

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์ภายในที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากร มหาวิทยาลัยรามคำแหงนั้นเป็นวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ บุคลากร มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 3,186 คน (มหาวิทยาลัยรามคำแหง, สำนัก-ประกันคุณภาพการศึกษา, 2553, หน้า 20-23) และเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จำนวน 400 ชุด และรวบรวมข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลทางสถิติ และทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยโปรแกรม SPSS for Windows version 17.0 ณ สถาบันคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ได้ผลการวิจัย ซึ่งมีลำดับการแสดงผลวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรของบุคลากร มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ภายในของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ตอนที่ 5 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรับรู้ข่าวสารของบุคลากร มหาวิทยาลัยรามคำแหง ของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ตอนที่ 6 ผลวิเคราะห์ความแปรปรวน และความสัมพันธ์ของตัวแปร เพื่อทดสอบ สมมติฐานการวิจัยมหาวิทยาลัยรามคำแหง

รายละเอียดต่าง ๆ ของผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดนี้ ได้นำเสนอออกมาใน รูปแบบของตารางประกอบคำบรรยายตามลำดับดังกล่าวข้างต้น ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร

ตาราง 3

ค่าความถี่ และค่าร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากรของบุคลากรมหาวิทยาลัย-
รามคำแหง

ลักษณะของประชากร	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	210	52.5
หญิง	190	47.5
รวม	400	100.0
2. อายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	63	15.8
25-35 ปี	133	33.3
36-45 ปี	111	27.8
มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	93	23.3
รวม	400	100.0
3. ท่านสังกัดหน่วยงานใด		
คณะ	117	29.3
สำนัก	112	28.0
สถาบัน	118	29.5
อื่น ๆ	53	13.3
รวม	400	100.0
4. ท่านเป็นบุคลากรสายใดของมหาวิทยาลัยรามคำแหง		
อาจารย์	131	32.8
บุคลากร สาย ข	148	37.0
บุคลากร สาย ค	121	30.3
รวม	400	100.0

ตาราง 3 (ต่อ)

ลักษณะของประชากร	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
5. ท่านสำเร็จการศึกษาระดับใด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	98	24.5
ปริญญาตรี	159	39.8
ปริญญาโท	99	24.8
ปริญญาเอก	44	11.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 3 พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 และเพศหญิง จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 มีอายุ 25-35 ปี มากที่สุด จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา มีอายุ 36-45 ปี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 อายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไป จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 และอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 โดยสังกัดสถาบัน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 สังกัดคณะ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 สังกัดสำนัก จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และอื่น ๆ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 เป็นบุคลากร สาย ข จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 อาจารย์ จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 และบุคลากร สาย ค จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 ส่วนใหญ่ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 ระดับปริญญาโท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 และระดับปริญญาเอก จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0



ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ภายในของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ตาราง 4

ค่าความถี่ และค่าร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในของบุคลากร
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

พฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในของบุคลากร มหาวิทยาลัยรามคำแหง	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
1. ท่านติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของ มหาวิทยาลัยรามคำแหง บ่อยครั้งเพียงใด		
1-2 สัปดาห์/ครั้ง	129	32.3
3-4 สัปดาห์/ครั้ง	118	29.5
1 เดือน/ครั้ง	97	24.3
ไม่ค่อยได้ติดตาม	56	14.0
รวม	400	100.0
2. ช่วงเวลาที่ท่านติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของ มหาวิทยาลัยรามคำแหง บ่อยที่สุด		
08.01-10.00 น.	115	28.8
10.01-12.00 น.	138	34.5
12.01-14.00 น.	64	16.0
14.01-16.00 น.	83	20.8
รวม	400	100.0
3. ท่านติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของ มหาวิทยาลัยรามคำแหงจากสื่อใดมากที่สุด		
ข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง	96	24.0
โทรทัศน์ภายใน (RU-ITV)	139	34.8
เสียงตามสาย	90	22.5
สื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง	75	18.8
รวม	400	100.0

ตาราง 4 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในของบุคลากร มหาวิทยาลัยรามคำแหง	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
4. ท่านติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของ มหาวิทยาลัยรามคำแหงจากข่าวมหาวิทยาลัย รามคำแหง บ่อยครั้งเพียงใด		
1-2 สัปดาห์/ครั้ง	135	33.8
3-4 สัปดาห์/ครั้ง	117	29.3
1 เดือน/ครั้ง	87	21.8
ไม่ค่อยได้ติดตาม	61	15.3
รวม	400	100.0
5. ช่วงเวลาที่ท่านติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากข่าว มหาวิทยาลัยรามคำแหง บ่อยที่สุด		
08.01-10.00 น.	110	27.5
10.01-12.00 น.	129	32.3
12.01-14.00 น.	87	21.8
14.01-16.00 น.	74	18.5
รวม	400	100.0
6. ท่านติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของ มหาวิทยาลัยรามคำแหงจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) บ่อยครั้งเพียงใด		
1-2 สัปดาห์/ครั้ง	145	36.3
3-4 สัปดาห์/ครั้ง	128	32.0
1 เดือน/ครั้ง	83	20.8
ไม่ค่อยได้ติดตาม	44	11.0
รวม	400	100.0

ตาราง 4 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในของบุคลากร มหาวิทยาลัยรามคำแหง	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
7. ช่วงเวลาที่ท่านติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) บ่อยที่สุด		
08.01-10.00 น.	142	35.5
10.01-12.00 น.	140	35.0
12.01-14.00 น.	50	12.5
14.01-16.00 น.	68	17.0
รวม	400	100.0
8. ท่านติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของ มหาวิทยาลัยรามคำแหงจากเสียงตามสาย บ่อยครั้งเพียงใด		
1-2 สัปดาห์/ครั้ง	141	35.3
3-4 สัปดาห์/ครั้ง	105	26.3
1 เดือน/ครั้ง	81	20.3
ไม่ค่อยได้ติดตาม	73	18.3
รวม	400	100.0
9. ช่วงเวลาที่ท่านติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของ มหาวิทยาลัยรามคำแหงจากเสียงตามสาย บ่อยที่สุด		
08.01-10.00 น.	115	28.8
10.01-12.00 น.	138	34.5
12.01-14.00 น.	62	15.5
14.01-16.00 น.	85	21.3
รวม	400	100.0

ตาราง 4 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในของบุคลากร มหาวิทยาลัยรามคำแหง	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
10. ท่านติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของ มหาวิทยาลัยรามคำแหงจากสื่อสิ่งพิมพ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง บ่อยครั้งเพียงใด		
1-2 สัปดาห์/ครั้ง	129	32.3
3-4 สัปดาห์/ครั้ง	88	22.0
1 เดือน/ครั้ง	121	30.3
ไม่ค่อยได้ติดตาม	62	15.5
รวม	400	100.0
11. ช่วงเวลาที่ท่านติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของ มหาวิทยาลัยรามคำแหงจากสื่อสิ่งพิมพ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง บ่อยที่สุด		
08.01-10.00 น.	95	23.8
10.01-12.00 น.	120	30.0
12.01-14.00 น.	115	28.8
14.01-16.00 น.	70	17.5
รวม	400	100.0
12. บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากข่าว มหาวิทยาลัยรามคำแหง		
ตามลำพัง	115	28.8
เพื่อนร่วมงาน	138	34.5
หัวหน้า	85	21.3
อื่นๆ	62	15.5
รวม	400	100.0

ตาราง 4 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในของบุคลากร มหาวิทยาลัยรามคำแหง	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
13. บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากสื่อโทรทัศน์ ภายใน (RU-ITV)		
ตามลำพัง	91	22.8
เพื่อนร่วมงาน	134	33.5
หัวหน้า	116	29.0
อื่น ๆ	59	14.8
รวม	400	100.0
14. บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์จากภายใน ของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากสื่อเสียงตามสาย		
ตามลำพัง	96	24.0
เพื่อนร่วมงาน	123	30.8
หัวหน้า	120	30.0
อื่น ๆ	61	15.3
รวม	400	100.0
15. บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์จากภายใน ของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากสื่อสิ่งพิมพ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง		
ตามลำพัง	135	33.8
เพื่อนร่วมงาน	117	29.3
หัวหน้า	87	21.8
อื่น ๆ	61	15.3
รวม	400	100.0

