเป็นองค์กรอิสระนานาชาติ ในปี 2562 ดัชนีชี้วัดภาพลักษณ์คอร์รัปชันของประเทศไทยได้คะแนน 36 จากคะแนนเต็ม 100 ซึ่งได้คะแนนเท่ากับ ปี 2561 ได้รับคะแนน 36 จากคะแนนเต็ม 100 แต่อันดับลดลงจากที่ 99 เป็นคะแนนดัชนีชี้วัดภาพลักษณ์การคอร์รัปชันสะท้อนภาพลักษณ์ของประเทศ หากทุกภาคส่วนในประเทศตื่นตัวและมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการทุจริตคอร์รัปชันมากขึ้น จะทำให้ได้รับความเชื่อมั่นจากต่างประเทศ ทำให้เกิดการลงทุนจากต่างชาติมากขึ้น ส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศเติบโต ซึ่งการจะ

ยกระดับคะแนนดัชนีชี้วัดภาพลักษณ์การคอร์รัปชัน จะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนอย่างจริงจัง (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563)

ปัจจุบันภาคเอกชนมีการร่วมมือกันปฏิรูปและผลักดันการกำกับดูแลกิจการภาคเอกชนให้มีความก้าวหน้า โปร่งใสและตรวจสอบได้ โดยมีหน่วยงานกำกับดูแลบริษัทเอกชนและองค์กรอิสระในภาคเอกชน เช่น สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) สมาคมบริษัทจดทะเบียน สมาคมบริษัทจัดการกองทุนและสมาคมนักลงทุนไทย โดยหน่วยงานกำกับดูแล คือ สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และธนาคารแห่งประเทศไทยผลักดันให้บริษัทจดทะเบียนยึดเป็นแนวปฏิบัติที่ดีในการกำกับดูแลกิจการให้มีความโปร่งใสในการเปิดเผยข้อมูลในรายงานต่างๆ และมุ่งส่งเสริมให้บริษัทเอกชนปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพื่อเสริมให้ภาพลักษณ์การบริหารงานโดยรวมของประเทศไทยดีขึ้น และในด้านการดำเนินธุรกิจขององค์กรบริษัทมหาชน ได้มีการประเมินการกำกับดูแลกิจการที่ดีทั้งจากหน่วยงาน/องค์กร ภายในประเทศและภายนอกประเทศ เพื่อประเมินผลการปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาล เช่น ดัชนี Dow Jones Sustainability Indices (DJSI) เป็นดัชนีหลักทรัพย์ของบริษัทชั้นนำระดับโลกที่ผ่านการประเมินความยั่งยืน ตามตัวชี้วัดด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม, FTSE4Good Index เป็นดัชนีที่ประเมินศักยภาพขององค์กรในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social and Governance: ESG) สะท้อนความรับผิดชอบต่อองค์กรต่อสิ่งแวดล้อม และสังคม รวมถึงการมีบรรษัทภิบาลที่ดี ดัชนี SETTHSI (Thailand Sustainability Investment) หรือหุ้นยั่งยืน ดัชนีชี้วัดภาพลักษณ์ปัญหาคอร์รัปชัน (CPI) และระดับบริษัทจดทะเบียน เช่น แนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) โครงการประกาศรางวัลรายงานความยั่งยืน (Sustainability Report Award) เป็นต้น

ทั้งนี้องค์กรบริษัทมหาชนจะต้องมุ่งมั่นบริหารจัดการตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีมีจริยธรรม มีคุณธรรม โปร่งใส สามารถตรวจสอบได้และมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกส่วน โดยยึดมั่นการปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ สอดคล้องตามหลักมาตรฐานของประเทศและสากล การเป็นองค์กรธรรมาภิบาลที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนและสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกส่วน แต่ละองค์กรจึงให้ความสำคัญขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลที่ดีให้แก่พนักงานภายในองค์กรได้รับทราบผ่านสื่อดิจิทัลและกิจกรรมต่างๆ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสื่อดิจิทัลที่ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงาน
2. เพื่อศึกษากิจกรรมที่ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงาน
3. เพื่อศึกษาทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างสื่อดิจิทัลและกิจกรรมที่ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงาน
4. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารเชิงเหตุผลที่ส่งผลต่อการรับรู้ด้านธรรมาภิบาลของพนักงานพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สมมติฐานของการวิจัย

