

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม” เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากนักศึกษาระดับปริญญาตรีของ คณะศิลปศึกษา คณะศิลปนาฏดุริยางค์ และคณะศิลปวิจิตร สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ จำนวน 350 คน นั้น ผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของตาราง และการบรรยายประกอบตามลำดับขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์
2. ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของนักศึกษา
3. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์
4. ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์
5. การทดสอบสมมติฐาน

#### ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากการศึกษาทำให้ทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ เพศ อายุ คณะที่ศึกษา ชั้นปีที่ศึกษา โดยกลุ่มตัวอย่างในที่นี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรีของ คณะศิลปศึกษา คณะศิลปนาฏดุริยางค์ และคณะศิลปวิจิตร สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ โดยข้อมูลในส่วนนี้จะแสดงเป็นจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ตามตารางที่ 4.1 – 4.4 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	127	36.28
หญิง	223	63.72
รวม	350	100

\* ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.482

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 350 ตัวอย่าง เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ เพศหญิง 223 คน คิดเป็นร้อยละ 63.72 และเพศชาย 127 คน คิดเป็นร้อยละ 36.28

ตารางที่ 4.2

แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ (ปี)

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
19	55	15.71
20	142	40.57
21	101	28.86
22	41	11.71
23	9	2.57
25	1	0.29
26	1	0.29
รวม	350	100

\* ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.1387

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีอายุ 20 ปี ซึ่งมีจำนวนมากที่สุด คือ 142 คน คิดเป็นร้อยละ 40.57 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 28.86 ลำดับต่อมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 19 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 15.71 ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกันกับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 22 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 11.71

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 23 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.57 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 25 ปีและ 26 ปี มีจำนวนอย่างละ 1 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 0.29 ตามลำดับ

#### ตารางที่ 4.3

แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามชั้นปี

ชั้นปี	จำนวน	ร้อยละ
ชั้นปีที่ 1	68	19.43
ชั้นปีที่ 2	126	36.00
ชั้นปีที่ 3	122	34.86
ชั้นปีที่ 4	33	9.43
ชั้นปีที่ 5	1	0.28
รวม	350	100

\* ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.908

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 2 มากที่สุด จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 34.86 ลำดับต่อมา กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 19.43 ส่วนกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 4 จำนวน 33 คนร้อยละ 9.43 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 5 จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.28 ตามลำดับ

## ตอนที่ 2 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของนักศึกษา

### ตารางที่ 4.4

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเฉลี่ย  
ของความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร

ความต้องการใช้ประโยชน์ ข้อมูลข่าวสาร	ระดับความต้องการนำไปใช้ ประโยชน์					ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า เฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
1. เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสาร/เหตุการณ์ ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในคณะหรือ สถาบัน เช่น ข่าวประกาศ ข่าว ประชาสัมพันธ์ ข่าวการสัมมนา ผีก่อบรม และข่าวการรับสมัครงาน เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.82= ต้องการมาก)	19.4 (68)	51.4 (180)	23.4 (82)	2.9 (10)	2.9 (10)	0.877	3.82
2. เพื่อตรวจสอบ/ค้นคว้าข้อมูลของคณะ หรือสถาบัน หลักสูตร กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.57= ต้องการมาก)	9.7 (34)	48.0 (168)	33.4 (117)	6.9 (24)	2.0 (7)	0.836	3.57
3. เพื่อการลงทะเบียนเรียน ตรวจสอบผล การลงทะเบียน ตรวจสอบผลการศึกษา และแจ้งจบการศึกษา ได้ถูกต้องและ ตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.11= ต้องการมาก)	31.4 (110)	52.9 (185)	12.3 (43)	1.7 (6)	1.7 (6)	0.807	4.11
4. เพื่อรับทราบข้อมูลด้านทุนการศึกษา และการกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา (กยศ.) (ค่าเฉลี่ย 3.97= ต้องการมาก)	29.1 (102)	46.3 (162)	19.4 (68)	3.2 (11)	2.0 (7)	0.891	3.97

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ความต้องการใช้ประโยชน์ ข้อมูลข่าวสาร	ระดับความต้องการนำไปใช้ประโยชน์					ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า เฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
5. เพื่อหาข้อแนะนำในการ ปฏิบัติตนให้เป็นนักศึกษาที่ดี ประสบความสำเร็จ ด้านการเรียน และนำเรื่องนั้น มาตัดสินใจ (ค่าเฉลี่ย 3.65= ต้องการมาก)	13.7 (48)	42.9 (150)	40.0 (140)	2.0 (7)	1.4 (5)	0.792	3.65
6. เพื่อนำมาช่วยในการเสริม ความคิดเห็นเดิมให้มั่นคง ยิ่งขึ้น เช่น ตรวจสอบความถูก ต้องของข้อมูลที่ได้รับมากับ แหล่งข้อมูลจริง (ค่าเฉลี่ย 3.58= ต้องการมาก)	11.1 (39)	41.7 (146)	42.3 (148)	3.4 (12)	1.4 (5)	0.789	3.58
7. เพื่อประโยชน์ของตนเองใน การติดต่อสื่อสารกับคณะและ สถาบัน (ค่าเฉลี่ย 3.62= ต้องการมาก)	15.4 (54)	40.0 (140)	36.9 (129)	6.6 (23)	1.1 (4)	0.864	3.62
8. เพื่อการมีส่วนร่วมกับสังคม คณะ และสถาบัน โดยการ นำไปสนทนาและร่วมแสดง ความคิดเห็นกับผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.51= ต้องการมาก)	12.9 (45)	33.4 (117)	46.9 (164)	5.7 (20)	1.1 (4)	0.832	3.51
ค่าเฉลี่ย			2.87 (พอใจปานกลาง)				
ค่าสูงสุด			2.99 (พอใจปานกลาง)				
ค่าต่ำสุด			2.61 (พอใจปานกลาง)				

สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยความต้องการใช้ประโยชน์ ข้อมูลข่าวสาร คือ

4.21 – 5.00 คะแนน	หมายถึง	มีความต้องการมากที่สุด
3.41 – 4.20 คะแนน	หมายถึง	มีความต้องการมาก
2.61 – 3.40 คะแนน	หมายถึง	มีความต้องการปานกลาง
1.81 – 2.60 คะแนน	หมายถึง	มีความต้องการน้อย
1.00 – 1.80 คะแนน	หมายถึง	มีความต้องการน้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.4 การประมวลผลความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร ของกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งหมด 8 ข้อ ได้ผลดังนี้

1. เพื่อการลงทะเบียนเรียน ตรวจสอบผลการลงทะเบียน ตรวจสอบผลการศึกษา และแจ้งจบการศึกษา ได้ถูกต้องและตรงตามเวลามากที่สุด กลุ่มตัวอย่างตอบ ต้องการมาก เป็นอันดับที่ 1 คือ จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมาคือ ต้องการมากที่สุด จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 31.4 ต้องการปานกลาง มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 และ ต้องการน้อยกับต้องการน้อยที่สุดมีค่าเท่ากันคือ จำนวนข้อละ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 เท่ากัน โดยค่าเฉลี่ยของความถี่ข้อนี้เท่ากับ 4.11 หรือ ต้องการมาก

2. เพื่อรับทราบข้อมูลด้านทุนการศึกษา และการกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา กลุ่มตัวอย่างตอบ ต้องการมาก เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมาคือ ต้องการมากที่สุด จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 ต้องการปานกลาง มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 ส่วนผู้ตอบต้องการน้อย มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 และต้องการน้อยที่สุด มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2 โดยค่าเฉลี่ยของความถี่ข้อนี้เท่ากับ 3.97 หรือ ต้องการมาก

3. เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสาร/เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในคณะหรือสถาบัน เช่น ข่าวประกาศ ข่าวประชาสัมพันธ์ ข่าวการสัมมนา ฝึกอบรม และข่าวการรับสมัครงาน เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างตอบ ต้องการมาก เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 51.4 รองลงมาคือ ต้องการปานกลาง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 ต้องการมาก มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 และต้องการน้อยกับต้องการน้อยที่สุดมีค่าเท่ากันคือ จำนวนข้อละ 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 เท่ากัน โดยค่าเฉลี่ยของความถี่ข้อนี้เท่ากับ 3.82 หรือ ต้องการมาก

4. เพื่อนำมาช่วยในการเสริมความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้น เช่น ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับมากับแหล่งข้อมูลจริง กลุ่มตัวอย่างตอบ ต้องการปานกลาง เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 42.3 รองลงมาคือ ต้องการมาก จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 ต้องการมากที่สุด มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 ส่วนต้องการน้อย มีจำนวน 12 คน

คิดเป็นร้อยละ 3.4 และต้องการน้อยที่สุด มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 โดยค่าเฉลี่ยของความ ต้องการข้อนี้เท่ากับ 3.58 หรือ ต้องการมาก

5. เพื่อตรวจสอบ/ค้นคว้าข้อมูลของคณะหรือสถาบัน หลักสูตร กฎ ระเบียบข้อบังคับ เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างตอบ ต้องการมาก เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมา คือ ต้องการปานกลาง จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4 ต้องการมากที่สุด มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 ส่วนต้องการน้อย มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9 และต้องการน้อยที่สุด มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2 โดยค่าเฉลี่ยของความ ต้องการข้อนี้เท่ากับ 3.57 หรือ ต้องการมาก

6. เพื่อหาข้อแนะนำในการปฏิบัติตนให้เป็นนักศึกษาที่ดี ประสบความสำเร็จด้าน การเรียน และนำเรื่องนั้นมาตัดสินใจ กลุ่มตัวอย่างตอบ ต้องการมาก เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาคือ ต้องการปานกลาง จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 40 ต้องการ มากที่สุด มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 ส่วนต้องการน้อย มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2 และต้องการน้อยที่สุด มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 โดยค่าเฉลี่ยของความ ต้องการข้อนี้ เท่ากับ 3.65 หรือ ต้องการมาก

7. เพื่อประโยชน์ของตนเองในการติดต่อสื่อสารกับคณะและสถาบัน กลุ่มตัวอย่าง ตอบ ต้องการมาก เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือ ต้องการ ปานกลาง จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 36.9 ต้องการมากที่สุด มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อย ละ 15.4 ส่วนต้องการน้อย มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.6 และต้องการน้อยที่สุด มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 โดยค่าเฉลี่ยของความ ต้องการข้อนี้เท่ากับ 3.62 หรือ ต้องการมาก

8. เพื่อการมีส่วนร่วมกับสังคม คณะ และสถาบัน โดยการนำไปสนทนาและร่วม แสดงความคิดเห็นกับผู้อื่น กลุ่มตัวอย่างตอบ ต้องการปานกลาง เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 46.9 รองลงมาคือ ต้องการมาก จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4 ต้องการมาก ที่สุด มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9 ส่วนต้องการน้อย มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 และต้องการน้อยที่สุด มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.1 โดยค่าเฉลี่ยของความ ต้องการข้อนี้ เท่ากับ 3.51 หรือ ต้องการมาก

