

บทที่ 4

ผลของการวิจัย

จากจำนวนตัวอย่างที่สุ่ม 400 คน เป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 12 เขต ซึ่งเป็นจำนวนประชากรตัวอย่างและเป็นตัวแทนเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และได้นำเสนอข้อมูลในรูปของตารางร้อยละ และตารางทดสอบค่าเฉลี่ย ซึ่งผลการวิจัยได้นำเสนอตามลำดับดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล และด้านข่าวสารของโรงงานยาสูบ
- ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบ โดยแบ่งออกเป็น
 - 2.1 ด้านองค์กร
 - 2.2 ด้านบทบาทหน้าที่
 - 2.3 ด้านสังคม
- ตอนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินงานในอนาคต
- ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลและด้านข่าวสารของโรงงานยาสูบ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ จะศึกษาเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ ส่วนข้อมูลด้านข่าวสารของโรงงานยาสูบจะศึกษาเกี่ยวกับภารกิจหน้าที่ของโรงงานยาสูบ แหล่งข้อมูลข่าวสาร ข่าวสารที่ได้รับจากสื่อในด้านบวกหรือลบ และข่าวสารที่ได้รับจากโรงงานยาสูบเป็นข่าวสารในด้านใด ซึ่งข้อมูลทั้งสองส่วนนี้จะเป็นจำนวนและร้อยละของประชาชน โดยข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บจากตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด สามารถแจกแจงรายละเอียดเป็นตารางดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลและด้านข่าวสารของโรงงานยาสูบ

ตารางที่ 4.1 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบ จำแนกตามเพศ

ข้อมูลส่วนบุคคล (เพศ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	177	44.25
หญิง	223	55.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบ จำแนกตามเพศ พบว่า จากจำนวน 400 คน มีเพศหญิง จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.75 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.25

ตารางที่ 4.2 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบ จำแนกตามอายุ

ข้อมูลส่วนบุคคล (อายุ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18 - 25 ปี	89	22.25
26 - 35 ปี	161	40.25
36 - 45 ปี	108	27.0
46 - 55 ปี	33	8.25
56 - 60 ปี	9	2.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบ จำแนกตามอายุ พบว่า จากจำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 26 – 35 ปี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 36 – 45 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 18 – 25 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 46 – 55 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 และอยู่ในช่วงอายุ 56 – 60 ปี น้อยที่สุด จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25

ตารางที่ 4.3 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบ จำแนกตามสถานภาพสมรส

ข้อมูลส่วนบุคคล (สถานะภาพสมรส)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	231	57.75
สมรส	144	36.0
หม้าย/หย่าร้าง	25	6.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบ จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า จากจำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นโสด จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 รองลงมาสมรสแล้ว จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 และหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 25 คนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.25

ตารางที่ 4.4 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบ จำแนกตามระดับการศึกษา

ข้อมูลส่วนบุคคล (ระดับการศึกษา)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	171	42.75
ปริญญาตรี	185	46.25
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	44	11.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า จากจำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.25 รองลงมามีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75 และมีการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่าจำนวน 44 คน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.0

ตารางที่ 4.5 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบ จำแนกตามอาชีพ

ข้อมูลส่วนบุคคล (อาชีพ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นิสิต/นักศึกษา	49	12.25
ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	200	50.0
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	83	20.75
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	38	9.5
อื่น ๆ ไปรกระบุ....	30	7.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบ จำแนกตามอาชีพ พบว่า จากจำนวน 400 คน มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 รองลงมาเป็นนิสิต/นักศึกษา จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 รองลงมาเป็นอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และอาชีพอื่น ๆ จำนวน 30คน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.5

ตารางที่ 4.6 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบ จำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลส่วนบุคคล (ระดับรายได้)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	181	45.25
10,001 – 20,000 บาท	121	30.25
20,001 – 30,000 บาท	53	13.25
สูงกว่า 30,000 บาท	45	11.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.6 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบ จำแนกตามระดับรายได้ พบว่า จากจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25 รองลงมามีรายได้ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 รองลงมามีรายได้ในช่วง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 และมีรายได้สูงกว่า 30,000 บาท จำนวน 45 คน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.25

ตารางที่ 4.7 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าโรงงานยาสูบมีภารกิจหน้าที่หลักอย่างไร

ภารกิจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ผลิตและจำหน่ายบุหรี่แต่เพียงผู้เดียวให้แก่ประชาชนชาวกรุงเทพและปริมณฑล	40	10
2. ผลิตและจำหน่ายบุหรี่แต่เพียงผู้เดียวให้แก่ประชาชนในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ	117	29.25
3. ผลิตและจำหน่ายบุหรี่แต่เพียงผู้เดียวและจำหน่ายไปยังต่างประเทศ	19	4.75
4. ผลิตและจำหน่ายบุหรี่แต่เพียงผู้เดียวให้แก่ประชาชนในภูมิภาคต่าง ๆ และส่งไปจำหน่ายบางส่วนไปยังต่างประเทศ	224	56.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.7 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่คิดว่าโรงงานยาสูบมีภารกิจหน้าที่หลักอย่างไร พบว่า จากจำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบถึงภารกิจหลักว่า โรงงานยาสูบผลิตและจำหน่ายบุหรี่แต่เพียงผู้เดียวให้แก่ประชาชนในภูมิภาคต่าง ๆ และส่งไปจำหน่ายบางส่วนไปยังต่างประเทศ จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาคิดว่าผลิตและจำหน่ายบุหรี่แต่เพียงผู้เดียวให้แก่ประชาชนในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 รองลงมาผลิตและจำหน่ายบุหรี่แต่เพียงผู้เดียวให้แก่ประชาชนชาวกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และผลิตและจำหน่ายบุหรี่แต่เพียงผู้เดียวและจำหน่ายไปยังต่างประเทศ จำนวน 19 คน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.75

