

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม” เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่มุ่งศึกษาใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความต้องการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสาร พฤติกรรมเปิดรับ และความพึงพอใจของนักศึกษา ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์
2. เพื่อศึกษาความต้องการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ของนักศึกษาที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสาร กับพฤติกรรมการเปิดรับจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับกับความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ จำนวน 350 คน ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบผสมผสาน โดยขั้นแรกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยแบ่งเป็นคณะ 3 คณะ ได้แก่ คณะศิลปศึกษา คณะศิลปนาฏดุริยางค์ และคณะศิลปวิจิตร จากนั้นจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของแต่ละคณะ และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างบริเวณโรงอาหารของสถาบันในช่วงเช้าก่อนเข้าชั้นเรียน และในช่วงพักกลางวัน รวมทั้งให้ตัวแทนนักศึกษาที่เป็นหัวหน้าในแต่ละชั้นปีของแต่ละคณะเป็นผู้แจกแบบสอบถาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องมีคุณสมบัติคือ เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire) โดยเก็บข้อมูลในช่วงเดือนมีนาคม

พ.ศ. 2553 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบาย ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ความต้องการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสาร พฤติกรรมการเปิดรับ สื่อ และความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้จำนวน ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ในการทดสอบสมมติฐาน ส่วนการหาความสัมพันธ์ ของตัวแปร จะใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation)

สรุปผลการศึกษา

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 350 คน พบว่า เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย คือ เพศหญิง 223 คน คิดเป็นร้อยละ 63.7 และเพศชาย 127 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 สำหรับอายุ มีอายุ 20 ปี มากที่สุด จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 รองลงมาคือ มีอายุ 21 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 28.9 และมีอายุ 25 ปีและ 26 ปีน้อยที่สุด มีจำนวนอย่างละ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 เท่ากัน ในส่วนของชั้นปีที่ศึกษา เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 2 มากที่สุด จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาคือเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 3 จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 34.9 และเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 5 น้อยที่สุดคือ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

ตอนที่ 2 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของนักศึกษา

พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารเพื่อการลงทะเบียนเรียน ตรวจสอบผลการลงทะเบียน ตรวจสอบผลการศึกษา และแจ้งจบการศึกษา ได้ถูกต้องและตรงตาม เวลามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 รองลงมา คือ เพื่อรับทราบข้อมูลด้านทุนการศึกษา และการ กู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 และเพื่อการมีส่วนร่วมด้วยสังคม คณะ และสถาบัน โดยการนำไปสนทนาและร่วมแสดงความคิดเห็นกับผู้อื่น น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 โดยมี ข้อน่าสังเกต คือ ด้านที่กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ซึ่งตีความได้ว่า แม้ว่าจะเป็นความต้องการในระดับต่ำที่ต่ำที่สุดของด้านต่าง ๆ แต่ยังคงอยู่ใน เกณฑ์ระดับความ ต้องการมาก และจากภาพรวมค่าคะแนนดังกล่าวสามารถสรุปค่าเฉลี่ยของความต้องการใช้ ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของนักศึกษา เท่ากับ 4.133 หรือ อยู่ในระดับมีความต้องการมาก

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

พบว่า จำนวนและร้อยละของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของนั้น นักศึกษามีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสื่ออื่น ๆ (ป้ายโฆษณา ใบปิดหน้าลิฟท์ บอร์ดประชาสัมพันธ์) มากที่สุดคือ เปิดรับจำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 96.0 ไม่เปิดรับ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4 รองลงมา คือ Website ของคณะและสถาบัน และสื่อใบปิด (Poster) การประกวดหรือการแสดงต่าง ๆ เท่ากัน คือ เปิดรับ จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 91.1 ไม่เปิดรับ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9 และสื่อข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสายน้อยที่สุดคือ เปิดรับ จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 78.9 ไม่เปิดรับ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1

สำหรับค่าเฉลี่ยของความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ นั้นพบว่าสื่ออื่น ๆ (ป้ายโฆษณา ใบปิดหน้าลิฟท์ บอร์ดประชาสัมพันธ์) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด เท่ากับ 2.54 รองลงมาคือ Website ของคณะและสถาบัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.46 และสื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.67