ตาราง 4 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในของบุคลากร มหาวิทยาลัยรามคำแหง	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
16. ส่วนใหญ่แล้วท่านจะติดตามสื่อประชาสัมพันธ์		
จากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงในลักษณะใด		
อ่านหัวเรื่อง	112	28.0
อ่านตลอดทั้งเรื่อง	128	32.0
อ่านประเด็นที่น่าสนใจ	70	17.5
อื่น ๆ	90	22.5
รวม	400	100.0
17. ส่วนใหญ่แล้วท่านจะติดตามสื่อประชาสัมพันธ์จาก		
โทรทัศน์ภายใน (RUTTV) ในลักษณะใด		
ชมบางช่วงของรายการ	106	26.5
รับชมตลอดรายการ	125	31.3
รับชมประเด็นที่น่าสนใจ	73	18.3
อื่น ๆ	96	24.0
รวม	400	100.0
18. ส่วนใหญ่แล้วท่านจะติดตามสื่อประชาสัมพันธ์		
จากเสียงตามสายในลักษณะใด		
ฟังบางช่วงของรายการ	115	28.8
ฟังตลอดรายการ	140	35.0
รับฟังประเด็นที่น่าสนใจ	67	16.8
อื่น ๆ	78	19.5
รวม	400	100.0

ตาราง 4 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในของบุคลากร มหาวิทยาลัยรามคำแหง	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
19. ส่วนใหญ่แล้วท่านจะติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ จากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง ในลักษณะใด		
หวัข้อข่าว	129	32.3
ทั้งเล่ม	98	24.5
เฉพาะที่สนใจ	111	27.8
อื่น ๆ	62	15.5
รวม	400	100.0
20. ท่านเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน จากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงเรื่องใดมากที่สุด		
ประกาศข่าวต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย	110	27.5
กิจกรรมต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย	128	32.0
ปกิณกะเบ็ดเตล็ดให้ความรู้	72	18.0
อื่น ๆ	90	22.5
รวม	400	100.0
21. ท่านเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน จากโทรทัศน์ RU-ITV เรื่องใดมากที่สุด		
ประกาศข่าวต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย	139	34.8
กิจกรรมต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย	107	26.8
ปกิณกะเบ็ดเตล็ดให้ความรู้	91	22.8
อื่น ๆ	63	15.8
รวม	400	100.0

ตาราง 4 (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในของบุคลากร มหาวิทยาลัยรามคำแหง	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
22. ท่านเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน		
จากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง		
เรื่องใดมากที่สุด		
ประกาศข่าวต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย	136	34.0
กิจกรรมต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย	106	26.5
ปกิณกะเบ็ดเตล็ดให้ความรู้	101	25.3
อื่น ๆ	57	14.3
รวม	400	100.0
23. ท่านเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน		
จากเสียงตามสายเรื่องใดมากที่สุด		
ประกาศข่าวต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย	136	34.0
กิจกรรมต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย	124	31.0
ปกิณกะเบ็ดเตล็ดให้ความรู้	88	22.0
อื่น ๆ	52	13.0
รวม	400	100.0
24. เมื่อเกิดปัญหา หรือข้อสงสัยในข่าวประชาสัมพันธ์		
ท่านติดต่อหน่วยงานใด		
งานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง	145	36.3
สำนักเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง	120	30.0
คณะ/สำนัก/สถาบัน ที่ท่านสังกัด	87	21.8
อื่น ๆ	48	12.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 4 พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหง 1-2 สัปดาห์/ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นจำนวน 129 คน ร้อยละ รองลงมาเป็น 3-4 สัปดาห์/ครั้ง คิดเป็นจำนวน 118 คน ร้อยละ 29.50 1 เดือน/ครั้ง คิดเป็นจำนวน 97 คน ร้อยละ 24.3 และไม่ค่อยได้ติดตาม คิดเป็นจำนวน 56 คน

คน ร้อยละ 14 ซึ่งช่วงเวลาที่บุคลากรติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหง เป็นเวลา 10.01-12.00 น. มากที่สุด คิดเป็นจำนวน 138 คน ร้อยละ 34.5 รองลงมาเป็น ช่วงเวลา 08.01-10.00 น. คิดเป็นจำนวน 115 คน ร้อยละ 28.8 14.01-16.00 น. คิดเป็นจำนวน 83 คน ร้อยละ 20.8 ช่วงเวลา 12.01-14.00 น. คิดเป็นจำนวน 64 คน ร้อยละ 16 บุคลากรติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหง จากสื่อโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) มากที่สุด คิดเป็นจำนวน 139 คน ร้อยละ 34.8 รองลงมาเป็นข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง คิดเป็นจำนวน 96 คน ร้อยละ 24.0 เสียงตามสาย คิดเป็นจำนวน 90 คน ร้อยละ 22.5 และสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง คิดเป็นจำนวน 75 คน ร้อยละ 18.8

บุคลากรติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากข่าวมหาวิทยาลัย 1-2 สัปดาห์/ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นจำนวน 135 คน ร้อยละ 33.8 รองลงมาเป็น 3-4 สัปดาห์/ครั้ง คิดเป็นจำนวน 117 คน ร้อยละ 29.3 ติดตาม 1 เดือน/ครั้ง คิดเป็นจำนวน 87 คน ร้อยละ 21.8 และไม่คอยได้ติดตาม คิดเป็นจำนวน 61 คน ร้อยละ 15.3 โดยช่วงเวลา 10.01-12.00 น. บุคลากรจะติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงมากที่สุด คิดเป็นจำนวน 129 คน ร้อยละ 32.3 รองลงมาเป็นเวลา 08.01-10.00 น. คิดเป็นจำนวน 110 คน ร้อยละ 27.5 เวลา 12.01-14.00 น. คิดเป็นจำนวน 87 คน ร้อยละ 21.8 เวลา 14.01-16.00 น. คิดเป็นจำนวน 74 คน ร้อยละ 18.5

บุคลากรติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) 1-2 สัปดาห์/ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นจำนวน 145 คน ร้อยละ 36.3 รองลงมาเป็น 3-4 สัปดาห์/ครั้ง คิดเป็นจำนวน 128 คน ร้อยละ 32.0 ติดตาม 1 เดือน/ครั้ง คิดเป็นจำนวน 83 คน ร้อยละ 20.8 และไม่คอยได้ติดตาม คิดเป็นจำนวน 44 คน ร้อยละ 11 โดยช่วงเวลา 08.01-10.00 น. บุคลากรจะติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) มากที่สุด คิดเป็นจำนวน 142 คน ร้อยละ 35.5 รองลงมาเป็นเวลา 10.01-12.00 น. คิดเป็นจำนวน 140 คน ร้อยละ 35.0 เวลา 14.01-16.00 น. คิดเป็นจำนวน 68 คน ร้อยละ 17.0 เวลา 12.01-14.00 น. คิดเป็นจำนวน 50 คน ร้อยละ 12.5

บุคลากรติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากเสียงตามสาย 1-2 สัปดาห์/ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นจำนวน 141 คน ร้อยละ 35.3 รองลงมาเป็นติดตาม 3-4 สัปดาห์/ครั้ง คิดเป็นจำนวน 105 คน ร้อยละ 26.3 ติดตาม 1 เดือน/ครั้ง คิดเป็นจำนวน 81 คน ร้อยละ 20.3 และไม่คอยได้ติดตาม คิดเป็นจำนวน 73 คน ร้อยละ 18.3 โดยช่วงเวลา 10.01-12.00 น. บุคลากรจะติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากเสียงตามสาย มากที่สุด คิดเป็นจำนวน 138 คน ร้อยละ 34.5 รองลงมาเป็นเวลา 08.01-10.00 น. คิดเป็นจำนวน 115 คน ร้อยละ 28.8 เวลา 14.01-16.00 น. คิดเป็นจำนวน 85 คน ร้อยละ 21.3 และเวลา 12.01-14.00 น. คิดเป็นจำนวน 62 คน ร้อยละ 15.5

บุคลากรติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง 1-2 สัปดาห์/ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นจำนวน 129 คน ร้อยละ 32.5 รองลงมาเป็น 1 เดือน/ครั้ง คิดเป็นจำนวน 121 คน ร้อยละ 30.0 ติดตาม 3-4 สัปดาห์/ครั้ง คิดเป็นจำนวน 88 คน ร้อยละ 22.0 และไม่คอยได้ติดตาม คิดเป็นจำนวน 62 คน ร้อยละ 15.5 โดยช่วงเวลา 10.01-12.00 น. บุคลากรจะติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหงมากที่สุด คิดเป็นจำนวน 120 คน ร้อยละ 30.0 รองลงมาเป็นเวลา 12.01-14.00 น. คิดเป็นจำนวน 115 คน ร้อยละ 28.8 เวลา 08.01-10.00 น. คิดเป็นจำนวน 95 คน ร้อยละ 23.8 และเวลา 14.01-16.00 น. คิดเป็นจำนวน 70 คน ร้อยละ 17.5

บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากข่าวมหาวิทยาลัย ส่วนใหญ่เป็นเพื่อนร่วมงานมากที่สุด คิดเป็นจำนวน 138 คน ร้อยละ 34.5 ตามลำดับ คิดเป็นจำนวน 115 คน ร้อยละ 28.8 หัวหน้า คิดเป็นจำนวน 85 คน ร้อยละ 21.3 และบุคคลอื่น ๆ คิดเป็นจำนวน 62 คน ร้อยละ 15.5

บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากสื่อโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ส่วนใหญ่เป็นเพื่อนร่วมงานมากที่สุด คิดเป็นจำนวน 134 คน ร้อยละ 33.5 หัวหน้า คิดเป็นจำนวน 116 คน ร้อยละ 29 ตามลำดับ คิดเป็นจำนวน 91 คน ร้อยละ 22.8 และบุคคลอื่น ๆ คิดเป็นจำนวน 59 คน ร้อยละ 14.8

บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหง จากสื่อเสียงตามสาย ส่วนใหญ่เป็นเพื่อนร่วมงาน คิดเป็นจำนวน 123 คน ร้อยละ 30.8 หัวหน้า คิดเป็นจำนวน 120 คน ร้อยละ 30 ตามลำพัง คิดเป็นจำนวน 96 คน ร้อยละ 24.0 และบุคคลอื่น ๆ คิดเป็นจำนวน 61 คน ร้อยละ 15.3

บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์จากภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหง จากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง ส่วนใหญ่อยู่ตามลำพัง คิดเป็นจำนวน 135 คน ร้อยละ 33.8 เพื่อนร่วมงาน คิดเป็นจำนวน 117 คน ร้อยละ 29.3 หัวหน้า คิดเป็นจำนวน 87 คน ร้อยละ 21.8 และบุคคลอื่น ๆ คิดเป็นจำนวน 61 คน ร้อยละ 15.3

บุคลากรส่วนใหญ่จะติดตามสื่อประชาสัมพันธ์จากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยอ่านตลอดทั้งเรื่องมากที่สุด คิดเป็นจำนวน 128 คน ร้อยละ 32.0 รองลงมาเป็น อ่านหัวเรื่อง คิดเป็นจำนวน 112 คน ร้อยละ 28.0 อื่น ๆ คิดเป็นจำนวน 90 คน ร้อยละ 22.5 และอ่านประเด็นที่น่าสนใจ คิดเป็นจำนวน 70 คน ร้อยละ 17.5 การติดตามสื่อ-ประชาสัมพันธ์จากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) บุคลากรส่วนใหญ่ชมบางช่วงของรายการ มากที่สุด คิดเป็นจำนวน 106 คน ร้อยละ 26.5 รองลงมาเป็น รับชมตลอดรายการ คิดเป็น จำนวน 125 คน ร้อยละ 31.3 อื่น ๆ คิดเป็นจำนวน 96 คน ร้อยละ 24 และรับชมประเด็น ที่น่าสนใจ คิดเป็นจำนวน 73 คน ร้อยละ 18.3 การติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ จากเสียง ตามสาย บุคลากรส่วนใหญ่ฟังตลอดรายการมากที่สุด คิดเป็นจำนวน 140 คน ร้อยละ 35 รองลงมาเป็น ฟังบางช่วงของรายการ คิดเป็นจำนวน 115 คน ร้อยละ 28.8 อื่น ๆ คิดเป็น จำนวน 88 คน ร้อยละ 19.5 และรับฟังประเด็นที่น่าสนใจ คิดเป็นจำนวน 67 คน ร้อยละ 16.8 การติดตามสื่อประชาสัมพันธ์จากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง บุคลากร ส่วนใหญ่อ่านเฉพาะหัวข้อข่าว คิดเป็นจำนวน 129 คน ร้อยละ 32.3 รองลงมาเป็นอ่าน-เฉพาะที่สนใจ คิดเป็นจำนวน 111 คน ร้อยละ 27.8 ทั้งเล่ม คิดเป็นจำนวน 98 คน ร้อยละ 24.5 และอื่น ๆ คิดเป็นจำนวน 62 คน ร้อยละ 15.5

บุคลากรเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากข่าวมหาวิทยาลัย รามคำแหงเรื่องกิจกรรมต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัยมากที่สุด คิดเป็นจำนวน 128 คน ร้อยละ 32.0 รองลงมาเป็นประกาศข่าวต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย คิดเป็นจำนวน 110 คน ร้อยละ 27.5 อื่น ๆ คิดเป็นจำนวน 90 คน ร้อยละ 22.5 และปกิณกะเบ็ดเตล็ดให้

ความรู้ คิดเป็นจำนวน 72 คน ร้อยละ 18 บุคลากรเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากโทรทัศน์ RU-ITV เรื่อง ประกาศข่าวต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย มากที่สุด คิดเป็นจำนวน 139 คน ร้อยละ 34.8 รองลงมาเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย คิดเป็นจำนวน 107 คน ร้อยละ 26.8 ปกณกะเบ็ดเตล็ดให้ความรู้ คิดเป็นจำนวน 91 คน ร้อยละ 22.8 และอื่น ๆ คิดเป็นจำนวน 63 คน ร้อยละ 15.8

บุคลากรเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหงเรื่อง ประกาศข่าวต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัยมากที่สุด คิดเป็นจำนวน 136 คน ร้อยละ 34.0 รองลงมาเป็น กิจกรรมต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย คิดเป็นจำนวน 106 คน ร้อยละ 26.5 ปกณกะเบ็ดเตล็ดให้ความรู้ คิดเป็นจำนวน 101 คน ร้อยละ 25.3 และอื่น ๆ คิดเป็นจำนวน 57 คน ร้อยละ 14.3 บุคลากรเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากเสียงตามสาย ประกาศข่าวต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัยมากที่สุด คิดเป็นจำนวน 136 คน ร้อยละ 34.0 รองลงมาเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย คิดเป็นจำนวน 124 คน ร้อยละ 31.0 ปกณกะเบ็ดเตล็ดให้ความรู้ คิดเป็นจำนวน 88 คน ร้อยละ 22.0 และอื่น ๆ คิดเป็นจำนวน 52 คน ร้อยละ 13 ซึ่งเมื่อเกิดปัญหา หรือข้อสงสัยในข่าว-ประชาสัมพันธ์ บุคลากรจะติดต่อหน่วยงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหงมากที่สุด คิดเป็นจำนวน 145 คน ร้อยละ 36.3 รองลงมาเป็นสำนักเทคโนโลยีการศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง คิดเป็นจำนวน 120 คน ร้อยละ 30.0 คณะ/สำนัก/สถาบัน ที่ท่านสังกัด คิดเป็นจำนวน 87 คน ร้อยละ 21.8 และอื่น ๆ คิดเป็นจำนวน 48 คน ร้อยละ 12.0



ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ตาราง 5

ค่าความถี่ และค่าร้อยละเกี่ยวกับรูปแบบการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

รูปแบบการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน มหาวิทยาลัยรามคำแหง	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
1. ท่านสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน มหาวิทยาลัยรามคำแหงรูปแบบใดมากที่สุด		
ข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง	115	28.8
โทรทัศน์ภายใน (RU-ITV)	133	33.3
เสียงตามสาย	87	21.8
สื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง	65	16.3
รวม	400	100.0
2. ท่านสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน จากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงรูปแบบใดมากที่สุด		
พาดหัวข่าว	109	27.3
บทบรรณาธิการ	115	28.8
บทความ	86	21.5
เนื้อหาข่าว (full text)	90	22.5
รวม	400	100.0
3. ท่านสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน จากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) รูปแบบใดมากที่สุด		
ข่าว	139	34.8
รายการ	131	32.8
การถ่ายทอดสด	86	21.5
อื่น ๆ	44	11.0
รวม	400	100.0

ตาราง 5 (ต่อ)

รูปแบบการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน มหาวิทยาลัยรามคำแหง	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
4. ท่านสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน จากเสียงตามสายรูปแบบใดมากที่สุด		
ข่าว	155	38.8
รายการ	107	26.8
การถ่ายทอดสด	87	21.8
อื่น ๆ	51	12.8
รวม	400	100.0
5. ท่านสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน จากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหงรูปแบบใด มากที่สุด		
ข่าว	138	34.5
ประกาศ	109	27.3
บทความ	92	23.0
อื่น ๆ	61	15.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 5 พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงรูปแบบ โทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) มากที่สุด คิดเป็นจำนวน 133 คน ร้อยละ 33.3 รองลงมาเป็นข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงมากที่สุดคิดเป็นจำนวน 115 คน ร้อยละ 28.8 เสียงตามสาย คิดเป็นจำนวน 87 คน ร้อยละ 21.8 และสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง คิดเป็นจำนวน 65 คน ร้อยละ 16.3 ซึ่งสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงรูปแบบ บทบรรณาธิการมากที่สุดคิดเป็นจำนวน 115 คน ร้อยละ 28.8 รองลงมาพาดหัวข่าว คิดเป็นจำนวน 109 คน ร้อยละ 27.3 เนื้อหาข่าว (full text) คิดเป็นจำนวน 90 คน ร้อยละ 22.5 และบทความ คิดเป็นจำนวน 86 คน ร้อยละ 21.5 บุคลากรสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) รูปแบบข่าวมากที่สุด

คิดเป็นจำนวน 139 คน ร้อยละ 34.8 รองลงมาเป็นรายการ คิดเป็นจำนวน 131 คน ร้อยละ 32.8 การถ่ายทอดสด คิดเป็นจำนวน 86 คน ร้อยละ 21.5 และอื่น ๆ คิดเป็นจำนวน 44 คน ร้อยละ 11.0 บุคลากรสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากเสียงตามสายรูปแบบข่าวมากที่สุดคิดเป็นจำนวน 155 คน ร้อยละ 38.8 รองลงมาเป็นรายการ คิดเป็นจำนวน 107 คน ร้อยละ 26.8 การถ่ายทอดสด คิดเป็นจำนวน 87 คน ร้อยละ 21.8 และอื่น ๆ คิดเป็นจำนวน 51 คน ร้อยละ 12.8 บุคลากรสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหงรูปแบบข่าวมากที่สุด คิดเป็นจำนวน 138 คน ร้อยละ 34.5 ประกาศ คิดเป็นจำนวน 109 คน ร้อยละ 27.3 บทความ คิดเป็นจำนวน 92 คน ร้อยละ 23.0 และอื่น ๆ คิดเป็นจำนวน 61 คน ร้อยละ 15.3

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ตาราง 6

ค่าความถี่ และค่าร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหง	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
1. ท่านมีปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงสื่อใดมากที่สุด		
ข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง	107	26.8
โทรทัศน์ภายใน (RU-ITV)	83	20.8
เสียงตามสาย	101	25.3
สื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง	109	27.3
รวม	400	100.0

ตาราง 6 (ต่อ)

ปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัย- รามคำแหง	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
2. ท่านมีปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ข้ามมหาวิทยาลัยรามคำแหงเรื่องใดมากที่สุด		
ได้รับข้ามมหาวิทยาลัยรามคำแหงล่าช้า	102	25.5
ลักษณะตัวอักษรเล็กเกินไป มองไม่เห็น	129	32.3
มีปัญหาทางด้านความคมชัดของภาพ	114	28.5
อื่น ๆ	55	13.8
รวม	400	100.0
3. ท่านมีปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายใน โทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) เรื่องใดมากที่สุด		
มีปัญหาทางด้านความชัดเจนของเสียง	110	27.5
มีปัญหาทางด้านความคมชัดของภาพ	103	25.8
โทรทัศน์มีน้อย ทำให้มีปัญหาในการรับรู้สื่อ		
ประชาสัมพันธ์โทรทัศน์ภายใน (RU-ITV)	125	31.3
อื่น ๆ	62	15.5
รวม	400	100.0
4. ท่านมีปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายใน เสียงตามสาย เรื่องใดมากที่สุด		
มีปัญหาทางด้านความชัดเจนของเสียง	135	33.8
ผู้ประกาศพูดไม่ชัด ทำให้มีปัญหาในการรับรู้	122	30.5
วิทยุกระจายเสียงมีน้อย ทำให้มีปัญหาในการรับรู้สื่อ		
ประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย	85	21.3
อื่น ๆ	58	14.5
รวม	400	100.0

ตาราง 6 (ต่อ)

ปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัย- รวมค่าแห่ง	จำนวน (คน)	ค่าร้อยละ
5. ท่านมีปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายใน สื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง เรื่องใดมากที่สุด		
ลักษณะตัวอักษรเล็กเกินไป มองไม่เห็น	82	20.5
มีปัญหาทางด้านความคมชัดของภาพ	106	26.5
ได้รับสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหงล่าช้า	144	36.0
อื่น ๆ	68	17.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 6 พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงมีปัญหาในการรับรู้สื่อ-
ประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง
มากที่สุด คิดเป็นจำนวน 109 คน ร้อยละ 27.3 รองลงมาเป็นข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง
คิดเป็นจำนวน 107 คน ร้อยละ 26.8 โทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) คิดเป็นจำนวน 83 คน
ร้อยละ 20.8 และเสียงตามสาย คิดเป็นจำนวน 101 คน ร้อยละ 27.3 โดยบุคลากรมีปัญหา
ในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงเรื่องลักษณะตัวอักษร
เล็กเกินไป มองไม่เห็น มากที่สุด คิดเป็นจำนวน 129 คน ร้อยละ 32.3 รองลงมาเป็น
มีปัญหาทางด้านความคมชัดของภาพ คิดเป็นจำนวน 114 คน ร้อยละ 28.5 ได้รับข่าว
มหาวิทยาลัยรามคำแหงล่าช้า คิดเป็นจำนวน 102 คน ร้อยละ 25.5 และอื่น ๆ คิดเป็น
จำนวน 55 คน ร้อยละ 13.8 มีปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในโทรทัศน์
(RU-ITV) เรื่องโทรทัศน์มีน้อย ทำให้มีปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์โทรทัศน์-
ภายใน (RU-ITV) มากที่สุด คิดเป็นจำนวน 125 คน ร้อยละ 31.3 มีปัญหาทางด้านความ-
ชัดเจนของเสียง คิดเป็นจำนวน 110 คน ร้อยละ 27.5 มีปัญหาทางด้านความคมชัดของ
ภาพ คิดเป็นจำนวน 103 คน ร้อยละ 25.8 และอื่น ๆ คิดเป็นจำนวน 62 คน ร้อยละ 15.5
มีปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในเสียงตามสาย เรื่องมีปัญหาทางด้านความ-
ชัดเจนของเสียงมากที่สุด คิดเป็นจำนวน 135 คน ร้อยละ 33.8 ผู้ประกาศพูดไม่ชัด ทำให้
มีปัญหาในการรับรู้ คิดเป็นจำนวน 122 คน ร้อยละ 30.5 วิทยุกระจายเสียงมีน้อย ทำให้มี

ปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย คิดเป็นจำนวน 85 คน ร้อยละ 21.3 และอื่น ๆ คิดเป็นจำนวน 58 คน ร้อยละ 14.5 มีปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง เรื่องได้รับสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหงล่าช้ามากที่สุด คิดเป็นจำนวน 144 คน ร้อยละ 36.0 มีปัญหาทางด้านความคมชัดของภาพ คิดเป็นจำนวน 106 คน ร้อยละ 26.5 ลักษณะตัวอักษรเล็กเกินไป มองไม่เห็น คิดเป็นจำนวน 82 คน ร้อยละ 20.5 และอื่น ๆ คิดเป็นจำนวน 68 คน ร้อยละ 17.0

ตอนที่ 5 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรับรู้ข่าวสารของบุคลากร
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ตาราง 7

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลเกี่ยวกับระดับการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง

การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	$\bar{X}$	SD	แปลค่า	อันดับที่
1. สื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัย- รามคำแหงมีความสำคัญต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	4.35	.754	มาก	1
2. สื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัย- รามคำแหงให้ความรู้ทางวิชาการแก่บุคลากร ภายในสถาบัน	4.15	.783	มาก	4
3. สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยให้รายละเอียด เกี่ยวกับสวัสดิการของบุคลากร	3.95	.729	มาก	8
4. สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยให้รายละเอียด เกี่ยวกับกฎระเบียบ วิธีปฏิบัติต่าง ๆ	4.15	.783	มาก	5
5. สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยให้รายละเอียด เกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงก้าวหน้า และชื่อเสียง ของมหาวิทยาลัย	3.88	.744	มาก	9

ตาราง 7 (ต่อ)

การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	$\bar{X}$	SD	แปลค่า	อันดับที่
6. สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยให้รายละเอียดเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของบุคลากรในมหาวิทยาลัย	4.11	.759	มาก	6
7. สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยให้รายละเอียดเกี่ยวกับปณิกะ บันเทิง กีฬา นันทนาการ	3.88	.744	มาก	10
8. สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย มีการกระจายข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยฯ อย่างทั่วถึง	4.01	.761	มาก	7
9. สื่อประชาสัมพันธ์สามารถทำให้บุคลากรทั่วไปเห็นมหาวิทยาลัยของรัฐ	4.16	.783	มาก	3
10. การประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง มีการดำเนินงานที่หลากหลายรูปแบบ	4.17	.783	มาก	2
รวม	4.08	.284	มาก	

จากตาราง 7 พบว่า ระดับการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.08 ส่วนใหญ่ในเรื่อง (1) สื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงมีความสำคัญต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากที่สุด อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.35 รองลงมาคือ (2) สื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงให้ความรู้ทางวิชาการแก่บุคลากรภายในสถาบัน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.17 (3) สื่อประชาสัมพันธ์สามารถทำให้บุคลากรทั่วไปเห็นมหาวิทยาลัยของรัฐ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.16 (4) การประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง มีการดำเนินงานที่หลากหลายรูปแบบอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.35 (5) สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยให้รายละเอียดเกี่ยวกับกฎระเบียบ วิถีปฏิบัติต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.15 และเรื่องที่บุคลากรรับรู้่น้อยที่สุด ได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยให้รายละเอียดเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงก้าวหน้า และชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย และสื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยให้รายละเอียดเกี่ยวกับปณิกะ บันเทิง กีฬา นันทนาการ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.88 อยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 6 ผลวิเคราะห์ความแปรปรวน และความสัมพันธ์ของตัวแปร
เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1

ลักษณะประชากรของบุคลากรที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของ
บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 บุคลากรที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของ
บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 8

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างเพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารของบุคลากร
มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามเพศ

ข้อความ	เพศ				t	Sig.
	ชาย		หญิง			
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	4.10	.321	4.06	.417	1.196	.492

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงทั้ง
เพศชายและเพศหญิง มีการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกัน
อย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 บุคลากรที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของ
บุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 9

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามอายุ

อายุ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.994	3	.331	4.208	.006*
	ภายในกลุ่ม	31.182	396	.079		
	รวม	32.176	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ขึ้นอยู่กับอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่า ขอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ บุคลากรที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 10

ตาราง 10

เปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามอายุเป็นรายคู่

อายุ	N	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 25 ปี	25-35 ปี	36-45 ปี	มากกว่า 45 ปี ขึ้นไป
			4.03	4.14	4.09	4.02
ต่ำกว่า 25 ปี	63	4.03	-	-	-	-
25-35 ปี	133	4.14	.11	-	-	.12
36-45 ปี	111	4.09	-	-	-	-
มากกว่า 45 ปีขึ้นไป	93	4.02	-	-	-	-

จากตาราง 10 เปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อนรายคู่ของ LSD เพื่อตรวจสอบกลุ่มที่มีความแตกต่างกัน พบว่า มีความแตกต่างกันตามลักษณะตัวแปร 2 คู่ ได้แก่

1. บุคลากรที่มีอายุ 25-35 ปี ($\bar{X} = 4.14$) มีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ($\bar{X} = 4.03$)

2. บุคลากรที่มีอายุ 25-35 ปี ($\bar{X} = 4.14$) มีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่มีอายุมากกว่า 45 ปี ขึ้นไป ($\bar{X} = 4.02$)

สมมติฐานย่อยที่ 1.3 บุคลากรที่สังกัดหน่วยงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 11

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามสังกัดหน่วยงาน

สังกัดหน่วยงาน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.160	3	.053	.658	.578
	ภายในกลุ่ม	32.016	396	.081		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับสังกัดหน่วยงาน หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ บุคลากรที่มีสังกัดหน่วยงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 1.4 บุคลากรที่มีสายงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 12

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามสายงาน

สายงาน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.520	2	.260	3.264	.039*
	ภายในกลุ่ม	31.655	397	.080		
	รวม	32.176	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ขึ้นอยู่กับสายงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หมายความว่า ขอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ บุคลากรที่มีสายงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 13

ตาราง 13

เปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามสายงาน เป็นรายคู่

สายงาน	N	$\bar{X}$	อาจารย์	บุคลากร สาย ข	บุคลากร สาย ค
			4.13	4.07	4.04
อาจารย์	131	4.13	-	-	.09
บุคลากร สาย ข	148	4.07	-	-	-
บุคลากร สาย ค	121	4.04	-	-	-

จากตาราง 10 เปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามสายงานเป็นรายคู่โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อนรายคู่ของ LSD เพื่อตรวจสอบกลุ่มที่มีความแตกต่างกัน พบว่า มีความแตกต่างกันตามลักษณะตัวแปร 1 คู่ ได้แก่

1. อาจารย์ ($\bar{X} = 4.13$) มีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากร สาย ค ($\bar{X} = 4.04$) สมมติฐานย่อยที่ 1.5 บุคลากรที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 14

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามสังกัดระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.364	3	.121	1.512	.211
	ภายในกลุ่ม	31.811	396	.080		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับระดับการศึกษา หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ บุคลากรที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2

พฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในของบุคลากรที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.1 ความถี่ในการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 15

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามความถี่ในการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ความถี่ในการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหง	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.240	3	.080	.990	.397
	ภายในกลุ่ม	31.936	396	.081		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับความถี่ในการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความถี่ในการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 2.2 ช่วงเวลาในการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน



ตาราง 16

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามช่วงเวลาในการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ช่วงเวลาในการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหง	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.258	3	.086	1.067	.363
	ภายในกลุ่ม	31.918	396	.081		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับคือ ช่วงเวลาในการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ช่วงเวลาในการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 2.3 รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 17

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของ มหาวิทยาลัยรามคำแหง	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัย- รามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.258	3	.086	1.066	.363
	ภายในกลุ่ม	31.918	396	.081		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 2.4 ความถี่ในการติดตามข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 18

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามความถี่ในการติดตามข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ความถี่ในการติดตามข่าวมหาวิทยาลัย รามคำแหง	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัย- รามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.100	3	.033	.410	.746
	ภายในกลุ่ม	32.076	396	.081		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับความถี่ในการติดตามข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความถี่ในการติดตามข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 2.5 ช่วงเวลาในการติดตามข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 19

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามช่วงเวลาในการติดตามข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ช่วงเวลาในการติดตามข่าวมหาวิทยาลัย รามคำแหง	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัย- รามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.265	3	.088	1.097	.350
	ภายในกลุ่ม	31.910	396	.081		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาในการติดตามข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ช่วงเวลาในการติดตามข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 2.6 ความถี่ในการติดตามโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 20

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามความถี่ในการติดตามโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV)

ความถี่ในการติดตามโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV)	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.506	3	.169	2.111	.098
	ภายในกลุ่ม	31.669	396	.080		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับความถี่ในการติดตามโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความถี่ในการติดตามโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 2.7 ช่วงเวลาในการติดตามโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 21

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามช่วงเวลาในการติดตามโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV)

ช่วงเวลาในการติดตามโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV)	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	1.311	3	.437	5.606	.001*
	ภายในกลุ่ม	30.865	396	.078		
	รวม	32.176	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาในการติดตามโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า ขอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ช่วงเวลาในการติดตามโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 22

ตาราง 22

เปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงจำแนกตามช่วงเวลาในการติดตามโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) เป็นรายคู่

ช่วงเวลาในการติดตาม โทรทัศน์ภายใน (RU-ITV)	N	$\bar{X}$	(A)	(B)	(C)	(D)
			4.14	4.04	4.13	4.00
08.01-10.00 น. (A)	142	4.14	-	.10	-	.14
10.01-12.00 น. (B)	140	4.04	-	-	-	-
12.01-14.00 น. (C)	50	4.13	-	.09	-	.13
14.01-16.00 น. (D)	68	4.00	-	-	-	-

จากตาราง 22 เปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามการติดตามโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) เป็นรายคู่โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อนรายคู่ของ LSD เพื่อตรวจสอบกลุ่มที่มีความแตกต่างกัน พบว่า มีความแตกต่างกันตามลักษณะตัวแปร 4 คู่ ได้แก่

1. บุคลากรที่ติดตามโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ช่วงเวลา 08.01-10.00 น. ($\bar{X} = 4.14$) มีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่ติดตามโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ช่วงเวลา 10.01-12.00 น. ($\bar{X} = 4.04$)

2. บุคลากรที่ติดตามโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ช่วงเวลา 08.01-10.00 น. ($\bar{X} = 4.14$) มีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่ติดตามโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ช่วงเวลา 14.01-16.00 น. ($\bar{X} = 4.00$)

3. บุคลากรที่ติดตามโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ช่วงเวลา 12.01-14.00 น. ($\bar{X} = 4.13$) มีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่ติดตามโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ช่วงเวลา 10.01-12.00 น. ($\bar{X} = 4.04$)

4. บุคลากรที่ติดตามโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ช่วงเวลา 12.01-14.00 น. ($\bar{X} = 4.13$) มีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่ติดตามโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ช่วงเวลา 14.01-16.00 น. ($\bar{X} = 4.00$)

สมมติฐานย่อยที่ 2.8 ความถี่ในการติดตามเสียงตามสายที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 23

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามความถี่ในการติดตามเสียงตามสาย

ความถี่ในการติดตามเสียงตามสาย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.601	3	.200	2.514	.058
	ภายในกลุ่ม	31.574	396	.080		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับความถี่ในการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความถี่ในการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 2.9 ช่วงเวลาในการติดตามเสียงตามสายที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 24

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามช่วงเวลาในการติดตามเสียงตามสาย

ช่วงเวลาในการติดตามเสียงตามสาย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.174	3	.058	.717	.542
	ภายในกลุ่ม	32.002	396	.081		
	รวม	32.176	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาในการติดตามเสียงตามสาย หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ช่วงเวลาในการติดตามเสียงตามสายที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 2.10 ความถี่ในการติดตามสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 25

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามความถี่ในการติดตามสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ความถี่ในการติดตามสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.195	3	.065	.803	.493
	ภายในกลุ่ม	31.981	396	.081		
	รวม	32.176	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับความถี่ในการติดตามสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความถี่ในการติดตามสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 2.11 ช่วงเวลาในการติดตามสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 26

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามช่วงเวลาในการติดตามสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ช่วงเวลาในการติดตามสื่อสิ่งพิมพ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัย รามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	1.298	3	.433	5.548	.001*
	ภายในกลุ่ม	30.878	396	.078		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาในการติดตามสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายความว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ช่วงเวลาในการติดตามสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 27

ตาราง 27

เปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงจำแนกตามในการติดตามสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง เป็นรายคู่

ช่วงเวลาในการติดตามสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง			(A)	(B)	(C)	(D)
ช่วงเวลาในการติดตาม	N	$\bar{X}$				
สื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง			4.02	4.11	4.15	4.01
08.01-10.00 น. (A)	95	4.02	-	-	-	-
10.01-12.00 น. (B)	120	4.11	.09	-	-	.10
12.01-14.00 น. (C)	115	4.15	.13	-	-	.14
14.01-16.00 น. (D)	70	4.01	-	-	-	-

จากตาราง 27 เปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามช่วงเวลาในการติดตามสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง เป็นรายคู่ โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อนรายคู่ของ LSD เพื่อตรวจสอบกลุ่มที่มีความแตกต่างกัน พบว่ามีความแตกต่างกันตามลักษณะตัวแปร 4 คู่ ได้แก่

1. บุคลากรที่ติดตามสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง ช่วงเวลา 10.01-12.00 น. ($\bar{X} = 4.11$) มีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่ติดตามสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง ช่วงเวลา 08.01-10.00 น. ($\bar{X} = 4.02$)
2. บุคลากรที่ติดตามสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง ช่วงเวลา 10.01-12.00 น. ($\bar{X} = 4.11$) มีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่ติดตามสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง ช่วงเวลา 14.01-16.00 น. ($\bar{X} = 4.01$)
3. บุคลากรที่ติดตามสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง ช่วงเวลา 12.01-14.00 น. ($\bar{X} = 4.15$) มีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่ติดตามสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง ช่วงเวลา 08.01-10.00 น. ($\bar{X} = 4.02$)
4. บุคลากรที่ติดตามสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง ช่วงเวลา 12.01-14.00 น. ($\bar{X} = 4.15$) มีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่ติดตามสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง ช่วงเวลา 14.01-16.00 น. ($\bar{X} = 4.01$)

สมมติฐานย่อยที่ 2.12 บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 28

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามบุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง

บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.449	3	.150	1.868	.134
	ภายในกลุ่ม	31.727	396	.080		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับความถี่ในการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 2.13 บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน



ตาราง 29

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามบุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV)

บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV)	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.228	3	.076	.944	.420
	ภายในกลุ่ม	31.947	396	.081		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับบุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 2.14 บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากเสียงตามสายที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 30

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามบุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากเสียงตามสาย

บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากเสียงตามสาย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.473	3	.158	1.968	.118
	ภายในกลุ่ม	31.703	396	.080		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับบุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากเสียงตามสาย หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากเสียงตามสายที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 2.15 บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 31

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามบุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.051	3	.017	.210	.890
	ภายในกลุ่ม	32.125	396	.081		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับบุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ บุคคลที่อยู่ด้วยขณะรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 2.16 การติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 32