1. สื่อดิจิทัลส่งผลต่อการรับรู้ด้านธรรมาภิบาลของพนักงาน
2. กิจกรรมส่งผลต่อการรับรู้ด้านธรรมาภิบาลของพนักงาน
3. รูปแบบสื่อดิจิทัลมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อกิจกรรมที่ส่งผลต่อการรับรู้ด้านธรรมาภิบาลของพนักงานสัมพันธ์กันในแนวทางเดียวกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ พนักงานองค์กรบริษัทมหาชน 537,423 คน จำนวน 26 บริษัท ที่เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีมูลค่าหลักทรัพย์ตามตลาดสูงกว่า 100,000 ล้านบาท และได้รับการประเมินการกำกับดูแลกิจการบริษัทให้อยู่ในระดับดีเลิศ (Excellent CG Scoring) ประจำปี 2562 จากสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (Thai Institute Of Directors) ภายใต้การสนับสนุนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ พนักงานองค์กรบริษัทมหาชน จำนวน 26 บริษัท พนักงาน โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ใช้เกณฑ์จำนวนตัวแปรที่ศึกษาของ Hair, Black, Babin and Anderson (2010, pp.100-102) คือ อัตราส่วนระหว่างกลุ่มตัวอย่างต่อจำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปร เพื่อให้มีความเหมาะสมในการวัดควรเป็นอย่างน้อย 20 ตัวอย่างต่อ 1 ตัวแปร การวิจัยครั้งนี้มีจำนวนตัวแปร 15 ตัวแปร ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 300 คนเป็นอย่างน้อย เพื่อความเหมาะสมสำหรับนำไปวิเคราะห์ และการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจึงสุ่มกลุ่มตัวอย่าง เพิ่มขึ้นอีก (อย่างน้อย 10 เท่า) 150 คน ในการวิจัยครั้งนี้จึงใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 450 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage random sampling) ดังนี้

1.2.1 สุ่มองค์กรบริษัทมหาชนโดยเลือกใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) จากการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการจับฉลากจากรายชื่อองค์กรบริษัทมหาชน 26 บริษัท

1.2.2 สุ่มพนักงานโดยเลือกใช้วิธีการสุ่มอย่างแบบโควตา (Quota sampling) จากการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้กลุ่มย่อย โดยกำหนดตามตำแหน่งงานปัจจุบัน โดยกำหนดสัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ ระดับปฏิบัติการ (Officer/Worker) จำนวน 60% ระดับบังคับบัญชา (Supervisor/Junior Management) จำนวน 30% ระดับบริหาร (Management/Top Management/Top Executive) จำนวน 10%

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถาม ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย สื่อดิจิทัลและกิจกรรม ตัวแปรตาม ได้แก่ การรับรู้ด้านธรรมาภิบาล ซึ่งข้อมูลในแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานปัจจุบัน ประสบการณ์ทำงาน ข้อคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นของพนักงานด้านสื่อดิจิทัล
ตอนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นของพนักงานด้านกิจกรรม
ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาล
ข้อคำถามตอนที่ 2 - 4 ใช้รูปแบบช่องค่าคะแนนมาตราส่วนแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

แบบสอบถามชุดนี้ได้มีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ดังนี้

1) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยข้อคำถามในแบบสอบถามฉบับนี้ มีค่า IOC ระหว่าง 0.67 - 1.00 และแบบสอบถามใช้ในการเก็บข้อมูลงานวิจัยชิ้นนี้มีค่า IOC ทั้งหมด = 0.95 จึงถือว่ามีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและสามารถนำมาใช้ในงานวิจัยได้

2) การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามเมื่อนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างทดลอง 30 ชุด ได้ค่าความเชื่อมั่นรวมของแบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ 0.953 โดยค่าความเชื่อมั่นระดับความเชื่อมั่นรวมอยู่ระหว่าง 0.927 - 0.977 ซึ่งผ่านเกณฑ์สามารถนำมาใช้ในงานวิจัยได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้เก็บข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ดำเนินการเก็บข้อมูลกับพนักงานองค์กรบริษัทมหาชน จำนวนทั้งหมด 450 ชุด ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนธันวาคม 2563

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

4.1 วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา เพื่อใช้ในการศึกษาสื่อดิจิทัลและกิจกรรมที่ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงานองค์กรบริษัทมหาชน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis)

4.2 สถิติวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อใช้ในการศึกษาทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างสื่อดิจิทัลและกิจกรรม โดยวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง SEM (Structural Equation Modeling) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของสื่อดิจิทัลและกิจกรรมที่ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงานองค์กรบริษัทมหาชน

ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยด้านข้อมูลทั่วไป จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 450 คน จำแนกตามเพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย ร้อยละ 50.67 และเพศหญิงร้อยละ 49.33 ส่วนใหญ่อายุ 25 - 35 ปี ร้อยละ 63.56 รองลงมาอายุ 36 - 45 ปี ร้อยละ 19.33 อายุ 46 ปีขึ้นไป ร้อยละ 9.78 ตามลำดับ ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 71.33 รองลงมาระดับปริญญาโท ร้อยละ 27.56 ระดับอนุปริญญา