ข้อน่าสังเกต คือ ด้านที่กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ซึ่งตีความได้ว่า แม้ว่าจะเป็นความต้องการในระดับต่ำที่สุดของด้านต่าง ๆ แต่ยังคงอยู่ใน เกณฑ์ ระดับความต้องการมาก

จากระดับค่าคะแนนดังกล่าว จึงสามารถสรุปค่าเฉลี่ยของความ ต้องการใช้ประโยชน์ ข้อมูลข่าวสารของนักศึกษา เท่ากับ 4.133 หรือ อยู่ในระดับมีความต้องการมาก

**ตอนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์  
ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์**

ตารางที่ 4.5

แสดงจำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์	เปิดรับสื่อ		ไม่เปิดรับสื่อ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
Website ของคณะและสถาบัน	319	91.1	31	8.9	350	100.0
สื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ฝ่ายทะเบียนและประมวลผล ฝ่ายการเงิน ฝ่ายเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา ฝ่ายกิจการนักศึกษา ฯลฯ	313	89.4	37	10.6	350	100.0
สื่ออื่น ๆ (ป้ายโฆษณา ใบปิดหน้าลิฟท์ บอร์ดประชาสัมพันธ์)	336	96.0	14	4.0	350	100.0
ป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์ บริเวณภายในโรงอาหารของสถาบัน	292	83.4	58	16.6	350	100.0
ข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย	276	78.9	74	21.1	350	100.0
ใบปิด (Poster) การประกวดหรือการแสดงต่าง ๆ	319	91.1	31	8.9	350	100.0
ประกาศต่าง ๆ เช่น ทวนการศึกษา กำหนดการต่าง ๆ	309	88.3	41	11.7	350	100.0
แผ่นพับประชาสัมพันธ์	291	83.1	59	16.9	350	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า นักศึกษามีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสื่ออื่น ๆ (ป้ายโฆษณา ใบปิดหน้าลิฟท์ บอร์ดประชาสัมพันธ์) มากที่สุดคือ เปิดรับ จำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 96.0 ไม่เปิดรับ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4 รองลงมา คือ Website ของคณะและสถาบัน และ สื่อใบปิด (Poster) การประกวดหรือการแสดงต่าง ๆ เท่ากันคือ เปิดรับ จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 91.1 ไม่เปิดรับ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 ลำดับต่อมาก็คือสื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่

ฝ่ายทะเบียนและประมวลผล ฝ่ายการเงิน ฝ่ายเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา ฝ่ายกิจการนักศึกษา ฯลฯ เปิดรับ จำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละร้อยละ 89.4 ไม่เปิดรับ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 10.6 สื่อประกาศต่าง ๆ เช่น ทูนาการศึกษา กำหนดการต่าง ๆ เปิดรับ จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 88.3 ไม่เปิดรับ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 สื่อป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์ บริเวณภายในโรงอาหารของสถาบัน เปิดรับ จำนวน 292 คนคิดเป็นร้อยละ 83.4 ไม่เปิดรับจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 ส่วนสื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ เปิดรับ จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 83.1 ไม่เปิดรับ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 16.9 และสื่อข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย เปิดรับ จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 78.9 ไม่เปิดรับ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1 ตามลำดับ

#### ตารางที่ 4.6

แสดงค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์	ค่าเฉลี่ยของความถี่
Website ของคณะและสถาบัน	$\bar{X} = 2.46$
สื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ฝ่ายทะเบียนและประมวลผล ฝ่ายการเงิน ฝ่ายเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา ฝ่ายกิจการนักศึกษา ฯลฯ	$\bar{X} = 2.29$
สื่ออื่น ๆ (ป้ายโฆษณา ใบปิดหน้าลิฟท์ บอร์ดประชาสัมพันธ์)	$\bar{X} = 2.54$
ป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์ บริเวณภายในโรงอาหารของสถาบัน	$\bar{X} = 1.99$
ข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย	$\bar{X} = 1.69$
ใบปิด (Poster) การประกวดหรือการแสดงต่าง ๆ	$\bar{X} = 2.27$
ประกาศต่าง ๆ เช่น ทูนาการศึกษา กำหนดการต่าง ๆ	$\bar{X} = 1.99$
แผ่นพับประชาสัมพันธ์	$\bar{X} = 1.67$

จากตารางที่ 4.6 พบว่า สื่ออื่น ๆ (ป้ายโฆษณา ใบปิดหน้าลิฟท์ บอร์ดประชาสัมพันธ์) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 2.54 รองลงมาคือ Website ของคณะและสถาบัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.46 ต่อมาคือสื่อบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ฝ่ายทะเบียนและประมวลผล ฝ่ายการเงิน ฝ่ายเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา ฝ่ายกิจการนักศึกษา ฯลฯ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.29 สื่อใบปิด (Poster) การประกวดหรือการ

แสดงต่าง ๆ ป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์ บริเวณภายในโรงอาหารของสถาบัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.99 สื่อประกาศต่าง ๆ เช่น ทูนกการศึกษา กำหนดการต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.99 ส่วนสื่อข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.69 และสื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.67 ตามลำดับ

#### ตอนที่ 4 ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

##### ตารางที่ 4.7

แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและค่าเฉลี่ยของ  
ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของ  
สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

