

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมกาารเปิดรับและความพึงพอใจของบุคลากรต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมกาารเปิดรับของบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารกาารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และศึกษาถึงความพึงพอใจเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารกาารประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการศึกษา
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.80 มีอายุ 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.60 มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 46.20 สังกัดคณะครุศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 30.00 สายระดับตำแหน่งการปฏิบัติงาน คือ สายสอน คิดเป็นร้อยละ 73.50 มีระยะเวลาการทำงาน ต่ำกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.50

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาารเปิดรับของบุคลากรต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับมากที่สุด คือ โซเชียลมีเดีย Facebook (BSRU New) จำนวน คิดเป็นร้อยละ 48.80 ระยะเวลา/สัปดาห์ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา คือ 1-2 วัน/สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 51.50 ระยะเวลา/วันในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยามีระยะเวลา 1-2 ชั่วโมง/วัน คิดเป็นร้อยละ 96.00 ช่วงเวลาที่รับชมสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาบ่อยที่สุด รับชมช่วงเวลา 13.01-17.00 น. คิดเป็นร้อยละ 38.80 ระยะเวลา

แต่ครั้งในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยามีระยะเวลา 15-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 59.80

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของบุคลากรต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

ความพึงพอใจของบุคลากรต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้เมื่อพิจารณาความพึงพอใจเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านเนื้อหาของสื่อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านความเร็วของสื่อ ด้านความทันสมัยของสื่อ และด้านคุณลักษณะของสื่อ ซึ่งสามารถอธิบายเป็นรายด้านได้ดังนี้

1. ความพึงพอใจของบุคลากรต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ด้านคุณลักษณะของสื่อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้เมื่อพิจารณาความพึงพอใจ ด้านคุณลักษณะของสื่อเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า เว็บไซต์ <http://www.bsru.ac.th> มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ โซเชียลมีเดีย Facebook (BSRU New) สื่อวิทยุผ่านคลื่นวิทยุ FM 95.75 MHz สถานีโทรทัศน์ IPTV (GWE) Green World Edutainment Channel) และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ (วารสาร ใบปลิวต่างๆ ป้ายไวนิล)

2. ความพึงพอใจของบุคลากรต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ด้านเนื้อหาของสื่อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้เมื่อพิจารณาความพึงพอใจ ด้านเนื้อหาของสื่อเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ (วารสาร ใบปลิวต่างๆ ป้ายไวนิล) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ สถานีโทรทัศน์ IPTV (GWE) Green World Edutainment Channel) เว็บไซต์ <http://www.bsru.ac.th> สื่อวิทยุผ่านคลื่นวิทยุ FM 95.75 MHz และโซเชียลมีเดีย Facebook (BSRU New)

3. ความพึงพอใจของบุคลากรต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ด้านความเร็วของสื่อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้เมื่อพิจารณาความพึงพอใจ ด้านความเร็วของสื่อ เป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า โซเชียลมีเดีย Facebook (BSRU New) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ เว็บไซต์ <http://www.bsru.ac.th> สื่อวิทยุผ่านคลื่นวิทยุ FM 95.75 MHz สถานีโทรทัศน์ IPTV (GWE) Green World Edutainment Channel) และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ (วารสาร ใบปลิวต่างๆ ป้ายไวนิล)

4. ความพึงพอใจของบุคลากรต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ด้านความทันสมัยของสื่อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้เมื่อพิจารณาความพึงพอใจ ด้านความทันสมัยของสื่อ เป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า

โซเชียลมีเดีย Facebook (BSRU New) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา เว็บ <http://www.bsru.ac.th> คือ สื่อวิทยุผ่านคลื่นวิทยุ FM 95.75 MHz สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ (วารสาร ใบปลิวต่างๆ ป้ายไว้นิล) และ สถานีโทรทัศน์ IPTV (GWE) Green World Edutainment Channel)