ตารางที่ 4.8 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเห็นหรือเคยได้ยินแหล่งข่าวสารเกี่ยวกับโรงงานยาสูบ

ภารกิจหลัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. โทรทัศน์	261	65.25
2. หนังสือพิมพ์	182	45.5
3. วิทยุ	101	25.25
4. สื่อบุคคล เช่น ญาติ, เพื่อน	155	38.75
5. เจ้าหน้าที่/พนักงาน	63	15.75
6. รายงานประจำปี	24	6.0
7. นิตยสารยาสูบ/วารสาร	68	17.0
8. สติกเกอร์	76	19.0
9. ภาพและข่าวจากนิตยสาร	102	25.5

จากจำนวนผู้ตอบ 400 คน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากตารางที่ 4.8 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเคยเห็นหรือเคยได้ยินแหล่งข่าวสารเกี่ยวกับโรงงานยาสูบ พบว่า จากจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เคยเห็นหรือเคยได้ยินแหล่งข่าวสารเกี่ยวกับโรงงานยาสูบจากสื่อโทรทัศน์ จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.25 รองลงมาเป็นสื่อหนังสือพิมพ์ จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาเป็นสื่อบุคคล เช่น ญาติ เพื่อน จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75 รองลงมาเป็นสื่อภาพและข่าวจากนิตยสาร และสื่อวิทยุ มีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ 102 และ 101 คิดเป็นร้อยละ 25.5 รองลงมาเป็นสื่อสติกเกอร์ นิตยสารยาสูบ/วารสาร และเจ้าหน้าที่พนักงาน จำนวน 76, 68 และ 63 คิดเป็นร้อยละ 19.0, 17.0 และ 15.75 ตามลำดับ และสุดท้ายรายงานประจำปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

ตารางที่ 4.9 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข่าวสารเป็นด้านบวกหรือด้านลบ

การรับข่าวสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ด้านบวก	68	17.0
2. ด้านลบ	166	41.5
3. น้ำหนักพอกัน 2 ด้าน	166	41.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.9 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามได้รับข่าวสารเป็นด้านบวก หรือด้านลบ พบว่า จากจำนวน 400 คน ประชาชนส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารเป็นด้านลบ และน้ำหนักพอกัน 2 ด้าน (คือเป็นทั้งด้านบวกและด้านลบ) จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงได้รับข่าวสารในด้านบวก จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0

ตารางที่ 4.10 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข่าวสารในด้านใด

ข่าวสารที่ได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
1. ข่าวโรงงานยาสูบเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพ	46	11.5
2. ข่าวโรงงานยาสูบเป็นองค์กรที่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	148	37.0
3. ข่าวโรงงานยาสูบเป็นองค์กรที่ให้ความช่วยเหลือสังคม	56	14.0
4. ข่าวโรงงานยาสูบเป็นองค์กรที่มุ่งหวังผลกำไร	49	12.25
5. ข่าวโรงงานยาสูบเป็นรัฐวิสาหกิจที่จะเข้าสู่การแปรรูปเป็นมหาชน	55	13.75
6. ข่าวโรงงานยาสูบจะย้ายโรงงานผลิตไปที่แห่งใหม่	46	11.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.10 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามได้รับข่าวสารในด้านใด พบว่า จากจำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข่าวโรงงานยาสูบเป็นองค์กรที่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาเป็นข่าวโรงงานยาสูบเป็นองค์กรที่ให้ความช่วยเหลือสังคม และข่าวโรงงานยาสูบเป็นรัฐวิสาหกิจที่จะเข้าสู่การแปรรูปเป็นมหาชน มีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือจำนวน 56 และ 55 คิดเป็นร้อยละ 14.0 และ 13.75 ตามลำดับ รองลงมาเป็นข่าวโรงงานยาสูบเป็นองค์กรที่มุ่งหวังผลกำไร จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.25 ข่าวโรงงานยาสูบเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพ และข่าวโรงงานยาสูบจะย้ายโรงงานผลิตไปที่แห่งใหม่ มีจำนวนเท่ากันคือ 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5

4.2 ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลด้านภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบ

ตารางที่ 4.11 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างภาพลักษณ์ด้านองค์กร

