

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ ห้องสมุด ของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์” เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกับนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 257 คน ผู้ศึกษาขอเสนอผลการศึกษาซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์

ส่วนที่ 4 การใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตารางที่ 4.1

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	94	36.6
หญิง	163	63.4
รวม	257	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 257 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เพศหญิงจำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 63.4 เพศชายจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 36.

ตารางที่ 4.2
จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18-25 ปี	79	30.7
26-35 ปี	147	57.2
36-45 ปี	29	11.3
46-55 ปี	2	0.8
รวม	257	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปีมากที่สุด จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 57.2 รองลงมาคือช่วงอายุ 18-25 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 และอยู่ในช่วงอายุ 46-55 ปี น้อยที่สุดจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตารางที่ 4.3
จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชั้นปีที่ศึกษา

ชั้นปีที่ศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ชั้นปีที่ 1	77	30.0
ชั้นปีที่ 2	116	45.1
ชั้นปีที่ 2 ขึ้นไป	64	24.9
รวม	257	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 มากที่สุดจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 45.1 และศึกษาชั้นปีที่ 2 ขึ้นไปน้อยที่สุดจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 24.9

ตารางที่ 4.4

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถาบันที่ศึกษา

สถาบันที่ศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
คณะนิติศาสตร์	28	10.9
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี	72	28.0
คณะรัฐศาสตร์	28	10.9
คณะเศรษฐศาสตร์	17	6.6
คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์	15	5.8
คณะศิลปศาสตร์	22	8.6
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน	24	9.3
คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา	2	0.8
วิทยาลัยสหวิทยาการ	1	0.4
วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา มธ.	32	12.5
สำนักบัณฑิตอาสาสมัคร	2	0.8
สถาบันภาษา	14	5.4
รวม	257	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมากที่สุด มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมาคือ วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา มธ. จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 คณะนิติศาสตร์และคณะรัฐศาสตร์กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนเท่ากันคือ 28 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 และวิทยาลัยสหวิทยาการมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4

ตารางที่ 4.5

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้บริการห้องสมุด

ห้องสมุด	จำนวน	ร้อยละ
1. หอสมุดของปรีดี พนมยงค์		
ไม่เคยใช้บริการ	30	11.7
เคยใช้บริการ	227	88.3
รวม	257	100.0
2. ห้องสมุดสัญญา ธรรมศักดิ์		
ไม่เคยใช้บริการ	200	77.8
เคยใช้บริการ	57	22.2
รวม	257	100.0
3. ห้องสมุดคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี		
ไม่เคยใช้บริการ	145	56.4
เคยใช้บริการ	112	43.6
รวม	257	100.0
4. ห้องสมุดศาสตราจารย์ดิเรก ชัยนาม		
ไม่เคยใช้บริการ	214	83.3
เคยใช้บริการ	43	16.7
รวม	257	100.0
5. ห้องสมุดป่วย อิงภากรณ์		
ไม่เคยใช้บริการ	188	73.2
เคยใช้บริการ	69	26.8
รวม	257	100.0
6. ห้องสมุดคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน		
ไม่เคยใช้บริการ	223	86.8
เคยใช้บริการ	34	13.2
รวม	257	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยใช้บริการหอสมุดของปรีดี พนมยงค์ มากที่สุด จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 88.3 รองลงมาคือห้องสมุดคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 และห้องสมุดป่วย อังภาภรณ์ (คณะเศรษฐศาสตร์) จำนวน 69 คน ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการห้องสมุดคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนมากที่สุด เป็นจำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 86.8 คน และไม่เคยใช้บริการหอสมุดปรีดี พนมยงค์น้อยที่สุด เป็นจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7

ส่วนที่ 2

พฤติกรรม的开รับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์

ความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์

ตารางที่ 4.6

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความถี่ในการเปิดรับ
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามประเภท
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์	ความถี่ในการเปิดรับสื่อ (ต่อสัปดาห์)					$\bar{X}$	S.D.	ความถี่ในการเปิดรับสื่อ
	ทุกวัน	4-6 วัน	1-3 วัน	น้อยกว่า 1 วัน	ไม่เคยเลย			
บรรณารักษ์	8 (3.1)	22 (8.6)	92 (35.8)	103 (40.1)	32 (12.5)	1.50	0.92	น้อย
เจ้าหน้าที่บริการหน้าประตู	14 (5.4)	28 (10.9)	75 (29.2)	56 (21.8)	84 (32.7)	1.35	1.19	น้อย
เจ้าหน้าที่จุดด้านหน้าประชาสัมพันธ์ ขยายบัตร สำหรับผู้ใช้ที่เป็นบุคคลภายนอก	7 (2.7)	17 (6.6)	43 (16.7)	70 (27.2)	120 (46.7)	0.91	1.06	น้อย

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์	ความถี่ในการเปิดรับสื่อ (ต่อสัปดาห์)					$\bar{X}$	S.D.	ความถี่ในการเปิดรับสื่อ
	ทุกวัน	4-6 วัน	1-3 วัน	น้อยกว่า 1 วัน	ไม่เคยเลย			
เจ้าหน้าที่บริการรับ-ฝากกระเป๋า	9 (3.5)	20 (7.8)	59 (23.0)	106 (41.2)	63 (24.5)	1.25	1.02	น้อย
เจ้าหน้าที่บริการยืม-คืน	15 (5.8)	28 (10.9)	104 (40.5)	86 (33.5)	24 (9.3)	1.70	0.98	ปานกลาง
เจ้าหน้าที่บริการตอบคำถามช่วยคั่นคิว	5 (1.9)	14 (5.4)	53 (24.6)	107 (41.6)	78 (30.4)	1.07	0.94	น้อย
เจ้าหน้าที่บริการวารสารฉบับย้อนหลัง	3 (1.2)	4 (1.6)	27 (10.5)	97 (37.7)	126 (49.0)	0.68	1.50	ไม่เคยเลย
เจ้าหน้าที่บริการคอลเลกชั่นหนังสือหายาก	3 (1.2)	3 (1.2)	13 (5.1)	63 (24.5)	175 (68.1)	0.43	0.74	ไม่เคยเลย
แผ่นพับ (Brochure) แนะนำการใช้ฐานข้อมูล	5 (1.9)	9 (3.5)	42 (16.3)	116 (45.1)	85 (33.1)	0.96	0.90	น้อย
ป้ายประกาศในห้องสมุด	7 (2.7)	22 (8.6)	81 (31.5)	103 (40.1)	44 (17.1)	1.40	0.95	น้อย
โปสเตอร์	6 (2.3)	17 (6.6)	67 (26.1)	114 (44.4)	53 (20.6)	1.26	0.93	น้อย
บอร์ดประชาสัมพันธ์ข่าวทั่วไปในห้องสมุด	3 (1.2)	20 (7.8)	82 (31.9)	95 (37.0)	57 (22.2)	1.29	0.93	น้อย
เสียงตามสายภายในห้องสมุด	5 (1.9)	20 (7.8)	33 (12.8)	83 (32.2)	116 (45.1)	0.89	1.02	น้อย
เว็บไซต์ห้องสมุด	16 (6.2)	65 (25.3)	87 (33.9)	65 (25.3)	24 (9.3)	1.94	1.06	ปานกลาง
เว็บบอร์ดห้องสมุด	2 (0.8)	26 (10.1)	44 (17.1)	75 (29.2)	110 (42.8)	0.97	1.03	น้อย
ป้ายโฆษณา ป้ายผ้า	2 (0.8)	11 (4.3)	41 (16.0)	92 (35.8)	111 (43.2)	0.84	0.90	น้อย

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์	ความถี่ในการเปิดรับสื่อ (ต่อสัปดาห์)					$\bar{X}$	S.D.	ความถี่ในการเปิดรับสื่อ
	ทุกวัน	4-6 วัน	1-3 วัน	น้อยกว่า 1 วัน	ไม่เคยเลย			
ใบปิดที่ติดอยู่ด้านในและด้านหน้าประตูลิฟท์	7 (2.7)	11 (4.3)	60 (23.3)	99 (38.5)	80 (31.1)	1.09	0.97	น้อย
คู่มือหนังสือใหม่	5 (1.9)	21 (8.2)	90 (35.0)	80 (31.1)	60 (23.7)	1.33	0.99	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	1.16	0.96	น้อย					

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาโทมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 1.16 โดยมีการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทเว็บไซต์สูงที่สุด มีความถี่ในการเปิดรับอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.94 ลำดับถัดมาคือสื่อบุคคลประเภทเจ้าหน้าที่เยี่ยม-คืน มีความถี่ในการเปิดรับอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.70 ส่วนสื่อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย คือ สื่อบุคคลประเภทบรรณารักษ์ เจ้าหน้าที่บริการหน้าประตู เจ้าหน้าที่จุดด้านหน้าประชาสัมพันธ์ขายบัตรสำหรับผู้ใช้บริการที่เป็นบุคคลภายนอก เจ้าหน้าที่รับฝากกระเป๋า เจ้าหน้าที่บริการตอบคำถามและช่วยค้นคว้า แผ่นพับ (Brochure) แนะนำการใช้ฐานข้อมูล ป้ายประกาศในห้องสมุด โปสเตอร์บอร์ดประชาสัมพันธ์ทั่วไปในห้องสมุด ป้ายโฆษณา ป้ายผ้า ใบปิดที่ติดอยู่ด้านในและหน้าประตูลิฟท์ คู่มือหนังสือใหม่

สื่อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ไม่เคยเปิดรับเลยมี 2 ประเภท คือ สื่อบุคคลประเภทเจ้าหน้าที่บริการวารสารฉบับย้อนหลัง และสื่อบุคคลประเภทเจ้าหน้าที่บริการคอลเลกชันหนังสือหายาก โดยสื่อบุคคลประเภทเจ้าหน้าที่บริการวารสารฉบับย้อนหลัง มีค่าเฉลี่ย 0.68 และเจ้าหน้าที่บริการคอลเลกชันหนังสือหายาก มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีค่าเฉลี่ย 0.43

ตารางที่ 4.7

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบริการห้องสมุด

ห้องสมุด	จำนวน	ร้อยละ
1. นิทรรศการภายในห้องสมุด		
ไม่เคยเข้าร่วม	192	74.7
เคยเข้าร่วม 1-3 ครั้ง	18	7.0
เคยเข้าร่วม 4 ครั้งขึ้นไป	47	18.3
รวม	257	100.0
2. การจัดสัมมนาภายในห้องสมุด		
ไม่เคยเข้าร่วม	244	94.9
เคยเข้าร่วม 1-3 ครั้ง	2	0.8
เคยเข้าร่วม 4 ครั้งขึ้นไป	11	4.3
รวม	257	100.0
3. การจัดฉายภาพยนตร์ของห้องสมุด		
ไม่เคยเข้าร่วม	222	86.4
เคยเข้าร่วม 1-3 ครั้ง	7	2.7
เคยเข้าร่วม 4 ครั้งขึ้นไป	28	10.9
รวม	257	100.0
4. คอร์สอบรมการใช้ฐานข้อมูลที่ห้องสมุดจัดขึ้น ตามความต้องการของนักศึกษาที่มาติดต่อ		
ไม่เคยเข้าร่วม	223	86.8
เคยเข้าร่วม 1-3 ครั้ง	8	3.1
เคยเข้าร่วม 4 ครั้งขึ้นไป	26	10.1
รวม	257	100.0
5. การปฐมนิเทศแนะนำการใช้ห้องสมุดที่คณะ/ สังกัดของท่านจัดขึ้น		
ไม่เคยเข้าร่วม	216	84.0
เคยเข้าร่วม 1-3 ครั้ง	2	0.8
เคยเข้าร่วม 4 ครั้งขึ้นไป	39	15.2
รวม	257	100.0

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ห้องสมุด	จำนวน	ร้อยละ
6. งานวันมิตรห้องสมุด		
ไม่เคยเข้าร่วม	223	86.8
เคยเข้าร่วม 1-3 ครั้ง	8	3.1
เคยเข้าร่วม 4 ครั้งขึ้นไป	26	10.1
รวม	257	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยร่วมกิจกรรมห้องสมุด โดยกิจกรรมการจัดสัมมนาภายในห้องสมุด กลุ่มตัวอย่างไม่เข้าร่วมกิจกรรมมากที่สุดมีจำนวน 244 คน และคิดเป็นร้อยละ 94.9 ลำดับถัดมาคือ กิจกรรมคอร์สอบรมการใช้ฐานข้อมูลที่ห้องสมุดจัดขึ้นตามความต้องการของนักศึกษาที่มาติดต่อ มีความถี่ในการไม่เข้าร่วมกิจกรรมเท่ากับกิจกรรมงานวันมิตรห้องสมุด โดยผู้ที่ไม่เข้าร่วมกิจกรรมมีจำนวน 222 คน มีค่าเฉลี่ย 86.8 ส่วนกิจกรรมที่มีผู้ไม่เข้าร่วมกิจกรรมน้อยที่สุดคือ กิจกรรมนิทรรศการภายในห้องสมุด คิดเป็นร้อยละ 74.7

ส่วนที่ 3

ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์

ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ จำแนกตามประเภทสื่อประชาสัมพันธ์ สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.8