ความพึงพอใจจากการใช้ประโยชน์ จากสื่อประชาสัมพันธ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
1. ทำให้รับทราบข้อมูลข่าวสาร/ เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายใน คณะหรือสถาบัน ได้อย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 2.91= พอใจปานกลาง)	3.4 (12)	19.1 (67)	50.9 (178)	18.0 (63)	8.6 (30)	0.920	2.91
2. ได้รับข้อมูลที่ต้องการ ซึ่งมี รายละเอียดมากพอ ครบถ้วน และ ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 2.89= พอใจปานกลาง)	2.3 (8)	19.4 (68)	50.0 (175)	21.4 (75)	6.9 (24)	0.874	2.89
3. สามารถติดต่อ และได้รับ คำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ใน ประเด็นที่ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 2.90= พอใจปานกลาง)	3.4 (12)	19.7 (69)	46.3 (162)	24.9 (87)	5.7 (20)	0.899	2.90

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ความพึงพอใจจากการใช้ประโยชน์ จากสื่อประชาสัมพันธ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่าเฉลี่ย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
4. สามารถลงทะเบียน ตรวจสอบผล การลงทะเบียนเรียน แจ้งจบ การศึกษา และตรวจสอบผล การศึกษาได้ตรงตามเวลา (ค่าเฉลี่ย 2.86= พหุใจปานกลาง)	2.6 (9)	16.8 (59)	52.9 (185)	19.4 (68)	8.3 (29)	0.883	2.86
5. ได้รับทราบสิทธิของตนเองในเรื่อง ทุนการศึกษา และกองทุนกู้ยืมเงิน เพื่อการศึกษา (ค่าเฉลี่ย 2.99= พหุใจปานกลาง)	1.7 (6)	24.6 (86)	51.1 (179)	16.3 (57)	6.3 (22)	0.885	2.99
6. ได้รับข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจ อย่างถูกต้องและแม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 2.61= พหุใจปานกลาง)	2.6 (9)	9.7 (34)	40.6 (142)	40.3 (141)	6.9 (24)	0.852	2.61
7. ได้รับความมั่นคงทางความคิดและ มีความมั่นใจเพิ่มมากขึ้น เช่น ความภาคภูมิใจในฐานะที่เป็น สถาบันที่เปิดสอนวิชาชีพเฉพาะ ชั้นสูงด้านนาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ และคีตศิลป์ของไทย (ค่าเฉลี่ย 2.97= พหุใจปานกลาง)	4.0 (14)	17.1 (60)	54.9 (192)	19.7 (69)	4.3 (15)	0.837	2.97
8. สามารถร่วมสนทนา และแสดง ความคิดเห็นกับผู้อื่นได้อย่าง ครบถ้วนและรอบด้าน (ค่าเฉลี่ย 2.80= พหุใจปานกลาง)	3.1 (11)	11.4 (40)	53.4 (187)	26.3 (92)	5.7 (20)	0.833	2.80
ค่าเฉลี่ย	2.87 (พหุใจปานกลาง)						
ค่าสูงสุด	2.99 (พหุใจปานกลาง)						
ค่าต่ำสุด	2.61 (พหุใจปานกลาง)						

สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจจากการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ คือ

4.21 – 5.00 คะแนน	หมายถึง	มีความพึงพอใจมากที่สุด
3.41 – 4.20 คะแนน	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก
2.61 – 3.40 คะแนน	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
1.81 – 2.60 คะแนน	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อย
1.00 – 1.80 คะแนน	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.7 การประมวลผลความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ของนักศึกษา ของกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งหมด 8 ข้อ ได้ผลดังนี้

1. ได้รับทราบสิทธิของตนเองในเรื่องทุนการศึกษา และกองทุนกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างตอบ พพอใจปานกลาง เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 51.1 รองลงมาคือ พพอใจมาก จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6 พพอใจน้อย มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ส่วนพพอใจน้อยที่สุด มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 และพพอใจมากที่สุด มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 โดยค่าเฉลี่ยของความต้องการข้อนี้เท่ากับ 2.99 หรือ พพอใจปานกลาง

2. พังพอใจในเรื่องการได้รับความมั่นคงทางความคิดและมีความมั่นใจเพิ่มมากขึ้น เช่น ความภาคภูมิใจในฐานะที่เป็นสถาบันที่เปิดสอนวิชาชีพเฉพาะชั้นสูงด้านนาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ และคีตศิลป์ของไทย กลุ่มตัวอย่างตอบ พพอใจปานกลาง เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 54.9 รองลงมาคือ พพอใจน้อย จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 พพอใจมาก มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 ส่วนพพอใจน้อยที่สุด มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 และพพอใจมากที่สุด มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4 โดยค่าเฉลี่ยของความต้องการข้อนี้เท่ากับ 2.97 หรือ พพอใจปานกลาง

3. พังพอใจกับการรับทราบข้อมูลข่าวสาร/เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในคณะหรือสถาบัน ได้อย่างรวดเร็ว กลุ่มตัวอย่างตอบ พพอใจปานกลาง เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 50.9 รองลงมา คือ พพอใจมาก จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 19.1 พพอใจน้อย มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ส่วนพพอใจน้อยที่สุด มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 และ พพอใจมากที่สุด มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 โดยค่าเฉลี่ยของความต้องการข้อนี้เท่ากับ 2.91 หรือ พพอใจปานกลาง

4. พังพอใจที่สามารถติดต่อ และได้รับคำแนะนำจากเจ้าหน้าที่ในประเด็นที่ต้องการ กลุ่มตัวอย่างตอบ พพอใจปานกลาง เป็นอันดับที่ 1 คือ จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมา คือ พพอใจน้อย จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 24.9 พพอใจมาก มีจำนวน 69คน คิดเป็นร้อยละ 19.7

ส่วนพอใจน้อยที่สุด มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 และพอใจมากที่สุด มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 โดยค่าเฉลี่ยของความต้องการข้อนี้เท่ากับ 2.90 หรือ พอใจปานกลาง