หรือเทียบเท่า ร้อยละ 0.89 ตามลำดับ ตำแหน่งงานปัจจุบันระดับปฏิบัติการ (Office/Worker) ร้อยละ 60 รองลงมา ระดับบังคับบัญชา (Supervisor/Junior Management) ร้อยละ 30 ระดับบริหาร (Management / Top Management / Top Executive) ร้อยละ 10 ตามลำดับ และมีประสบการณ์ทำงาน 1- 5 ปี ร้อยละ 53.11 รองลงมามีประสบการณ์ทำงาน 5 ปีขึ้นไป - 10 ปี ร้อยละ 22.89 มีประสบการณ์ทำงาน 10 ปีขึ้นไป - 15 ปี ร้อยละ 11.78 ตามลำดับ

2. สื่อดิจิทัลที่ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อข้อมูลด้านสื่อดิจิทัล ประเภทจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุด ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิจัยข้อมูลความคิดเห็นของพนักงานด้านสื่อดิจิทัล

ความคิดเห็นของพนักงานด้านสื่อดิจิทัล	(\bar{x})	S.D.	การแปรผล	SK	KU
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์	4.41	0.942	มากที่สุด	-1.724	2.622
วิดีโอออนไลน์	4.23	0.953	มากที่สุด	-1.373	1.815
เครือข่ายสังคมออนไลน์	3.91	1.155	มาก	-0.934	0.214
เว็บไซต์	3.81	0.989	มาก	-0.802	0.561

3. กิจกรรมที่ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อข้อมูลด้านกิจกรรม ประเภทการรณรงค์มากที่สุด ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิจัยข้อมูลความคิดเห็นของพนักงานด้านกิจกรรม

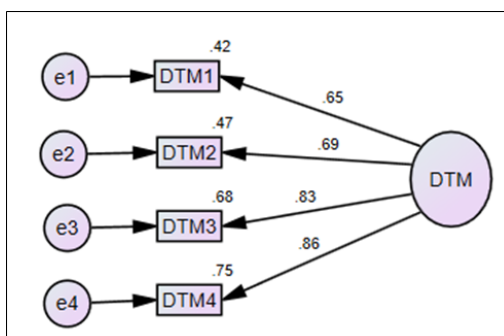
ความคิดเห็นต่อข้อมูลความคิดเห็นของพนักงานด้านกิจกรรม	(\bar{x})	S.D.	การแปรผล	SK	KU
การรณรงค์	4.69	0.596	มากที่สุด	-1.807	2.375
การทดสอบ	4.60	0.721	มากที่สุด	-1.844	3.098
การเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-learning)	4.58	0.713	มากที่สุด	-1.575	1.513
การฝึกอบรม	4.44	0.753	มากที่สุด	-1.159	0.594
การสัมมนา	3.96	0.983	มาก	-0.797	0.294

4. ผลการวิจัยข้อมูลความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาล พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาล ในหลักคุณธรรมมากที่สุด ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิจัยข้อมูลความคิดเห็นของพนักงานกิจกรรมธรรมาภิบาล

ความคิดเห็นต่อข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ ข้อมูลด้านธรรมาภิบาล	(\bar{x})	S.D.	การแปรผล	SK	KU
หลักนิติธรรม	4.48	0.758	มากที่สุด	-1.493	1.945
หลักคุณธรรม	4.59	0.694	มากที่สุด	-1.714	2.630
หลักความโปร่งใส	4.50	0.757	มากที่สุด	-1.490	1.848
หลักการมีส่วนร่วม	4.40	0.860	มากที่สุด	-1.516	2.122
หลักความรับผิดชอบ	4.52	0.750	มากที่สุด	-1.668	2.807
หลักความคุ้มค่า	4.56	0.712	มากที่สุด	-1.718	2.781

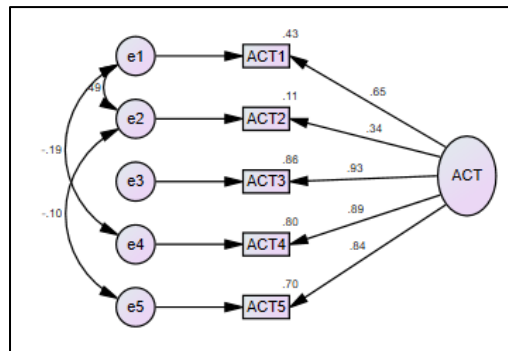
5. ทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างสื่อดิจิทัลและกิจกรรมที่ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงาน พบว่าการประเมินความสอดคล้องของโมเดลเกิดจากความสอดคล้องของโมเดลเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการใช้สถิติ Confirmatory Factor Analysis ของสื่อดิจิทัลและกิจกรรมที่ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงานองค์กรบริษัทมหาชน โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ได้ดังภาพที่ 1 -3 มีรายละเอียดดังนี้



$\chi^2 / df = 0.914$, $df = 2$, $P = 0.401$, $GFI = 0.998$, $RMSEA = 0.000$, $RMR = 0.007$, $*P < 0.05$