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามสื่อประเภทบรรณารักษ์

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความ พึง พอใจ
	อย่าง ยิ่ง	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้			
มนุษย์สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	26 (10.9)	87 (33.9)	101 (39.3)	20 (7.8)	1 (0.4)	22 (8.6)	3.20	1.25	ปาน กลาง
กระตือรือร้นในการให้ คำแนะนำและบริการ อย่างดี	30 (11.7)	102 (39.7)	74 (28.8)	28 (10.9)	1 (0.4)	22 (8.6)	3.26	1.30	ปาน กลาง
มีความรู้ ความสามารถ ในการ ให้บริการ	37 (14.4)	96 (37.4)	82 (31.9)	19 (7.4)	1 (0.4)	22 (8.6)	3.32	1.30	ปาน กลาง
มีทักษะในการสื่อสาร ที่ดีให้ข้อมูลตรง วัตถุประสงค์ที่ ต้องการ	37 (14.4)	82 (31.9)	90 (35.0)	19 (7.4)	1 (0.4)	28 (10.9)	3.20	1.39	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							3.25	1.31	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
ห้องสมุดประเภทบรรณารักษ์ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.25 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึง
พอใจจากการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ประเภทบรรณารักษ์ อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ

โดยมีความพึงพอใจต่อการมีความรู้ความสามารถในการให้บริการของบรรณารักษ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.32 รองลงมาคือ มีความกระตือรือร้นในการให้คำแนะนำและบริการอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.26 มีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีค่าเฉลี่ย 3.20 และมีทักษะในการสื่อสารที่ดีให้ข้อมูลตรง มีค่าเฉลี่ย 3.20

ตารางที่ 4.9

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามสื่อประเภท
เจ้าหน้าที่บริการหน้าประตู

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความ พึง พอใจ
	อย่าง ยิ่ง	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้			
มนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	18 (0.7)	61 (23.7)	90 (35.0)	32 (12.5)	6 (2.3)	50 (19.5)	2.62	1.53	ปาน กลาง
กระตือรือร้นในการให้ คำแนะนำและบริการ อย่างดี	21 (8.2)	60 (23.3)	86 (33.5)	35 (13.6)	5 (1.9)	50 (19.5)	2.64	1.55	ปาน กลาง
มีทักษะในการสื่อสารที่ ดีให้ข้อมูลตรง วัตถุประสงค์ที่ต้องการ	20 (7.8)	56 (21.8)	97 (37.7)	29 (11.3)	5 (1.9)	50 (19.5)	2.64	1.53	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							2.63	1.54	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการหน้าประตู อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.63 โดยมีความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการหน้าประตู อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส และมีทักษะในการสื่อสารที่ดีให้ข้อมูลตรงวัตถุประสงค์ที่ต้องการ มีค่าเฉลี่ย 2.64 เท่ากัน รองลงมาคือ มีความกระตือรือร้นในการให้คำแนะนำและบริการอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 2.62

ตารางที่ 4.10

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ
 สื่อบริการสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามสื่อประเภทเจ้าหน้าที่
 จุดด้านหน้าประชาสัมพันธ์ ขยายบัตรสำหรับ
 ผู้ใช้ที่เป็นบุคคลภายนอก

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจสื่อบริการสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความ พึง พอใจ
	อย่าง ยิ่ง	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้			
มนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	14 (5.4)	42 (16.3)	68 (25.6)	20 (7.8)	0 (0.0)	113 (44.0)	1.88	1.77	น้อย
กระตือรือร้นในการให้ คำแนะนำและบริการ อย่างดี	14 (5.4)	39 (15.2)	71 (27.6)	18 (7.0)	0 (0.0)	114 (44.4)	1.86	1.77	น้อย
มีทักษะในการสื่อสาร ที่ดีให้ข้อมูลตรง วัตถุประสงค์ที่ต้องการ	12 (4.7)	41 (16.0)	71 (27.6)	18 (7.0)	0 (0.0)	115 (44.7)	1.84	1.76	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม							1.86	1.76	น้อย

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อบริการสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่จุดด้านหน้าประชาสัมพันธ์ ขยายบัตรสำหรับผู้ที่ใช้ที่เป็นบุคคลภายนอก อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 1.86 โดยมีความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อบริการสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่จุดด้านหน้าประชาสัมพันธ์ ขยายบัตรสำหรับผู้ที่ใช้ที่เป็นบุคคลภายนอก อยู่ในระดับน้อยทุกข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใสมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 1.88 รองลงมาคือ มีความกระตือรือร้นในการให้คำแนะนำและบริการอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 1.86 และมีทักษะในการสื่อสารที่ดีให้ข้อมูลตรงวัตถุประสงค์ที่ต้องการ มีค่าเฉลี่ย 1.84

ตารางที่ 4.11

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ
 สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดจำแนกตามสื่อประเภท
 เจ้าหน้าที่บริการรับ-ฝากกระเป๋า

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความ พึง พอใจ
	อย่าง ยิ่ง	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้			
มนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	14 (5.4)	40 (15.6)	104 (40.5)	34 (13.2)	5 (1.9)	60 (23.3)	2.39	1.52	ปาน กลาง
กระตือรือร้นในการให้ คำแนะนำและบริการ อย่างดี	14 (5.4)	38 (14.8)	105 (40.9)	38 (14.8)	3 (1.2)	59 (23.0)	2.40	1.50	ปาน กลาง
มีทักษะในการสื่อสารที่ ดีให้ข้อมูลตรง วัตถุประสงค์ที่ต้องการ	13 (5.1)	43 (16.7)	98 (38.1)	43 (16.7)	2 (0.8)	58 (22.6)	2.41	1.50	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							2.40	1.52	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการรับ-ฝากกระเป๋า อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.40 โดยมีความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ประเภทเจ้าหน้าที่บริการรับ-ฝากกระเป๋า อยู่ในระดับน้อยทุกข้อ โดยมีความพึงพอใจต่อการมีทักษะในการสื่อสารที่ดี ให้ข้อมูลตรงวัตถุประสงค์ที่ต้องการมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.41

ตารางที่ 4.12

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ

สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามสื่อ

ประเภทเจ้าหน้าที่บริการยืม-คืน

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
	อย่างยิ่ง	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยใช้			
มนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	39 (15.2)	112 (43.6)	88 (34.2)	12 (4.7)	4 (1.6)	2 (0.8)	3.64	0.90	มาก
กระตือรือร้นในการให้คำแนะนำและบริการอย่างดี	46 (17.9)	113 (44.0)	79 (30.7)	11 (4.3)	5 (1.9)	3 (1.2)	3.68	0.96	มาก
มีทักษะในการสื่อสารที่ดีให้ข้อมูลตรงวัตถุประสงค์ที่ต้องการ	50 (19.5)	112 (43.6)	79 (30.7)	10 (3.9)	3 (1.2)	3 (1.2)	3.73	0.93	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							3.68	0.93	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการยืม-คืน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.68 โดยมีความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ประเภทเจ้าหน้าที่บริการยืม-คืน อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการมีทักษะในการสื่อสารที่ดี ให้ข้อมูลตรงวัตถุประสงค์ที่ต้องการมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.73 รองลงมาคือ มีความกระตือรือร้นในการให้คำแนะนำและบริการอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.68 และมีมนุษยสัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีค่าเฉลี่ย 3.64

ตารางที่ 4.13

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ
 สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามสื่อประเภท
 เจ้าหน้าที่บริการตอบคำถามช่วยค้นคว้า

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความ พึงพอใจ
	อย่าง ยิ่ง	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้			
มนุษย์สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	21 (8.2)	70 (27.2)	86 (33.5)	8 (3.1)	3 (1.2)	69 (26.8)	2.58	1.71	ปาน กลาง
กระตือรือร้นในการให้ คำแนะนำและบริการ อย่างดี	23 (8.9)	73 (28.4)	80 (31.1)	8 (3.1)	4 (1.6)	69 (26.8)	2.60	1.73	ปาน กลาง
มีทักษะในการสื่อสารที่ ดีให้ข้อมูลตรง วัตถุประสงค์ที่ต้องการ	27 (10.5)	65 (23.5)	84 (32.7)	9 (3.5)	3 (1.2)	69 (26.8)	2.60	1.73	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							2.58	1.71	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการตอบคำถามช่วยค้นคว้า อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.63 โดยมีความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ประเภทเจ้าหน้าที่บริการตอบคำถามช่วยค้นคว้า อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการมีความกระตือรือร้นในการให้คำแนะนำและบริการอย่างดี และมีทักษะในการสื่อสารที่ดีให้ข้อมูลตรงวัตถุประสงค์ที่ต้องการ มีค่าเฉลี่ย 2.60 เท่ากัน รองลงมาคือ มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีค่าเฉลี่ย 2.58

ตารางที่ 4.14

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ
 สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามสื่อประเภท
 เจ้าหน้าที่บริการวารสารฉบับย้อนหลัง

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความ พึง พอใจ
	อย่าง ยิ่ง	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้			
มนุษย์สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส	13 (5.1)	55 (21.4)	64 (24.9)	14 (5.4)	1 (0.4)	110 (42.8)	1.97	1.81	น้อย
กระตือรือร้นในการให้ คำแนะนำและบริการ อย่างดี	16 (6.2)	65 (25.3)	45 (17.5)	20 (7.8)	1 (0.4)	110 (42.8)	2.01	1.86	น้อย
มีทักษะในการสื่อสารที่ ดีให้ข้อมูลตรง วัตถุประสงค์ที่ต้องการ	14 (5.4)	54 (21.0)	65 (25.3)	13 (5.1)	1 (0.4)	110 (42.8)	1.98	1.82	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม							2.00	1.85	น้อย

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการวารสารฉบับย้อนหลัง อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.63 โดยมีความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ประเภทเจ้าหน้าที่บริการวารสารฉบับย้อนหลัง อยู่ในระดับน้อยทุกข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการมีความกระตือรือร้นในการให้คำแนะนำและบริการอย่างดีมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.01 รองลงมาคือ มีทักษะในการสื่อสารที่ดีให้ข้อมูลตรงวัตถุประสงค์ที่ต้องการ มีค่าเฉลี่ย 1.98 และมีมนุษย์สัมพันธ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีค่าเฉลี่ย 1.97

ตารางที่ 4.15

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ
 สื่อบริการสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามสื่อประเภทเจ้าหน้าที่
 บริการคอลเลกชันหนังสือหายาก

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจสื่อบริการสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความ พึงพอใจ
	อย่าง ยิ่ง	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้			
มนุษย์สัมพันธ์ดีเยี่ยม แจ่มใส	8 (3.1)	38 (14.8)	49 (19.1)	15 (5.8)	2 (0.8)	141 (54.9)	1.50	1.74	น้อย ที่สุด
กระตือรือร้นในการให้ คำแนะนำและบริการ อย่างดี	11 (4.3)	38 (14.8)	49 (19.1)	15 (5.8)	2 (0.8)	142 (55.3)	1.50	1.77	น้อย ที่สุด
มีทักษะในการสื่อสารที่ ดีให้ข้อมูลตรง วัตถุประสงค์ที่ต้องการ	7 (2.7)	43 (16.7)	48 (18.7)	17 (6.6)	1 (0.4)	141 (54.9)	1.50	1.75	น้อย ที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม							1.50	1.76	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อบริการสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการคอลเลกชันหนังสือหายาก อยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 1.50 โดยมีความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อบริการสัมพันธ์ห้องสมุด ประเภทเจ้าหน้าที่บริการคอลเลกชันหนังสือหายาก อยู่ในระดับน้อยที่สุดทุกข้อ มีค่าเฉลี่ย 1.50 เท่ากันทุกข้อ

ตารางที่ 4.16

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ
 สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามสื่อประเภท
 แผ่นพับ (Brochure) แนะนำการใช้ฐานข้อมูล

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความ พึง พอใจ
	อย่าง ยิ่ง	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้			
มีเนื้อหาเข้าใจง่าย ชัดเจน	6 (2.3)	46 (17.9)	83 (32.3)	29 (11.3)	2 (0.8)	91 (35.4)	2.04	1.63	น้อย
ได้รับข้อมูลข่าวสาร ตรงตามวัตถุประสงค์	5 (1.9)	58 (22.6)	80 (31.1)	27 (10.5)	3 (1.2)	84 (32.7)	2.16	1.64	น้อย
รูปแบบของตัวอักษร ภาพ และสี สวยงาม	4 (1.6)	54 (21.0)	82 (31.9)	28 (10.9)	5 (1.9)	84 (32.7)	2.11	1.62	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม							2.10	1.63	น้อย

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทแผ่นพับ (Brochure) แนะนำการใช้ฐานข้อมูล อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.10 โดยมีความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ประเภทแผ่นพับ (Brochure) แนะนำการใช้ฐานข้อมูล อยู่ในระดับน้อยทุกข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการได้รับข้อมูลข่าวสารตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.16 รองลงมาคือ รูปแบบของตัวอักษร ภาพ และสี สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 2.11 และมีเนื้อหาเข้าใจง่าย ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 2.04

ตารางที่ 4.17

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ
 สื่อบริษัทสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามสื่อประเภท
 ป้ายประกาศในห้องสมุด