ภาพลักษณ์โดยรวม	จำนวนคน/ระดับความคิดเห็น/ร้อยละ						X̄	S.D.	ระดับความเห็น
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม			
1. ด้านองค์กร									
1.1 โรงงานยาสูบเป็นองค์กรที่มีชื่อเสียง	90 (22.5)	141 (35.25)	130 (32.5)	28 (7.0)	11 (2.75)	400 (100)	3.6775	0.99	มาก
1.2 เป็นองค์กรที่มีความมั่นคง	92 (23.0)	188 (47.0)	86 (21.5)	27 (6.75)	7 (1.75)	400 (100)	3.8275	0.92	มาก
1.3 หลายปีที่ผ่านมาโรงงานยาสูบทำคุณประโยชน์ด้านเศรษฐกิจโดยรวมให้แก่ประเทศไทย	74 (18.5)	108 (27)	157 (39.25)	50 (12.5)	11 (2.75)	400 (100)	3.4600	1.01	ปานกลาง
**1.4 โรงงานยาสูบ เป็นองค์กรที่ขาดการพัฒนาตนเอง	29 (7.25)	77 (19.25)	152 (38.0)	116 (29.0)	26 (6.5)	400 (100)	3.0825	1.01	ปานกลาง
1.5 ในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันท่านคิดว่าโรงงานยาสูบมีเสถียรภาพ และมีความมั่นคง	59 (14.75)	154 (38.5)	139 (34.75)	38 (9.5)	10 (2.5)	400 (100)	3.5350	0.94	ปานกลาง
1.6 ผู้บริหารระดับสูงของโรงงานยาสูบ เป็นผู้ที่มีความสามารถเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป	43 (10.75)	112 (28.0)	174 (43.5)	55 (13.75)	16 (4.0)	400 (100)	3.2775	0.97	ปานกลาง
1.7 ผู้บริหารระดับสูงของโรงงานยาสูบ มีวิสัยทัศน์กว้างไกล	42 (10.5)	106 (26.5)	168 (42.0)	61 (15.25)	23 (5.75)	400 (100)	3.2075	1.01	ปานกลาง
1.8 การประชาสัมพันธ์ของข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของโรงงานยาสูบสามารถถ่ายทอดถึงสาธารณชนได้เป็นอย่างดี	27 (6.75)	84 (21.0)	160 (40.0)	95 (23.75)	34 (8.5)	400 (100)	2.9375	1.03	ปานกลาง
1.9 โรงงานยาสูบมีบุคลากรที่มีคุณภาพ	34 (8.5)	88 (22.0)	195 (48.75)	64 (16.0)	19 (4.75)	400 (100)	3.1350	0.95	ปานกลาง

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ภาพลักษณ์โดยรวม	จำนวนคน/ระดับความคิดเห็น/ร้อยละ						\bar{X}	S.D.	ระดับความเห็น
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม			
1. ด้านองค์กร (ต่อ)									
1.10 พนักงานของโรงงาน อาสาให้ข้อมูลข่าวสารที่ เป็นจริงแก่ภาครัฐ และ เอกชน	21 (5.25)	79 (19.75)	202 (50.5)	77 (19.25)	21 (5.25)	400 (100)	3.0050	0.90	ปานกลาง
1.11 บุคลากรมีอัธยาศัยและ มนุษยสัมพันธ์ดี	28 (7.0)	83 (20.75)	222 (55.5)	48 (12.0)	19 (4.75)	400 (100)	3.1325	0.88	ปานกลาง
1.12 โรงงานอาสาสมัครมี แบบ พนักงานที่มีรูปไป อาสา แสดงถึงความ เป็นโรงงานอาสา	42 (10.5)	108 (27.0)	168 (42.0)	67 (16.75)	15 (3.75)	400 (100)	3.2375	0.98	ปานกลาง
1.13 สัญลักษณ์ (logo) ของ โรงงานอาสาที่เป็นอักษร ย่อ รยส.มีความเหมาะสม ดีแล้ว	65 (16.25)	137 (34.25)	147 (36.75)	39 (9.75)	12 (3.0)	400 (100)	3.5100	0.98	ปานกลาง
1.14 บุหรีของ โรงงานอาสาได้ รับการวิจัยและตรวจสอบ ที่ได้มาตรฐาน	33 (8.25)	113 (28.25)	166 (41.5)	59 (14.75)	29 (7.25)	400 (100)	3.1550	1.01	ปานกลาง
**1.15 ควีนบุหรีจากผู้สูบบุหรี มี โอกาสทำให้ผู้ใกล้ชิดเป็น โรคมะเร็งปอด	264 (66.0)	70 (17.5)	38 (9.5)	16 (4.0)	12 (3.0)	400 (100)	1.6050	1.02	น้อย
**1.16 ผู้ที่สูบบุหรีเป็นประจำ ทำ ให้เป็น โรคถุงลมโป่งพอง	278 (69.5)	64 (16.0)	33 (8.25)	13 (3.25)	12 (3.0)	400 (100)	1.5425	0.99	น้อย
1.17 บุหรีที่มีก้นกรองช่วยกรอง ปริมาณนิโคตินให้ลดน้อย ลงในขณะที่สูบบุหรี	86 (21.5)	131 (32.75)	106 (26.5)	54 (13.5)	23 (5.75)	400 (100)	3.5075	1.14	ปานกลาง
1.18 ของบรรจุภัณฑ์บุหรีของ โรงงานอาสา มีความ เหมาะสมดีแล้ว	255 (13.75)	129 (32.25)	134 (33.5)	54 (13.5)	28 (7.0)	400 (100)	3.3225	1.09	ปานกลาง
1.19 บุหรีไทยควรมีผลิตใน ประเทศไทยเท่านั้น	111 (27.75)	125 (31.25)	78 (19.5)	56 (14.0)	30 (7.5)	400 (100)	3.5775	1.24	ปานกลาง