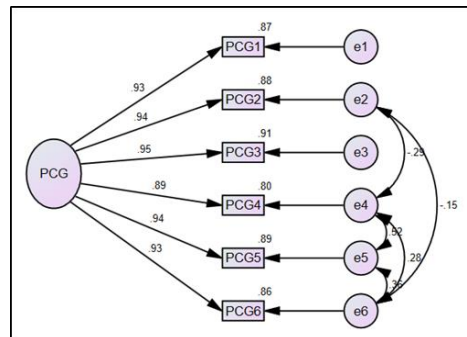
ภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดสื่อดิจิทัลในภาพรวม

จากค่าสถิติที่เป็นเกณฑ์การวัดต่างๆ เมื่อวิเคราะห์พบว่า ค่าไคสแควร์ (Chi-square) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($P > 0.05$) ซึ่งหมายความว่า โมเดลกับข้อมูลการวิเคราะห์มีความสอดคล้องกันกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ส่วนดัชนีที่กำหนดไว้ที่ระดับมากกว่า 0.90 พบว่า $GFI = 0.998$ และดัชนีที่กำหนดไว้ที่ระดับน้อยกว่า 0.05 พบว่า ดัชนี $RMSEA = 0.000$, $RMR = 0.007$ ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดเช่นกัน



$\chi^2 / df = 0.768, df = 2, P = 0.464, GFI = 0.999, RMSEA = 0.000, RMR = 0.003, *P < 0.05$
ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดกิจกรรมในภาพรวม

จากค่าสถิติที่เป็นเกณฑ์การวัดต่างๆ เมื่อวิเคราะห์พบว่า ค่าไคสแควร์ (Chi-square) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($P > 0.05$) ซึ่งหมายความว่า โมเดลกับข้อมูลการวิเคราะห์มีความสอดคล้องกันกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ส่วนดัชนีที่กำหนดไว้ที่ระดับมากกว่า 0.90 พบว่า $GFI = 0.999$ และดัชนีที่กำหนดไว้ที่ระดับน้อยกว่า 0.05 พบว่า ดัชนี $RMSEA = 0.000, RMR = 0.003$ ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดเช่นกัน



$\chi^2 / df = 1.746, df = 4, P = 0.137, GFI = 0.995, RMSEA = 0.041, RMR = 0.002, *P < 0.05$
ภาพที่ 3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลในภาพรวม

จากค่าสถิติที่เป็นเกณฑ์การวัดต่างๆ เมื่อวิเคราะห์พบว่า ค่าไคสแควร์ (Chi-square) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($P > 0.05$) ซึ่งหมายความว่า โมเดลกับข้อมูลการวิเคราะห์มีความสอดคล้องกันกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ส่วนดัชนีที่กำหนดไว้ที่ระดับมากกว่า 0.90 พบว่า $GFI = 0.995$ และดัชนีที่กำหนดไว้ที่ระดับน้อยกว่า 0.05 พบว่า ดัชนี $RMSEA = 0.041, RMR = 0.002$ ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดเช่นกัน

6. รูปแบบการสื่อสารเชิงเหตุผลที่ส่งผลต่อการรับรู้ด้านธรรมาภิบาลของพนักงาน พัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น พบว่าผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) มีการทดสอบดังนี้

6.1 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ด้วยค่าดัชนี KMO และค่า Bartlette's test of Sphericity เพื่อแสดงผลของความเป็นอิสระกันของปัจจัยแต่ละตัว ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ด้วยค่าดัชนี KMO และ ค่า Bartlette's test of Sphericity

สถิติทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร	ค่าสถิติที่ได้
Kaiser-Mefer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: KMO	0.938
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square 7,514.421
	df 105
	Sig. 0.000

ผลการวิเคราะห์ค่า Kaiser-Mefer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: KMO = ซึ่งมีค่าไม่ควรต่ำกว่า 0.6 ซึ่งผลของค่าที่วิเคราะห์ ได้ KMO = 0.938, Sig. = 0.000 และจึงสรุปได้ว่าตัวแปรสังเกตได้ไม่เป็นเมทริกเอกลักษณะ นำไปวิเคราะห์ปัจจัยได้ และตรวจสอบค่า Bartlette's test of Sphericity Sig. < 0.05 โดยค่าเปรียบเทียบเพื่อพิจารณา (KMO) ต้องมีค่าไม่ควรต่ำกว่า 0.6 (Tabachnick and Fidell, 1996)