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจต่อบริษัทสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความ พึง พอใจ
	อย่าง ยิ่ง	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้			
มีเนื้อหาเข้าใจง่าย ชัดเจน	13 (5.1)	71 (21.6)	116 (45.1)	15 (5.8)	2 (0.8)	40 (15.6)	2.84	1.39	ปาน กลาง
ได้รับข้อมูลข่าวสาร ตรงตามวัตถุประสงค์	12 (4.7)	69 (26.8)	122 (47.5)	13 (5.1)	2 (0.8)	39 (15.2)	2.84	1.37	ปาน กลาง
รูปแบบของตัวอักษร ภาพ และสี สวยงาม	11 (4.3)	57 (22.2)	121 (47.1)	25 (9.7)	3 (1.2)	40 (15.6)	2.72	1.36	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							2.80	1.37	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
 ห้องสมุดประเภทป้ายประกาศในห้องสมุด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.80 โดยมีความพึง
 พอใจจากการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ประเภทป้ายประกาศในห้องสมุด อยู่ในระดับปาน
 กลางทุกข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการได้รับข้อมูลข่าวสารตรงตามวัตถุประสงค์
 และมีเนื้อหาเข้าใจง่าย ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 2.84 เท่ากัน รองลงมาคือ มีรูปแบบของตัวอักษร ภาพ
 และสี สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 2.72

ตารางที่ 4.18

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามสื่อประเภทโปสเตอร์

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความ พึง พอใจ
	อย่าง ยิ่ง	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้			
มีเนื้อหาเข้าใจง่าย ชัดเจน	10 (3.9)	75 (29.2)	105 (40.9)	16 (6.2)	2 (0.8)	49 (19.1)	2.72	1.47	ปาน กลาง
ได้รับข้อมูลข่าวสาร ตรงตามวัตถุประสงค์	9 (3.5)	83 (32.3)	99 (38.5)	13 (5.1)	3 (1.2)	50 (19.5)	2.74	1.50	ปาน กลาง
รูปแบบของตัวอักษร ภาพ และสี สวยงาม	7 (2.7)	73 (28.4)	107 (41.6)	17 (6.6)	3 (1.2)	50 (19.5)	2.67	1.46	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							2.71	1.48	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทโปสเตอร์ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.71 โดยมีความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ประเภทโปสเตอร์ อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการได้รับข้อมูลข่าวสารตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.74 รองลงมาคือ มีเนื้อหาเข้าใจง่าย ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 2.72 และมีรูปแบบของตัวอักษร ภาพ และสีสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 2.67

ตารางที่ 4.19

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ

สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามสื่อประเภทบอร์ด

ประชาสัมพันธ์ข่าวทั่วไปในห้องสมุด

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
	อย่างยิ่ง	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยใช้			
ได้รับข้อมูลข่าวสารตรงตามวัตถุประสงค์	12 (4.7)	62 (24.1)	109 (2.4)	20 (7.8)	2 (0.8)	52 (20.2)	2.63	1.49	ปานกลาง
ข้อมูลมีการปรับเปลี่ยนใหม่อยู่เสมอ (Updated)	9 (3.5)	62 (24.1)	114 (44.4)	17 (6.6)	3 (1.2)	52 (20.2)	2.61	1.47	ปานกลาง
รูปแบบของตัวอักษร ภาพ และสีของบอร์ดสวยงาม	6 (2.3)	55 (21.4)	118 (45.9)	24 (9.3)	2 (0.8)	52 (20.2)	2.54	1.43	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							2.59	1.46	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทบอร์ดประชาสัมพันธ์ข่าวทั่วไปในห้องสมุด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.59 โดยมีความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ประเภทบอร์ดประชาสัมพันธ์ข่าวทั่วไปในห้องสมุด อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการได้รับข้อมูลข่าวสารตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.63 รองลงมาคือ ข้อมูลมีการปรับเปลี่ยนใหม่อยู่เสมอ (Updated) มีค่าเฉลี่ย 2.61 และมีรูปแบบของตัวอักษร ภาพ และสีของบอร์ดสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 2.54

ตารางที่ 4.20

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ
 สื่อบริษัทสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามสื่อประเภท
 เสี่ยงตามสายภายในห้องสมุด

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจสื่อบริษัทสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความ พึง พอใจ
	อย่าง ยิ่ง	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้			
ได้รับข้อมูลข่าวสารตรง ตามวัตถุประสงค์	15 (5.8)	40 (15.6)	84 (32.7)	23 (8.9)	4 (1.6)	91 (35.4)	2.09	1.70	น้อย
คุณภาพของเสียงได้ยิน ชัดเจน	15 (5.8)	38 (14.8)	73 (8.4)	31 (12.1)	4 (1.6)	96 (37.4)	1.99	1.70	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม							2.00	1.70	น้อย

จากตารางที่ 4.20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อบริษัทสัมพันธ์
 ห้องสมุดประเภทเสี่ยงตามสายภายในห้องสมุด อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.00 โดยมีความพึงพอใจ
 จากการเปิดรับสื่อบริษัทสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเสี่ยงตามสายภายในห้องสมุด อยู่ในระดับน้อย
 ทุกข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการได้รับข้อมูลข่าวสารตรงตามวัตถุประสงค์มากที่สุด
 มีค่าเฉลี่ย 2.09 รองลงมาคือ คุณภาพของเสียงได้ยินชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 1.99

ตารางที่ 4.21

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ

สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามสื่อ

ประเภทเว็บไซต์ห้องสมุด

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
	อย่าง ยิ่ง	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้			
ได้รับข้อมูลข่าวสารตรงตามวัตถุประสงค์	48 (18.7)	90 (35.0)	78 (30.4)	10 (3.9)	1 (0.4)	30 (11.7)	3.33	1.45	ปานกลาง
คำอธิบายข้อแนะนำวิธีการใช้ฐานข้อมูลเข้าใจง่าย	39 (15.2)	98 (38.1)	74 (28.8)	20 (7.8)	3 (1.2)	23 (8.9)	3.32	1.35	ปานกลาง
เข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการได้ง่าย	39 (15.2)	101 (39.3)	69 (26.8)	16 (6.2)	9 (3.5)	23 (8.9)	3.30	1.38	ปานกลาง
รูปแบบของเว็บไซต์สวยงาม	29 (11.3)	80 (31.1)	98 (38.1)	25 (9.7)	2 (0.8)	23 (8.9)	3.16	1.29	ปานกลาง
ข้อมูลข่าวสารที่แจ้งผ่านเว็บไซต์มีการปรับปรุงเสมอ (Updated)	48 (18.7)	82 (31.9)	87 (33.9)	15 (5.8)	1 (0.4)	24 (9.3)	3.35	1.36	มาก
ประหยัดเวลาในการเดินทางมาใช้ห้องสมุด	95 (37.0)	80 (31.1)	45 (17.5)	11 (4.3)	2 (0.8)	23 (8.9)	3.71	1.48	มาก
สามารถสืบค้นข้อมูล ได้สะดวก รวดเร็ว	73 (28.4)	84 (32.7)	48 (18.7)	21 (8.2)	2 (0.8)	29 (11.3)	3.46	1.54	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							3.38	1.42	มาก

จากตารางที่ 4.21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเว็บไซต์ห้องสมุด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 2.00 โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก 3 คุณสมบัติ คือ ประหยัดเวลาในการเดินทางมาใช้ห้องสมุด มีค่าเฉลี่ย 3.71 สามารถสืบค้นข้อมูล ได้สะดวก รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.46 และข้อมูลข่าวสารที่แจ้งผ่านเว็บไซต์มีการปรับปรุงเสมอ (Updated) มีค่าเฉลี่ย 3.35 และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง 4 ข้อ คือ ได้รับข้อมูลข่าวสารตรงตามวัตถุประสงค์ มีค่าเฉลี่ย 3.33 คำอธิบายข้อแนะนำวิธีการใช้ฐานข้อมูลเข้าใจง่าย มี

ค่าเฉลี่ย 3.32 เข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.30 และรูปแบบของเว็บไซต์สวยงาม มีค่าเฉลี่ย 3.16

ตารางที่ 4.22

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามสื่อ
ประเภทเว็บไซต์ห้องสมุด

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
	อย่างยิ่ง	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยใช้			
ได้รับข้อมูลข่าวสารตรงตามวัตถุประสงค์	16 (6.2)	47 (18.3)	68 (26.5)	17 (6.6)	3 (1.2)	106 (41.2)	1.98	1.79	น้อย
คำอธิบายข้อแนะนำวิธีการใช้สัญลักษณ์เข้าใจง่าย	19 (7.4)	45 (17.5)	66 (25.7)	18 (7.0)	3 (1.2)	106 (41.2)	1.99	1.81	น้อย
มีการตอบกลับทันทีที่มีการถาม	11 (4.3)	40 (15.6)	79 (30.7)	17 (6.6)	4 (1.6)	106 (41.2)	1.91	1.72	น้อย
ข้อมูลข่าวสารที่แจ้งผ่านเว็บไซต์มีการปรับปรุงอยู่เสมอ (Updated)	9 (3.5)	51 (19.8)	72 (28.0)	16 (6.2)	3 (1.2)	106 (41.2)	1.95	1.74	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม							1.95	1.68	น้อย

จากตารางที่ 4.22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเว็บไซต์ห้องสมุด อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 1.95 โดยมีความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ประเภทเว็บไซต์ห้องสมุด อยู่ในระดับน้อยทุกข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการให้คำอธิบายข้อแนะนำวิธีการใช้สัญลักษณ์เข้าใจง่ายมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 1.99 รองลงมาคือ ได้รับข้อมูลข่าวสารตรงตามวัตถุประสงค์ มีค่าเฉลี่ย 1.98 ข้อมูลข่าวสารที่แจ้งผ่านเว็บไซต์มีการปรับปรุงอยู่เสมอ (Updated) มีค่าเฉลี่ย 1.95 และมีการตอบกลับทันทีที่มีการถาม มีค่าเฉลี่ย 1.91

ตารางที่ 4.23

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ
 สื่อบริษัทสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามสื่อประเภท
 ป้ายโฆษณา ป้ายผ้า

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจต่อบริษัทสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความ พึง พอใจ
	อย่าง ยิ่ง	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคยใช้			
ได้รับข้อมูลข่าวสารตรงตามวัตถุประสงค์	7 (2.7)	47 (18.3)	71 (27.6)	23 (8.9)	3 (1.2)	106 (41.2)	1.89	1.70	น้อย
ข้อความครบถ้วน อ่านเข้าใจง่าย	6 (2.3)	53 (20.6)	67 (26.1)	21 (8.2)	3 (1.2)	107 (41.6)	1.90	1.72	น้อย
รูปแบบและสีสันสวยงาม	5 (1.9)	40 (15.6)	71 (27.6)	31 (12.1)	3 (1.2)	107 (41.6)	1.80	1.65	น้อย
ตำแหน่งที่ป้ายโฆษณาและป้ายผ้าไปติดเหมาะสม	8 (3.1)	31 (12.1)	82 (31.9)	25 (9.7)	4 (1.6)	107 (41.6)	1.81	1.65	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม							1.85	1.71	น้อย

จากตารางที่ 4.23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทป้ายโฆษณา ป้ายผ้า อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 1.85 โดยมีความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ประเภทป้ายโฆษณา ป้ายผ้า อยู่ในระดับน้อยทุกข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการมีข้อความครบถ้วน อ่านเข้าใจง่ายมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 1.90 รองลงมาคือ ได้รับข้อมูลข่าวสารตรงตามวัตถุประสงค์ มีค่าเฉลี่ย 1.89 ตำแหน่งที่ป้ายโฆษณาและป้ายผ้าไปติดเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 1.81 และรูปแบบและสีสันสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 1.80

ตารางที่ 4.24

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ
 สื่อบริษัทสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามสื่อประเภทใบปิด
 ที่ติดอยู่ด้านในและด้านหน้าประตูลิฟท์

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจสื่อบริษัทสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความ พึง พอใจ
	อย่าง ยิ่ง	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้			
ได้รับข้อมูลข่าวสารตรง ตามวัตถุประสงค์	8 (3.1)	56 (21.8)	90 (35.0)	16 (6.2)	4 (1.6)	83 (32.3)	2.22	1.66	น้อย
ข้อความครบถ้วน อ่าน เข้าใจง่าย	8 (3.1)	56 (21.8)	95 (37.0)	17 (6.6)	3 (1.2)	78 (30.4)	2.29	1.63	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม							2.25	1.64	น้อย

จากตารางที่ 4.24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อบริษัทสัมพันธ์
 ห้องสมุดประเภทใบปิดที่ติดอยู่ด้านในและด้านหน้าประตูลิฟท์ อยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.25
 โดยมีความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อบริษัทสัมพันธ์ห้องสมุด ประเภทใบปิดที่ติดอยู่ด้านในและ
 ด้านหน้าประตูลิฟท์ อยู่ในระดับน้อยทุกข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการมีข้อความ
 ครบถ้วน อ่านเข้าใจง่ายมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.29 รองลงมาคือ ได้รับข้อมูลข่าวสารตรงตาม
 วัตถุประสงค์ มีค่าเฉลี่ย 2.22