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ภาพลักษณ์โดยรวม	จำนวนคน/ระดับความคิดเห็น/ร้อยละ						\bar{X}	S.D.	ระดับความเห็น
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม			
1. ด้านองค์กร (ต่อ) 1.20 ราคาของบุหรี่ไม่เป็นอุปสรรคต่อผู้ที่ต้องการสูบบุหรี่	90 (22.5)	81 (20.25)	93 (23.25)	67 (16.75)	69 (17.25)	400 (100)	3.1400	1.39	ปานกลาง
1.21 โรงงานยาสูบ เป็นองค์กรที่มีการพัฒนาโดยนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการประกอบการ	45 (11.25)	124 (31.0)	175 (43.75)	43 (10.75)	13 (3.25)	400 (100)	3.3625	0.93	ปานกลาง
1.22 เครื่องจำหน่ายบุหรี่อัตโนมัติสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ที่ต้องการซื้อบุหรี่	45 (11.25)	107 (26.75)	119 (29.75)	60 (15.0)	69 (17.25)	400 (100)	2.9975	1.25	ปานกลาง
1.23 สถานที่ตั้งของโรงงานยาสูบตั้งอยู่ในย่านกลางใจเมือง ทำให้การติดต่อมีความสะดวกรวดเร็ว	65 (16.25)	90 (22.5)	133 (28.25)	78 (19.5)	54 (13.5)	400 (100)	3.0850	1.27	ปานกลาง
1.24 อาคารภายในสำนักงานกว้างขวางมีความสะอาดเรียบร้อย	46 (11.5)	123 (30.75)	178 (44.5)	35 (8.75)	18 (4.5)	400 (100)	3.3600	0.95	ปานกลาง
1.25 พื้นที่จอดรถกว้างขวางเหมาะสมกับผู้เข้ามาติดต่อขอใช้บริการที่โรงงานยาสูบ	76 (19.0)	113 (28.25)	162 (40.5)	35 (8.75)	14 (3.5)	400 (100)	3.5050	1.01	ปานกลาง

หมายเหตุ $n = 400$ $\bar{X} = 3.167$ S.D. = .48632 (รวม 25 ข้อ)

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านองค์กรในระดับปานกลาง โดยประชาชนส่วนใหญ่เห็นด้วยจากค่าเฉลี่ยสูงสุดในหัวข้อโรงงานยาสูบเป็นองค์กรที่มีความมั่นคง ($\bar{X} = 3.828$) รองลงมาเห็นด้วยในหัวข้อโรงงานยาสูบเป็นองค์กรที่มีชื่อเสียง ($\bar{X} = 3.6775$) ส่วนในหัวข้อควันบุหรี่จากผู้สูบบุหรี่ มีโอกาสทำให้ผู้ใกล้ชิดเป็นโรคมะเร็งปอด ($\bar{X} = 1.605$) และผู้ที่สูบบุหรี่เป็นประจำ ทำให้เป็นโรคถุงลมโป่งพอง ($\bar{X} = 1.543$) ประชาชนส่วนใหญ่เห็นด้วยโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 4.12 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างภาพลักษณ์ด้านบทบาทหน้าที่

ภาพลักษณ์โดยรวม	จำนวนคน/ระดับความคิดเห็น/ร้อยละ						\bar{X}	S.D.	ระดับความเห็น
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม			
2. ด้านบทบาทหน้าที่									
**2.1 โรงงานยาสูบมีบทบาทที่ปรากฏให้สาธารณชนเห็นน้อยมาก คนส่วนใหญ่จึงยังไม่ค่อยรู้จัก	87 (21.75)	127 (31.75)	116 (29.0)	46 (11.5)	24 (6.0)	400 (100)	2.4825	1.13	ปานกลาง
**2.2 ไม่มีความจำเป็นที่ประเทศไทยที่จะต้องมีโรงงานยาสูบ	83 (20.75)	69 (17.25)	97 (24.25)	103 (25.75)	48 (12.0)	400 (100)	2.9100	1.38	ปานกลาง
2.3 โรงงานยาสูบช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ	63 (15.75)	105 (26.25)	148 (37.0)	58 (14.5)	26 (6.5)	400 (100)	3.3025	1.10	ปานกลาง
2.4 การผลิตบุหรี่ ทำให้เกิดการจ้างงาน	85 (21.25)	123 (30.75)	137 (34.25)	37 (9.25)	18 (4.5)	400 (100)	3.5500	1.06	ปานกลาง
2.5 ในอนาคต โรงงานยาสูบอาจไม่ใช่ผู้ผลิตรายเดียวในประเทศไทย	48 (12.0)	105 (26.25)	131 (32.75)	69 (17.25)	47 (11.75)	400 (100)	3.0950	1.17	ปานกลาง
**2.6 การดำเนินงานของโรงงานยาสูบสร้างความไม่พอใจให้แก่ชุมชนใกล้เคียง	61 (15.25)	94 (23.5)	167 (41.75)	57 (14.25)	21 (5.25)	400 (100)	2.7075	1.06	ปานกลาง
2.7 โรงงานยาสูบ มีการตรวจสอบและวิจัยบุหรี่เพื่อพัฒนาคุณภาพการผลิต	51 (12.75)	126 (31.5)	170 (42.5)	39 (9.75)	14 (3.5)	400 (100)	3.4025	0.95	ปานกลาง
2.8 การผลิตบุหรี่ ทำให้เกิดรายได้ทั้งภายในประเทศ และมีการส่งออกไปยังต่างประเทศ	94 (23.5)	145 (36.25)	129 (32.25)	20 (5.0)	12 (3.0)	400 (100)	3.7225	0.98	มาก
2.9 โรงงานยาสูบ มีการปฏิบัติงานภายใต้กรอบของกฎหมาย มีความโปร่งใส และตรวจสอบได้	84 (21.0)	118 (29.5)	152 (38.0)	29 (7.25)	17 (7.25)	400 (100)	3.5575	1.03	ปานกลาง

หมายเหตุ

n = 400

 $\bar{X} = 3.192$

S.D. = .56582

(รวม 9 ข้อ)

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อสภาพลักษณะด้านบทบาทหน้าที่อยู่ในระดับปานกลาง โดยประชาชนส่วนใหญ่เห็นด้วยจากค่าเฉลี่ยสูงสุดในหัวข้อการผลิตบุหรี่ยังทำให้เกิดรายได้ทั้งภายในประเทศ และมีการส่งออกไปยังต่างประเทศ ($\bar{X} = 3.723$)

DPU

ตารางที่ 4.13 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างภาพลักษณ์ด้านบทบาทหน้าที่