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านการได้รับทราบสิทธิของตนเองในเรื่องทุน การศึกษา และกองทุนกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 รองลงมา คือ พึงพอใจในเรื่องการได้รับความมั่นคงทางความคิดและมีความมั่นใจเพิ่มมากขึ้น เช่น ความภาคภูมิใจในฐานะที่เป็นสถาบันที่เปิดสอนวิชาชีพเฉพาะชั้นสูงด้านนาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ และคีตศิลป์ของไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 และพึงพอใจที่ได้รับข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจอย่างถูกต้องและแม่นยำ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 โดยมีข้อน่าสังเกต คือ ความพึงพอใจน้อยที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.61 ซึ่งตีความได้ว่า แม้ว่าจะเป็นความพึงพอใจในระดับต่ำที่ต่ำที่สุดของความพึงพอใจต่าง ๆ แต่ยังคงอยู่ใน เกณฑ์ระดับความพึงพอใจปานกลาง และจากภาพรวมค่าคะแนนดังกล่าว จึงสามารถสรุปค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ เท่ากับ 2.87 หรือ อยู่ในระดับมีความพอใจปานกลาง

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 5.1

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ	ผลการทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีชั้นปีที่แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน

ตารางที่ 5.2

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ	ผลการทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.1 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet) ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.2 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ปฏิเสธสมมติฐาน

ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ	ผลการทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.3 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออื่น ๆ ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.4 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.5 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสายของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.6 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อใบปิด (Poster) ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.7 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประกาศต่าง ๆ ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.8 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ยอมรับสมมติฐาน

ตารางที่ 5.3
สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3

สมมติฐานการวิจัยและสมมติฐานทางสถิติ	ผลการทดสอบ
สมมติฐานการวิจัยที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.1 การเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์	ปฏิเสธสมมติฐาน
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

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา เรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม สามารถอภิปรายผลในประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะฐานทางประชากรศาสตร์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ที่มีนักศึกษาเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เหตุผลหนึ่งอาจเนื่องมาจากเป็นสถาบันการศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญการเรียนการสอนทางด้านนาฏศิลป์ จึงทำให้เพศหญิงมีความสนใจในการเข้ามาศึกษามากกว่าเพศชาย ทางด้านอายุพบว่า มีอายุ 20 ปี ซึ่งสอดคล้องกับระดับการศึกษา ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 2 ในส่วนของคณะที่ศึกษา พบว่าเป็นนักศึกษาคณะศิลปศึกษาเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากเป็นคณะที่เปิดสอนในหลักสูตรศึกษาศาสตรบัณฑิต และมีสาขาวิชาที่เปิดสอนมากกว่าคณะอื่น ๆ

2. ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของนักศึกษา

จากการศึกษา พบว่า นักศึกษามีความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร เพื่อการลงทะเบียนเรียน ตรวจสอบผลการลงทะเบียนเรียน ตรวจสอบผลการศึกษา และแจ้งจบการศึกษา ได้ถูกต้องและตรงตามเวลา มากที่สุด ซึ่งอาจตรงกับลักษณะความต้องการของนักศึกษาโดยทั่วไป ที่ให้ความสำคัญกับการเรียน การสอบ และการสำเร็จการศึกษาได้ถูกต้องและตรงตามกำหนดเวลา และความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร ในประเด็นนี้ประกอบด้วยปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกันและส่งผลในเรื่องการศึกษาของนักศึกษาโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลีนา ลิมอภิชาติ (2537) พบว่า นักศึกษามีความต้องการข่าวสารเพื่อรับรู้สิ่งที่เป็นประโยชน์กับตัวเอง ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับ การเรียน การสอน การสอบ ปฏิทินการศึกษา เพราะเนื้อหาเหล่านี้เป็นประโยชน์ในการศึกษา และเป็นเรื่องใกล้ตัวที่มีผลกระทบต่อเรื่องการศึกษา และรองลงมา นักศึกษามีความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร เพื่อรับทราบข้อมูลด้านทุนการศึกษา และการกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา (กยศ.) ซึ่งอาจตรงกับลักษณะความต้องการของนักศึกษา เพราะนักศึกษาของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในต่างจังหวัด เมื่อเข้ามาศึกษาในกรุงเทพมหานครจึงทำให้มีค่าใช้จ่ายสูง จึงทำให้มีความต้องการในเรื่องทุนการศึกษา และการกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา นอกจากนี้ทุนการศึกษาต่าง ๆ เป็นเรื่องที่มีรายละเอียดค่อนข้างมาก เช่น คุณสมบัติของผู้รับทุน จำนวนทุนการศึกษา ซึ่งมีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา กล่าวคือ สถาบันจะได้รับแจ้งเรื่องการมอบทุนการศึกษาอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากองค์กรภาครัฐและเอกชน จึงทำให้นักศึกษามีความต้องการติดตามข้อมูลข่าวสารในส่วนนี้ และนักศึกษามีความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร เพื่อการมีส่วนร่วมกับสังคม และสถาบันโดยการนำไปสนทนาและร่วมแสดงความคิดเห็นกับผู้อื่น น้อยที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความไม่สะดวกของช่องทางในการร่วมแสดงความคิดเห็นระหว่างนักศึกษากับคณะ และสถาบัน แต่ทั้งนี้ภาพรวมค่าเฉลี่ยความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของนักศึกษาแต่ละด้านอยู่ในระดับมีความต้องการมาก

3. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

จากการศึกษา พบว่า นักศึกษามีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสื่ออื่น ๆ (ป้ายโฆษณา ใบบิดหน้าลิฟท์ บอร์ดประชาสัมพันธ์) มากที่สุด เหตุผลหนึ่งอาจเนื่องมาจากคุณลักษณะของป้ายโฆษณา ที่มีขนาดใหญ่ ตัวอักษรมีความโดดเด่น ชัดเจน และมีสีสันที่สะดุดตา จึงทำให้สามารถดึงดูดความสนใจนักศึกษาได้ นอกจากนี้ใบบิดหน้าลิฟท์และบอร์ดประชาสัมพันธ์นั้น ติดตั้งอยู่ในจุดที่นักศึกษาสามารถสังเกตเห็นได้ง่ายและนักศึกษาต้องเดินทางผ่านเป็นประจำ มีการใช้ภาษาในการสื่อสารที่กระชับ และตัวอักษรมีความชัดเจนจึงทำให้สะดวกและมีความถี่ในการเปิดรับมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจักรี เริงรินทร์ (2552) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับบอร์ดกิจกรรมหรือบอร์ดประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมากที่สุด เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านความถูกต้องและน่าเชื่อถือ รองลงมา คือ Website ของคณะและสถาบัน และสื่อใบบิด (Poster) การประกวดหรือการแสดงต่าง ๆ เนื่องจาก Website ของคณะและสถาบัน เป็นสื่อที่มีความทันสมัยรวดเร็ว และสะดวกในการเข้าถึงได้ตลอดเวลา สอดคล้องกับที่ศศิธร เทียนถนอม (2548) กล่าวถึงข้อดีของสื่ออินเทอร์เน็ตไว้ว่า อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงบุคคลได้ทุกเพศ ทุกวัย เพียงผู้ใช้งานมีคอมพิวเตอร์และชั่วโมงอินเทอร์เน็ตก็สามารถใช้งานผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา และทุกสถานที่ สำหรับสื่อใบบิด (Poster) เป็นสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจได้ เนื่องจากมีการออกแบบที่โดดเด่น ตัวอักษรมีความชัดเจน สะดุดตา ติดตั้งได้ทั้งภายในและภายนอกสถานที่ และเป็นสื่อที่สามารถย้ำเตือนความทรงจำได้เป็นอย่างดี เพราะมักใช้ข้อความสั้น ๆ กระชับรัดและง่ายแก่การจดจำจึงทำให้สะดวกและมีความถี่ในการเปิดรับมากเช่นเดียวกัน โดยสอดคล้องกับแนวคิด