ตารางที่ 4.25

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ

สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามสื่อ

ประเภทตู้โชว์หนังสือใหม่

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความ พึง พอใจ
	อย่าง ยิ่ง	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้			
รูปแบบในการจัดวาง หนังสือเหมาะสม	30 (11.7)	71 (27.6)	85 (33.1)	15 (5.8)	4 (1.6)	52 (20.2)	2.81	1.63	ปาน กลาง
มีการนำหนังสือใหม่ ๆ มาจัดวางสม่ำเสมอ	28 (10.9)	80 (31.1)	81 (31.5)	13 (5.1)	4 (1.6)	51 (19.8)	2.85	1.62	ปาน กลาง
หนังสือที่มาจัดวาง น่าสนใจ	17 (6.6)	104 (40.5)	65 (25.3)	14 (5.4)	2 (0.8)	55 (21.4)	2.82	1.63	ปาน กลาง
ตำแหน่งที่วางตู้หรือชั้น แสดงหนังสือเหมาะสม	13 (5.1)	84 (32.7)	88 (34.2)	12 (4.7)	5 (1.9)	55 (21.4)	2.70	1.58	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวม							2.80	1.60	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทตู้โชว์หนังสือใหม่ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.80 โดยมีความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด ประเภทตู้โชว์หนังสือใหม่ อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการนำหนังสือใหม่ ๆ มาจัดวางสม่ำเสมอมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.85 รองลงมาคือ หนังสือที่มาจัดวางน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 2.82 รูปแบบในการจัดวางหนังสือเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 2.81 และตำแหน่งที่วางตู้หรือชั้นแสดงหนังสือเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 2.70

ตารางที่ 4.26

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ
 สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามสื่อประเภท
 นิทรรศการภายในห้องสมุด

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความ พึง พอใจ
	อย่าง ยิ่ง	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้			
นิทรรศการที่จัดมีหัวข้อ และเนื้อหาที่น่าสนใจ	8 (3.1)	41 (16.0)	35 (13.6)	11 (4.3)	4 (1.6)	160 (62.3)	1.30	1.75	น้อย ที่สุด
รูปแบบนิทรรศการ สวยงาม เหมาะสม	8 (3.1)	38 (14.8)	31 (12.1)	15 (5.8)	2 (0.8)	163 (63.4)	1.23	1.72	น้อย ที่สุด
ระยะเวลาที่จัด เหมาะสม	5 (1.9)	36 (14.0)	37 (14.4)	14 (5.4)	2 (0.8)	163 (63.4)	1.21	1.67	น้อย ที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม							1.24	1.56	น้อย ที่สุด

จากตารางที่ 4.26 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทนิทรรศการภายในห้องสมุด อยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 1.24 โดยมีความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทนิทรรศการภายในห้องสมุด อยู่ในระดับน้อยที่สุดทุกข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในนิทรรศการที่จัดมีหัวข้อและเนื้อหาที่น่าสนใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 1.30 รองลงมาคือ รูปแบบนิทรรศการ สวยงาม เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 1.23 และระยะเวลาที่จัดเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 1.21

ตารางที่ 4.27

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ

สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามสื่อประเภท

การจัดสัมมนาภายในห้องสมุด

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความ พึง พอใจ
	อย่าง ยิ่ง	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้			
การสัมมนามีหัวข้อและ เนื้อหาที่น่าสนใจ	0 (0.0)	7 (2.7)	18 (7.0)	17 (6.6)	2 (0.8)	213 (82.9)	0.46	1.06	ไม่พึง พอใจ
รูปแบบของการสัมมนา ดึงดูดให้เข้าร่วมชม	0 (0.0)	7 (2.7)	16 (6.2)	17 (6.6)	5 (1.9)	212 (82.5)	0.45	1.04	ไม่พึง พอใจ
ระยะเวลาที่จัด เหมาะสม	0 (0.0)	7 (2.7)	17 (6.6)	17 (6.6)	4 (1.6)	212 (82.5)	0.46	1.05	ไม่พึง พอใจ
ค่าเฉลี่ยรวม							0.45	1.05	ไม่พึง พอใจ

จากตารางที่ 4.27 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่เคยใช้สื่อประเภทการจัดสัมมนาภายในห้องสมุด จึงไม่เกิดความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ย 0.45 โดยกลุ่มตัวอย่างไม่เคยใช้สื่อประเภทการจัดสัมมนาภายในห้องสมุด จึงไม่เกิดความพึงพอใจทุกข้อ

ตารางที่ 4.28

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ

สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามสื่อประเภท

การจัดฉายภาพยนตร์ของห้องสมุด

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความ พึง พอใจ
	อย่าง ยิ่ง	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้			
ภาพยนตร์ที่นำมา ฉายน่าสนใจ	10 (3.9)	18 (7.0)	26 (10.1)	6 (2.3)	2 (0.8)	195 (75.9)	0.83	1.55	ไม่พึง พอใจ
บรรยากาศในการฉาย ภาพยนตร์ดี	11 (4.3)	19 (7.4)	23 (8.9)	8 (3.1)	2 (0.8)	194 (75.5)	0.85	1.57	ไม่พึง พอใจ
ช่วงเวลาในการฉาย เหมาะสม (วันอาทิตย์ บ่าย)	6 (2.3)	18 (7.0)	27 (10.5)	10 (3.9)	2 (0.8)	195 (75.9)	0.80	1.47	ไม่พึง พอใจ
ค่าเฉลี่ยรวม							0.82	1.53	ไม่พึง พอใจ

จากตารางที่ 4.28 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่เคยใช้สื่อประเภทการจัดฉายภาพยนตร์ของห้องสมุด จึงไม่เกิดความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ย 0.82 โดยกลุ่มตัวอย่างไม่เคยใช้สื่อประเภทการจัดสัมนาภายในห้องสมุด จึงไม่เกิดความพึงพอใจทุกข้อ

ตารางที่ 4.29

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ
 สื่อบริษัทสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามสื่อประเภทคอร์ส
 อบรมการใช้ฐานข้อมูลในห้องสมุดจัดขึ้นตาม
 ความต้องการของนักศึกษาที่มาติดต่อ

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจต่อบริษัทสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความ พึง พอใจ
	อย่าง ยิ่ง	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้			
ทำให้เข้าใจและใช้ ฐานข้อมูลได้ดีขึ้น	4 (1.6)	14 (5.4)	21 (8.2)	6 (2.3)	3 (1.2)	209 (81.1)	0.60	1.32	ไม่พึง พอใจ
ระยะเวลาในการจัด อบรมเหมาะสม	1 (0.4)	13 (5.1)	24 (9.3)	6 (2.3)	3 (1.2)	210 (81.7)	0.56	1.24	ไม่พึง พอใจ
วิทยากรที่มาสาธิตการ ใช้ฐานข้อมูลอธิบายได้ ชัดเจน	3 (1.2)	11 (4.3)	25 (9.7)	5 (1.9)	3 (1.2)	210 (81.7)	0.57	1.27	ไม่พึง พอใจ
ค่าเฉลี่ยรวม							0.58	1.28	ไม่พึง พอใจ

จากตารางที่ 4.29 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่เคยใช้สื่อประเภทคอร์ส
 อบรมการใช้ฐานข้อมูลในห้องสมุดจัดขึ้นตามความต้องการของนักศึกษาที่มาติดต่อ จึงไม่เกิดความ
 พึงพอใจ มีค่าเฉลี่ย 0.58 โดยกลุ่มตัวอย่างไม่เคยใช้สื่อประเภทการจัดสัมมนาภายในห้องสมุด จึง
 ไม่เกิดความพึงพอใจทุกข้อ

ตารางที่ 4.30

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ
 สื่อบริษัทสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามสื่อประเภท
 การปฐมนิเทศแนะนำการใช้ห้องสมุดที่คณะ/
 สถาบันของท่านจัดขึ้น

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจสื่อบริษัทสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความ พึง พอใจ
	อย่าง ยิ่ง	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่เคย ใช้			
ทำให้เข้าใจวิธีการใช้ ห้องสมุด	3 (1.2)	11 (4.3)	25 (9.7)	5 (1.9)	3 (1.2)	210 (81.7)	0.88	1.52	น้อย ที่สุด
ทำให้รู้จักบริการของ ห้องสมุดมากขึ้น	7 (2.7)	21 (8.2)	29 (11.3)	11 (4.3)	2 (0.4)	187 (72.8)	0.89	1.54	น้อย ที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม							0.88	1.53	น้อย ที่สุด

จากตารางที่ 4.30 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อบริษัทสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทการปฐมนิเทศแนะนำการใช้ห้องสมุดที่คณะ/สังกัดของท่านจัดขึ้น อยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 0.88 โดยมีความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อบริษัทสัมพันธ์ห้องสมุด ประเภทการปฐมนิเทศแนะนำการใช้ห้องสมุดที่คณะ/สถาบันของท่านจัดขึ้น อยู่ในระดับน้อยที่สุดทุกข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในเรื่องการทำให้เข้าใจวิธีการใช้ห้องสมุดโดยมีค่าเฉลี่ย 0.88 และทำให้รู้จักบริการของห้องสมุดมากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 0.89

ตารางที่ 4.31

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจ

สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามสื่อ

ประเภทงานวันมิตรห้องสมุด

คุณสมบัติ	ความพึงพอใจสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
	อย่างยิ่ง	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยใช้			
บรรยากาศของงาน สนุกรสสนาน อบออุ่น เป็น กันเอง	3 (1.2)	17 (6.6)	31 (12.1)	10 (3.9)	2 (0.8)	194 (75.5)	0.77	1.41	ไม่พึงพอใจ
กิจกรรมบนเวทีช่วงเย็น น่าสนใจ	3 (1.2)	16 (6.2)	30 (11.9)	12 (4.7)	2 (0.8)	194 (75.5)	0.76	1.40	ไม่พึงพอใจ
ระยะเวลาในการจัด เหมาะสม (3 วัน)	4 (1.6)	12 (4.7)	33 (12.8)	12 (4.7)	2 (0.8)	194 (75.5)	0.75	1.38	ไม่พึงพอใจ
ค่าเฉลี่ยรวม							0.76	1.39	ไม่พึงพอใจ

จากตารางที่ 4.31 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยในระดับไม่เคยใช้สื่อประเภทงานวันมิตรห้องสมุด จึงไม่เกิดความพึงพอใจ มีค่าเฉลี่ย 0.76 โดยกลุ่มตัวอย่างไม่เคยใช้สื่อประเภทงานวันมิตรห้องสมุด จึงไม่เกิดความพึงพอใจทุกข้อ

ส่วนที่ 4
การใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษาระดับปริญญาโท
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์

ตารางที่ 4.32
 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 การใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

คุณประโยชน์	การใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
	อย่างยิ่ง	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เห็นด้วย			
เข้าถึงเนื้อหาข้อมูลได้ตรงตามวัตถุประสงค์	24 (9.3)	103 (40.1)	117 (45.5)	10 (3.9)	3 (1.2)	0 (0.0)	3.53	0.76	มาก
ได้รับข้อมูลข่าวสารของห้องสมุดที่เป็นประโยชน์ต่อการใช้บริการห้องสมุด	22 (8.6)	96 (37.4)	119 (46.3)	18 (7.0)	2 (0.8)	0 (0.0)	3.46	0.78	มาก
เข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการได้สะดวกรวดเร็ว	39 (15.2)	126 (49.0)	69 (26.8)	18 (7.0)	2 (0.8)	3 (1.2)	3.63	0.86	มาก
พัฒนาทักษะการค้นหาข้อมูลได้ดีขึ้น	31 (12.1)	103 (40.1)	105 (40.9)	15 (5.8)	2 (0.8)	1 (0.4)	3.57	0.80	มาก
รู้จักบริการห้องสมุดดีขึ้น	28 (10.9)	125 (48.6)	80 (31.1)	19 (7.4)	4 (1.6)	1 (0.4)	3.60	0.83	มาก
ใช้ข้อมูลของห้องสมุดได้ง่ายขึ้น	33 (12.8)	144 (56.0)	61 (33.7)	14 (5.6)	61 (23.7)	2 (0.8)	3.74	0.81	มาก
มีทางเลือกหลากหลายขึ้นในการเข้าถึงข้อมูล	37 (14.1)	146 (56.8)	57 (22.2)	15 (5.8)	1 (0.4)	1 (0.4)	3.79	0.77	มาก
เข้าใจวิธีการใช้ห้องสมุดมากขึ้น	25 (9.7)	133 (51.8)	66 (25.7)	28 (10.9)	4 (1.6)	1 (0.4)	3.57	0.86	มาก
ทำให้ได้รับความรู้เพิ่มขึ้น	33 (2.8)	135 (52.5)	60 (23.3)	23 (8.9)	5 (1.9)	1 (0.4)	3.66	0.88	มาก

ตารางที่ 4.32 (ต่อ)

คุณประโยชน์	การใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด						$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
	อย่างยิ่ง	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เห็นด้วย			
ทำให้นักเรียนและ ผลิตเพลง	9 (3.5)	82 (31.9)	95 (37.0)	61 (23.7)	6 (2.3)	4 (1.6)	3.06	0.96	มาก
ทำให้ได้ร่วมกิจกรรมกับ ห้องสมุดมากขึ้น	9 (3.5)	58 (22.6)	106 (41.2)	65 (25.3)	14 (5.4)	5 (1.9)	2.88	1.00	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม							3.51	0.84	มาก