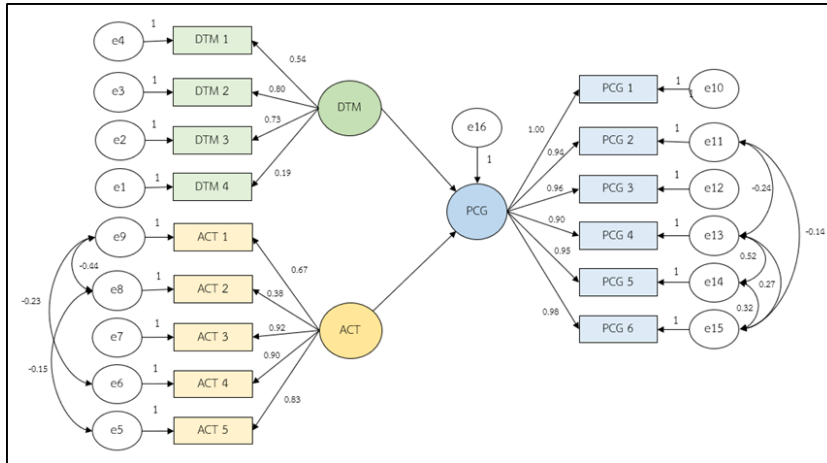
6.2 การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ ประกอบด้วยแปรสังเกตได้จะต้องใช้ตัวแปรที่มีมาตราวัดแบบช่วง (Interval scale) และมาตราวัดแบบสเกล (Ratio Scale) จำนวน 15 ตัว โดยใช้เมทริกสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ประกอบด้วย ตัวแปรด้านสื่อดิจิทัล ด้านกิจกรรม และการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาล ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต

ตัวแปร	DTM1	DTM2	DTM3	DTM4	ACT1	ACT2	ACT3	ACT4	ACT5	PCG1	PCG2	PCG3	PCG4	PCG5	PCG6
DTM1	1														
DTM2	.421**	1													
DTM3	.528**	.581**	1												
DTM4	.570**	.592**	.710**	1											
ACT1	.481**	.531**	.420**	.586**	1										
ACT2	.532**	.285**	.318**	.430**	.570**	1									
ACT3	.329**	.570**	.517**	.638**	.599**	.318**	1								
ACT4	.324**	.571**	.484**	.623**	.510**	.291**	.829**	1							
ACT5	.270**	.477**	.485**	.582**	.562**	.240**	.773**	.742**	1						
PCG1	.440**	.544**	.560**	.682**	.580**	.374**	.751**	.712**	.752**	1					
PCG2	.368**	.489**	.433**	.573**	.543**	.341**	.679**	.661**	.761**	.881**	1				
PCG3	.387**	.534**	.570**	.649**	.567**	.336**	.721**	.656**	.754**	.892**	.892**	1			
PCG4	.419**	.534**	.540**	.660**	.554**	.366**	.667**	.594**	.651**	.819**	.797**	.862**	1		
PCG5	.399**	.541**	.528**	.648**	.541**	.343**	.725**	.670**	.725**	.876**	.890**	.901**	.920**	1	
PCG6	.427**	.545**	.553**	.674**	.575**	.360**	.755**	.676**	.745**	.864**	.856**	.888**	.876**	.920**	1
n	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450

** มีความสัมพันธ์ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 (2-tailed)

จากกรอบแนวคิด สื่อดิจิทัล กิจกรรม ที่ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงานองค์กรบริษัทมหาชนภาพรวม ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถยืนยันในตัวแปรที่สามารถเขียนในรูปโมเดลสมการโครงสร้างที่ใช้ในการวิเคราะห์ ดังภาพที่ 4



$\chi^2 / df = 1.967, df = 54, P = 0.000, GFI = 0.969, RMSEA = 0.046, RMR = 0.019, *P < 0.05$

ภาพที่ 4 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสื่อดิจิทัล กิจกรรม ที่ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงานองค์กรบริษัทมหาชนภาพรวม ที่ได้จากการออกแบบแนวคิดในการวิจัย

จากภาพที่ 4 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสื่อดิจิทัล กิจกรรม ที่ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงานองค์กรบริษัทมหาชน การยืนยันองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้พบว่า ค่า Factor Loading มีค่าตั้งแต่ 0.19 - 0.98 ต้องมีเกณฑ์ตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป (Arbuckle, J. L., 2011) พบว่าค่า P มีค่า 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ซึ่งหมายความว่า ข้อมูลนี้ไม่สอดคล้องกับเกณฑ์ และเมื่อทำการพิจารณาค่าดัชนีที่กำหนดไว้ตามเกณฑ์ของสมการโครงสร้างซึ่งกำหนดไว้ระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 พบว่า GFI = 0.969, AGFI = 0.931, NFI = 0.986, RFI = 0.973, IFI = 0.993, CFI = 0.993 ซึ่งทั้งหมดมีค่าผ่านเกณฑ์ (Arbuckle, J. L., 2011) ส่วนค่าดัชนีที่กำหนดไว้เกณฑ์น้อยกว่า 0.05 พบว่า RMSEA = 0.046, RMR = 0.019 ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้เช่นเดียวกัน จึงสรุปได้ว่าตัวแบบสื่อดิจิทัล และกิจกรรม ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงานองค์กรบริษัทมหาชน