ภาพลักษณ์โดยรวม	จำนวนคน/ระดับความคิดเห็น/ร้อยละ						\bar{X}	S.D.	ระดับ ความ เห็น
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย ปาน กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	รวม			
3. ด้านสังคม									
3.1 โรงงานยาสูบ มีส่วนช่วย สนับสนุนให้ทุนการศึกษา แก่ เด็กและเยาวชน	107 (26.25)	132 (33.0)	113 (28.25)	33 (8.25)	15 (3.75)	400 (100)	3.7075	1.07	มาก
3.2 โรงงานยาสูบ มีส่วนร่วม สร้างสวนสาธารณะเบญจ กิติ เพื่อให้ประชาชนไว้ พักผ่อน	122 (30.5)	132 (33.0)	105 (26.25)	23 (5.75)	18 (4.5)	400 (100)	3.7925	1.08	มาก
3.3 โรงงานยาสูบ มีส่วนร่วม ในการรักษาสุขภาพแวดล้อม	75 (18.75)	105 (26.25)	134 (33.5)	56 (14.0)	30 (7.5)	400 (100)	3.3475	1.16	ปาน กลาง
3.4 โรงงานยาสูบ มีส่วนช่วยใน เรื่องของปัญหาจราจรที่ติด ขัดในช่วงเวลาเร่งด่วน	72 (18.0)	91 (22.75)	117 (29.25)	85 (21.25)	35 (8.75)	400 (100)	3.2000	1.21	ปาน กลาง
3.5 โรงงานยาสูบ ได้จัดหน่วย แพทย์เคลื่อนที่ในการรักษา ชาวบ้านตามชุมชนต่าง ๆ	98 (24.5)	104 (26.0)	143 (35.75)	40 (10.0)	15 (3.75)	400 (100)	3.5750	1.08	ปาน กลาง
3.6 โรงงานยาสูบ มีส่วนร่วมใน การปลูกป่าเพื่อลดปัญหา มลพิษ	120 (30.0)	111 (27.75)	118 (29.5)	37 (9.25)	14 (3.5)	400 (100)	3.7150	1.10	ปาน กลาง

หมายเหตุ $n = 400$ $\bar{X} = 3.556$ S.D. = .89685 (รวม 6 ข้อ)

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านสังคม
อยู่ในระดับปานกลาง โดยประชาชนส่วนใหญ่เห็นด้วยจากค่าเฉลี่ยสูงสุดในหัวข้อโรงงานยาสูบ มี
ส่วนร่วมสร้างสวนสาธารณะเบญจกิติดีเพื่อให้ประชาชนไว้พักผ่อน ($\bar{X} = 3.793$) และ โรงงานยาสูบ
มีส่วนช่วยสนับสนุนให้ทุนการศึกษาแก่เด็กและเยาวชน ($\bar{X} = 3.708$)

4.3 ตอนที่ 3 แนวทางการดำเนินงานในอนาคตของโรงงานยาสูบ

ตารางที่ 4.14 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยว่า โรงงานยาสูบมีแนวโน้มที่จะ ย้ายฐานการผลิตไปที่แห่งใหม่ในอนาคต

แนวโน้มการย้ายฐานการผลิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เห็นด้วย	259	64.8
ไม่เห็นด้วย	141	35.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.14 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยว่าโรงงานยาสูบมีแนวโน้มที่จะย้ายฐานการผลิตไปที่แห่งใหม่ในอนาคต พบว่า จากจำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วย จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8 รองลงมาไม่เห็นด้วย จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3

ตารางที่ 4.15 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วยว่าฐานการผลิตของ โรงงานยาสูบควรย้ายไปที่
ภาคใด

ภาคต่าง ๆ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ภาคเหนือ	98	24.5
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	67	16.8
ภาคใต้	59	14.8
ภาคกลาง	27	6.8
มีผู้ไม่ตอบ	149	37.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.15 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าฐานการผลิตของ โรงงานยาสูบควรย้ายไปที่ภาคใด พบว่า จากจำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยว่า ควรจะย้ายไปภาคเหนือ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 รองลงมาภาคใต้ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 รองลงมาภาคกลาง จำนวน 27 คน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.8 และมีผู้ไม่ตอบ จำนวน 149 คน คิด เป็นร้อยละ 37.3

ตารางที่ 4.16 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าโรงงานยาสูบเหมาะสมที่จะไปจัดตั้งฐานการผลิตในที่แห่งใหม่ตามจังหวัดต่าง ๆ

จังหวัด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เชียงใหม่	28	7.0
2. เชียงราย	17	4.3
3. ยะลา	13	3.3
4. ปัตตานี	11	2.8
5. นราธิวาส	10	2.5
6. แพร่	9	2.3
7. ขอนแก่น	8	2.0
8. สระบุรี	7	1.8
9. นครราชสีมา นครนายก	5	1.3
10. ศิริสะเกษ อุดร	4	1.0
11. อุบลราชธานี น่าน ร้อยเอ็ด ลำปาง กรุงเทพฯ ดาก	3	0.8
12. แม่ฮ่องสอน มุกดาหาร ลำพูน สุราษฎร์ธานี บุรีรัมย์ อำนาจเจริญ อุบลราชธานี ชัยภูมิ	2	0.5
13. พะเยา หนองคาย ปทุมธานี ชุมพร ตรัง หนองบัวลำภู สงขลา ฉะเชิงเทรา สุโขทัย เพ็ชรบูรณ์ พิจิตร เพชรบุรี จันทบุรี	1	0.3
14. มีผู้ไม่ตอบ	231	57.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.16 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่คิดว่าโรงงานยาสูบเหมาะสมที่จะไปจัดตั้งฐานการผลิตในที่แห่งใหม่ตามจังหวัดต่าง ๆ พบว่า จากจำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าโรงงานยาสูบควรย้ายไปจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 รองลงมาเห็นว่าควรไปตั้งที่จังหวัดเชียงราย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 รองลงมาจังหวัดยะลา ปัตตานี นราธิวาส จำนวน 13, 11 และ 10 คิดเป็นร้อยละ 3.3, 2.8 และ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าโรงงานยาสูบควรจะผลิตสินค้าตัวอื่นควบคู่ไปกับการผลิตบุหรี่ยี่ห้อหรือไม่