จากตารางที่ 4.32 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยกับการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.51 โดยมีระดับความคิดเห็นด้านการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดทำให้มีความเลือกหลากหลายในการเข้าถึงข้อมูลมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.79 รองลงมาคือ ใช้ข้อมูลของห้องสมุดได้ง่ายขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.74 ทำให้ได้รับความรู้เพิ่มขึ้น 3.66 ทำให้เข้าถึงเนื้อหาได้สะดวกรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 3.63 ทำให้รู้จักบริการของห้องสมุดดีขึ้นมีค่าเฉลี่ย 3.60 พัฒนาทักษะการค้นหาข้อมูลได้ดีขึ้น และเข้าใจวิธีการใช้ห้องสมุดมากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.57 เท่ากัน เข้าถึงเนื้อหาข้อมูลได้ตรงตามวัตถุประสงค์ มีค่าเฉลี่ย 3.53 ได้รับข้อมูลข่าวสารของห้องสมุดที่เป็นประโยชน์ต่อการใช้บริการห้องสมุด มีค่าเฉลี่ย 3.46 ทำให้นักเรียนและผลิตเพลง มีค่าเฉลี่ย 3.06 และทำให้ได้ร่วมกิจกรรมกับห้องสมุดมากขึ้นมีค่าเฉลี่ย 2.88

ส่วนที่ 5

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ในส่วนของการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรนี้ ผู้ศึกษาได้ทดสอบความสัมพันธ์และวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างตัวแปร โดยแบ่งเป็น 2 สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.1 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทบรรณารักษ์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ 1.1

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทบรรณารักษ์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทบรรณารักษ์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกันโดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
ห้องสมุดประเภทบรรณารักษ์กับความพึงพอใจ
ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	32	1.38	1.62	36.846	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	103	3.38	0.91		
1-3 วัน/สัปดาห์	92	3.70	1.03		
4-6 วัน/สัปดาห์	22	4.41	1.09		
ทุกวัน	8	4.50	0.53		
รวม	257	3.37	1.34		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่านักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทบรรณารักษ์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทบรรณารักษ์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับเป็นรายคู่ จึงทำการทดสอบว่ามีกลุ่มที่มีความถี่ในการเปิดรับคู่ใดที่มีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทบรรณารักษ์แตกต่างกันบ้าง ด้วยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD test ตามตารางที่ 4.34 ดังนี้

ตารางที่ 4.34

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจ
ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทบรรณารักษ์
ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับ
แตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี
ผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	$\bar{X}$	ไม่เคย เลย	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	1-3 วัน/ สัปดาห์	4-6 วัน/ สัปดาห์	ทุกวัน
		1.38	3.38	3.70	4.41	4.50
ไม่เคยเลย	1.38 (Sig.)	-	-2.00* (0.000)	-2.32* (0.000)	-3.03* (0.000)	-3.12* (0.000)
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	3.38 (Sig.)		-	0.32* (0.041)	-1.03* (0.000)	-1.12* (0.005)
1-3 วัน/สัปดาห์	3.70 (Sig.)			-	-0.71* (0.006)	-0.80* (0.004)
4-6 วัน/สัปดาห์	4.41 (Sig.)				-	-0.09 (0.838)
ทุกวัน	4.50					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทบรรณารักษ์เลย มีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประเภทนี้ น้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทบรรณารักษ์ น้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประเภทนี้ 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทบรรณารักษ์ 1-3 วันต่อสัปดาห์ มีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด น้อยกว่า กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประเภทนี้ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

สมมติย่อ 1.2 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการหน้าประตูแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ 1.2

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการหน้าประตูแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการหน้าประตูแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกันโดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการหน้าประตูกับความพึงพอใจ
ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	84	1.63	1.64	27.727	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	56	2.95	1.13		
1-3 วัน/สัปดาห์	75	2.79	1.23		
4-6 วัน/สัปดาห์	28	4.32	0.94		
ทุกวัน	14	4.02	1.15		
รวม	257	2.68	1.59		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่านักศึกษา ระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการหน้าประตูแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการหน้าประตูของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับเป็นรายคู่ จึงทำการทดสอบว่ามีกลุ่มที่มีความถี่ในการเปิดรับคู่ใดที่มีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการหน้าประตูแตกต่างกันบ้าง ด้วยการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD test ตามตารางที่ 4.36 ดังนี้

ตารางที่ 4.36

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่หน้าประตูของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	$\bar{X}$	ไม่เคย เลย	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	1-3 วัน/ สัปดาห์	4-6 วัน/ สัปดาห์	ทุกวัน
ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด		1.63	2.95	2.79	4.32	4.02
ไม่เคยเลย	1.63 (Sig.)	-	-1.32* (0.000)	-1.16* (0.000)	-2.69* (0.000)	-2.39* (0.000)
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	2.95 (Sig.)		-	0.16 (0.499)	-1.37* (0.000)	-1.08* (0.002)
1-3 วัน/สัปดาห์	2.79 (Sig.)			-	-1.53* (0.000)	-1.24* (0.002)
4-6 วัน/สัปดาห์	4.32 (Sig.)				-	0.30 (0.497)
ทุกวัน	4.02					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.36 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการหน้าประตูเลย จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้น้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประเภทเจ้าหน้าที่บริการหน้าประตูน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้น้อยกว่า 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประเภทเจ้าหน้าที่บริการหน้าประตูน้อยกว่า 1-3 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้น้อยกว่า 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

สมมติฐานย่อย 1.3 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่จุดด้านหน้าประชาสัมพันธ์ ขยายบัตรสำหรับผู้ที่ใช้เป็นบุคคลภายนอกแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ 1.3

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่จุดด้านหน้าประชาสัมพันธ์ขยายบัตรสำหรับผู้ที่ใช้เป็นบุคคลภายนอกแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่จุดด้านหน้าประชาสัมพันธ์ขยายบัตรสำหรับผู้ที่ใช้เป็นบุคคลภายนอกแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด
ประเภทเจ้าหน้าที่จุดด้านหน้าประชาสัมพันธ์ ขยายบัตรสำหรับ
ผู้ใช้ที่เป็นบุคคลภายนอกกับความพึงพอใจในการใช้
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	120	2.00	1.63	19.979	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	70	3.31	1.03		
1-3 วัน/สัปดาห์	43	2.59	1.41		
4-6 วัน/สัปดาห์	17	4.59	0.71		
ทุกวัน	7	3.90	1.18		
รวม	257	2.68	1.59		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.37 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่านักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่จุดด้านหน้าประชาสัมพันธ์ ขยายบัตรสำหรับผู้ใช้ที่เป็นบุคคลภายนอกแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.38

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจ
ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่จุดด้านหน้า
ประชาสัมพันธ์ขายบัตรสำหรับผู้ใช้ที่เป็นบุคคลภายนอกของ
กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับแตกต่างกัน
เป็นรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างน้อยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์ ห้องสมุด	$\bar{X}$	ไม่เคย เลย	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	1-3 วัน/ สัปดาห์	4-6 วัน/ สัปดาห์	ทุกวัน
		2.00	3.31	2.59	4.59	3.90
ไม่เคยเลย	2.00 (Sig.)	-	-1.31* (0.000)	-0.59 (0.298)	-2.59* (0.000)	-1.90* (0.001)
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	3.31 (Sig.)		-	0.72* (0.008)	-1.28* (0.001)	-0.60 (0.284)
1-3 วัน/สัปดาห์	2.59 (Sig.)			-	-2.00* (0.000)	-1.31* (0.002)
4-6 วัน/สัปดาห์	4.59 (Sig.)				-	0.69 (0.277)
ทุกวัน	3.90					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.38 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่จุดด้านหน้า
ประชาสัมพันธ์ ขายบัตรสำหรับผู้ใช้ที่เป็นบุคคลภายนอกเลย จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อ
ประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทนี้ที่
มีการเปิดรับน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่จุดด้านหน้า
ประชาสัมพันธ์ ขายบัตรสำหรับผู้ใช้ที่เป็นบุคคลภายนอกน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึง
พอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
ห้องสมุดประเภทนี้ที่มีการเปิดรับ 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่จุดด้านหน้าประชาสัมพันธ์ ขยายบัตรสำหรับผู้ใช้ที่เป็นบุคคลภายนอกน้อยกว่า 1-3 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีการเปิดรับ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

สมมติฐานย่อย 1.4 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการรับ-ฝากกระเป๋าแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ 1.4

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการรับ-ฝากกระเป๋าแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการรับ-ฝากกระเป๋าแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด
ประเภทเจ้าหน้าที่บริการรับ-ฝากกระเป๋ากับความพึงพอใจใน
การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	63	1.38	1.51	20.005	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	106	2.39	1.48		
1-3 วัน/สัปดาห์	59	2.93	0.98		
4-6 วัน/สัปดาห์	20	3.98	0.72		
ทุกวัน	9	3.44	1.13		
รวม	257	2.43	1.52		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.39 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่านักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการรับ-ฝากกระเป๋าแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.40

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการรับ-ฝากกระเป๋า
ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับแตกต่างกัน
เป็นรายคู่ โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์ ห้องสมุด	$\bar{X}$	ไม่เคย เลย	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	1-3 วัน/ สัปดาห์	4-6 วัน/ สัปดาห์	ทุกวัน
		1.38	2.39	2.93	3.98	3.44
ไม่เคยเลย	1.38 (Sig.)	-	-1.01* (0.000)	-1.55* (0.298)	-2.58* (0.000)	-2.06* (0.001)
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	2.39 (Sig.)		-	-0.54 (0.274)	-1.59* (0.001)	-1.05* (0.024)
1-3 วัน/สัปดาห์	2.93 (Sig.)			-	-1.55* (0.003)	-0.51 (0.285)
4-6 วัน/สัปดาห์	3.98 (Sig.)				-	0.54 (0.274)
ทุกวัน	3.44					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.40 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการรับ-ฝากกระเป๋าเลย จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการรับ-ฝากกระเป๋าบ่อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการรับ-ฝากกระเป๋าบ่อยกว่า 1-3 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับ 4-6 วันต่อสัปดาห์

สมมติฐานย่อย 1.5 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการยืม-คืนแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติ 1.5

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทประเภทเจ้าหน้าที่บริการยืม-คืนแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการยืม-คืนแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.41

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด
ประเภทเจ้าหน้าที่บริการยืม-คืนกับความพึงพอใจในการใช้
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	24	3.22	1.28	12.409	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	86	3.45	0.89		
1-3 วัน/สัปดาห์	104	3.83	0.68		
4-6 วัน/สัปดาห์	28	4.33	1.04		
ทุกวัน	15	4.67	0.61		
รวม	257	3.75	0.94		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.41 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่านักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการยืม-คืนแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.42

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการยืม-คืน ของ
กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับแตกต่างกัน
เป็นรายคู่ โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์ ห้องสมุด	$\bar{X}$	ไม่เคย เลย	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	1-3 วัน/ สัปดาห์	4-6 วัน/ สัปดาห์	ทุกวัน
		3.22	3.45	3.83	4.33	4.67
ไม่เคยเลย	3.22 (Sig.)	-	-0.22 (0.266)	-0.60* (0.002)	-1.11* (0.000)	-1.44* (0.000)
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	3.45 (Sig.)		-	-0.38 (0.252)	-0.89* (0.000)	-1.22* (0.000)
1-3 วัน/สัปดาห์	3.83 (Sig.)			-	-0.51* (0.007)	-0.84* (0.281)
4-6 วัน/สัปดาห์	4.33 (Sig.)				-	-0.33 (0.231)
ทุกวัน	4.67					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.42 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการยืม-คืนเลย จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการยืม-คืนน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการยืม-คืนน้อยกว่า 1-3 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับ 4-6 วันต่อสัปดาห์

สมมติฐานย่อย 1.6 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการตอบคำถามช่วยค้นคว้าแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานทางสถิติ 1.6

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทประเภทเจ้าหน้าที่บริการตอบคำถามและช่วยค้นคว้าแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_a : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการตอบคำถามและช่วยค้นคว้าแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.43

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด
ประเภทเจ้าหน้าที่บริการตอบคำถามช่วยค้นคว้ากับความพึงพอใจ
ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	78	1.48	1.75	23.883	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	107	2.69	1.62		
1-3 วัน/สัปดาห์	53	3.72	0.98		
4-6 วัน/สัปดาห์	14	4.36	0.84		
ทุกวัน	5	4.20	1.30		
รวม	257	2.66	1.77		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.43 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่านักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการตอบคำถามช่วยค้นคว้าแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.44

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่ตอบคำถามและช่วยค้นคว้า ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	$\bar{X}$	ไม่เคยเลย	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	1-3 วัน/สัปดาห์	4-6 วัน/สัปดาห์	ทุกวัน
		1.48	2.69	3.72	4.36	4.20
ไม่เคยเลย	1.48 (Sig.)	-	-1.21* (0.000)	-2.24* (0.000)	-2.88* (0.000)	-2.72* (0.000)
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	2.69 (Sig.)		-	-1.03* (0.042)	-1.67* (0.000)	-1.51* (0.031)
1-3 วัน/สัปดาห์	3.72 (Sig.)			-	-0.64 (0.167)	-0.48 (0.504)
4-6 วัน/สัปดาห์	4.36 (Sig.)				-	-0.16 (0.843)
ทุกวัน	4.20					-