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง

การติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของ มหาวิทยาลัยรามคำแหงจากข่าว มหาวิทยาลัยรามคำแหง	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัย รามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	1.412	3	.471	6.057	.000*
	ภายในกลุ่ม	30.764	396	.078		
	รวม	32.176	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ขึ้นอยู่กับการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายความว่า ขอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ การติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 33

ตาราง 33

เปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงจำแนกตามการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงเป็นรายคู่

การติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง			(A)	(B)	(C)	(D)
	<i>N</i>	$\bar{X}$				
อ่านตลอดทั้งเรื่อง (A)	112	4.15	-	.10	-	.14
อ่านหัวเรื่อง (B)	128	4.04	-	-	-	-
อ่านประเด็นที่น่าสนใจ (C)	70	4.14	-	.09	-	.13
อื่น ๆ (D)	90	4.01	-	-	-	-

จากตาราง 33 เปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงจำแนกตามการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงเป็นรายคู่โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อนรายคู่ของ LSD เพื่อตรวจสอบกลุ่มที่มีความแตกต่างกัน พบว่า มีความแตกต่างกันตามลักษณะตัวแปร 4 คู่ ได้แก่

1. บุคลากรที่อ่านข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง ตลอดทั้งเรื่อง ($\bar{X} = 4.15$) มีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่อ่านข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงเฉพาะหัวเรื่อง ($\bar{X} = 4.04$)

2. บุคลากรที่อ่านข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง ตลอดทั้งเรื่อง ($\bar{X} = 4.15$) มีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่อ่านข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงลักษณะอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.01$)

3. บุคลากรที่อ่านข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเด็นที่น่าสนใจ ($\bar{X} = 4.14$) มีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่อ่านข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงเฉพาะหัวเรื่อง ($\bar{X} = 4.04$)

4. บุคลากรที่อ่านข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเด็นที่น่าสนใจ ($\bar{X} = 4.14$) มีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่อ่านข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงลักษณะอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.01$)

สมมติฐานย่อยที่ 2.17 การติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 34

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV)

การติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของ มหาวิทยาลัยรามคำแหงจากโทรทัศน์ ภายใน (RU-ITV)	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัย รามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	1.412	3	.471	6.059	.000*
	ภายในกลุ่ม	30.764	396	.078		
	รวม	32.176	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ขึ้นอยู่กับการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) หมายความว่า ขอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ การติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 35

ตาราง 35

เปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามการ-
ติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากโทรทัศน์ภายใน
(RU-ITV) เป็นรายคู่

การติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหง จากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV)			(A)	(B)	(C)	(D)
	N	$\bar{X}$	4.16	4.05	4.11	4.01
รับชมตลอดรายการ (A)	106	4.16	-	.11	-	.15
ชมบางช่วงของรายการ (B)	125	4.05	-	-	-	-
รับชมประเด็นที่น่าสนใจ (C)	73	4.11	-	-	-	.10
อื่น ๆ (D)	96	4.01	-	-	-	-

จากตาราง 35 เปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง
จำแนกตามการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจาก
โทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) เป็นรายคู่โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อนรายคู่ของ LSD เพื่อ
ตรวจสอบกลุ่มที่มีความแตกต่างกัน พบว่า มีความแตกต่างกันตามลักษณะตัวแปร 3 คู่
ได้แก่

1. บุคลากรที่รับชมโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ตลอดรายการ ($\bar{X} = 4.16$) มีการ-
รับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่รับชมโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ชมบางช่วงของรายการ
($\bar{X} = 4.05$)
2. บุคลากรที่รับชมโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ตลอดรายการ ($\bar{X} = 4.16$) มีการ-
รับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่รับชมโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ลักษณะอื่น ๆ
($\bar{X} = 4.05$)
3. บุคลากรที่บุคลากรที่รับชมโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ประเด็นที่น่าสนใจ
($\bar{X} = 4.11$) มีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่รับชมโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV)
ลักษณะอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.01$)

สมมติฐานย่อยที่ 2.18 การติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากเสียงตามสายที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 36

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากเสียงตามสาย

การติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของ มหาวิทยาลัยรามคำแหงจากเสียงตามสาย	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัย รามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	1.382	3	.461	5.926	.001
	ภายในกลุ่ม	30.793	396	.078		
	รวม	32.176	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ขึ้นอยู่กับการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากเสียงตามสาย หมายความว่า ขอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ การติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากเสียงตามสายที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 37

ตาราง 37

เปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามการ-
ติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากเสียงตามสายเป็นรายคู่

การติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหง จากเสียงตามสาย			(A)	(B)	(C)	(D)
	<i>N</i>	$\bar{X}$				
ฟังตลอดรายการ	115	4.15	-	.11	-	.13
ฟังบางช่วงของรายการ	140	4.03	-	-	-	-
รับฟังประเด็นที่น่าสนใจ	67	4.14	-	.11	-	.12
อื่น ๆ	78	4.02	-	-	-	-

จากตาราง 37 เปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง
จำแนกตามการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากเสียง
ตามสายเป็นรายคู่โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อนรายคู่ของ LSD เพื่อตรวจสอบกลุ่มที่มี
ความแตกต่างกัน พบว่า มีความแตกต่างกันตามลักษณะตัวแปร 4 คู่ ได้แก่

1. บุคลากรที่ฟังเสียงตามสายตลอดรายการ ($\bar{X} = 4.15$) มีการรับรู้ข่าวสาร
มากกว่าบุคลากรที่ฟังเสียงตามสาย ฟังบางช่วงของรายการ ($\bar{X} = 4.03$)
2. บุคลากรที่ฟังเสียงตามสายตลอดรายการ ($\bar{X} = 4.15$) มีการรับรู้ข่าวสาร
มากกว่าบุคลากรที่ฟังเสียงตามสายลักษณะอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.02$)
3. บุคลากรที่ฟังเสียงตามสายเฉพาะประเด็นที่น่าสนใจ ($\bar{X} = 4.14$) มีการรับรู้
ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่ฟังเสียงตามสาย ฟังบางช่วงของรายการ ($\bar{X} = 4.03$)
4. บุคลากรที่ฟังเสียงตามสายเฉพาะประเด็นที่น่าสนใจ ($\bar{X} = 4.14$) มีการรับรู้
ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่ฟังเสียงตามสายลักษณะอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.02$)

สมมติฐานย่อยที่ 2.19 การติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัย-
รามคำแหงจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสาร
ของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 38

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง

การติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของ มหาวิทยาลัยรามคำแหงจากสื่อสิ่งพิมพ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัย รามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.476	3	.159	1.982	.116
	ภายในกลุ่ม	31.700	396	.080		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ การติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 2.20 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 39

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ภายในจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัย รามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	1.391	3	.464	5.964	.001*
	ภายในกลุ่ม	30.785	396	.078		
	รวม	32.176	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ขึ้นอยู่กับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายความว่า ขอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 40

ตาราง 40

เปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงจำแนกตามการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงเป็นรายคู่

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ภายในจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง	N	$\bar{X}$	(A)	(B)	(C)	(D)
			4.15	4.04	4.13	4.01
ประกาศข่าวต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย (A)	110	4.15	-	.11	-	.14
กิจกรรมต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย (B)	128	4.04	-	-	-	-
ปณิกะเบ็ดเตล็ดให้ความรู้ (C)	72	4.13	-	.09	-	12
อื่น ๆ (D)	90	4.01	-	-	-	-



จากตาราง 40 เปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง
จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากข่าวมหาวิทยาลัย-
รามคำแหงเป็นรายคู่โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อนรายคู่ของ LSD เพื่อตรวจสอบกลุ่ม
ที่มีความแตกต่างกัน พบว่า มีความแตกต่างกันตามลักษณะตัวแปร 4 คู่ ได้แก่