การผลิตสินค้าตัวอื่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เห็นด้วย	250	62.5
ไม่เห็นด้วย	144	36.0
ไม่ตอบ	6	1.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.17 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่คิดว่าโรงงานยาสูบควรจะผลิตสินค้าตัวอื่นควบคู่ไปกับการผลิตบุหรี่ยี่ห้อหรือไม่ พบว่า จากจำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยที่โรงงานยาสูบจะผลิตสินค้าตัวอื่นควบคู่ไปกับการผลิตบุหรี่ยี่ห้อ จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาไม่เห็นด้วย จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 และมีผู้ไม่ตอบ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตารางที่ 4.18 ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าโรงงานยาสูบควรปรับปรุงในด้านใดบ้าง

ด้านที่ควรปรับปรุง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ผลิตภัณฑ์ เช่น รสชาติของบุหรี่ยี่ห้อ ราคาของบุหรี่ยี่ห้อ ขนาดของบุหรี่ยี่ห้อ และบรรจุภัณฑ์ของบุหรี่ยี่ห้อ	145	36.3
2. ระบบสิ่งแวดล้อมและมลพิษอันเกิดจากการผลิต	258	64.5
3. คุณภาพชีวิตของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์	281	70.3
4. สถานที่ทำงาน	84	21.0
5. ระบบการบริหารงาน	71	17.8
6. ระบบการติดต่อสื่อสาร	317	79.3
7. การบริการชุมชน เช่น จัดหน่วยแพทย์เคลื่อนที่	204	51.0
8. ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม	116	29.0

จากผู้ตอบจำนวน 400 คน ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.18 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่คิดว่าโรงงานยาสูบควรปรับปรุงในด้านใด พบว่า จากจำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าโรงงานยาสูบควรปรับปรุงด้านระบบการติดต่อสื่อสาร จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 79.3 รองลงมาเป็นด้านคุณภาพชีวิตของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3 รองลงมาเป็นด้านระบบสิ่งแวดล้อมและมลพิษอันเกิดจากการผลิต จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมาด้านการบริการชุมชน จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาด้านข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมาด้านสถานที่ทำงาน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 และสุดท้ายด้านระบบการบริหารงาน จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8

4.4 ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ประชาชนที่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์โดยรวม ของโรงงานยาสูบอยู่ในระดับดี

H_0 : ประชาชนที่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์โดยรวม ของโรงงานยาสูบอยู่ในระดับดี (≥ 3)

H_1 : ประชาชนที่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์โดยรวม ของโรงงานยาสูบอยู่ในระดับไม่ดี (≤ 3)

ตารางที่ 4.19 แสดงผลการทดสอบของประชาชนที่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์โดยรวม ของโรงงานยาสูบอยู่ในระดับดี

ภาพลักษณ์	n	\bar{X}	S.D.	t	Sig. (2-tailed)
ด้านองค์กร	400	3.167	0.486	27.858	.000
ด้านบทบาทหน้าที่	400	3.192	0.566	24.822	.000
ด้านสังคม	400	3.556	0.897	23.778	.000
โดยรวม	400	3.231	0.489	30.320	.000

จากตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบด้วยค่า t-test (one sample t-test) พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์โดยรวม ของโรงงานยาสูบอยู่ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ประชาชนที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์โดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านองค์กร ด้านบทบาทหน้าที่ และด้านสังคม ของโรงงานยาสูบแตกต่างกัน (จำแนกตามเพศ อายุ สถานะภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน)

สมมติฐาน : เพศกับภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ

H_0 : ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบแตกต่างกัน

H_1 : ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 แสดงผลการทดสอบของประชาชนที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบในด้านต่าง ๆ จำแนกตามเพศ

ภาพลักษณ์	\bar{X}		S.D.		n		t		P-Value
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	
ด้านองค์กร	3.19	3.15	0.52	0.46	177	223	0.76	0.75	0.182
ด้านบทบาทหน้าที่	3.25	3.15	0.56	0.57	177	223	1.84	1.84	0.815
ด้านสังคม	3.57	3.55	0.92	0.88	177	223	0.21	0.21	0.548
โดยรวม	3.26	3.21	0.51	0.47	177	223	1.01	1.00	0.545

จากตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบด้วยค่า F-test (Anova) พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านองค์กร ภาพลักษณ์ด้านบทบาทหน้าที่ ภาพลักษณ์ด้านสังคมและภาพลักษณ์โดยรวมของโรงงานยาสูบไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

สมมติฐาน : อายุกับภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ

H_0 : ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบแตกต่างกัน

H_1 : ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 แสดงผลการทดสอบของประชาชนที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบในด้านต่าง ๆ จำแนกตามอายุ