จากตารางที่ 4.44 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่ตอบคำถามและช่วยการค้นคว้าเลย จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการตอบคำถาม ช่วยค้นคว้าน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับ 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

สมมติฐานย่อย 1.7 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการวารสารฉบับย้อนหลังแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานทางสถิติ 1.7

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทประเภทเจ้าหน้าที่บริการวารสารฉบับย้อนหลังแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการวารสารฉบับย้อนหลังแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.45

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการวารสารฉบับย้อนหลังกับ
ความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	126	0.76	1.45	53.766	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	97	3.05	1.42		
1-3 วัน/สัปดาห์	27	3.60	0.74		
4-6 วัน/สัปดาห์	4	4.00	0.81		
ทุกวัน	3	4.67	0.57		
รวม	257	2.02	1.86		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.45 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการวารสารฉบับย้อนหลังแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.46

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการวารสารฉบับย้อนหลังของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับแตกต่างกัน
เป็นรายคู่ โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์ ห้องสมุด	$\bar{X}$	ไม่เคย เลย	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	1-3 วัน/ สัปดาห์	4-6 วัน/ สัปดาห์	ทุกวัน
		0.76	3.05	3.60	4.00	4.67
ไม่เคยเลย	0.76 (Sig.)	-	-2.29* (0.000)	-2.84* (0.000)	-3.24* (0.000)	-3.90* (0.000)
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	3.05 (Sig.)		-	-0.55 (0.068)	-0.95 (0.180)	-1.61* (0.047)
1-3 วัน/สัปดาห์	3.60 (Sig.)			-	-0.40 (0.593)	-1.07* (0.012)
4-6 วัน/สัปดาห์	4.00 (Sig.)				-	-0.67 (0.527)
ทุกวัน	4.67					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.46 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการวารสารฉบับย้อนหลังเลย จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการวารสารฉบับย้อนหลังน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการวารสารฉบับย้อนหลังน้อยกว่า 1-3 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับทุกวัน

สมมติฐานย่อย 1.8 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการคอลเลกชันหนังสือหายากแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยสมมติฐานทางสถิติ 1.8

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทประเภทเจ้าหน้าที่บริการคอลเลกชันหนังสือหายากแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการหนังสือหายากแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.47

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการคอลเลกชันหนังสือหายาก
กับความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	175	0.85	1.44	31.238	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	63	2.69	1.63		
1-3 วัน/สัปดาห์	13	3.95	0.60		
4-6 วัน/สัปดาห์	3	3.11	0.19		
ทุกวัน	3	4.00	1.73		
รวม	257	1.52	1.77		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.47 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการคอลเลกชันหนังสือหายากแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.48

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการคอลเลกชัน
หนังสือหายาก ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับ
แตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์ ห้องสมุด	$\bar{X}$	ไม่เคย เลย	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	1-3 วัน/ สัปดาห์	4-6 วัน/ สัปดาห์	ทุกวัน
		0.85	2.69	3.95	3.11	4.00
ไม่เคยเลย	0.85 (Sig.)	-	-1.84* (0.000)	-3.10* (0.000)	-2.26* (0.009)	-3.15* (0.000)
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	2.69 (Sig.)		-	-1.26* (0.005)	-0.42 (0.630)	-1.31* (0.002)
1-3 วัน/สัปดาห์	3.95 (Sig.)			-	0.84 (0.373)	-0.05 (0.956)
4-6 วัน/สัปดาห์	3.11 (Sig.)				-	-0.89 (0.458)
ทุกวัน	4.00					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.48 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการคอลเลกชันหนังสือหายากเลย จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเจ้าหน้าที่บริการวารสารฉบับย้อนหลังน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับ 1-3 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

สมมติฐานย่อย 1.9 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทแผ่นพับ (Brochure) แนะนำการใช้ฐานข้อมูลแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานทางสถิติ 1.9

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทแผ่นพับ (Brochure) แนะนำการใช้ฐานข้อมูลแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทแผ่นพับ (Brochure) แนะนำการใช้ฐานข้อมูลแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.49

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
ห้องสมุดประเภทแผ่นพับ (Brochure) แนะนำการใช้ฐานข้อมูล
กับความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	85	1.02	1.48	20.916	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	116	2.50	1.37		
1-3 วัน/สัปดาห์	42	2.66	1.51		
4-6 วัน/สัปดาห์	9	3.52	0.68		
ทุกวัน	5	4.07	0.92		
รวม	257	2.10	1.61		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.49 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทแผ่นพับ (Brochure) แนะนำการใช้ฐานข้อมูลแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.50

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทแผ่นพับ (Brochure) แนะนำการใช้ฐานข้อมูล ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	$\bar{X}$	ไม่เคยเลย	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	1-3 วัน/สัปดาห์	4-6 วัน/สัปดาห์	ทุกวัน
		1.02	2.50	2.66	3.52	4.07
ไม่เคยเลย	1.02 (Sig.)	-	-1.47* (0.000)	-1.64* (0.000)	-2.49* (0.000)	-3.04* (0.000)
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	2.50 (Sig.)		-	-0.16 (0.526)	-1.02* (0.038)	-1.57* (0.016)
1-3 วัน/สัปดาห์	2.66 (Sig.)			-	-0.86 (0.099)	-1.41* (0.036)
4-6 วัน/สัปดาห์	3.52 (Sig.)				-	-0.55 (0.669)
ทุกวัน	4.07					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.50 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทแผ่นพับ (Brochure) แนะนำการใช้อย่างน้อยข้อมูลเลย จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทแผ่นพับ (Brochure) แนะนำการใช้อย่างน้อยข้อมูลน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับ 4-6 วันต่อสัปดาห์และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทแผ่นพับ (Brochure) แนะนำการใช้อย่างน้อยข้อมูลน้อยกว่า 1-3 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับทุกวัน

สมมติฐานย่อย 1.10 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทป้ายประกาศในห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานทางสถิติ 1.10

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทป้ายประกาศแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทป้ายประกาศแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.51

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
ห้องสมุดประเภทป้ายประกาศในห้องสมุดกับความพึงพอใจ
ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	44	2.04	1.57	6.561	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	103	2.87	1.20		
1-3 วัน/สัปดาห์	81	3.07	1.40		
4-6 วัน/สัปดาห์	22	3.08	1.00		
ทุกวัน	7	4.14	1.21		
รวม	257	2.85	1.38		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.51 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทป้ายประกาศในห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.52

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทป้ายประกาศในห้องสมุด
ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับแตกต่างกัน
เป็นรายคู่ โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์ ห้องสมุด	$\bar{X}$	ไม่เคย เลย	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	1-3 วัน/ สัปดาห์	4-6 วัน/ สัปดาห์	ทุกวัน
		2.04	2.87	3.07	3.08	4.14
ไม่เคยเลย	2.04 (Sig.)	-	-0.84* (0.001)	-.105* (0.000)	-1.04* (0.003)	-2.10* (0.000)
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	2.87 (Sig.)		-	-0.20 (0.309)	-0.20 (0.516)	-1.27* (0.006)
1-3 วัน/สัปดาห์	3.07 (Sig.)			-	-0.01 (0.996)	-1.07* (0.041)
4-6 วัน/สัปดาห์	3.08 (Sig.)				-	-1.06* (0.002)
ทุกวัน	4.14					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.52 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทป้ายประกาศเลย จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทป้ายประกาศน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทป้ายประกาศน้อยกว่า 1-3 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทป้ายประกาศน้อยกว่า 4-6 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับทุกวัน

สมมติฐานย่อย 1.11 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทโปสเตอร์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานทางสถิติ 1.11

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทโปสเตอร์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_a : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทโปสเตอร์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.53

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
ห้องสมุดประเภทโปสเตอร์กับความพึงพอใจในการใช้
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ความถี่ในการเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	53	1.63	1.57	16.047	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	114	2.95	1.32		
1-3 วัน/สัปดาห์	67	2.87	1.38		
4-6 วัน/สัปดาห์	17	3.90	0.28		
ทุกวัน	6	4.67	0.51		
รวม	257	2.76	1.49		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.53 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทโปสเตอร์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.54

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทโปสเตอร์ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	$\bar{X}$	ไม่เคยเลย	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	1-3 วัน/สัปดาห์	4-6 วัน/สัปดาห์	ทุกวัน
		1.63	2.95	2.87	3.90	4.67
ไม่เคยเลย	1.63 (Sig.)	-	-1.32* (0.001)	-1.24* (0.000)	-2.27* (0.000)	-3.04* (0.000)
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	2.95 (Sig.)		-	0.08 (0.674)	-0.95* (0.007)	-1.71* (0.003)
1-3 วัน/สัปดาห์	2.87 (Sig.)			-	-1.04* (0.003)	-1.80* (0.000)
4-6 วัน/สัปดาห์	3.90 (Sig.)				-	-0.76* (0.044)
ทุกวัน	4.67					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.54 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทโปสเตอร์เลย จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทโปสเตอร์ น้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทโปสเตอร์น้อยกว่า 1-3 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทโปสเตอร์น้อยกว่า 4-6 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับทุกวัน

สมมติฐานย่อย 1.12 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทบอร์ดประชาสัมพันธ์ข่าวทั่วไปในห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานทางสถิติ 1.12

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทบอร์ดประชาสัมพันธ์ข่าวทั่วไปในห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_a : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทบอร์ดประชาสัมพันธ์ข่าวทั่วไปในห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.55

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
ห้องสมุดประเภทบอร์ดประชาสัมพันธ์ข่าวทั่วไปในห้องสมุด
กับความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ความถี่ในการเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	57	1.50	1.58	16.186	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	95	2.69	1.32		
1-3 วัน/สัปดาห์	82	3.09	1.23		
4-6 วัน/สัปดาห์	20	3.57	0.75		
ทุกวัน	3	4.00	1.00		
รวม	257	2.64	1.47		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.55 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทบอร์ดประชาสัมพันธ์ข่าวทั่วไปในห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.56

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทบอร์ดประชาสัมพันธ์ข่าวทั่วไป
ในห้องสมุด ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับ
แตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีผลต่าง
นัยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	$\bar{X}$	ไม่เคย เลย	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	1-3 วัน/ สัปดาห์	4-6 วัน/ สัปดาห์	ทุกวัน
ไม่เคยมเคย	1.50 (Sig.)	-	-1.19* (0.000)	-1.59* (0.000)	-2.07* (0.000)	-2.50* (0.002)
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	2.69 (Sig.)		-	-0.40 (0.648)	-0.88* (0.004)	-1.31* (0.000)
1-3 วัน/สัปดาห์	3.09 (Sig.)			-	-0.48 (0.150)	-0.91* (0.002)
4-6 วัน/สัปดาห์	3.57 (Sig.)				-	-0.43 (0.598)
ทุกวัน	4.00					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.56 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทบอร์ดประชาสัมพันธ์ข่าวทั่วไปในห้องสมุดเลย จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทบอร์ดประชาสัมพันธ์ข่าวทั่วไปในห้องสมุด น้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทบอร์ดประชาสัมพันธ์ข่าวทั่วไปในห้องสมุด น้อยกว่า 1-3 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับทุกวัน

สมมติฐานย่อย 1.13 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเสียงตามสายภายในห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานทางสถิติ 1.13

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเสียงตามสายในห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_a : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเสียงตามสายในห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.57

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด
ประเภทเสียงตามสายภายในห้องสมุดกับความพึงพอใจ
ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	116	1.00	1.35	37.226	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	83	2.70	1.42		
1-3 วัน/สัปดาห์	33	3.15	1.09		
4-6 วัน/สัปดาห์	20	3.70	1.12		
ทุกวัน	5	3.80	2.16		
รวม	257	2.09	1.69		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.57 พบว่าการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่านักศึกษา ระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ห้องสมุดประเภทเสียงตามสายภายในห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.58

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเสียงตามสายภายในห้องสมุด
ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับแตกต่างกัน
เป็นรายคู่ โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์ ห้องสมุด	$\bar{X}$	ไม่เคย เลย	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	1-3 วัน/ สัปดาห์	4-6 วัน/ สัปดาห์	ทุกวัน
		1.00	2.70	3.15	3.70	3.80
ไม่เคยเลย	1.00 (Sig.)	-	-1.70* (0.000)	-2.15* (0.000)	-2.70* (0.000)	-2.80* (0.000)
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	2.70 (Sig.)		-	-0.45 (0.105)	-1.00* (0.003)	-1.10* (0.001)
1-3 วัน/สัปดาห์	3.15 (Sig.)			-	-0.55 (0.154)	-0.65 (0.319)
4-6 วัน/สัปดาห์	3.70 (Sig.)				-	-0.10 (0.883)
ทุกวัน	3.80					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.58 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเสียงตามสายภายในห้องสมุดเลย จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเสียงตามสายภายในห้องสมุด น้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

สมมติฐานย่อย 1.14 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเว็บไซต์ห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานทางสถิติ 1.14

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทประเภทเว็บไซต์ห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเว็บไซต์ห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.59