ผลการวิเคราะห์จากข้อมูลเบื้องต้นสามารถนำไปเขียนรูปสมการโครงสร้าง (Structure Equation Model: SEM) ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{การรับรู้ด้านธรรมาภิบาลของพนักงาน (PCG)} &= 0.670 (\text{ACT}) \\ \text{การรับรู้ด้านธรรมาภิบาลของพนักงาน (PCG)} &= 0.235 (\text{DTM}) \end{aligned}$$

อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาวิจัยเรื่อง สื่อดิจิทัลและกิจกรรมที่ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงานองค์กรบริษัทมหาชน มีประเด็นในการอภิปรายผล ดังนี้

1. อภิปรายผลการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงานองค์กรบริษัทมหาชน จากสื่อดิจิทัลและกิจกรรม

ผลจากการวิจัย พนักงานส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลธรรมาภิบาลจากกิจกรรมมากที่สุด 3 ประเภท ประกอบด้วย การรณรงค์ การทดสอบ และการเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-learning)

1.1 การรณรงค์ อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยที่ 4.69 เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่าพนักงานมีความคิดเห็นในระดับมากที่สุดในเรื่องท่านทราบว่าองค์กรมีการรณรงค์ด้านธรรมาภิบาลขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศิธาพิสุทธิ์ พรหมสาขา ณ สกลนคร (2559) ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อรณรงค์

ผลการศึกษาที่พบว่า กิจกรรมด้านการรณรงค์ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงานองค์กรบริษัทมหาชน มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งนภา พิตรปรีชา (2552) ที่ได้ให้แนวคิดจากการศึกษาว่าการรณรงค์จะต้องสื่อสารในประเด็นที่สำคัญ กระชับ จัดจาง่าย ให้กลุ่มเป้าหมายรับทราบและเข้าใจ

1.2 การทดสอบ จากผลการศึกษาที่พบว่า การทดสอบ สามารถสร้างการรับรู้ด้านธรรมาภิบาลให้พนักงานได้ ค่าเฉลี่ยที่ 4.60 มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ บรรยงค์ ไทจินดา (2543) ว่าการทดสอบเป็นกระบวนการที่ทำให้ได้มาซึ่งจำนวนหรือปริมาณของคุณสมบัติอย่างหนึ่ง เพื่อให้เกิดการตอบสนองออกมาในรูปแบบพฤติกรรมที่ต้องการ แล้วนำผลมาทำนายความสำเร็จหรือความล้มเหลวที่แสดงให้เห็นพฤติกรรมในการทำงาน

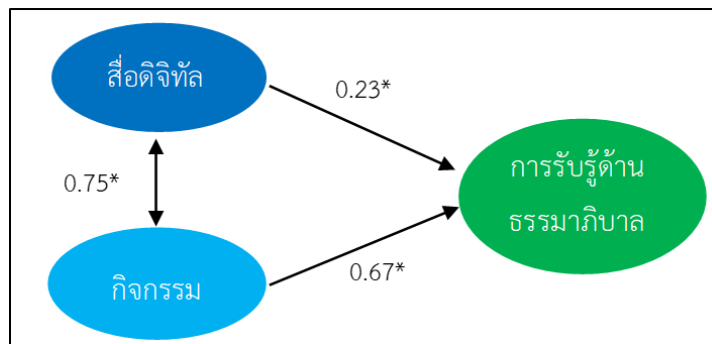
1.3 การเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-learning) จากผลการศึกษาของการเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-learning) พบว่าพนักงานรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาล ค่าเฉลี่ยที่ 4.58 มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ ฐาปนีย์ ธรรมเมธา (2557) ว่าการเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-learning) มีปฏิสัมพันธ์และวัดการประเมินผลได้ และเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเรียนรู้ของบุคคลในยุคนี้

ผลการศึกษาข้างต้นทำให้เข้าใจได้ว่าการที่จะทำให้พนักงานภายในองค์กรรับทราบข้อมูลด้านธรรมาภิบาลอาจทำได้โดยใช้กิจกรรม การรณรงค์เป็นหลักในการสร้างการรับรู้แต่ในขณะเดียวกันอาจใช้สื่อดิจิทัลและกิจกรรมอื่นๆ เพิ่มเติมให้มากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มแรงจูงใจให้เกิดการเปิดใจรับทราบข้อมูลธรรมาภิบาล เพื่อที่องค์กรจะได้เป็นองค์กรแห่งธรรมาภิบาลและเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพและความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

2. อภิปรายผลการทดสอบโมเดลสมการโครงสร้าง (Structure Equation Model: SEM) สื่อดิจิทัลและกิจกรรมที่ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงานองค์กรบริษัทมหาชน