1. บุคลากรที่เปิดรับข่าวสารประกาศข่าวต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.15$)
มีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่เปิดรับข่าวสารกิจกรรมต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย
($\bar{X} = 4.04$)
2. บุคลากรที่เปิดรับข่าวสารประกาศข่าวต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.15$)
มีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่เปิดรับข่าวสารอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.01$)
3. บุคลากรที่เปิดรับข่าวสารปกิณกะเบ็ดเตล็ดให้ความรู้ ($\bar{X} = 4.13$) มีการรับรู้
ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่เปิดรับข่าวสารกิจกรรมต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย ($\bar{X} =$
4.04)
4. บุคลากรที่เปิดรับข่าวสารปกิณกะเบ็ดเตล็ดให้ความรู้ ($\bar{X} = 4.13$) มีการรับรู้
ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่เปิดรับข่าวสารอื่น ๆ ($\bar{X} = 4.01$)

สมมติฐานย่อยที่ 2.21 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจาก
โทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากร
มหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 41

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากร
มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจาก
โทรทัศน์ภายใน (RU-ITV)

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ภายในจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV)	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัย รามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.235	3	.078	.969	.407
	ภายในกลุ่ม	31.941	396	.081		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับความถี่ในการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 2.22 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากเสียงตามสายที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 42

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากเสียงตามสาย

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากเสียงตามสาย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.012	3	.004	.049	.986
	ภายในกลุ่ม	32.164	396	.081		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับความถี่ในการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความถี่ในการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 2.23 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 43

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.520	3	.173	2.170	.091
	ภายในกลุ่ม	31.655	396	.080		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับความถี่ในการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความถี่ในการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 2.24 หน่วยงานที่ติดต่อ เมื่อเกิดปัญหา หรือข้อสงสัยในข่าวประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 44

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามหน่วยงานที่ติดต่อ เมื่อเกิดปัญหา หรือข้อสงสัยในข่าวประชาสัมพันธ์

หน่วยงานที่ติดต่อ เมื่อเกิดปัญหา หรือข้อสงสัยในข่าวประชาสัมพันธ์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.098	3	.033	.401	.752
	ภายในกลุ่ม	32.078	396	.081		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 44 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับความถี่ในการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ความถี่ในการติดตามสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3

รูปแบบการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 3.1 การสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 45

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามการสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหง

การสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหง	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัย รามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.124	3	.041	.510	.676
	ภายในกลุ่ม	32.052	396	.081		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 45 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับการสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ การสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 3.2 การสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 46

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามการสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง

การสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.820	3	.273	3.453	.017*
	ภายในกลุ่ม	31.355	396	.079		
	รวม	32.176	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ขึ้นอยู่กับการสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายความว่า ขอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ การสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 47

ตาราง 47

เปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงจำแนกตามการสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงเป็นรายคู่

การสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง	N	$\bar{X}$	(A)	(B)	(C)	(D)
			4.14	4.05	4.11	4.02
พาดหัวข่าว (A)	109	4.14	-	.09	-	.11
บทบรรณาธิการ (B)	115	4.05	-	-	-	-
บทความ (C)	86	4.11	-	-	-	.09
เนื้อหาข่าว (full text) (D)	90	4.02	-	-	-	-

จากตาราง 47 เปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามการสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากข่าวมหาวิทยาลัย-รามคำแหงเป็นรายคู่โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อนรายคู่ของ LSD เพื่อตรวจสอบกลุ่มที่มีความแตกต่างกัน พบว่า มีความแตกต่างกันตามลักษณะตัวแปร 3 คู่ ได้แก่

1. บุคลากรที่สนใจการพาดหัวข่าวจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง ($\bar{X} = 4.14$) มีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่สนใจบทบรรณาธิการจากข่าวมหาวิทยาลัย-รามคำแหง ($\bar{X} = 4.05$)
2. บุคลากรที่สนใจการพาดหัวข่าวจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง ($\bar{X} = 4.14$) มีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่สนใจเนื้อหาข่าว (full text) จากข่าวมหาวิทยาลัย-รามคำแหง ($\bar{X} = 4.02$)
3. บุคลากรที่สนใจบทความจากข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง ($\bar{X} = 4.11$) มีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่สนใจเนื้อหาข่าว (full text) จากข่าวมหาวิทยาลัย-รามคำแหง ($\bar{X} = 4.02$)

สมมติฐานย่อยที่ 3.3 การสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 48

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามการสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV)

การสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV)	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.636	3	.212	2.661	.048*
	ภายในกลุ่ม	31.540	396	.080		
	รวม	32.176	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 48 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ขึ้นอยู่กับการสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) หมายความว่า ขอมรับสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ การสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง 49

ตาราง 49

เปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงจำแนกตามการสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) เป็นรายคู่

การสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV)	N	$\bar{X}$	(A)	(B)	(C)	(D)
			4.05	4.09	4.14	4.02
ข่าว (A)	139	4.05	-	-	-	-
รายการ (B)	131	4.09	-	-	-	-
การถ่ายทอดสด (C)	86	4.14	.09	-	-	.12
อื่น ๆ (D)	44	4.02	-	-	-	-

จากตาราง 47 เปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงจำแนกตามการสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) เป็นรายคู่โดยใช้การเปรียบเทียบเชิงซ้อนรายคู่ของ LSD เพื่อตรวจสอบกลุ่มที่มีความแตกต่างกัน พบว่า มีความแตกต่างกันตามลักษณะตัวแปร 2 คู่ ได้แก่

1. บุคลากรที่สนใจการถ่ายทอดสดจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ($\bar{X} = 4.14$) มีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่สนใจข่าว จากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ($\bar{X} = 4.05$)

2. บุคลากรที่สนใจการถ่ายทอดสดจากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ($\bar{X} = 4.14$) มีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าบุคลากรที่สนใจเรื่องอื่น ๆ จากโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) ($\bar{X} = 4.02$)

สมมติฐานย่อยที่ 3.4 การสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากเสียงตามสายที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 50

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามการสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากเสียงตามสาย

การสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากเสียงตามสาย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.120	3	.040	.493	.687
	ภายในกลุ่ม	32.056	396	.081		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 50 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับการสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากเสียงตามสาย หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ การสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากเสียงตามสายที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 3.5 การสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน



ตาราง 51

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามการสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง

การสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ ภายในจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัย รามคำแหง	แหล่งความ แปรปรวน	แหล่งความ				
		SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัย รามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.222	3	.074	.916	.433
	ภายในกลุ่ม	31.954	396	.081		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 51 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับการสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือการสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 4

ปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 4.1 ปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 52

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหง	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.332	3	.111	1.376	.250
	ภายในกลุ่ม	31.844	396	.080		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 52 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับการสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือการสนใจการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 4.2 ปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 53

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.222	3	.074	.918	.432
	ภายในกลุ่ม	31.953	396	.081		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 53 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในข่าวมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 4.3 ปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV) แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 54

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV)

ปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในโทรทัศน์ภายใน (RU-ITV)	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.117	3	.039	.483	.694
	ภายในกลุ่ม	32.058	396	.081		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 54 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายใน-โทรทัศน์ภายใน(RU-ITV) หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในโทรทัศน์ภายใน(RU-ITV) ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 4.4 ปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในเสียงตามสายแตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 55

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในเสียงตามสาย

ปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในเสียงตามสาย	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.107	3	.036	.441	.724
	ภายในกลุ่ม	32.069	396	.081		
	รวม	32.176	399			

จากตาราง 55 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในเสียงตามสายหมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในเสียงตามสายที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 4.5 ปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงต่างกัน

ตาราง 56

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง จำแนกตามปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง	ระหว่างกลุ่ม	.601	3	.200	2.511	.058
	ภายในกลุ่ม	31.575	396	.080		
	รวม	32.176	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 56 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหง ไม่ขึ้นอยู่กับปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ปัญหาในการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในสื่อสิ่งพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05