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ประเภทเว็บไซต์ห้องสมุด

กับความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	24	2.29	1.82	18.506	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	65	2.91	1.54		
1-3 วัน/สัปดาห์	87	3.67	0.93		
4-6 วัน/สัปดาห์	65	4.15	0.93		
ทุกวัน	16	4.63	0.61		
รวม	257	3.53	1.36		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.59 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเว็บไซต์ห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.60

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเว็บไซต์ ของกลุ่มตัวอย่าง
ที่มีความถี่ในการเปิดรับแตกต่างกันเป็นรายคู่
โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	$\bar{X}$	ไม่เคย เลย	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	1-3 วัน/ สัปดาห์	4-6 วัน/ สัปดาห์	ทุกวัน
		2.29	2.91	3.67	4.15	4.63
ไม่เคยเลย	2.29 (Sig.)	-	-0.62* (0.034)	-1.38* (0.000)	-1.86* (0.000)	-2.33* (0.000)
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	2.91 (Sig.)		-	-0.76* (0.000)	-1.25* (0.000)	-1.72* (0.000)
1-3 วัน/สัปดาห์	3.67 (Sig.)			-	-0.49 (0.358)	-0.96* (0.015)
4-6 วัน/สัปดาห์	4.15 (Sig.)				-	-0.47 (0.337)
ทุกวัน	4.63					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.60 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเว็บไซต์ห้องสมุดเลย
จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อ
ประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์
และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเว็บไซต์ห้องสมุด น้อยกว่า 1
วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี
การเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับ 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเว็บไซต์ห้องสมุด น้อยกว่า 1-3 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับทุกวัน

สมมติฐานย่อย 1.15 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเว็บบอร์ดห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานทางสถิติ 1.15

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเว็บบอร์ดห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_a : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเว็บบอร์ดห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.61

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด
ประเภทเว็บบอร์ดห้องสมุดกับความพึงพอใจในการใช้
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ความถี่ในการเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	110	1.15	1.54	31.285	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	75	1.76	1.73		
1-3 วัน/สัปดาห์	44	3.32	1.21		
4-6 วัน/สัปดาห์	26	4.08	1.01		
ทุกวัน	2	4.50	0.70		
รวม	257	2.02	1.834		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.61 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเว็บไซต์ห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.62

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเว็บไซต์ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	$\bar{X}$	ไม่เคยเลย	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	1-3 วัน/สัปดาห์	4-6 วัน/สัปดาห์	ทุกวัน
		1.15	1.76	3.32	4.08	4.50
ไม่เคยเลย	1.15 (Sig.)	-	-0.61* (0.007)	-2.17* (0.000)	-2.93* (0.000)	-3.35* (0.002)
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	1.76 (Sig.)		-	-1.56* (0.000)	-2.32* (0.000)	-2.74* (0.012)
1-3 วัน/สัปดาห์	3.32 (Sig.)			-	-0.76* (0.043)	-1.18* (0.002)
4-6 วัน/สัปดาห์	4.08 (Sig.)				-	-0.42 (0.703)
ทุกวัน	4.50					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.62 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเว็บไซต์ห้องสมุดเลย จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทเว็บไซต์ห้องสมุด น้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับน้อยกว่า 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทบอร์ดประชาสัมพันธ์ข่าวทั่วไปในห้องสมุด น้อยกว่า 1-3 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับ 4-6 วันต่อสัปดาห์และทุกวัน

สมมติฐานย่อย 1.16 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทป้ายโฆษณา ป้ายผ้าแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานทางสถิติ 1.16

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทป้ายโฆษณา ป้ายผ้าแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_a : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทป้ายโฆษณา ป้ายผ้าแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่าง

ตารางที่ 4.63

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
ห้องสมุดประเภทป้ายโฆษณา ป้ายผ้ากับความพึงพอใจ
ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ความถี่ในการเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์ ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	111	0.73	1.41	41.132	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	92	2.48	1.53		
1-3 วัน/สัปดาห์	41	3.15	0.88		
4-6 วัน/สัปดาห์	11	4.00	0.89		
ทุกวัน	2	4.50	0.70		
รวม	257	1.91	1.74		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.63 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทป้ายโฆษณา ป้ายผ้าแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.64

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจ
ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทป้ายโฆษณา ป้ายผ้า
ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับแตกต่างกัน
เป็นรายคู่ โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	ไม่เคย เลย (0.73)	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์ (2.48)	1-3 วัน/ สัปดาห์ (3.15)	4-6 วัน/ สัปดาห์ (4.00)	ทุกวัน (4.50)
ไม่เคยเลย (0.73)	-	1.75*	2.42*	3.27*	3.77*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์ (2.48)		-	0.67*	1.52*	2.02*
1-3 วัน/สัปดาห์ (3.15)			-	0.85*	1.35*
4-6 วัน/สัปดาห์ (4.00)				-	0.50
ทุกวัน (4.50)					-

จากตารางที่ 4.64 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทป้ายโฆษณา ป้ายผ้า เลย จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทป้ายโฆษณา ป้ายผ้า น้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับน้อยกว่า 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทป้ายโฆษณา ป้ายผ้า น้อยกว่า 1-3 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับ 4-6 วันต่อสัปดาห์และทุกวัน

สมมติฐานย่อย 1.17 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทใบปิดที่ติดอยู่ด้านในและด้านหน้าประตูลิฟต์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานทางสถิติ 1.17

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทประเภทใบปิดที่ติดอยู่ด้านในและด้านหน้าประตูลิฟต์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทประเภทใบปิดที่ติดอยู่ด้านในและด้านหน้าประตูลิฟต์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.65

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
ห้องสมุดประเภทประเภทใบปิดที่ติดอยู่ด้านในและด้านหน้าประตูลิฟต์
กับความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	80	0.84	1.42	37.429	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	99	2.71	1.27		
1-3 วัน/สัปดาห์	60	2.93	1.35		
4-6 วัน/สัปดาห์	11	3.55	0.68		
ทุกวัน	7	4.43	0.97		
รวม	257	2.26	1.65		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.65 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า นักศึกษา

ระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ห้องสมุดประเภทไปปิดที่ติดอยู่ด้านในและด้านหน้าประตูลิฟท์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.66

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทไปปิดที่ติดอยู่ด้านในและด้านหน้า
ประตูลิฟท์ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับแตกต่างกัน
เป็นรายคู่ โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์ ห้องสมุด	$\bar{X}$	ไม่เคย เลย	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	1-3 วัน/ สัปดาห์	4-6 วัน/ สัปดาห์	ทุกวัน
		0.76	3.05	3.60	4.00	4.67
ไม่เคยเลย	0.76 (Sig.)	-	-1.87* (0.007)	-2.10* (0.000)	-2.71* (0.000)	-3.59* (0.000)
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	3.05 (Sig.)		-	-0.23 (0.295)	-0.84 (0.064)	-1.72* (0.001)
1-3 วัน/สัปดาห์	3.60 (Sig.)			-	-0.61 (0.158)	-1.50* (0.005)
4-6 วัน/สัปดาห์	4.00 (Sig.)				-	-0.88 (0.167)
ทุกวัน	4.67					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.66 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทประเภทใบปิดที่ติดอยู่ด้านในและด้านหน้าประตูลิฟท์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทประเภทใบปิดที่ติดอยู่ด้านในและด้านหน้าประตูลิฟท์ น้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทประเภทใบปิดที่ติดอยู่ด้านในและด้านหน้าประตูลิฟท์ น้อยกว่า 1-3 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับทุกวัน

สมมติฐานย่อย 1.18 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทตู้โชว์หนังสือใหม่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานทางสถิติ 1.18

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทตู้โชว์หนังสือใหม่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทตู้โชว์หนังสือใหม่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.67

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด
ประเภทตู้โชว์หนังสือใหม่กับความพึงพอใจในการใช้
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ความถี่ในการเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	61	1.38	1.61	27.613	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	80	2.99	1.33		
1-3 วัน/สัปดาห์	90	3.34	1.37		
4-6 วัน/สัปดาห์	21	4.14	0.79		
ทุกวัน	5	4.80	0.44		
รวม	257	2.86	1.64		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.67 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่านักศึกษา ระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทตู้โชว์หนังสือใหม่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.68

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทตู้โชว์หนังสือใหม่ ของกลุ่มตัวอย่าง
ที่มีความถี่ในการเปิดรับแตกต่างกันเป็นรายคู่
โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์ ห้องสมุด	$\bar{X}$	ไม่เคย เลย	น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	1-3 วัน/ สัปดาห์	4-6 วัน/ สัปดาห์	ทุกวัน
		1.38	2.99	3.34	4.14	4.80
ไม่เคยเลย	1.38 (Sig.)	-	-1.61* (0.000)	-1.97* (0.000)	-2.77* (0.000)	-3.42* (0.000)
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	2.99 (Sig.)		-	-0.36 (0.093)	-1.16* (0.001)	-1.81* (0.000)
1-3 วัน/สัปดาห์	3.34 (Sig.)			-	-0.80* (0.018)	-1.46* (0.005)
4-6 วัน/สัปดาห์	4.14 (Sig.)				-	-0.66 (0.686)
ทุกวัน	4.80					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.68 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทตู้โชว์หนังสือใหม่ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับน้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ 1-3 วันต่อสัปดาห์ 4-6 วันต่อสัปดาห์ และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทประเภทตู้โชว์หนังสือใหม่น้อยกว่า 1 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับ 4-6 วันต่อสัปดาห์และทุกวัน

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทตู้โครหนังสือใหม่ น้อยกว่า 1-3 วันต่อสัปดาห์ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับสื่อประเภทนี้ที่มีความถี่ในการเปิดรับ 4-6 วันต่อสัปดาห์และทุกวัน

สมมติฐานย่อย 1.19 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทนิทรรศการภายในห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานทางสถิติ 1.19

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทนิทรรศการภายในห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_a : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทนิทรรศการภายในห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.69

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด
ประเภทนิทรรศการภายในห้องสมุดกับความพึงพอใจ
ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	192	.56	1.22	117.512	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	-	-	-		
1-3 วัน/สัปดาห์	18	3.20	1.68		
4-6 วัน/สัปดาห์	47	3.36	1.16		
ทุกวัน	-	-	-		
รวม	257	1.26	1.73		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.69 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทนิทรรศการภายในห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.70

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทนิทรรศการภายในห้องสมุดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับแตกต่างกัน เป็นรายคู่ โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	$\bar{X}$	ไม่เคยเลย	1-3 วัน/สัปดาห์	4-6 วัน/สัปดาห์
ไม่เคยเลย	0.56 (Sig.)	-	-2.64* (0.000)	-2.80* (0.000)
1-3 วัน/สัปดาห์	3.20 (Sig.)		-	-0.16 (0.018)
4 ครั้งขึ้นไป	3.36			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.70 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทนิทรรศการภายในห้องสมุด จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเข้าร่วมกิจกรรมสื่อประเภทนี้ น้อยกว่า 1-3 ครั้งและ 4 ครั้งขึ้นไป

สมมติฐานย่อย 1.20 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทการจัดสัมมนาภายในห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานทางสถิติ 1.20

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทการจดสัมมนาภายในห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทการจดสัมมนาภายในห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.71

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด
ประเภทการจดสัมมนาภายในห้องสมุดกับความพึงพอใจ
ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	244	0.36	0.93	27.912	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	-	-	-		
1-3 วัน/สัปดาห์	2	0.00	0.00		
4-6 วัน/สัปดาห์	11	2.55	1.29		
ทุกวัน	-	-	-		
รวม	257	0.45	1.04		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.71 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทการจดสัมมนาภายในห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.72

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทการจัดสัมมนาภายในห้องสมุด
ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับแตกต่างกัน
เป็นรายคู่ โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์ ห้องสมุด	$\bar{X}$	ไม่เคยเลย	1-3 วัน/สัปดาห์	4-6 วัน/สัปดาห์
		0.36	0.41	2.55
ไม่เคยเลย	0.36 (Sig.)	-	-0.05 (0.593)	-2.19* (0.000)
1-3 วัน/สัปดาห์	0.41 (Sig.)		-	-2.14* (0.001)
4 ครั้งขึ้นไป	2.55			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.72 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทการจัดสัมมนาภายในห้องสมุด จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเข้าร่วมกิจกรรมสื่อประเภทรูปนี้มากกว่า 1-3 ครั้งและ 4 ครั้งขึ้นไป

สมมติฐานย่อย 1.21 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทการจัดฉายภาพยนตร์ของห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานทางสถิติ 1.21

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทการจัดฉายภาพยนตร์ของห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทการจัดฉายภาพยนตร์ของห้องสมุดแตกต่างกัน

จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.73

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด
ประเภทการจัดฉายภาพยนตร์ของห้องสมุดกับความพึงพอใจ
ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	222	0.44	1.11	103.696	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	-	-	-		
1-3 วัน/สัปดาห์	7	4.43	0.97		
4-6 วัน/สัปดาห์	28	3.21	1.58		
ทุกวัน	-	-	-		
รวม	257	0.85	1.57		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.73 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทการจัดฉายภาพยนตร์ของห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.74