สื่อประชาสัมพันธ์ ในเรื่องของลักษณะสำคัญของสื่อแต่ละประเภท ซึ่ง บุชบา สุธีธร (2539) ให้ความหมายของโปสเตอร์ไว้ว่า โปสเตอร์ คือ แผ่นประกาศที่นิยมใช้ทั้งในงานโฆษณาและงานประชาสัมพันธ์ เป็นวัสดุที่มีจุดมุ่งหมายให้มีความเด่นสะดุดตาและดึงดูดความสนใจผู้คนที่ผ่านไปมาให้เกิดความสนใจและเข้าใจความหมายตามวัตถุประสงค์ของโปสเตอร์ได้ทันทีที่เห็น และนักศึกษา มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย น้อยที่สุด อาจเนื่องมาจากข้อจำกัดของอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ไม่มีความสมบูรณ์ และข้อจำกัดในเรื่องของเวลา เช่น ช่วงเวลาที่ประกาศนั้นนักศึกษายังเดินทางมาไม่ถึงสถาบัน หรือนักศึกษาบางคนไม่มีตารางเรียน และอาจมีงานแสดงภายนอกสถาบัน เป็นต้น สอดคล้องกับ พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2530) ได้กล่าวถึง ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เวลา เนื่องจากเวลา เป็นสิ่งสำคัญยิ่งในการเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมต่าง ๆ โดยผ่านสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ข่าวสารหรือกิจกรรมบางอย่างที่ต้องเผยแพร่จึงต้องเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสม

4. ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์

จากการศึกษา พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ในด้านการได้รับทราบสิทธิของตนเองในเรื่องทุนการศึกษา และกองทุนกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษามากที่สุด อาจเนื่องมาจากนักศึกษาได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและเพียงพอ ได้รับทุนการศึกษาหรือได้กู้ยืมเงินเพื่อการศึกษาตามที่ตนเองต้องการอย่างครบถ้วน สามารถแบ่งเบาภาระทางการเงินของตนเองและครอบครัวได้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ที่อธิบายถึงตัวแปรที่สำคัญในทฤษฎี (อ้างถึงใน อังศุมารินทร์ สุขชัยรัตนโชค, 2552) ได้แก่ ความพึงพอใจจากสื่อ สามารถตีความได้ 2 ประเด็น ได้แก่

1. ความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อ (Gratification Sought) เป็นการมองผลจากความเชื่อหรือความคาดหวังของบุคคล ตลอดจนประเมินค่าเกี่ยวกับความพึงพอใจที่สื่อจะให้ ได้ อันเป็นแรงจูงใจให้บุคคลเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาประเภทต่าง ๆ

2. ความพึงพอใจที่บุคคลได้รับจากสื่อ (Gratification Obtained) เป็นการมองผลที่บุคคลได้รับหลังจากการเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาของสื่อประเภทต่าง ๆ ซึ่งย้อนกลับไปสนับสนุนหรือเปลี่ยนแปลงความเชื่อเดิมของบุคคล

ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเจ้าหน้าที่ผู้ซึ่งรับผิดชอบในเรื่องทุนการศึกษาและกองทุนกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษา ให้ความเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการและให้ความช่วยเหลือ นักศึกษา รองลงมาคือได้รับความมั่นคงทางความคิดและมีความมั่นใจเพิ่มมากขึ้น เช่น ความ

ภาคภูมิในฐานะที่เป็นสถาบันที่เปิดสอนวิชาชีพเฉพาะชั้นสูงด้านนาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ และคีตศิลป์ของไทย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสถาบันได้รับความไว้วางใจจากกระทรวงวัฒนธรรมหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนต่าง ๆ ในการเป็นตัวแทนเพื่อแลกเปลี่ยนศิลปวัฒนธรรมทั้งในและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ ทำให้นักศึกษาได้แสดงความสามารถในสาขาที่ตนเองศึกษา จึงสร้างความภาคภูมิใจให้กับตนเองและสถาบัน และนักศึกษามีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ในด้านได้รับข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจอย่างถูกต้องและแม่นยำ น้อยที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความล่าช้าของข้อมูลข่าวสาร หรือข้อจำกัดของสื่อบางประเภท จึงทำให้นักศึกษาไม่มีแหล่งข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจ

5. ทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 นักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกัน มีผลต่อความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน พบว่า เพศเป็นเพียงปัจจัยเดียวที่มีความต่างกันจะมีผลต่อความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยของความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมากกว่าเพศชาย ซึ่งตรงกับงานวิจัยของสร้อยญา พลเสน (2548) พบว่า นักศึกษาที่มีเพศ อายุ คณะ ลักษณะการมาเรียนต่างกัน มีความต้องการในการรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกัน และสอดคล้องกับแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ ของ ปรมะ สดเวทิน (2539) ที่กล่าวไว้ว่า จากการวิจัยทางจิตวิทยาหลายชิ้นแสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม ทัศนคติ รวมถึงพฤติกรรม ตลอดจนความต้องการต่าง ๆ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้แตกต่างกัน จึงส่งผลให้พฤติกรรมของหญิงและชายต่างกัน ซึ่งมีความแตกต่างจากเสาวลักษณ์ บุญเจริญรักษา (2550) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์” ผลการวิจัยพบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด กล่าวคือนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์เพศหญิงและเพศชาย มีโอกาสเท่ากันในการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

สมมติฐานข้อที่ 2 ความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่าความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์ ข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย ใบบิด (Poster) ประกาศต่าง ๆ และสื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ หมายความว่านักศึกษามีความต้องการ

ใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารในด้านต่าง ๆ มากเท่าใด ทำให้มีความถี่ในการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่ง ข้อความประชาสัมพันธ์ ข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย ใบปิด (Poster) ประกาศต่าง ๆ และสื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ เพิ่มมากขึ้นตามเท่านั้น สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ซึ่ง McCombs & Becker (อ้างถึงใน ดลฤดี เปาริบุตร, 2552, น. 25) ได้ให้ความเห็นว่าบุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อการตอบสนองของความต้องการของตน 6 ประการ คือ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อจะได้รู้ทันเหตุการณ์ให้ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะ หรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว
3. เพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion) การรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่น่าไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่น
4. เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว
5. เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมความคิดให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว
6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์

และผลการศึกษาน่าสนใจ พบว่าความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับ Website ของคณะและสถาบัน และสื่ออื่น ๆ (ป้ายโฆษณา ใบปิดหน้าลิฟท์ บอร์ดประชาสัมพันธ์) หมายความว่านักศึกษาที่มีความต้องการใช้ประโยชน์มาก ไม่ได้ทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับ Website ของคณะและสถาบัน และสื่ออื่น ๆ (ป้ายโฆษณา ใบปิดหน้าลิฟท์ บอร์ดประชาสัมพันธ์) มากขึ้นตามไปด้วย โดยสื่อดังกล่าวเป็นสื่อที่มีความถี่ในการเปิดรับมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสาร ซึ่ง Merrill & Lowenwstein (อ้างถึงใน วรวิภรณ์ วุฒิกรภักดิ์, 2552) กล่าวว่า แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเลือกรับสื่อ นั้น มีปัจจัยพื้นฐานหลายประการ ซึ่งหนึ่งในปัจจัยนั้น คือ ลักษณะเฉพาะของสื่อ เพราะนอกจากปัจจัยอื่น ๆ ทางประชากรที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้สื่อแล้ว ลักษณะเฉพาะของสื่อก็มีส่วนทำให้ผู้รับสารจากสื่อมวลชนมีจำนวนและองค์ประกอบแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้เพราะว่าผู้รับข่าวสารแต่ละคนจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อ ที่จะสนองความต้องการและทำให้ตัวเองเกิด

ความพึงพอใจ การศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าถึงแม้ว่านักศึกษาที่มีความถนัดในการเปิดรับ Website ของคณะและสถาบัน และสื่ออื่น ๆ (ป้ายโฆษณา ใบปิดหน้าลิฟท์ บอร์ดประชาสัมพันธ์) มากที่สุด อันเนื่องมาจากเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก รวดเร็ว เปิดรับได้ตลอดเวลา และมีความคาดหวังว่าจะตอบสนองในสิ่งที่ตนเองต้องการได้ แต่เมื่อนักศึกษาเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวแล้วไม่สามารถตอบสนองความต้องการใช้ประโยชน์ได้ จึงทำให้ความต้องการใช้ประโยชน์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์

สมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์ ข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย ใบปิด (Poster) ประกาศต่าง ๆ และสื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ หมายความว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความถนัดในการเปิดรับสื่อป้ายไฟวิ่งข้อความประชาสัมพันธ์ ข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย ใบปิด (Poster) ประกาศต่าง ๆ และสื่อแผ่นพับประชาสัมพันธ์ มากเท่าใด ทำให้มีความพึงพอใจจากการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นตามเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับแบบจำลอง Expectancy-Value Theory ของพาร์ม กรีนและเรเบิร์น (Plamgreen & Rayburn, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2541, น. 314-316) ได้พัฒนาแนวคิดการใช้สื่อและความพึงพอใจของผู้รับสาร (uses & gratifications) โดยกล่าวว่าความพึงพอใจจากสื่อ สามารถตีความได้ 2 ประเด็น ได้แก่ ความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อ (Gratification Sought) เป็นการมองผลจากความเชื่อหรือความคาดหวังของบุคคล ตลอดจนประเมินค่าเกี่ยวกับความพึงพอใจที่สื่อจะให้ได้ อันเป็นแรงจูงใจให้บุคคลเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาประเภทต่าง ๆ และความพึงพอใจที่บุคคลได้รับจากสื่อ (Gratification Obtained) เป็นการมองผลที่บุคคลได้รับหลังจากการเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาของสื่อประเภทต่าง ๆ ซึ่งย้อนกลับไปสนับสนุนหรือเปลี่ยนแปลงความเชื่อเดิมของบุคคล

และผลการศึกษาที่น่าสนใจ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับ Website ของคณะและสถาบัน และสื่ออื่น ๆ (ป้ายโฆษณา ใบปิดหน้าลิฟท์ บอร์ดประชาสัมพันธ์) ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ หมายความว่านักศึกษามีพฤติกรรมการเปิดรับ Website ของคณะและสถาบัน และสื่ออื่น ๆ (ป้ายโฆษณา ใบปิดหน้าลิฟท์ บอร์ดประชาสัมพันธ์) มากขึ้นเท่าใด ไม่ได้ทำให้ความพึงพอใจจากการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้นตามไปเท่านั้น ซึ่งสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นสื่อที่มีความถนัดในการเปิดรับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ที่อธิบายถึงตัวแปรที่สำคัญ (อ้างถึงใน อังศุมารินทร์ สุชัยรัตนโชค, 2552) ได้แก่ ความพึงพอใจจากสื่อ คือ ความพึงพอใจที่บุคคลได้รับจากสื่อ (Gratification Obtained) เป็นการมองผลที่บุคคลได้รับหลังจากการเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาของสื่อประเภทต่าง ๆ

ซึ่งย้อนกลับไปสู่นับสนุนหรือเปลี่ยนแปลงความเชื่อเดิมของบุคคล ซึ่งมีความแตกต่างจาก เอื้อบังอร นันทมนตรี (2546) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ในข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของพนักงานในองค์กร กรณีศึกษา : เครือเคมีภัณฑ์ซีเมนต์ไทย” ผลการศึกษาพบว่า สื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับมากที่สุด เป็นสื่อประเภทเดียวกับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ สื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และสำหรับผลในการหาความสัมพันธ์ พบว่าการเปิดรับข่าวสารกับความพึงพอใจในข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ พนักงานที่เปิดรับข่าวสารมาก จะมีความพึงพอใจในข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมาก และจะได้รับประโยชน์จากข่าวสารประชาสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ มาก การศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าถึงแม้ว่านักศึกษามีความถนัดในการเปิดรับ Website ของคณะและสถาบัน และสื่ออื่น ๆ (ป้ายโฆษณา ใบบิดหน้าลิฟท์ บอร์ดประชาสัมพันธ์) มากที่สุด อันเนื่องมาจากเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้สะดวก รวดเร็ว เปิดรับได้ตลอดเวลา และมีความคาดหวังว่าจะตอบสนองในสิ่งที่ตนเองต้องการได้ แต่เมื่อนักศึกษาเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าวแล้วไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ ประกอบกับพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล จึงทำให้พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา เรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ กระทรวงวัฒนธรรม ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาเพศหญิงมีความต้องการใช้ประโยชน์มากกว่าเพศชาย แสดงให้เห็นว่าเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกัน ดังนั้นสถาบันจึงควรทำการสำรวจความต้องการของนักศึกษาว่า นักศึกษาเพศชายและนักศึกษาเพศหญิงมีความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารในด้านใด มีความเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่ จากนั้นจึงนำผลการสำรวจที่ได้ไปพัฒนาและปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีความสอดคล้องและตอบสนองความต้องการของนักศึกษาได้ทั้งเพศชายและเพศหญิง