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สังกัดคณะ สายระดับตำแหน่งการปฏิบัติงาน และระยะเวลาการทำงานของบุคลากรแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาแตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

สมมติฐานที่ 1.1 บุคลากรที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 บุคลากรที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 บุคลากรที่มีระดับการศึกษาสูงสุดแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 บุคลากรที่สังกัดคณะแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 บุคลากรที่มีสายระดับตำแหน่งการปฏิบัติงานแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 บุคลากรที่มีระยะเวลาการทำงานแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับของบุคลากรแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาแตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

สมมติฐานที่ 2.1 ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาที่บุคลากรเปิดรับมากที่สุดแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ระยะเวลาต่อสัปดาห์ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาของบุคลากรแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ระยะเวลาต่อวันในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาของบุคลากรแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 ช่วงเวลาที่รับชมสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาบ่อยที่สุดของบุคลากรแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5 ระยะเวลาต่อครั้งในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาของบุคลากรแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
		ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1			
1. เพศ	ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา		✓
2. อายุ	ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	✓	
3. ระดับการศึกษา	ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา		✓
4. สังกัดคณะ	ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา		✓
5. สายระดับตำแหน่งการปฏิบัติงาน	ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา		✓
6. ระยะเวลาการทำงาน	ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา		✓
โดยรวม	ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา		✓

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
		ยอมรับ	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2			
ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่เปิดรับมากที่สุด	ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา		✓
ระยะเวลาต่อสัปดาห์ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์	ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา		✓
ระยะเวลาต่อวันในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์	ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา		✓
ช่วงเวลาที่รับชมสื่อประชาสัมพันธ์บ่อยที่สุด	ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา		✓
ระยะเวลาต่อครั้งในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์	ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา		✓
โดยรวม	ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา		✓

จากตารางที่ 5.1 สรุปได้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของบุคคลกรแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาไม่แตกต่างกัน ยกเว้น อายุที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และพฤติกรรมการเปิดรับของบุคคลกรแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาแตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ดังนี้

อภิปรายผล

1. จากผลการศึกษา พฤติกรรมการการเปิดรับประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาที่บุคลากรเปิดรับมากที่สุด คือ โซเชียลมีเดีย Facebook (BSRU New) ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่า สื่อโซเชียลมีเดีย Facebook เป็นเว็บไซต์ประเภทสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดในอันดับ 1 ของโลก เลยส่งผลให้บุคลากรมีการเปิดรับสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook (BSRU New) มากที่สุด ระยะเวลา/สัปดาห์ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา คือ 1-2 วัน/สัปดาห์ ระยะเวลา/วันในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยามีระยะเวลา 1-2 ชั่วโมง/วัน ช่วงเวลาที่รับชมสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาบ่อยที่สุด รับชมช่วงเวลา 13.01-17.00 น. ระยะเวลาแต่ละครั้งในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยามีระยะเวลา 15-30 นาที ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่า บุคลากรอาจจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวเฉพาะข่าวที่ตนให้ความสนใจและเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาเพื่อทราบข่าวสารข้อมูลต่างๆ ของมหาวิทยาลัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีการรับรู้ข่าวสารนั้นผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกสรรของ พีระ จิระโสภณ (2535) กล่าวว่า การรับรู้ข่าวสารนั้นผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Exposure) ซึ่งกระบวนการเลือกรับจะเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ความต้องการความเชื่อทัศนคติความรู้สึกรู้สึกนึกคิดฯลฯของแต่ละบุคคลซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ขั้นตอนดังนี้

1.) การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึงการที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยกับความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมของตนนั้นจะก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางจิตใจหรือความไม่สบายใจที่เรียกว่า "ความไม่สอดคล้องกับทางด้านความเข้าใจ" (Cognitive Dissonance) ดังที่เฟสติงเจอร์กล่าวไว้ในทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (Theory of Cognitive Dissonance)