5. ฟังพอใจที่ได้รับข้อมูลที่ต้องการ ซึ่งมีรายละเอียดมากพอ ครบถ้วน และชัดเจน กลุ่มตัวอย่างตอบ พอใจปานกลาง เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา คือ พอใจน้อย จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 พอใจมาก มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 ผู้ตอบ ส่วนพอใจน้อยที่สุด มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9 และพอใจมากที่สุด มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 โดยค่าเฉลี่ยของความต้องการข้อนี้เท่ากับ 2.89 หรือ พอใจปานกลาง

6. ฟังพอใจที่สามารถลงทะเบียน ตรวจสอบผลการลงทะเบียนเรียน แจ้งจบการศึกษา และตรวจสอบผลการศึกษาได้ตรงตามเวลา กลุ่มตัวอย่างตอบ พอใจปานกลาง เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 รองลงมาคือ พอใจน้อย จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 พอใจมาก มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ส่วนพอใจน้อยที่สุด มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 และพอใจมากที่สุด มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 โดยค่าเฉลี่ยของความต้องการข้อนี้เท่ากับ 2.86 หรือ พอใจปานกลาง

7. ฟังพอใจที่สามารถร่วมสนทนา และแสดงความคิดเห็นกับผู้อื่นได้อย่างครบถ้วน และรอบด้าน กลุ่มตัวอย่างตอบ พอใจปานกลาง เป็นอันดับที่ 1 คือ จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 53.4 รองลงมาคือ พอใจน้อย จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 พอใจมาก มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 ส่วนพอใจน้อยที่สุด มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 และพอใจมากที่สุด มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 โดยค่าเฉลี่ยของความต้องการข้อนี้เท่ากับ 2.80 หรือ พอใจปานกลาง

8. ฟังพอใจที่ได้รับข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจอย่างถูกต้องและแม่นยำ กลุ่มตัวอย่างตอบ พอใจปานกลาง เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 รองลงมาคือ พอใจน้อย จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 พอใจมาก มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 ผู้ส่วนพอใจน้อยที่สุด มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 และพอใจมากที่สุด มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 โดยค่าเฉลี่ยของความต้องการข้อนี้เท่ากับ 2.61 หรือ พอใจปานกลาง

ข้อน่าสังเกต คือ ความพึงพอใจที่นักศึกษา มีความพึงพอใจน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 ซึ่งตีความได้ว่า แม้ว่าจะเป็นความพึงพอใจในระดับต่ำที่ต่ำที่สุดของความพึงพอใจต่าง ๆ แต่ยังคงอยู่ใน เกณฑ์ระดับความพึงพอใจปานกลาง

จากระดับค่าคะแนนดังกล่าว จึงสามารถสรุปค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ เท่ากับ 2.87 หรือ อยู่ในระดับมีความพอใจปานกลาง

## ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

กลุ่มตัวอย่างนักศึกษา ที่แสดงความคิดเห็นและเสนอข้อเสนอแนะต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ส่วนใหญ่นักศึกษาต้องการให้พัฒนาเรื่องความเร็วทันสมัย มีความครอบคลุมและชัดเจนในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร เช่น เรื่องการเลื่อนการสอบ หรือการเปลี่ยนแปลงห้องสอบ เพื่อที่นักศึกษาจะได้มีเวลาเตรียมตัวในการสอบมากขึ้น สำหรับข้อเสนอแนะอื่น ๆ เช่น ควรทำต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอ ควรประชาสัมพันธ์ให้เยอะมากขึ้นในข่าวสารเรื่องสำคัญต่าง ๆ ควรมีการตรวจสอบสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันให้บ่อยครั้ง ปรับปรุงให้มีความทันสมัยและรวดเร็ว สามารถตรวจสอบข้อมูลต่าง ๆ ภายในสถาบันและข้อมูลของนักศึกษา ควรมีความชัดเจนในกิจกรรมทุก ๆ กิจกรรม ในส่วนของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet) ต้องการให้มีการอัปเดตข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์ให้เป็นปัจจุบัน ทันสมัย สวยงามมากยิ่งขึ้น และต้องการให้เว็บไซต์เป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ในทุกเรื่อง เช่น การลงทะเบียน การตรวจสอบผลการเรียน การแจ้งข่าวสารต่าง ๆ เป็นต้น สื่อบุคคล อยากให้เจ้าหน้าที่มีความละเอียดรอบคอบมากกว่านี้ โดยเฉพาะฝ่ายทะเบียน เพราะเป็นข้อมูลที่สำคัญ และอยากให้เจ้าหน้าที่มีความเอาใจใส่ในการให้บริการแก่นักศึกษา อยากให้มีบอร์ดสำหรับปิดประกาศโดยเฉพาะสำหรับการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข่าวสารภายในสถาบัน 1 บอร์ด และข่าวที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาทั่วไปต่าง ๆ อีก 1 บอร์ด หรืออาจจะมีข่าวสารบ้านเมืองประจำวันที่น่าสนใจ หรือข่าวการเตือนภัยต่าง ๆ ควรปรับปรุงข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสายให้มีความชัดเจนมากกว่านี้ เพราะบางครั้งเสียงดังไม่ทั่วถึง

## ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 นักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน มีผลต่อความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1 สามารถแยกเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

1.1 นักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน

1.2 นักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน

1.3 นักศึกษาสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ที่ศึกษาในชั้นปีที่แตกต่างกัน มีผลต่อความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน

- ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปีที่ศึกษา

- ตัวแปรตาม คือ ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร

สมมติฐานข้อที่ 2 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์

สมมติฐานที่ 2 สามารถแยกเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

2.1 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์(Internet)

2.2 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเปิดรับสื่อบุคคล

2.3 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเปิดรับสื่ออื่น ๆ (ป้ายโฆษณา, ใบปิดหน้าลิฟท์, บอร์ดประชาสัมพันธ์)

2.4 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเปิดรับป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์

2.5 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเปิดรับใบปิด (Poster)

2.6 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเปิดรับใบปิด (Poster)

2.7 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเปิดรับประกาศต่าง ๆ เช่น ทวนการศึกษา กำหนดการต่าง ๆ

2.8 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเปิดรับแผ่นพับประชาสัมพันธ์

- ตัวแปรอิสระ คือ ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร

- ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการใช้ประโยชน์

สมมติฐานที่ 3 สามารถแยกเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

3.1 พฤติกรรมเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์(Internet) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการใช้ประโยชน์

3.2 พฤติกรรมเปิดรับสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการใช้ประโยชน์

3.3 พฤติกรรมเปิดรับสื่ออื่น ๆ (ป้ายโฆษณา, ใบปิดหน้าลิฟท์, บอร์ดประชาสัมพันธ์) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการใช้ประโยชน์

3.4 พฤติกรรมเปิดรับป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการใช้ประโยชน์

3.5 พฤติกรรมเปิดรับป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการใช้ประโยชน์

3.6 พฤติกรรมเปิดรับใบปิด (Poster) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการใช้ประโยชน์

3.7 พฤติกรรมเปิดรับประกาศต่าง ๆ เช่น ทูตการศึกษา กำหนดการต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการใช้ประโยชน์

3.8 พฤติกรรมเปิดรับแผ่นพับประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการใช้ประโยชน์

- ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์

- ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจจากการใช้ประโยชน์

**สมมติฐานการวิจัยที่ 1 นักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน มีผลต่อความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน**

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่ต่างกัน มีผลต่อความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ คือ

$H_0$  : เพศที่แตกต่างกันมีความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เพศที่แตกต่างกันมีความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8

ผลการทดสอบจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความถี่ของการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารระหว่างเพศชายและหญิง

เพศ	จำนวน (n)	Mean	S.D.	t	P-Value
ชาย	127	29.0472	4.93909	-2.043	0.042
หญิง	223	30.1614	4.88618		

จากตารางที่ 4.8 พบว่าค่า P-Value = 0.042 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกันจะมีความถี่ของการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของความถี่ของการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมากกว่าเพศชาย

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีผลต่อความถี่ของการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ คือ

$H_0$  : อายุที่แตกต่างกันมีความถี่ของการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : อายุที่แตกต่างกันมีความถี่ของการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9

ผลการทดสอบจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความถี่ของการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารระหว่างกลุ่มอายุ

กลุ่มอายุ (ปี)	จำนวน (n)	Mean	S.D.	F	P-Value
19	55	29.0727	3.02370	0.446	0.775
20	142	29.9155	4.02561		
21	101	29.7327	6.49599		
22	41	29.8537	4.67205		
23	9	31.0000	8.09321		
รวม	348	29.7500	4.93159		

\* ผู้ศึกษาไม่ขอนำนักศึกษาอายุ 25 และ 26 มาทดสอบในครั้งนี้ เนื่องจากมีเพียง 2 คน

จากตารางที่ 4.9 พบว่าค่า P-Value = 0.775 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ อายุที่แตกต่างกันมีความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีชั้นปีต่างกันมีผลต่อความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ คือ

$H_0$  : ชั้นปีที่แตกต่างกันมีความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ชั้นปีที่แตกต่างกันมีความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน

#### ตารางที่ 4.10

ผลการทดสอบจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารระหว่างชั้นปีที่

ชั้นปี	จำนวน (n)	Mean	S.D.	F	P-Value
ปีที่ 1	68	29.3382	2.25673	1.431	0.234
ปีที่ 2	126	29.8254	4.59231		
ปีที่ 3	122	29.5328	6.28810		
ปีที่ 4	33	31.3636	4.24130		
รวม	349	29.7736	4.92505		

\* ผู้ศึกษาไม่ขอนำนักศึกษาชั้นปีที่ 5 มาทดสอบในครั้งนี้ เนื่องจากมีเพียง 1 คน

จากตารางที่ 4.10 พบว่าค่า P-Value = 0.234 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ชั้นปีที่แตกต่างกันมีความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารไม่แตกต่างกัน

## สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.1 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet) ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ คือ

$H_0$  : ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet) ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

$H_1$  : ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet) ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

### ตารางที่ 4.11

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้  
ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมกาเปิดรับ  
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet)

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร	
	R	P – Value
พฤติกรรมกาเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet)	0.013	0.824

จากตารางที่ 4.11 พบว่า การทดสอบสมมติฐานหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารกับตัวแปรพฤติกรรมกาเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet) ได้ค่า P – Value เท่ากับ 0.824 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet) ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.2 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ คือ

$H_0$  : ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

$H_1$  : ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

#### ตารางที่ 4.12

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้ประโยชน์

ข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคล

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร	
	R	P – Value
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคล	- 0.063	0.266

จากตารางที่ 4.12 พบว่า การทดสอบสมมติฐานหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารกับตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคล ได้ค่า P – Value เท่ากับ 0.266 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.3 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออื่น ๆ ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ คือ

$H_0$  : ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออื่น ๆ ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

$H_1$  : ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออื่น ๆ ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

#### ตารางที่ 4.13

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออื่น ๆ

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร	
	R	P – Value
พฤติกรรมการเปิดรับสื่ออื่น ๆ	0.107	0.051

จากตารางที่ 4.13 พบว่า การทดสอบสมมติฐานหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารกับตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออื่น ๆ ได้ค่า P – Value เท่ากับ 0.051 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออื่น ๆ ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.4 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ คือ

$H_0$  : ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

$H_1$  : ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

#### ตารางที่ 4.14

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร	
	R	P – Value
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์	0.120	0.040

จากตารางที่ 4.14 พบว่า การทดสอบสมมติฐานหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์ ได้ค่า P – Value เท่ากับ 0.040 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ เท่ากับ 0.120 หมายความว่า ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์มีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน (เมื่อค่าตัวแปรหนึ่งสูงขึ้น ตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะมีค่าสูงขึ้นตาม) สำหรับตัวแปรสองตัวนี้มีขนาดความสัมพันธ์ในระดับความสัมพันธ์ที่ระดับต่ำมาก

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.5 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสายของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ คือ

$H_0$  : ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสายของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

$H_1$  : ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสายของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

#### ตารางที่ 4.15

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้ประโยชน์  
ข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อข่าว  
ประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร	
	R	P – Value
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อข่าวประชาสัมพันธ์ เสียงตามสาย	0.148	0.014

จากตารางที่ 4.15 พบว่า การทดสอบสมมติฐานหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย ได้ค่า P – Value เท่ากับ 0.014 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสายของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสายของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ เท่ากับ 0.148 หมายความว่า ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสายของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์มีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน (เมื่อค่าตัวแปรหนึ่งสูงขึ้น ตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะมีค่าสูงขึ้นตาม) สำหรับตัวแปรสองตัวนี้มีขนาดความสัมพันธ์ในระดับความสัมพันธ์ที่ระดับต่ำมาก

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.6 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อใบปิด (Poster) ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ คือ

$H_0$  : ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อใบปิด (Poster) ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

$H_1$  : ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อใบปิด (Poster) ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

#### ตารางที่ 4.16

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อใบปิด (Poster)

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร	
	R	P – Value
พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อใบปิด (Poster)	0.129	0.021

จากตารางที่ 4.16 พบว่า การทดสอบสมมติฐานหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อใบปิด (Poster) ได้ค่า P – Value เท่ากับ 0.021 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อใบปิด (Poster) ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อใบปิด (Poster) ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ เท่ากับ 0.129 หมายความว่า ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อใบปิด (Poster) ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์มีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน (เมื่อค่าตัวแปรหนึ่งสูงขึ้น ตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะมีค่าสูงขึ้นตาม) สำหรับตัวแปรสองตัวนี้มีขนาดความสัมพันธ์ในระดับความสัมพันธ์ที่ระดับต่ำมาก

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.7 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประกาศต่าง ๆ ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ คือ

$H_0$  : ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประกาศต่าง ๆ ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

$H_1$  : ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประกาศต่าง ๆ ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

#### ตารางที่ 4.17

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประกาศต่าง ๆ

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร	
	R	P – Value
พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประกาศต่าง ๆ	0.117	0.040

จากตารางที่ 4.17 พบว่า การทดสอบสมมติฐานหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประกาศต่าง ๆ ได้ค่า P – Value เท่ากับ 0.040 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประกาศต่าง ๆ ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประกาศต่าง ๆ ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ เท่ากับ 0.117 หมายความว่า ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประกาศต่าง ๆ ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์มีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน (เมื่อค่าตัวแปรหนึ่งสูงขึ้น ตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะมีค่าสูงขึ้นตาม) สำหรับตัวแปรสองตัวนี้มีขนาดความสัมพันธ์ในระดับความสัมพันธ์ที่ระดับต่ำมาก

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.8 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านพีปประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ คือ

$H_0$  : ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านพีปประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

$H_1$  : ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านพีปประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

#### ตารางที่ 4.18

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้ประโยชน์

ข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมการเปิดรับ

สื่อผ่านพีปประชาสัมพันธ์

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร	
	R	P – Value
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านพีปประชาสัมพันธ์	0.187	0.001

จากตารางที่ 4.18 พบว่า การทดสอบสมมติฐานหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านพีปประชาสัมพันธ์ ได้ค่า P – Value เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านพีปประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านพีปประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ เท่ากับ 0.187 หมายความว่า ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านพีปประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์มีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน (เมื่อค่าตัวแปรหนึ่งสูงขึ้น ตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะมีค่าสูงขึ้นตาม) สำหรับตัวแปรสองตัวนี้มีขนาดความสัมพันธ์ในระดับความสัมพันธ์ที่ระดับต่ำมาก

### สมมติฐานการวิจัยที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.1 การเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ คือ

$H_0$  : การเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet) ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

$H_1$  : การเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

#### ตารางที่ 4.19

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet) กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	การเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet)	
	R	P - Value
	0.091	0.105

จากตารางที่ 4.19 พบว่า การทดสอบสมมติฐานหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet) กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ได้ค่า P - Value เท่ากับ 0.105 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ การเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet) ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ คือ

$H_0$  : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

$H_1$  : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

#### ตารางที่ 4.20

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลกับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	การเปิดรับสื่อบุคคล	
	R	P – Value
	0.062	0.271

จากตารางที่ 4.20 พบว่า การทดสอบสมมติฐานหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลกับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ได้ค่า P – Value เท่ากับ 0.271 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่ออื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ คือ

$H_0$  : พฤติกรรมการเปิดรับสื่ออื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

$H_1$  : พฤติกรรมการเปิดรับสื่ออื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

#### ตารางที่ 4.21

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออื่น ๆ กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	การเปิดรับสื่ออื่น ๆ	
	R	P – Value
	0.048	0.381

จากตารางที่ 4.21 พบว่า การทดสอบสมมติฐานหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออื่น ๆ กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ได้ค่า P – Value เท่ากับ 0.381 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงยอมรับ  $H_0$  และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่ออื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ คือ

$H_0$  : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

$H_1$  : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

#### ตารางที่ 4.22

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่ง  
ข้อความประชาสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์  
ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	การเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่งข้อความ ประชาสัมพันธ์	
	R	P – Value
	0.157	0.007

จากตารางที่ 4.22 พบว่า การทดสอบสมมติฐานหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ได้ค่า P – Value เท่ากับ 0.007 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ เท่ากับ 0.157 หมายความว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์มีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน (เมื่อค่าตัวแปรหนึ่งสูงขึ้น ตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะมีค่าสูงขึ้นตาม) สำหรับตัวแปรสองตัวนี้มีขนาดความสัมพันธ์ในระดับความสัมพันธ์ที่ระดับต่ำมาก

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ คือ

$H_0$  : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสายไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

$H_1$  : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

#### ตารางที่ 4.23

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อข่าว  
ประชาสัมพันธ์เสียงตามสายกับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อ  
ประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	การเปิดรับสื่อข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย	
	R	P – Value
	0.168	0.005

จากตารางที่ 4.23 พบว่า การทดสอบสมมติฐานหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับสื่อข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสายกับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ได้ค่า P – Value เท่ากับ 0.005 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสายกับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ เท่ากับ 0.168 หมายความว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสายกับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน (เมื่อค่าตัวแปรหนึ่งสูงขึ้น ตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะมีค่าสูงขึ้นตาม) สำหรับตัวแปรสองตัวนี้มีขนาดความสัมพันธ์ในระดับความสัมพันธ์ที่ระดับต่ำมาก

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.6 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อใบปิด (Poster) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ คือ

$H_0$  : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อใบปิด (Poster) ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

$H_1$  : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อใบปิด (Poster) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

#### ตารางที่ 4.24

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อใบปิด (Poster) กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	การเปิดรับสื่อใบปิด (Poster)	
	R	P – Value
	0.181	0.001

จากตารางที่ 4.24 พบว่า การทดสอบสมมติฐานหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับสื่อใบปิด (Poster) กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ได้ค่า P – Value เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อใบปิด (Poster) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อใบปิด (Poster) กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ เท่ากับ 0.181 หมายความว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อใบปิด (Poster) กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ มีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน (เมื่อค่าตัวแปรหนึ่งสูงขึ้น ตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะมีค่าสูงขึ้นตาม) สำหรับตัวแปรสองตัวนี้มีขนาดความสัมพันธ์ในระดับความสัมพันธ์ที่ระดับต่ำมาก

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.7 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประกาศต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ คือ

$H_0$  : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประกาศต่าง ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

$H_1$  : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประกาศต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

#### ตารางที่ 4.25

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประกาศต่าง ๆ กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	การเปิดรับสื่อประกาศต่าง ๆ	
	R	P – Value
	0.181	0.001

จากตารางที่ 4.25 พบว่า การทดสอบสมมติฐานหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประกาศต่าง ๆ กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ได้ค่า P – Value เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประกาศต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประกาศต่าง ๆ กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ เท่ากับ 0.181 หมายความว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประกาศต่าง ๆ กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน (เมื่อค่าตัวแปรหนึ่งสูงขึ้น ตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะมีค่าสูงขึ้นตาม) สำหรับตัวแปรสองตัวนี้มีขนาดความสัมพันธ์ในระดับความสัมพันธ์ที่ระดับต่ำมาก

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.8 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านพีบประชาสัมพันธุ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธุ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ คือ

$H_0$  : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านพีบประชาสัมพันธุ์ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธุ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

$H_1$  : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านพีบประชาสัมพันธุ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธุ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

#### ตารางที่ 4.26

แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านพีบประชาสัมพันธุ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธุ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธุ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	การเปิดรับสื่อผ่านพีบประชาสัมพันธุ์	
	R	P – Value
	0.153	0.009

จากตารางที่ 4.26 พบว่า การทดสอบสมมติฐานหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านพีบประชาสัมพันธุ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธุ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ได้ค่า P – Value เท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงปฏิเสธ  $H_0$  และยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประกาศต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธุ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านพีบประชาสัมพันธุ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธุ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ เท่ากับ 0.153 หมายความว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่านพีบประชาสัมพันธุ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธุ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน (เมื่อค่าตัวแปรหนึ่งสูงขึ้น ตัวแปรอีกตัวหนึ่งจะมีค่าสูงขึ้นตาม) สำหรับตัวแปรสองตัวนี้มีขนาดความสัมพันธ์ในระดับความสัมพันธ์ที่ระดับต่ำมาก

## สรุปผลการวิเคราะห์จากตารางและสมมติฐานการวิจัย

สรุปการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

### ตารางที่ 4.27

#### สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ	ผลการทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีชั้นปีที่แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.1 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet) ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.2 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ปฏิเสธสมมติฐาน

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ	ผลการทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.3 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออื่น ๆ ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.4 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่งข้อความ ประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.5 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสายของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.6 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อใบปิด (Poster) ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.7 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประกาศต่าง ๆ ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.8 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.1 การเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ปฏิเสธสมมติฐาน

## ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ	ผลการทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่ออื่น ๆ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสายมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.6 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อใบปิด (Poster) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.7 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประกาศต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.8 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ยอมรับสมมติฐาน