ผลจากการวิจัยพบว่า สื่อดิจิทัลและกิจกรรม ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงานองค์กรบริษัทมหาชน มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งยืนยันผลได้จากการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structure Equation Model: SEM) โดยพบว่า สัดส่วนค่าสถิติ $\chi^2/df = 1.967$, GFI = 0.969, AGFI = 0.931, NFI = 0.986, RMSEA = 0.046, RMR = 0.019

ซึ่งค่าทั้งหมดจากการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) สอดคล้องกับเกณฑ์ (Arbuckle, J. L., 2011) จึงสรุปได้ว่า โมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสม กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตามตัวแบบ ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 ตัวแบบสื่อดิจิทัลและกิจกรรมที่ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงานองค์กรบริษัทมหาชนภาพรวม ที่มาจากข้อมูลเชิงประจักษ์

หมายเหตุ : \longrightarrow หมายถึง เส้นความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญ
 \longleftrightarrow หมายถึง เส้นความสัมพันธ์เชิงบวกสัมพันธ์กันในแนวทางเดียวกัน
 ค่าสถิติ $\chi^2/df = 1.967, df = 54, P = 0.000, GFI = 0.969, RMSEA = 0.046, RMR = 0.019, *P<0.05$

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

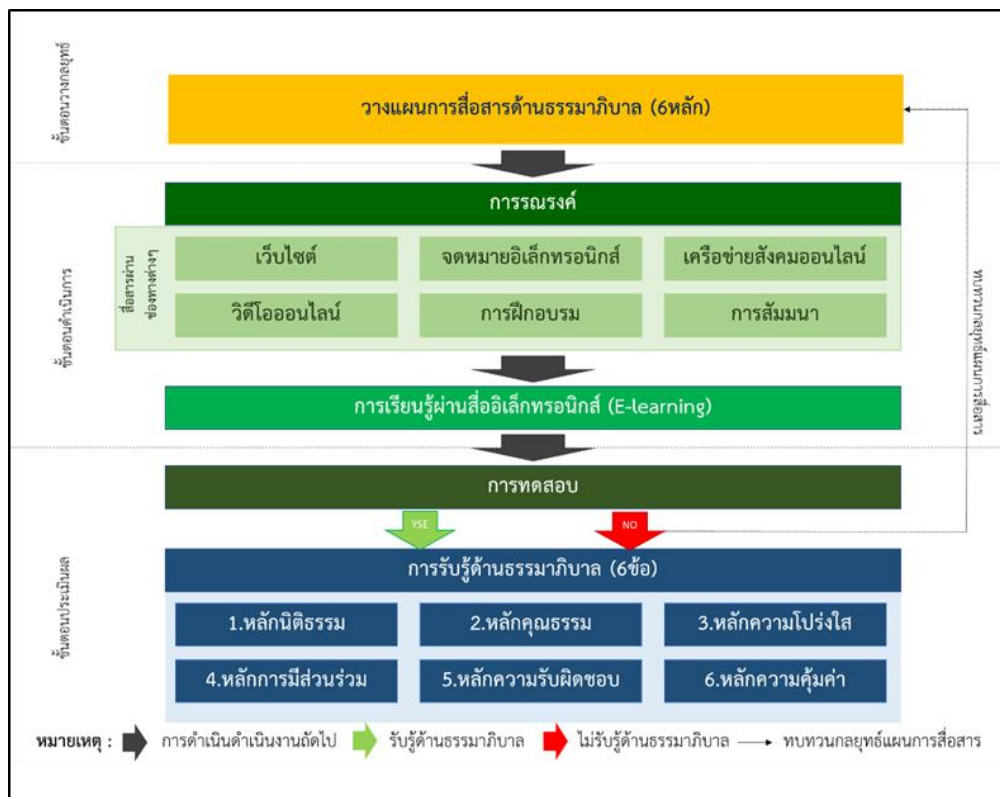
การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยนำผลการศึกษามาเสนอแนะการนำไปใช้ในองค์กร 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

1.1 หลักและวิธีการสร้างการรับรู้ให้พนักงานทราบข้อมูลธรรมาภิบาลนั้น องค์กรต้องทำให้พนักงานรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาล โดยทำการสื่อสารด้วยวิธีการรณรงค์ เพื่อโน้มน้าวใจให้พนักงานคล้อยตาม นำไปสู่การมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ จนเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยการรณรงค์จะช่วยให้เกิดความรู้ ความตระหนัก ความเข้าใจต่อเรื่องนั้นๆ และการเปลี่ยนแปลงทางความคิด ทำให้เกิดการพัฒนาที่ดีขึ้น และผลการวิจัยยังพบว่า สื่อดิจิทัลและกิจกรรมด้านอื่นๆ ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงานองค์กรบริษัทมหาชน ดังนั้นองค์กรจึงควรให้ความสำคัญต่อการสร้างการรับรู้จากสื่อดิจิทัลและกิจกรรมที่จะทำพร้อมๆ กับการรณรงค์ อาจจะเน้นในด้านที่ยังไม่ตอบสนองการรับรู้ของพนักงานให้มากยิ่งขึ้น