2. จากผลการศึกษา พบว่า นักศึกษามีความต้องการใช้ประโยชน์เพื่อเพื่อการลงทะเบียนเรียน ตรวจสอบผลการลงทะเบียนเรียน ตรวจสอบผลการศึกษา และแจ้งจบการศึกษาได้ถูกต้อง

และตรงตามเวลา มากที่สุด ดังนั้นสถาบันควรมีการวางระบบงานทะเบียนและประมวลผลให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น กล่าวคือ ควรใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความรวดเร็ว ทันสมัย ถูกต้องและแม่นยำ นักศึกษาสามารถเข้าถึงได้สะดวก เช่น ควรใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet) เป็นสื่อกลางในการลงทะเบียน ตรวจสอบผลการลงทะเบียนเรียน ตรวจสอบผลการศึกษา และแจ้งจบการศึกษา ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากเจ้าหน้าที่ทะเบียนอาจมีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการแก่นักศึกษา

3. จากผลการศึกษา พบว่า นักศึกษามีพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออื่น ๆ (ป้ายโฆษณา ใบบิดหน้าลิฟท์ บอร์ดประชาสัมพันธ์) มากที่สุด รองลงมา คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Internet) และสื่อโปสเตอร์ (Poster) และมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสายน้อยที่สุด ดังนั้นสถาบันจึงควรทำการตรวจสอบ พัฒนาและปรับปรุงข่าวประชาสัมพันธ์เสียงตามสายให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น เช่น ตรวจสอบคุณภาพของเสียงให้มีความชัดเจนและทั่วถึง แสวงหาข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ให้มีความน่าสนใจ สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษา ตลอดจนจัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความสามารถผู้ที่ทำหน้าที่ประกาศข่าวประชาสัมพันธ์ หรือเปิดโอกาสให้นักศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์

4. จากผลการศึกษา พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจจากการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ในด้านได้รับทราบสิทธิของตนเองในเรื่องทุนการศึกษา และกองทุนกู้ยืมเงินเพื่อการศึกษามากที่สุด และมีความพึงพอใจจากการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์ ในด้านได้รับข้อมูลที่ช่วยในการตัดสินใจอย่างถูกต้องและแม่นยำน้อยที่สุด ดังนั้น สถาบันจึงควรทำการตรวจสอบความถูกต้องและแม่นยำ เช่น การปรับปรุงข้อมูลข่าวสารในแต่ละสื่อให้มีความรวดเร็ว มีความถูกต้อง และทันต่อเหตุการณ์ ทำการสำรวจว่าสื่อใดมีข้อบกพร่องซึ่งเป็นอุปสรรคในการสื่อสารหรือไม่ และควรอบรมและพัฒนาบุคลากรให้มีความรับผิดชอบและเอาใจใส่ต่อหน้าที่ของตนเองในการให้บริการข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ แก่นักศึกษา

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจจากการใช้ประโยชน์เท่านั้น ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไป อาจจะทำการศึกษาในเรื่องรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งอาจทำให้ค้นพบปัจจัยที่ส่งเสริมและสนับสนุนความต้องการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสาร พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจจาก

การใช้ประโยชน์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเพื่อนำผลการศึกษาไปพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมและตรงตามความต้องการของผู้รับสาร

2. ควรมีการศึกษาในแง่ของผู้ส่งสาร คือ ผู้ดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ ผู้จัดทำสื่อ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้ทราบถึงแนวคิด ทักษะ และแรงจูงใจในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อผู้รับสารมากที่สุด