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทการจัดฉายภาพยนตร์ของห้องสมุด
ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับแตกต่างกัน
เป็นรายคู่ โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	$\bar{X}$	ไม่เคยเลย	1-3 วัน/สัปดาห์	4-6 วัน/สัปดาห์
		0.44	4.43	3.21
ไม่เคยเลย	0.44 (Sig.)	-	3.99* (0.000)	2.77* (0.000)
1-3 วัน/สัปดาห์	4.43 (Sig.)		-	1.66* (0.015)
4 ครั้งขึ้นไป	3.21			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.74 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทการจัดฉาย
ภาพยนตร์ของห้องสมุด จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่ม
ตัวอย่างที่มีการเข้าร่วมกิจกรรมสื่อประเภทนี้น้อยกว่า 1-3 ครั้งและ 4 ครั้งขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทการจัดฉาย
ภาพยนตร์ของห้องสมุด จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด 1-3 ครั้งต่อ
สัปดาห์จะมีความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเข้าร่วม
กิจกรรมสื่อประเภทนี้ 4 ครั้งขึ้นไป

สมมติฐานย่อย 1.22 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ท่าพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทคอร์สอบรมการใช้ฐานข้อมูล
ที่ห้องสมุดจัดขึ้นตามความต้องการของนักศึกษาที่มาติดต่อแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจ
ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานทางสถิติ 1.22

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทคอร์สอบรมการใช้ฐานข้อมูลแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทคอร์สอบรมการใช้ฐานข้อมูลห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.75

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด
ประเภทคอร์สอบรมการใช้ฐานข้อมูลที่ห้องสมุดจัดขึ้นตามความต้องการ
ของนักศึกษาที่มาติดต่อกับความพึงพอใจในการใช้
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	241	0.43	1.07	69.290	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	-	-	-		
1-3 วัน/สัปดาห์	-	-	-		
4-6 วัน/สัปดาห์	16	2.90	1.99		
ทุกวัน	-	-	-		
รวม	257	0.58	1.29		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.75 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่านักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทคอร์สอบรมการใช้ฐานข้อมูลที่ห้องสมุดจัดขึ้นตามความต้องการของนักศึกษา

ที่มาติดต่อแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.76

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทคอร์สอบรมการใช้ฐานข้อมูล
ที่ห้องสมุดจัดขึ้นตามความต้องการของนักศึกษาที่มาติดต่อ
ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับแตกต่างกัน
เป็นรายคู่ โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์ ห้องสมุด	$\bar{X}$	ไม่เคยเลย	1-3 วัน/สัปดาห์	4-6 วัน/สัปดาห์
		0.43	-	2.90
ไม่เคยเลย	0.43 (Sig.)	-	3.99* (0.000)	2.47* (0.000)
1-3 วัน/สัปดาห์	2.90		-	-
4 ครั้งขึ้นไป	3.21			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.76 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทคอร์สอบรมการใช้ฐานข้อมูล ที่ห้องสมุดจัดขึ้นตามความต้องการของนักศึกษาที่มาติดต่อ จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเข้าร่วมกิจกรรมสื่อประเภทนี้ 4 ครั้งขึ้นไป

สมมติฐานย่อย 1.23 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทการปฐมนิเทศแนะนำการใช้ห้องสมุดที่คณะ/สังกัดของท่านจัดขึ้นแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานทางสถิติ 1.23

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทการปฐมนิเทศแนะนำการใช้ห้องสมุดที่คณะ/สังกัดของท่านจัดขึ้นแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทการปฐมนิเทศแนะนำการใช้ห้องสมุดที่คณะ/สังกัดของท่านจัดขึ้นห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.77

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
ห้องสมุดประเภทการปฐมนิเทศแนะนำการใช้ห้องสมุดที่คณะ/
สังกัดของท่านจัดขึ้นกับความพึงพอใจในการใช้
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	216	0.46	1.15	94.761	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	-	-	-		
1-3 วัน/สัปดาห์	2	2.50	3.53		
4-6 วัน/สัปดาห์	39	3.26	1.20		
ทุกวัน	-	-	-		
รวม	257	0.90	1.55		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.77 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์

ห้องสมุดประเภทการปฐมนิเทศแนะนำการใช้ห้องสมุดที่คณะ/สถาบันของท่านจัดขึ้นแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.78

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทการปฐมนิเทศแนะนำการใช้ห้องสมุด
ที่คณะ/สถาบันของท่านจัดขึ้น ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่
ในการเปิดรับแตกต่างกันเป็นรายคู่ โดยใช้
วิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	$\bar{X}$	ไม่เคยเลย	1-3 วัน/สัปดาห์	4-6 วัน/สัปดาห์
ไม่เคยเลย	0.46 (Sig.)	-	2.04* (0.006)	2.80* (0.000)
1-3 วัน/สัปดาห์	2.50 (Sig.)		-	0.24 (0.377)
4 ครั้งขึ้นไป	3.26			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.78 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทการปฐมนิเทศแนะนำการใช้ห้องสมุดที่คณะ/สถาบันของท่านจัดขึ้น จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเข้าร่วมกิจกรรมสื่อประเภทนี้ 1-3 ครั้งและ 4 ครั้งขึ้นไป

สมมติฐานย่อย 1.24 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทงานวันมิตรห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานทางสถิติ 1.24

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทงานวันมิตรห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทงานวันมิตรห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.79

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด
ประเภทงานวันมิตรห้องสมุดกับความพึงพอใจในการใช้
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์ห้องสมุด	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ไม่เคยเลย	223	0.41	1.03	91.724	0.000*
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	-	-	-		
1-3 วัน/สัปดาห์	8	3.25	2.05		
4-6 วัน/สัปดาห์	26	3.05	1.02		
ทุกวัน	-	-	-		
รวม	257	3.25	2.053		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.79 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทงานวันมิตรห้องสมุดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.80

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการใช้
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทงานวันมิตรห้องสมุด ของ
กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับแตกต่างกัน
เป็นรายคู่โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

ความถี่ในการเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์ ห้องสมุด	$\bar{X}$	ไม่เคยเลย	1-3 วัน/สัปดาห์	4-6 วัน/สัปดาห์
		0.41	3.25	3.05
ไม่เคยเลย	0.41 (Sig.)	-	2.84* (0.000)	2.64* (0.000)
1-3 วัน/สัปดาห์	3.25 (Sig.)		-	0.20 (0.649)
4 ครั้งขึ้นไป	3.05			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.80 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมสื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดประเภทงานวันมิตรห้องสมุด จะมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการเข้าร่วมกิจกรรมสื่อประเภทนี้ 1-3 ครั้งและ 4 ครั้งขึ้นไป

สมมติฐานที่ 2 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผู้ศึกษาได้ทดสอบความสัมพันธ์และวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างตัวแปรอิสระ คือ เพศ อายุ ชั้นปี และสถาบันที่ศึกษากับตัวแปรตาม คือ การใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด โดยการทดสอบค่าสถิติวิเคราะห์โดยค่า t-test และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) แล้วทำการทดสอบเปรียบเทียบเชิงพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบของ LSD ณ ระดับความสำคัญทางสถิติ .05 เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ ซึ่งปรากฏผลการศึกษา ดังนี้

สมมติฐานย่อย 2.1 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานทางสถิติ 2.1

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.81

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพศกับการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	ค่าทดสอบ
ชาย	94	3.67	0.79	T = 0.469 P = .640
หญิง	163	3.61	0.85	

จากตารางที่ 4.81 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการทดสอบ t-test พบว่า t เท่ากับ 0.469 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 ปฏิเสธสมมติฐาน H_1 แสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 2.2 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานทางสถิติ 2.2

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.82

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอายุกับการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

อายุ	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
18-25 ปี	79	3.62	0.95	0.952	0.416
26-35 ปี	147	3.69	0.76		
36-45 ปี	29	3.41	0.82		
46-55 ปี	2	3.50	0.70		
รวม	257	3.63	0.83		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.82 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.416 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 ปฏิเสธสมมติฐาน H_1 แสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 2.3 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีชั้นปีแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานทางสถิติ 2.3

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีชั้นปีแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีชั้นปีแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน โดยมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 2 กลุ่มที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.83

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรชั้นปีกับการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

ชั้นปี	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
ชั้นปีที่ 1	77	3.38	0.94	5.597	0.004
ชั้นปีที่ 2	116	3.69	0.78		
ชั้นปีที่ 3 ขึ้นไป	64	3.82	0.70		
รวม	257	3.63	0.83		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.83 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีชั้นปีแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.84

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด จำแนกตามชั้นปี โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญ

ชั้นปี	$\bar{X}$	ไม่เคยเลย	1-3 วัน/สัปดาห์	4-6 วัน/สัปดาห์
		3.38	3.69	3.82
ชั้นปีที่ 1	3.38 (Sig.)	-	0.31* (0.011)	0.47* (0.002)
ชั้นปีที่ 2	3.69 (Sig.)		-	0.13 (0.309)
ชั้นปีที่ 3 ขึ้นไป	3.82			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.84 พบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อยกว่านักศึกษาที่ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 และศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 ขึ้นไป

สมมติฐานย่อย 2.4 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีสถาบันที่ศึกษาแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานทางสถิติ 2.4

H_0 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีสังกัดที่ศึกษาแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดไม่แตกต่างกัน

H_1 : นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ ที่มีสังกัดที่ศึกษาแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.85

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังกัดที่ศึกษากับการใช้ประโยชน์
สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุด

สถาบันที่ศึกษา	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.	F Ratio	Sig.
1	28	3.89	0.73	2.703	0.003*
2	71	3.81	0.38		
3	28	3.64	1.12		
4	17	3.70	0.77		
5	15	4.00	0.92		
6	22	3.50	1.26		
7	24	3.50	0.72		
8	2	3.50	0.70		
9	2	4.00	0.00		
10	32	3.03	0.89		
11	2	3.50	0.70		
12	14	3.57	0.64		
รวม	257	3.63	0.83		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.85 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) พบว่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1 แสดงว่า นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์ ที่มีสังกัดที่ศึกษาแตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.86

การเปรียบเทียบพหุคูณแสดงความแตกต่างการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์
ห้องสมุด จำแนกตามสถาบันที่ศึกษา โดยใช้วิธีผลต่างนัยสำคัญ

สังกัด	$\bar{X}$	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
		3.89	3.81	3.64	3.70	4.00	3.50	3.50	3.50	4.00	3.03	3.50	3.57
1	3.89 (Sig.)	-	0.08 (.672)	0.25 (.245)	0.19 (.450)	0.11 (.667)	0.39 (.087)	0.39 (0.80)	0.39 (.505)	0.11 (.856)	0.86* (.000)	0.39 (.505)	0.46 (.223)
2	3.81 (Sig.)		-	0.17 (.333)	0.11 (.629)	0.19 (.423)	0.31 (.107)	0.31 (.096)	0.31 (.583)	0.19 (.751)	0.78* (.000)	0.31 (.583)	0.38 (.297)
3	3.64 (Sig.)			-	0.06 (.799)	0.36 (.166)	0.14 (.533)	0.14 (.523)	0.14 (.808)	0.36 (.544)	0.61* (.004)	0.14 (.808)	0.21 (.786)
4	3.70 (Sig.)				-	0.30 (.302)	0.20 (.428)	0.20 (.420)	0.20 (.732)	0.30 (.625)	0.67* (.006)	0.20 (.732)	0.27 (.643)
5	4.00 (Sig.)					-	0.50 (.064)	0.50 (.060)	0.50 (.409)	0.00 (1.00)	0.97* (.000)	0.50 (.409)	0.57 (.152)
6	3.50 (Sig.)						-	0.00 (1.00)	0.00 (1.00)	0.50 (.400)	0.46 (.036)	0.00 (1.00)	0.07 (.795)
7	3.50 (Sig.)							-	0.00 (1.00)	0.50 (.395)	0.46 (.032)	0.00 (1.00)	0.07 (.792)
8	3.50 (Sig.)								-	0.50 (.534)	0.46 (.424)	0.00 (1.00)	0.07 (.906)
9	4.00 (Sig.)									-	0.97* (.000)	0.50 (.424)	0.43 (.090)

ตารางที่ 4.86 (ต่อ)

สังกัด	$\bar{X}$	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
10	3.03 (Sig.)										-	0.46 (.424)	0.53 (.906)
11	3.50 (Sig.)											-	0.07 (.824)
12	3.57												-

หมายเหตุ: 1 คือ คณะนิติศาสตร์

2 คือ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

3 คือ คณะรัฐศาสตร์

4 คือ คณะเศรษฐศาสตร์

5 คือ คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์

6 คือ คณะศิลปศาสตร์

7 คือ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

8 คือ คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

9 คือ วิทยาลัยสหวิทยาการ

10 คือ วิทยาลัยนวัตกรรมการอุดมศึกษา มธ.

11 คือ สำนักบัณฑิตอาสาสมัคร

12 คือ สถาบันภาษา

จากตารางที่ 4.82 ผลการทดสอบพบว่า

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทำพระจันทร์
ที่ศึกษาที่วิทยาลัยนวัตกรรมการอุดมศึกษา มธ. จะมีการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ห้องสมุดน้อย
กว่านักศึกษาระดับปริญญาโทคณะนิติศาสตร์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี คณะรัฐศาสตร์
คณะเศรษฐศาสตร์ คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ และวิทยาลัยสหวิทยาการ