1.2 การสร้างความร่วมมือกับพนักงาน โดยเพิ่มความถี่ในการสื่อสารหรือดำเนินกิจกรรมให้มากยิ่งขึ้นเพื่อที่จะได้เป็นวิธีการที่จะทำให้พนักงานเข้าถึงข้อมูลด้านธรรมาภิบาล เช่น สร้างการรับรู้จากการสื่อสารข้อมูลระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ทั้ง Facebook กลุ่มขององค์กร และแอปพลิเคชัน ทำกิจกรรมให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์กันภายในองค์กรมากยิ่งขึ้น เป็นต้น เพื่อให้พนักงานเกิดความ

ตระหนักถึงการปฏิบัติด้านธรรมาภิบาลมากขึ้น เมื่อพนักงานให้ความร่วมมือแล้ว ในระยะยาวองค์กรจะได้บุคลากรที่มีคุณสมบัติตามหลักธรรมาภิบาล

1.3 ข้อเสนอแนะในการวางแผนการสื่อสารด้านธรรมาภิบาล สามารถนำมาสร้างเป็นแนวปฏิบัติเพื่อสร้างการรับรู้ด้านธรรมาภิบาลของพนักงานองค์กรบริษัทมหาชน ดังแสดงในภาพที่ 6



ภาพที่ 6 รวมการเชื่อมโยงข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา (ผู้วิจัย, 2563)

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถขยายต่อไปในทัศนะที่กว้างมากขึ้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาข้อมูลกับบริษัทจำกัดมหาชนต่างประเทศ เพื่อที่จะได้ทราบวิธีการสื่อสารข้อมูลต่างๆ ที่องค์กรนั้นๆ สื่อสารกับพนักงานว่ามีวิธีการใหม่ๆ เพื่อจะได้นำมาศึกษาและปรับใช้ในองค์กรของไทย

2.2 ควรศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่อาจส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงาน เช่น รูปแบบการสื่อสารข้อมูลและองค์ประกอบของการสื่อสารที่น่าสนใจ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่อาจส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาลของพนักงาน ซึ่งในทีนี้ถ้าทำการศึกษาจะทำให้ทราบว่าทั้งรูปแบบการสื่อสารข้อมูลและองค์ประกอบของการสื่อสารที่น่าสนใจ จะส่งผลอย่างไรต่อรับรู้ข้อมูล

ด้านธรรมาภิบาลของพนักงาน อันจะทำให้องค์กรนำผลการวิจัยไปจัดทำกลยุทธ์ให้พนักงานรับรู้ข้อมูลด้านธรรมาภิบาล

2.3 ควรมีการพัฒนาและปรับปรุงเนื้อหาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้สนใจที่จะเข้าศึกษาต่อและผู้ที่กำลังศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษา

2.4 ควรศึกษาเรื่องการสร้างการรับรู้ด้านธรรมาภิบาลให้แก่พนักงานส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมด้านการให้ความร่วมมือปฏิบัติตามธรรมาภิบาลหรือไม่ อย่างไร เพื่อนำไปสู่พฤติกรรมและความรับผิดชอบของพนักงานด้านธรรมาภิบาลต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ฐาปนีย์ ธรรมเมธา. (2557). **อีเลิร์นนิ่ง: จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ e-Learning: from theory to practice**. นนทบุรี: สหมิตรพริ้งตั่งแอนด์พับลิชชิง.
- บรรยงค์ โตจินดา. (2543). **การบริหารงานบุคคล**. กรุงเทพฯ: รวมสาส์น.
- รุ่งนภา พิตรปรีชา. (2552). **การรณรงค์และผลิตงานโฆษณา**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิธาพิสุทธิ์ พรหมสาขา ณ สกลนคร. (2559). การรับรู้ข่าวสาร ทักษะคิดและพฤติกรรมของกลุ่มแรงงานก่อสร้างต่อสื่อรณรงค์การเลิกสูบบุหรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร. **วารสารการสื่อสารและการจัดการนิต้า**, 2(1), 61-80.
- สถาบันพระปกเกล้า. (2558). **ดุลยอำนาจในการเมืองการปกครองไทย**. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). **ดัชนีชี้วัดภาพลักษณ์คอร์รัปชัน**. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2564, จาก https://www.nesdc.go.th/article_attach/article_file_20200127094731.pdf.
- Arbuckle, J. L. (2011). **AMOS 20.0 users guide**. Crawfordville, FL: Amos Development Corporation.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R.E. (2010). **Multivariate data analysis: A global perspective**. Upper Saddle River NJ: Pearson.
- Tabachnick, B.G. & Fidell, L.S. (1996). **Using Multivariate Statistics**. 3rd ed. New York: HarperCollins.