ภาพลักษณ์	\bar{X}					S.D.					n (400 คน)					F	P-Value
	18-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	56-60 ปี	18-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	56-60 ปี	18-25 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	56-60 ปี		
ด้านองค์กร	3.27	3.11	3.18	3.26	2.77	0.45	0.46	0.51	0.51	0.62	89	161	108	33	9	3.580	.007*
ด้านบทบาทหน้าที่	3.21	3.18	3.20	3.18	3.15	0.52	0.55	0.64	0.57	0.51	89	161	108	33	9	0.065	.992
ด้านสังคม	3.62	3.44	3.60	3.88	3.30	0.92	0.83	0.91	1.03	0.90	89	161	108	33	9	2.169	.072
โดยรวม	3.31	3.17	3.25	3.34	2.93	0.45	0.46	0.53	0.49	0.59	89	161	108	33	9	2.458	.045*

จากตารางที่ 4.21 ผลการทดสอบด้วยค่า F-test (Anova) พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านองค์กร และภาพลักษณ์โดยรวมของโรงงานยาสูบแตกต่างกัน สำหรับภาพลักษณ์ด้านบทบาทหน้าที่ และภาพลักษณ์ด้านสังคม ประชาชนที่มีอายุต่างก็มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.22 การทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ Tukey HSD ตามความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อ
 ภาพลักษณ์ด้านองค์กรของโรงงานยาสูบที่มีอายุต่างกัน โดยวิธีการ Tukey test

อายุ	\bar{X}	S.D.	18 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	56 – 60 ปี
18 – 25 ปี	3.268	.451		0.076	0.714	1.000	0.026*
26 – 35 ปี	3.105	.461			0.699	0.411	0.248
36 – 45 ปี	3.182	.510				0.909	0.098
46 – 55 ปี	3.264	.509					0.050
56 – 60 ปี	2.769	.619					

* $P < 0.05 = 0.026$

จากตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธีการ Tukey test ตามความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านองค์กรของโรงงานยาสูบที่มีอายุต่างกัน พบว่าประชาชนที่มีอายุ 18 – 25 ปี มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านองค์กรของโรงงานยาสูบแตกต่างกับประชาชนที่มีอายุ 56 – 60 ปี มากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.23 การทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ Scheffe' ตามความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อ
 ภาพลักษณ์โดยรวมของ โรงงานยาสูบ ที่มีอายุต่างกัน โดยวิธีการ Scheffe' test

อายุ	\bar{X}	S.D.	18 – 25 ปี	26 – 35 ปี	36 – 45 ปี	46 – 55 ปี	56 – 60 ปี
18 – 25 ปี	3.308	.451		0.339	0.945	0.999	0.302
26 – 35 ปี	3.172	.463			0.807	0.515	0.726
36 – 45 ปี	3.248	.533				0.926	0.479
46 – 55 ปี	3.339	.492					0.295
56 – 60 ปี	2.933	.587					

* P < 0.05

จากตารางที่ 4.23 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธีการ Scheffe' test ตาม
 ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์โดยรวมของ โรงงานยาสูบที่มีอายุต่างกัน พบว่า
 ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์โดยรวมของ โรงงานยาสูบไม่แตกต่างกัน
 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

สมมติฐาน : สถานะภาพสมรสกับภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ

H_0 : ประชาชนที่มีสถานะภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงาน ยาสูบแตกต่างกัน

H_1 : ประชาชนที่มีสถานะภาพสมรสต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงาน ยาสูบไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 แสดงผลการทดสอบของประชาชนที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงานงานยาสูบในด้านต่าง ๆ จำแนกตามสถานะภาพสมรส

ภาพลักษณ์	\bar{X}			S.D.			n (400 คน)			F	P-Value
	โสด	สมรส	หม้าย/ หย่า ร้าง	โสด	สมรส	หม้าย/ หย่า ร้าง	โสด	สมรส	หม้าย/ หย่า ร้าง		
ด้านองค์กร	3.17	3.16	3.18	0.45	0.55	0.42	231	144	25	0.037	.964
ด้านบทบาท หน้าที่	3.17	3.22	3.24	0.58	0.57	0.48	231	144	25	0.425	.654
ด้านสังคม	3.50	3.60	3.82	0.90	0.90	0.85	231	144	25	1.784	.169
โดยรวม	3.22	3.24	3.29	0.47	0.43	0.43	231	144	25	0.262	.770

จากตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบด้วยค่า F-test (Anova) พบว่า ประชาชนที่มีสถานะภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านองค์กร ภาพลักษณ์ด้านบทบาทหน้าที่ ภาพลักษณ์ด้านสังคม และภาพลักษณ์โดยรวมของโรงงานยาสูบไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

สมมติฐาน : ระดับการศึกษาสูงสุดกับภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ

H_0 : ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงาน ยาสูบแตกต่างกัน

H_1 : ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงาน ยาสูบไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 แสดงผลการทดสอบของประชาชนที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงานงานยาสูบในด้านต่าง ๆ จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ภาพลักษณ์	\bar{X}			S.D.			n (400 คน)			F	P-Value
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโทหรือสูงกว่า		
ด้านองค์กร	3.18	3.16	3.17	0.48	0.50	0.45	171	185	44	0.066	.936
ด้านบทบาทหน้าที่	3.18	3.20	3.21	0.51	0.59	0.65	171	185	44	0.078	.925
ด้านสังคม	3.55	3.56	3.56	0.93	0.91	0.72	171	185	44	0.004	.996
โดยรวม	3.23	3.23	3.23	0.47	0.51	0.46	171	185	44	0.008	.993

จากตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบด้วยค่า F-test (Anova) พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านองค์กร ภาพลักษณ์ด้านบทบาทหน้าที่ ภาพลักษณ์ด้านสังคม และภาพลักษณ์โดยรวมของโรงงานยาสูบไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

สมมติฐาน : อาชีพกับภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ

H_0 : ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบแตกต่างกัน

H_1 : ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 แสดงผลการทดสอบของประชาชนที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบในด้านต่าง ๆ จำแนกตามอาชีพ

ภาพลักษณ์	X					S.D.					n (400 คน)					F	P-Value
	นิติ/นักศึกษา	ถูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ	นิติ/นักศึกษา	ถูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ	นิติ/นักศึกษา	ถูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ		
ด้านองค์กร	3.36	3.10	3.20	3.19	3.17	0.47	0.47	0.51	0.51	0.46	49	200	83	38	30	2.932	.021*
ด้านบทบาทหน้าที่	3.27	3.13	3.23	3.24	3.31	0.51	0.56	0.61	0.59	0.50	49	200	83	38	30	1.300	.269
ด้านสังคม	3.94	3.42	3.49	3.65	3.88	0.78	0.93	0.83	0.82	0.91	49	200	83	38	30	4.71	.001*
โดยรวม	3.43	3.16	3.25	3.27	3.31	0.45	0.48	0.51	0.50	0.43	49	200	83	38	30	3.456	.009*

จากตารางที่ 4.26 ผลการทดสอบด้วยค่า F-test (Anova) พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านองค์กร ภาพลักษณ์ด้านสังคม และภาพลักษณ์โดยรวมของโรงงานยาสูบแตกต่างกัน สำหรับภาพลักษณ์ด้านบทบาทหน้าที่ ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.27 การทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ Scheffe' ตามความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อภาพ
ลักษณะด้านองค์กรของโรงงานยาสูบ ที่มีอาชีพต่างกัน โดยวิธีการ Scheffe' test

อาชีพ	\bar{X}	S.D.	นิสิต/ นักศึกษา	ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่น ๆ
นิสิต/ นักศึกษา	3.361	.470		0.026*	0.464	0.597	0.568
ลูกจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน	3.104	.472			0.709	0.916	0.975
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.196	.507				1.000	0.999
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	3.187	.507					1.000
อื่น ๆ	3.169	.460					

* $P < 0.05 = 0.026$

จากตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธีการ Scheffe' test ตาม
ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณะด้านองค์กรของโรงงานยาสูบที่มีอาชีพต่างกัน พบว่า
ประชาชนที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณะด้านองค์กรของโรงงานยาสูบ
แตกต่างกับอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.28 การทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ Scheffe' ตามความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านสังคมของโรงงานยาสูบ ที่มีอาชีพต่างกัน โดยวิธีการ Scheffe' test

อาชีพ	\bar{X}	S.D.	นิสิต/ นักศึกษา	ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่น ๆ
นิสิต/นักศึกษา	3.942	.781		0.009*	0.095	0.655	0.999
ลูกจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน	3.423	.930			0.984	0.730	0.140
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.494	.826				0.943	0.383
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	3.645	.819					0.882
อื่น ๆ	3.878	.912					

* $P < 0.05 = 0.009$

จากตารางที่ 4.28 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธีการ Scheffe' test ตามความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านสังคมของโรงงานยาสูบที่มีอาชีพต่างกัน พบว่าประชาชนที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านสังคมของโรงงานยาสูบแตกต่างกับอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.29 การทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ Scheffe' ตามความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์โดยรวมของโรงงานยาสูบ ที่มีอาชีพต่างกัน โดยวิธีการ Scheffe' test

อาชีพ	\bar{X}	S.D.	นิสิต/ นักศึกษา	ลูกจ้าง/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	อื่น ๆ
นิสิต/นักศึกษา	3.429	.447		0.016*	0.365	0.664	0.883
ลูกจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน	3.158	.484			0.733	0.803	0.645
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.248	.510				1.000	0.987
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	3.267	.499					0.998
อื่น ๆ	3.308	.434					

* $P < 0.05 = 0.016$

จากตารางที่ 4.29 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ โดยวิธีการ Scheffe' test ตามความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์โดยรวมของโรงงานยาสูบที่มีอาชีพต่างกัน พบว่าประชาชนที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์โดยรวมของโรงงานยาสูบแตกต่างกับอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

สมมติฐาน : รายได้เฉลี่ยขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ

H_0 : ประชาชนที่มีรายได้เฉลี่ยต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบแตกต่างกัน

H_1 : ประชาชนที่มีรายได้เฉลี่ยต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 แสดงผลการทดสอบของประชาชนที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงงานยาสูบในด้านต่าง ๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ย

ภาพลักษณ์	\bar{X}				S.D.				n (400 คน)				F	P-Value
	ไม่เกิน 10,001 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	สูงกว่า 30,000 บาท	ไม่เกิน 10,001 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	สูงกว่า 30,000 บาท	ไม่เกิน 10,001 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	สูงกว่า 30,000 บาท		
ด้านองค์กร	3.22	3.12	3.17	3.10	0.45	0.52	0.73	0.56	181	121	53	45	1.262	.287
ด้านบทบาทหน้าที่	3.24	3.13	3.25	3.12	0.49	0.62	0.57	0.67	181	121	53	45	1.365	.253
ด้านสังคม	3.56	3.54	3.53	3.62	0.89	0.92	0.82	0.96	181	121	53	45	0.100	.960
โดยรวม	3.27	3.19	3.24	3.18	0.45	0.53	0.44	0.58	181	121	53	45	0.941	.421

จากตารางที่ 4.30 ผลการทดสอบด้วยค่า F-test (Anova) พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านองค์กร ภาพลักษณ์ด้านบทบาทหน้าที่ ภาพลักษณ์ด้านสังคม และภาพลักษณ์โดยรวมของโรงงานยาสูบไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05