2.) การเลือกรับรู้และการตีความ (Selective Perception of Selective Interpretation) คือเมื่อบุคคลรับข่าวสารเฉพาะที่ตรงกับความสนใจจะตีความหมายตามความเข้าใจที่ตนตีประสบการณ์ความเชื่อความต้องการความคาดหวังแรงจูงใจตามสภาวะร่างกายสภาวะอารมณ์และจิตใจของตนในขณะนั้นเป็นต้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) คือบุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่ตรงกับความสนใจความต้องการและทัศนคติของตนเองฯลฯ มักลืมในส่วนที่ตนไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วย ได้มากกว่า ดังนั้นบุคคลต่างๆจะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้วยสาเหตุต่าง ๆ ได้แก่ (Merrill and Lowenstein, 1971)

2. จากผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของบุคลากรต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้เมื่อพิจารณาความพึงพอใจเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านเนื้อหาของสื่อ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านความรวดเร็วของสื่อ ด้านความทันสมัยของสื่อ และด้านคุณลักษณะของสื่อ ซึ่งสามารถอธิบายเป็นรายด้านได้ดังนี้ ซึ่งสอดคล้องกัน

1.) ความพึงพอใจของบุคลากรต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ด้านคุณลักษณะของสื่อ บุคลากรมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยพบว่า บุคลากรมีความพึงพอใจ เว็บไซต์ <http://www.bsru.ac.th> มากที่สุด

2.) ความพึงพอใจของบุคลากรต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ด้านเนื้อหาของสื่อ บุคลากรมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยพบว่า บุคลากรมีความพึงพอใจสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ (วารสาร ใบปลิวต่างๆ ป้ายไวนิล) มากที่สุด

3.) ความพึงพอใจของบุคลากรต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ด้านความรวดเร็วของสื่อ บุคลากรมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยพบว่า บุคลากรมีความพึงพอใจสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook (BSRUNew) มากที่สุด

4.) ความพึงพอใจของบุคลากรต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ด้านความทันสมัยของสื่อ บุคลากรมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยพบว่า บุคลากรมีความพึงพอใจสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook (BSRU New) มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของวูม (Vroom) 2 ได้กล่าวไว้ว่า ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสอง คำนี้ หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นถึงสภาพ ความพึงพอใจในสิ่งนั้นและทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นถึงสภาพความไม่พึงพอใจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิเคราะห์ ดังปรากฏผลการศึกษาวิจัยที่นำเสนอและสรุปไว้แล้ว ผู้ศึกษาวิจัยเห็นว่าประเด็นบางอย่างที่สำคัญจึงมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ความพึงพอใจของบุคลากรต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ด้านคุณลักษณะของสื่อ บุคลากรมีความพึงพอใจสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ (วารสาร ใบปลิวต่างๆ ป้ายไวนิล) น้อยที่สุด ดังนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของควรพิจารณาปรับปรุงสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ (วารสาร ใบปลิวต่างๆ ป้ายไวนิล) ให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น
2. ความพึงพอใจของบุคลากรต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ด้านเนื้อหาของสื่อ บุคลากรมีความพึงพอใจสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook (BSRU New) น้อยที่สุด ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของควรพิจารณาปรับปรุงสื่อโซเชียลมีเดีย Facebook (BSRU New) ให้มีเนื้อหาที่มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น
3. ความพึงพอใจของบุคลากรต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ด้านความรวดเร็วของสื่อ บุคลากรมีความพึงพอใจสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ (วารสาร ใบปลิวต่างๆ ป้ายไวนิล) น้อยที่สุด ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของควรพิจารณาปรับปรุงสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ (วารสาร ใบปลิวต่างๆ ป้ายไวนิล) ให้มีการนำเสนอสื่อที่มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับและการใช้ประโยชน์ต่อเนื้อหาเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
2. ควรศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของบุคลากรต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยากับสถาบันอื่นๆ เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาเป็นแนวทางในปรับปรุงการดำเนินการด้านงานประชาสัมพันธ์และใช้ประกอบการวางแผนงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในอนาคต