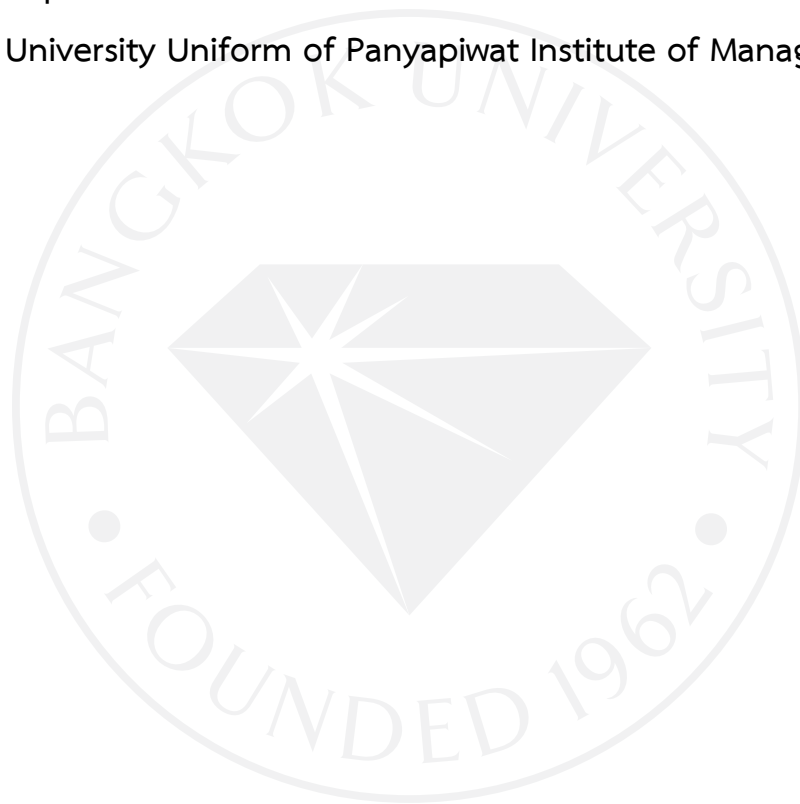


การเปิดรับสื่อและทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษา
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Media Exposure and Attitude toward the Student's Behavior of Wearing
University Uniform of Panyapiwat Institute of Management



การเปิดรับสื่อและทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษา
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Media Exposure and Attitude Toward the Student's Behavior of Wearing University
Uniform of Panyapiwat Institute of Management



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2562



© 2563

วิวรรณ ทองงามขำ

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เรื่อง การเปิดรับสื่อและทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการ
จัดการปัญญาภิวัฒน์

ผู้วิจัย วิวรรณ ทองงามขำ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรคอุดม)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรพงษ์ พวงเล็ก)

(อาจารย์ วิรัตน์ รัตตากร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

18 กรกฎาคม 2563

วิวรรธน์ ทองงามขำ. ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์, กรกฎาคม 2563, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การเปิดรับสื่อและทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการ
ปัญญาวิวัฒน์ (85 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรคอุดม

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์จำนวน 5 ข้อด้วยกัน คือ 1) เพื่อศึกษานักศึกษาที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเครื่องแบบของสถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์ที่แตกต่างกัน 2) เพื่อศึกษานักศึกษาที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับเครื่องแบบของสถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์ที่แตกต่างกัน 3) เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาที่แตกต่างกันจะทำให้พฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์แตกต่างกัน 4) เพื่อศึกษาเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์ และ 5) เพื่อศึกษาทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์ ทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาวิวัฒน์ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล

ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน เพศ ระยะเวลา
คณะวิชา ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อไม่แตกต่างกันแต่ระดับชั้นปี รายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับ
สื่อแตกต่างกัน ทัศนคติต่อพฤติกรรมของการสวมเครื่องแบบนักศึกษา เมื่อพบเห็นผู้สวมชุดนักศึกษา
รัตรูป การสวมรองเท้าแตะเข้าชั้นเรียน กลุ่มตัวอย่างจะมองว่าบุคคลเหล่านี้ขัดต่อระเบียบของสถาบัน
และกลุ่มตัวอย่างจะรู้สึกภูมิใจเมื่อสวมเครื่องแบบนักศึกษา พฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษา
กลุ่มตัวอย่างจะสวมเครื่องแบบนักศึกษาทุกครั้งเมื่อเข้ามาติดต่ออาจารย์และหน่วยงานต่าง ๆ และ
ยอมรับความผิดเมื่อสวมเครื่องแบบมาผิดระเบียบ

คำสำคัญ: พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ, ทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษา, พฤติกรรม
การสวมเครื่องแบบนักศึกษา

Thongngamkam, W. M.Com.Arts (Strategic Communication), July 2020,
Graduate School, Bangkok University.

Media Exposure and Attitude toward the Student's Behavior of Wearing University
Uniform of Panyapiwat Institute of Management (85 pp.)

Advisor: Asst.Prof. Arishai Akraudom, Ph.D.

ABSTRACT

Media Exposure and Attitude toward the Student's Behavior of Wearing University Uniform of Panyapiwat Institute of Management. This research objectives were as follow: 1) To study the relationship among the personal characteristics, the media exposure and the university uniform dressing behavior of Panyapiwat Institute of Management undergraduates. 2) To study difference in personal characteristics effecting different attitude toward university uniform dressing behavior of Panyapiwat Institute of Management undergraduates 3) To study difference in personal characteristics effecting different university uniform dressing behavior of Panyapiwat Institute of Management undergraduates 4) To study the relationship between the Media Exposure and attitude toward university uniform dressing behavior Panyapiwat Institute of Management undergraduates. 5) To study the relationship between attitude and university uniform dressing behavior of Panyapiwat Institute of Management undergraduates. Participants (n = 400) responded to the online Questionnaires of the Media Exposure and attitude toward university uniform dressing behavior.

The result showed that: most of the participants reported different personal characteristics. Difference in sex, time, and faculty showed no difference significantly in media exposure but difference in academic year and income showed media exposure significantly different. The analysis of attitude toward university uniform dressing behavior showed that when participants perceived the tight university uniform dressing behavior and wearing slippers behavior in class, participants reported that the against-the-university-rule behavior. And participants reported that they were proud of dressing the university uniform. Finally; in the analysis of

university uniform dressing behavior, participants reported that they always wear the university uniform in case of lecturer and officer contacting and acknowledged guilty when they dressed against the university rule.

Keywords: Media Exposure, Attitude to Behavior, University Uniform Dressing Behavior, Uniform Dressing



กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีเพราะความกรุณาเป็นอย่างสูงจากบุคคลหลาย ๆ ท่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรถคอุดม อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระเป็นอย่างสูง ที่ช่วยเสียสละเวลาให้คำแนะนำ คำปรึกษา และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ รวมทั้งคณะอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้ตลอดการศึกษาที่ผ่านมา

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ญาติพี่น้องทุกคน ที่ได้ให้กำลังใจและให้การสนับสนุนในทุกด้าน รวมไปถึงพี่ ๆ เพื่อน ๆ สำนักกิจการนักศึกษา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่เสียสละให้คำปรึกษาต่าง ๆ และนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ที่ได้เสียสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี จนทำให้งานวิจัยนี้เสร็จสมบูรณ์

วิวรรณ ทองงามขำ



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหานำวิจัย	7
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	7
1.4 สมมติฐาน	8
1.5 ขอบเขตการวิจัย	8
1.6 นิยามศัพท์	9
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	12
2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure)	12
2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม (KAP)	17
2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับด้านลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic)	21
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	24
3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย	24
3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	24
3.3 วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	24
3.4 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	25
3.5 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย	25
3.6 เครื่องมือที่ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูล	25
3.7 การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	29
3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	30
บทที่ 4 ผลการวิจัย	32
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา	32

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 (ต่อ) ผลการวิจัย	
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis)	48
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล	70
5.1 สรุปผลการวิจัยและการทดสอบสมมติฐาน	70
5.2 อภิปรายผล	72
5.3 ข้อเสนอแนะ	74
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	74
บรรณานุกรม	75
ภาคผนวก แบบสอบถามงานวิจัย	78
ประวัติผู้เขียน	85
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและร้อยละของเพศ	33
ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงอายุ	33
ตารางที่ 4.3: แสดงจำนวนระยะเวลาหลักสูตร	33
ตารางที่ 4.4: แสดงจำนวนระดับชั้นปี	34
ตารางที่ 4.5: แสดงจำนวนคณะวิชา	34
ตารางที่ 4.6: แสดงรายได้	35
ตารางที่ 4.7: แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การสวม เครื่องแบบนักศึกษาของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	36
ตารางที่ 4.8: แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลา การเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์การสวม เครื่องแบบนักศึกษาของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ทางระบบออนไลน์	39
ตารางที่ 4.9: แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลา การเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์การสวม เครื่องแบบนักศึกษาของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ทางป้ายรณรงค์ และสื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่และบุคลากร)	40
ตารางที่ 4.10: แสดงจำนวนและร้อยละของทัศนคติต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบัน การจัดการปัญญาภิวัฒน์	41
ตารางที่ 4.11: แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบัน การจัดการปัญญาภิวัฒน์	44
ตารางที่ 4.12: ตารางการวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศที่มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการ ปัญญาภิวัฒน์	48
ตารางที่ 4.13: ตารางการวิเคราะห์ความแตกต่างของช่วงอายุที่มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการ ปัญญาภิวัฒน์	49
ตารางที่ 4.14: ตารางการวิเคราะห์ความแตกต่างของระยะเวลาหลักสูตรที่มีการเปิดรับ สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	49

สารบัญตาราง (ต่อ)

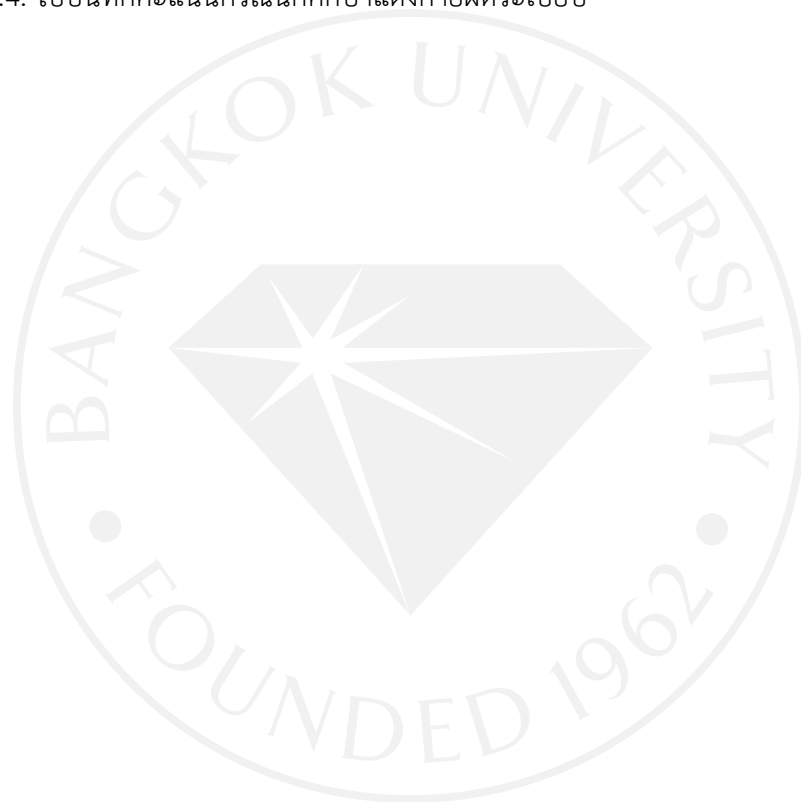
	หน้า
ตารางที่ 4.15: ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนของชั้นปีและการเปิดรับสื่อสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	50
ตารางที่ 4.16: ตารางวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับชั้นปีของนักศึกษาและการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	51
ตารางที่ 4.17: ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนของคณะวิชาและการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	51
ตารางที่ 4.18: ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนของรายได้และการเปิดรับสื่อสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	53
ตารางที่ 4.19: ตารางวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ของรายได้ของนักศึกษาและการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	53
ตารางที่ 4.20: ตารางการวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศมีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	54
ตารางที่ 4.21: ตารางการวิเคราะห์ความแตกต่างของช่วงอายุมีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	54
ตารางที่ 4.22: ตารางการวิเคราะห์ความแตกต่างของระยะเวลาหลักสูตรมีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	55
ตารางที่ 4.23: ตารางการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับชั้นปีมีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	56
ตารางที่ 4.24: ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนของคณะวิชามีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	56
ตารางที่ 4.25: ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนของรายได้มีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	57

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.26: ตารางวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ของรายได้มีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวม เครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	58
ตารางที่ 4.27: ตารางการวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบ ของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	58
ตารางที่ 4.28: ตารางการวิเคราะห์ความแตกต่างของช่วงอายุต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบ ของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	59
ตารางที่ 4.29: ตารางการวิเคราะห์ความแตกต่างของระยะเวลาหลักสูตรต่อพฤติกรรมการสวม เครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	59
ตารางที่ 4.30: ตารางการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับชั้นปีต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบ ของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	60
ตารางที่ 4.31: ตารางวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับชั้นปีของนักศึกษาต่อพฤติกรรม การสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	60
ตารางที่ 4.32: ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนของคณะวิชาต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบ ของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	61
ตารางที่ 4.33: ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนของรายได้ต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบ ของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	62
ตารางที่ 4.34: ตารางวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ของรายได้ของนักศึกษาต่อพฤติกรรม การสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	62
ตารางที่ 4.35: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	63
ตารางที่ 4.36: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่มี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการ ปัญญาภิวัฒน์	64
ตารางที่ 4.37: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวม เครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	66

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: ชุดนิสิต วันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2459	2
ภาพที่ 1.2: ชุดนิสิต วันที่ 17 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2507	3
ภาพที่ 1.3: สื่อประชาสัมพันธ์การสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์	4
ภาพที่ 1.4: ไบบันทึกระยะเนนกรณีนักศึกษาแต่งกายผิดระเบียบ	5



บทที่ 1

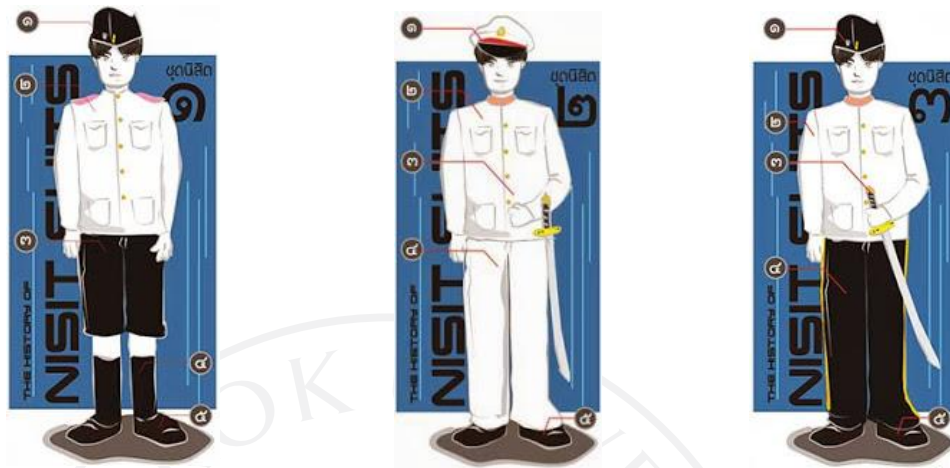
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันค่านิยมเกี่ยวกับการแต่งกายของวัยรุ่นและวัยเรียน โดยเฉพาะเครื่องแบบนักศึกษา ทั้งชายและหญิงในระดับอุดมศึกษาตามสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เป็นสิ่งที่สังคมไทยให้ความสนใจ เนื่องจากนักศึกษาในปัจจุบันมีพฤติกรรมการแต่งกายตามแฟชั่น การแต่งกายที่ล่อแหลมของนักศึกษา กระทั่งวัฒนธรรมและกระทรวงศึกษาธิการจึงให้ความสำคัญในการแก้ปัญหาอย่างจริงจังโดยได้ ร่วมกันกำหนดให้เป็น “วาระแห่งชาติ” ว่าด้วยการจัดระเบียบการแต่งกายของนักศึกษา ถึงแม้จะมี การกระตุ้นผลักดันและเสนอให้มหาวิทยาลัยต่าง ๆ ทบทวนการบังคับใช้กฎระเบียบการแต่งกาย ของนิสิตนักศึกษา โดยเฉพาะการแต่งกายของนิสิตนักศึกษาอย่างจริงจัง เพื่อให้ นักศึกษาของ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์มีภาพลักษณ์ที่ดี มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และแต่งกายถูกต้อง ตามระเบียบของสถาบัน โดยอยู่บนพื้นฐานวัฒนธรรมอันดีงามของไทย เหมาะสมกับการเป็นนักศึกษา และธำรงไว้ซึ่งเกียรติคุณและศักดิ์ศรีของสถาบัน

เครื่องแบบนักศึกษาได้มีการกำเนิดขึ้นครั้งแรกที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นมหาวิทยาลัย แห่งแรกในประเทศไทยที่ถือกำเนิดสำนักฝึกหัดวิชาข้าราชการฝ่ายพลเรือน ซึ่งพระบาทสมเด็จพระ จุฬจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้จัดตั้งเมื่อ พ.ศ. 2442 ต่อมาได้ทรงพระ กรุณาโปรดเกล้าฯ ให้เปลี่ยนชื่อเป็น โรงเรียนมหาดเล็ก เมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2445 หลังเสด็จ ขึ้นครองสิริราชสมบัติเพียง 52 วัน มงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สถาปนา โรงเรียนมหาดเล็กเป็นสถาบันอุดมศึกษา พระราชทานนามว่า “โรงเรียนข้าราชการพลเรือนของ พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว” เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2543 หลังจากพัฒนา มาตรฐานการศึกษาให้ดีขึ้นในระดับหนึ่ง พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวจึงทรงพระกรุณา โปรดเกล้าฯ ให้ประดิษฐานขึ้นเป็น “จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” ให้เกิดขึ้นตามพระราชปรารภนา ในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวที่ให้มีมหาวิทยาลัยในเมืองไทยในรัชสมัยของพระองค์ และเป็นการเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระบรมราชชนกของพระองค์ เมื่อวันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2459 จึงได้กำหนดเป็นเครื่องแบบการแต่งกายดังนี้

ภาพที่ 1.1: ชุดนิสิต วันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2459



ที่มา: ประวัติศาสตร์ชุดนิสิต. (2556). สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/universitypopular/mhawithyalay-culalngkrn/saylaksn-mhawithyalay/prawatisastr-chud-nisit>.

ในปีถัดมารัฐบาลได้กำหนดให้นิสิตนักศึกษาแต่งเครื่องแบบนักศึกษาวิชาทหารมาเรียนในทุกวัน ทางสโมสรจึงได้แย้งว่าจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีเครื่องแบบพระราชทานอยู่แล้วจึงไม่ควรต้องมีเครื่องแบบอื่นอีก ทางราชการกล่าวว่าเครื่องแบบพระราชทานใช้ประมาณปีละ 3 ครั้ง คือ วันพระราชทานปริญญาบัตร วันปิยะมหาราช และวันวชิราวุธ นิสิตนักศึกษาจึงต้องแต่งเครื่องแบบมาเรียนเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย จึงเป็นเหตุให้สโมสรนิสิตกำหนดเครื่องแบบจุฬานิยมนี้ขึ้นมา ต่อมาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้ออกคำสั่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ 71/2507 ว่าด้วย เครื่องแบบนิสิตชายและนิสิตหญิง สั้ ณ วันที่ 17 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2507 ให้เครื่องแบบจุฬานิยมเป็นเครื่องแบบนิสิตชาย แต่ให้เพิ่มการใช้เนคไทสีกรมท่าปักพระเกี้ยวในเวลาปฏิบัติงานสำคัญ ซึ่งใช้แต่ในพิธีทางราชการ กำหนดจนถึงปัจจุบัน

ภาพที่ 1.2: ชุดนิสิต วันที่ 17 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2507



ที่มา: ประวัติศาสตร์ชุดนิสิต. (2556). สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/universitypopular/mhawithyalay-culalngkrn/saylaksn-mhawithyalay/prawatisastr-chud-nisit>.

ดังนั้น การสวมเครื่องแบบนักศึกษาได้มีมานาน หลายสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา ได้นำข้อกำหนดดังกล่าวเป็นกฎระเบียบของมหาวิทยาลัยในการสวมเครื่องแบบชุดนักศึกษา และออกกฎระเบียบเพื่อให้สอดคล้องกับกฎระเบียบของกระทรวงวัฒนธรรมและกระทรวงศึกษาธิการ ที่ได้ให้ความสำคัญในการแก้ไขปัญหาในการสวมชุดนักศึกษาอย่างจริงจัง

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ได้มองเห็นความสำคัญในการสวมเครื่องแบบนักศึกษาจึงได้ออกกฎระเบียบขึ้นมาอย่างชัดเจน เข้มงวดต่อการตรวจสอบการสวมเครื่องแบบนักศึกษาอย่างจริงจัง และทางสำนักกิจการนักศึกษา งานวินัยนักศึกษา ได้ประชาสัมพันธ์ให้นักศึกษาทราบเกี่ยวกับการสวมเครื่องแบบนักศึกษาถูกระเบียบอย่างต่อเนื่อง

ภาพที่ 1.3: สื่อประชาสัมพันธ์การสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์



ที่มา: สำนักกิจการนักศึกษา (สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์). (2562). สืบค้นจาก

<https://www.facebook.com/pimstudentaffairs/>.

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ทางเฟซบุ๊ก แอปพลิเคชัน อีเมล และการประชาสัมพันธ์ทางออฟไลน์ ทางชื่อบุคคล โดยสื่อประชาสัมพันธ์ได้ระบุ การสวมเครื่องแบบอย่างถูกวิธีทั้งหญิงและชาย โดยเนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์ได้เน้นไปในทิศทาง การสวมเครื่องแบบอย่างถูกระเบียบจะทำให้หน้าภูมิและเป็นภาพลักษณ์ที่ดีต่อตนเอง

การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์การสวมเครื่องแบบนักศึกษามีการเผยแพร่ผ่าน 1) เฟซบุ๊ก สำนักกิจการนักศึกษา (สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์) 2) แอปพลิเคชัน PIM Application 3) อีเมลนักศึกษา และทางสื่อประชาสัมพันธ์ทางออฟไลน์ จะมีการจัดบูธประชาสัมพันธ์เมื่อเปิดเทอม เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจในการส่วนเครื่องแบบนักศึกษา และไปยังห้องเรียนนักศึกษาเพื่อเน้นย้ำถึง กฎระเบียบการแต่งกาย ในส่วนของแต่ละชั้นจะมีป้ายรณรงค์ในการสวมเครื่องแบบนักศึกษาที่ ถูกระเบียบเพื่อให้นักศึกษาพบเห็นและตระหนักถึงกฎระเบียบการสวมเครื่องแบบนักศึกษา

ดังนั้น สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ได้ออกข้อบังคับกรณีนักศึกษากระทำผิดด้าน พฤติกรรมการแต่งกายชุดนักศึกษาของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ โดยมีข้อบังคับทั้งหมด 8 ข้อ เมื่อนักศึกษาได้ทำผิดกฎระเบียบที่กำหนดจะถูกหักคะแนนพฤติกรรม ซึ่งหากนักศึกษามีการทำ ความผิดต่อเนื่องกันถึง 40 คะแนน หรือเกิน 40 คะแนน นักศึกษาจะถูกระงับทุนการศึกษาทันที ดังนั้น นักศึกษาต้องทำตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด

กรณีนักศึกษากระทำผิดด้านพฤติกรรมการแต่งกายชุดนักศึกษาจะมีการบันทึกคะแนน พฤติกรรมด้านการแต่งกายชุดนักศึกษาผิดระเบียบโดยมีตามเกณฑ์ดังนี้

ภาพที่ 1.4: ใบบันทึกคะแนนกรณีนักศึกษาแต่งกายผิดระเบียบ

วน.009



ใบบันทึกคะแนนกรณีนักศึกษาแต่งกายผิดระเบียบ
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ชื่อ นาย นางสาว..... นามสกุลโทรศัพท์.....
รหัสนักศึกษากลุ่ม เรียนก่อน (Block B) ทำงานก่อน (Block A) พนักงาน อื่นๆ
สาขาวิชา คณะ อาจารย์ที่ปรึกษา.....

ฐานความผิด	คะแนนที่ถูกตัด
1. เนคไทของสถาบัน <input type="checkbox"/> นักศึกษาไม่ผูกเนคไท <input type="checkbox"/> นักศึกษาผูกเนคไทไม่ตรงตามระเบียบของสถาบัน (คล้อง/ห้อย/พาด)	10 คะแนน 10 คะแนน
2. เสื้อนักศึกษา <input type="checkbox"/> นักศึกษาหญิง สวมเสื้อรัดรูป <input type="checkbox"/> นักศึกษาชาย ใส่เสื้อนักศึกษาแขนยาวแต่พับแขนหรือไม่ติดกระดุมปลายแขน <input type="checkbox"/> นักศึกษาไม่เอาชายเสื้อใส่ในกางเกง/กระโปรง <input type="checkbox"/> นักศึกษาสวมเสื้อนักศึกษาที่ไม่ตรงตามระเบียบของสถาบัน	10 คะแนน 10 คะแนน 10 คะแนน 10 คะแนน
3. กางเกง/กระโปรงนักศึกษา <input type="checkbox"/> นักศึกษาสวมกางเกง/กระโปรงที่มีสี/รูปแบบไม่ตรงตามระเบียบของสถาบัน <input type="checkbox"/> นักศึกษาชายสวมกางเกงยีนส์ หรือผ้ายัด <input type="checkbox"/> นักศึกษาหญิงสวมกระโปรงสั้นมาก (ชายกระโปรงเหนือเข่าเกินกว่า 10 ซม.)	10 คะแนน 10 คะแนน 10 คะแนน
4. รองเท้าคัทชูสีดำ (ชาย/หญิง) <input type="checkbox"/> นักศึกษาสวมรองเท้าที่มีลวดลายและสีฉูดฉาด <input type="checkbox"/> นักศึกษาสวมรองเท้าแตะ/รองเท้าฟองน้ำ/รองเท้าไม่รัดส้น - เปิดนิ้ว	10 คะแนน 10 คะแนน
5. เสื้อสูทสถาบัน (ชาย/หญิง) <input type="checkbox"/> นักศึกษาไม่สวมเสื้อสูทสถาบันเข้าห้องสอบ/งานพิธีการที่สถาบันกำหนด <input type="checkbox"/> นักศึกษาสวมเสื้อนอกอื่นๆ ที่ไม่ตรงตามระเบียบของสถาบัน	10 คะแนน 10 คะแนน
6. กระดุม/เข็มสถาบัน/ตุ้มตั้ง <input type="checkbox"/> นักศึกษาหญิงไม่ติดเครื่องหมายสถาบัน/ติดไม่ครบ/ติดของสถาบันอื่น	10 คะแนน
7. เข็มขัดหนังสือดำและหัวเข็มขัดสถาบัน (ชาย/หญิง) <input type="checkbox"/> นักศึกษาไม่คาดเข็มขัด <input type="checkbox"/> นักศึกษาคาดเข็มขัด/หัวเข็มขัดอื่นในรูปแบบที่ไม่ตรงตามระเบียบของสถาบัน	10 คะแนน 10 คะแนน
8. อื่นๆ <input type="checkbox"/> นักศึกษาไว้หนวด เครา จนเกินควรกว่าสถานภาพของนักศึกษา <input type="checkbox"/> นักศึกษาไว้ทรงผม/ทำสีและตกแต่งผม เกินควรกว่าสถานภาพของนักศึกษา <input type="checkbox"/> นักศึกษาแต่งกายไม่เหมาะสมเข้าสถาบัน	10 คะแนน 10 คะแนน 10 คะแนน

รวมคะแนนที่ถูกตัด คะแนน

ลงชื่อ

(.....)

นักศึกษาถูกตัดคะแนนความประพฤติ

วันที่/...../.....

ลงชื่อ

(.....)

อาจารย์/เจ้าหน้าที่งานวินัยนักศึกษา

วันที่/...../.....

ที่มา: ระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยเครื่องแต่งกายนักศึกษา พ.ศ. 2554. (2562).

กรุงเทพฯ: สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.

ดังนั้น การเรียนการสอนของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์จึงมีการสอดคล้องกับ
 กฎระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ว่าด้วยวินัยนักศึกษา พ.ศ. 2554 โดยการเรียนการสอน
 ของสถาบันเป็นการเรียนการสอนแบบ PIM Work-Based Education ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ
 4 ประการ ดังนี้

1) Work Based Teaching (WBT) เป็นการเรียนภาคทฤษฎี หลักการทั่วไป และการเรียนรู้
 วิชาการศึกษาทั่วไปให้นักศึกษามีความสมบูรณ์ นอกจากนี้เป็นความรู้จากตำราแล้ว ได้รับการเรียนรู้
 จากกรณีศึกษาจากผู้ปฏิบัติงานจริงในองค์กร เตรียมพร้อมที่จะเรียนรู้ในส่วนที่สอง คือ WBL

2) Work Based Learning (WBL) เป็นการเรียนรู้โดยการลงมือปฏิบัติงานจริงอย่างมี
 แบบแผนรองรับ กล่าวคือ การจัดวางโปรแกรม คุรุฝึก และมีระบบการติดตามประเมินอย่างเป็นระบบ
 ในองค์กร มีการจัดการเรียนการสอนสลับระหว่างการเรียนภาคทฤษฎีในห้องเรียนกับการฝึก
 ปฏิบัติงานจริงตามสถานประกอบการต่าง ๆ ตามความเหมาะสมของแต่ละหลักสูตร ในกระบวนการนี้
 ช่วยให้นักศึกษาและอาจารย์ทั้งในสาขาและต่างสาขาได้ทำงานและเรียนรู้ร่วมกัน จนเกิดเป็นโครงการ
 หรือนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้กับสถานประกอบการและองค์กร

3) Work Based Researching (WBR) เป็นการศึกษาวิจัยของคณาจารย์จากปัญหาวิจัยจริง
 ในองค์กรที่ผลวิจัยพร้อมนำไปใช้ในทางปฏิบัติได้โดยตรง และกลับมาสู่การเรียนการสอนในห้องเรียน

4) มหาวิทยาลัยแห่งการสร้างเครือข่าย (Networking University) การเป็นมหาวิทยาลัย
 แห่งการสร้างเครือข่ายถือเป็นพลังเสริมที่สำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยเสริมกระบวนการเรียนการสอนแบบ
 Work-Based Education ให้ประสบความสำเร็จ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์จึงมุ่งเน้นเรื่อง
 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศทั้งภาคการศึกษาและ
 ภาคธุรกิจ เพื่อให้ทั้งสองภาคส่วนมีส่วนร่วมให้การถ่ายทอดองค์ความรู้ สร้างประสบการณ์
 การเรียนรู้ รวมทั้งเป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับนักศึกษาอีกด้วย

จากการเรียนการสอนของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์มีการสอดคล้องกับกฎระเบียบ
 ของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ เพื่อให้นักศึกษามีวัฒนธรรมในการแต่งกายชุดนักศึกษา เพื่อ
 สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อสถาบันการศึกษาและต่อตนเองเมื่อออกไปปฏิบัติงานภายในและภายนอก
 สถานศึกษา รวมถึงการลดปัญหาอาชญากรรมที่มาจากชุดนักศึกษา อาทิ การล่วงละเมิดทางเพศ
 การข่มขืน

จากผลสำรวจเกี่ยวกับปัญหาพฤติกรรมกรรมการแต่งกายของนักศึกษา (บุญสม ศรีภักดิ์ และ
 ชัยศักดิ์ คล้ายแดง, 2555) พบว่า การแต่งกายของนักศึกษาในปัจจุบันที่ค่อนข้างน่าเป็นห่วงและ
 ควรได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน รวมทั้งยังได้กล่าวถึงการแต่งกายที่ไม่เหมาะสมจะก่อให้เกิดปัญหา
 อาชญากรรม อาทิ การล่วงละเมิดทางเพศ การข่มขืน การจี้ปล้นวิ่งราวทรัพย์ รวมถึงทำให้เสื่อมเสีย
 ชื่อเสียงของสถาบันและของตนเองไปจนถึงขัดกับวัฒนธรรมอันดีงามของไทย

ในปัจจุบันปัญหาการแต่งเครื่องแบบนักศึกษาของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ได้เพิ่มมากขึ้นและนักศึกษาบางส่วนเมื่อถูกต้องระวางโทษได้ให้เหตุผลว่า ไม่ได้ติดตามเฟซบุ๊ก ไม่ได้ดูอีเมล ไม่มีทนายพอร์ทที่จะซื้อชุดอุปกรณ์ต่าง ๆ ทางผู้วิจัยจึงมองเห็นว่าควรหาปัญหาที่แท้จริงของนักศึกษาเพื่อปรับแก้สื่อประชาสัมพันธ์และเพื่อศึกษาทัศนคติที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษา เพื่อลดปัญหาดังกล่าวให้น้อยลงมากที่สุด

จากประเด็นปัญหาการแต่งกายชุดนักศึกษาที่ผิดระเบียบของนักศึกษายุคปัจจุบันได้พบว่าสื่อมีอิทธิพลต่อการก่อให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบการแต่งกายของดาราที่ชื่นชอบ ดังนั้น สื่อจึงเป็นตัวแปรที่สำคัญและอาจก่อให้เกิดค่านิยมผิด ๆ ตามมาได้ โดยเฉพาะในปัจจุบันที่มีสื่อให้ผู้รับสารเลือกรับหลากหลายช่องทางทั้งสื่อเดิม (Traditional Media) หรือสื่อสมัยใหม่ (New Media) ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงอยากแสดงให้เห็นถึงปัญหา รวมถึงความสำคัญของการแต่งกายที่ถูกระเบียบเพื่อให้เข้ากับการเรียนการสอนและกฎระเบียบของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ โดยมุ่งศึกษาการเปิดรับสื่อใดที่มีอิทธิพลต่อการแต่งกายและศึกษาทัศนคติที่ส่งผลต่อการแต่งกายในชุดนักศึกษา เพื่อนำมาเป็นแนวทางให้สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ได้นำมาปรับใช้ในการวางแผนรณรงค์ให้นักศึกษาเห็นถึงความสำคัญของการแต่งกายที่ถูกระเบียบ เพื่อเป็นศักดิ์ศรีแก่สถาบันและประโยชน์ที่จะเกิดกับนักศึกษาต่อไป

1.2 ปัญหาวิจัย

1.2.1 นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการรณรงค์การสวมเครื่องแบบชุดนักศึกษาอย่างไร

1.2.2 นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์มีทัศนคติต่อการสวมเครื่องแบบชุดนักศึกษาอย่างไร

1.2.3 นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์มีพฤติกรรมในการสวมเครื่องแบบชุดนักศึกษาอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษานักศึกษาที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเครื่องแบบของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่แตกต่างกัน

1.3.2 เพื่อศึกษานักศึกษาที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับเครื่องแบบของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่แตกต่างกัน

1.3.3 เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาที่แตกต่างกันจะทำให้มีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน

1.3.4 เพื่อศึกษาเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบ
ของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

1.3.5 เพื่อศึกษาทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษา
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

1.4 สมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 นักศึกษาที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
เกี่ยวกับเครื่องแบบของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 นักศึกษาที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับเครื่องแบบ
ของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษาที่แตกต่างกันจะทำให้มีพฤติกรรมการ
สวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบ
ของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

สมมติฐานข้อที่ 5 ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษา
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อและทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบ
นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ” การเก็บข้อมูลครั้งนี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งผู้วิจัย
แบ่งแบบสอบถามได้จำแนกหัวข้อออกเป็น 4 ส่วน ซึ่งมีคำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามโดยมีเนื้อหา
ภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีและตัวแปรที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา

การเก็บข้อมูลจากนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ในช่วงระหว่างชั้นปีที่ 1-4
โดยเก็บในช่วงวันที่ 1-20 พฤษภาคม 2563

1.5.1 ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล

1.5.1.1 เพศ

1.5.1.2 อายุ

1.5.1.3 ชั้นปีที่เรียน

1.5.1.4 คณะที่ศึกษา

1.5.1.5 รายได้เฉลี่ยของครอบครัว

1.5.1.6 เกรดเฉลี่ย

1.5.1.7 ลักษณะการพักอาศัย

1.5.2 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการแต่งกายเครื่องแบบนักศึกษาที่มีสื่อดังต่อไปนี้ คือ สื่อสังคม, สื่อสิ่งพิมพ์, สื่อบุคคล, E-mail, Application

1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 สื่อ (Media) ในทางกริยา หมายถึง การติดต่อให้ถึงกัน เช่น การชักนำให้รู้จักกัน หรือการสื่อความหมาย หากความหมายในทางนามจะมีความ หมายถึง การติดต่อถึงกัน การชักนำให้เกิดการรู้จักกัน หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลความเป็นจริง อีกทั้ง Rogers (1978) ได้ให้คำนิยามว่า คือ การแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันไม่ว่าจะแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับภาวะความรู้สึก เช่น การปรับทุกข์สุข แก่กัน หรือการได้ทำสิ่งใด ๆ โดยมีจุดมุ่งหมายให้อีกฝ่ายเกิดความเข้าใจ แลกเปลี่ยนมุมมองทัศนคติ โดยประเภทของสื่อจะประกอบไปด้วยช่องทางหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นเอกสารสิ่งพิมพ์ หรือ หนังสือประเภทต่าง ๆ อาทิเช่น หนังสือนิตยสาร หนังสือวารสาร หนังสือการ์ตูน หนังสือนิยาย และหนังสือพิมพ์ เหล่านี้เป็นต้น

สื่อ นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์มีการเปิดรับสื่อหลายช่องทาง

1.6.1.1 สื่อสังคม นักศึกษามีการเปิดรับสื่อสังคมค่อนข้างมาก สื่อสังคมมีความ หลากหลายออกไป ซึ่งนักศึกษาศาสนาบัณฑิตวิทยาลัยมีการเปิดรับสื่อทางด้าน Social Networking ทางด้าน Facebook ซึ่งทางหน่วยงานวินัยนักศึกษา สำนักกิจการนักศึกษา ได้ทำ Fan Page เพื่อแจ้งกฎระเบียบ เงื่อนไขในการแต่งกายชุดนักศึกษาและ โทษเมื่อทำผิดระเบียบใน การสวมเครื่องแบบของนักศึกษา

1.6.1.2 สื่อสิ่งพิมพ์ นักศึกษาศาสนาบัณฑิตวิทยาลัยจะสามารถพบเห็น สื่อสิ่งพิมพ์ได้เมื่อเข้าลิฟท์ และป้ายปิดประกาศแต่ละชั้นเรียนของอาคารโดยสื่อดังกล่าวจะระบุ การสวมเครื่องแบบนักศึกษาที่ถูกระเบียบตามกฎของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

1.6.1.3 สื่อบุคคล เมื่อมีการถ่ายรูปนักศึกษาไม่ว่าจะเป็นงานใด ๆ ของสถาบัน- การจัดการปัญญาภิวัฒน์ นักศึกษาต้องสวมเครื่องแบบที่ถูกระเบียบตามกฎของสถาบันการจัดการ- ปัญญาภิวัฒน์ และทุกกิจกรรมสำคัญของสถาบันจะมีการออกไปแนะนำ และอธิบายการแต่งกายที่ ถูกระเบียบแก่นักศึกษา รวมถึงการตั้งจุดตักเตือนการแต่งกายของนักศึกษาของสถาบัน และให้ข้อมูล สำหรับนักศึกษาได้กลับมาเรียนหลังจบจากการฝึกงานและช่วงเปิดปีการศึกษาใหม่

1.6.1.4 แอปพลิเคชัน นักศึกษาจะได้รับข้อความแจ้งเตือนทุกครั้งเมื่อมีการอัปเดต ข้อมูลเกี่ยวกับกฎระเบียบและบทลงโทษของการแต่งกายชุดนักศึกษาของสถาบันการจัดการปัญญา- ภิวัฒน์ รวมถึงสามารถซักถามข้อสงสัยต่าง ๆ ได้ผ่าน Application

1.6.1.5 อีเมล นักศึกษาจะได้รับ E-mail ของนักศึกษาอยู่เป็นประจำจากทางสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ในเรื่องการกฎระเบียบการสวมชุดนักศึกษา และแจ้งข่าวต่าง ๆ ของสถาบัน

1.6.2 ทศนคติ (Attitude) ที่มีผลต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษา เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากแนวหนึ่งทาง จิตวิทยาสังคม การสื่อสาร และมีการใช้คำนี้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับการนิยามคำว่าทศนคตินั้นได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ดังนี้ Roger (1978, pp. 208– 209 อ้างใน สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533) ได้กล่าวถึงทศนคติว่า เป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดย ทศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้

ทศนคติที่มีผลต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษา การปลูกฝังทศนคติของนักศึกษาของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ในการสวมชุดนักศึกษาจึงเป็นเรื่องสำคัญมากทุก ๆ กิจกรรมของสถาบันจึงให้นักศึกษานั้นแต่งกายให้ถูกระเบียบ และอธิบายและพูดถึงวัตถุประสงค์ในการแต่งกายชุดนักศึกษาที่ถูกระเบียบเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับนักศึกษา และทศนคติที่ดีมากขึ้นของนักศึกษา รวมถึงในการรณรงค์ของต่าง ๆ ของสถาบันยังเน้นย้ำเรื่องการใส่ชุดนักศึกษาถูกระเบียบก็ดูดีได้ ฉะนั้นทุกคณะวิชาและสถานที่รับเด็กฝึกงานเมื่อเข้าพบนักศึกษาจึงมีการเน้นย้ำเรื่องการแต่งกายเป็นสิ่งสำคัญ เพราะเป็นภาพลักษณ์และบ่งบอกถึงทศนคติที่ดีอีกต่อไปในอนาคตอีกด้วย

1.6.3 พฤติกรรม (Behavior) ที่มีผลต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษา การแสดงและกิริยาท่าทางซึ่งสิ่งมีชีวิตหรือปฏิกริยาโต้ตอบเมื่อเผชิญกับสิ่งเร้า (Stimulus) หรือ สถานที่ต่าง ๆ อาการแสดงออกต่าง ๆ เหล่านี้ อาจเป็นการเคลื่อนไหวที่สังเกตได้หรือวัดได้ เช่น การเดิน การพูด การเขียน การคิด การเต้นของหัวใจ เป็นต้น ส่วนสิ่งเร้าที่มากกระทบแล้วก่อให้เกิดพฤติกรรมก็อาจจะเป็นสิ่งเร้าภายใน (Internal Stimulus) และสิ่งเร้าภายนอก (External Stimulus)

พฤติกรรมมีผลต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษาของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ เมื่อได้รับข่าวสารจากสถาบันผ่านการประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่าง ๆ นักศึกษาบางส่วนมีพฤติกรรมเปลี่ยนไป มีการสวมชุดนักศึกษาถูกระเบียบมากขึ้น แต่ยังมีนักศึกษาบางกลุ่มที่ยังมีพฤติกรรมสวมเครื่องแบบนักศึกษาผิดระเบียบอยู่ และมีพฤติกรรมทำผิดซ้ำ ๆ อยู่เป็นประจำ

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้วางแผนสื่อประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

1.7.2 ทำให้ทราบทัศนคติของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ในการแต่งกาย
ชุดนักศึกษา เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในด้านกฎระเบียบสถาบันเข้าใจและการนำไปปรับเปลี่ยนตาม
ความเหมาะสมให้ตอบสนองกับนักศึกษามากขึ้น

1.7.3 ทำให้สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ได้ทราบถึงการเปิดรับสื่อที่รณรงค์ใน
การแต่งกายในชุดนักศึกษาที่ถูกระเบียบอย่างถูกต้อง



บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในหัวข้อวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อและทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ดังนี้

2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure)

2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP)

2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับด้านลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic)

2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure)

สังคมปัจจุบันเป็นสังคมแห่งการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารที่มีความรวดเร็วและสามารถ ค้นหาหาข้อมูลได้อย่างง่ายดาย และไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าข้อมูลเหล่านั้นมีความจำเป็นต่อการใช้ชีวิตประจำวันทั้งเรื่องการทำงานหรือเรื่องส่วนตัวก็ตาม ข้อมูลข่าวสารจึงเป็นตัวช่วยในการเพิ่ม การตัดสินใจต่าง ๆ ไม่ว่าจะเรื่องใด มีการอัปเดตสถานการณ์ต่าง ๆ ให้ทันยุคสมัยซึ่งเราทุกคนสามารถ เลือกที่จะเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ ได้ และค้นหาสิ่งที่ตนเองสนใจเพื่อนำไปพัฒนาศักยภาพของตนเอง ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อชีวิตเรา แต่อย่างไรก็ตามการที่จะ ทำให้เข้าใจถึงลักษณะของ “การเปิดรับข่าวสาร” ได้อย่างชัดเจน จึงต้องอาศัยรายละเอียดต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเปิดรับข่าวสารตลอดจน ความหมายหรือคำนิยามต่าง ๆ ที่นักวิชาการได้ระบุ ไว้เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสรุปเป็นองค์ความรู้ต่อไป (Atkin, 1973, p. 208 และ Rogers & Sevenning, 1969, p. 3 อ้างใน อิศเรศ คำแหง, 2553, หน้า 24–28)

การสื่อสารจัดได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญในชีวิตของมนุษย์ นอกเหนือจากปัจจัยที่มีความจำเป็น ต่อความอยู่รอดของมนุษย์ ซึ่งได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค แม้ว่า การสื่อสารจะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความเป็นความตายของมนุษย์เหมือนปัจจัยสี่แต่การที่ จะให้ได้มาซึ่งเหล่านั้นย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างแน่นอน มนุษย์ต้องอาศัย การสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใด ๆ ของตนและเพื่อ อยู่ร่วมกับคนอื่น ๆ ในสังคม การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของกระบวนการทางสังคม ยิ่งความสลับซับซ้อนของสังคมมากขึ้นและจำนวนคนมากขึ้นเท่าใดการสื่อสารยิ่งต้องเพิ่มความสำคัญ มากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้ เพราะการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรม เศรษฐกิจ และสังคมจะนำมาซึ่ง ความสลับซับซ้อนหรือความสับสนต่าง ๆ จนอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่ใจแก่บุคคล ในสังคม ดังนั้นจึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว (ยุพดี ฐิติกุลเจริญ, 2537, หน้า 3)

การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการกระจายข่าวสารเพื่อประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ยังมีความต้องการรับข่าวสารที่มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจหรือเพียงไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนั้น ข่าวสารยังเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย และสามารถปรับตัวเข้ากับยุคปัจจุบันได้ยิ่งขึ้น ดังที่ Atkin (1972, p. 208) ได้กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารมากย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารเพียงเล็กน้อย บุคคลที่ไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านสู่ตนเองทั้งหมดนั้น แต่เลือกรับรู้ข่าวสารเพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตนเอง ดังนั้น ข่าวสารที่หลังไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจากช่องทางต่าง ๆ มักจะคัดเลือกตลอดเวลา และเลือกสนใจเพียงข่าวสารที่มีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสาร จึงถือว่าเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร (กิติมา สุรสนธิ, 2533, หน้า 46-47)

Godin (1999 อ้างใน ชนัญญา เกษะนันท์, 2556, หน้า 40) ได้พบว่า ในระยะ 1 ปีนั้น บุคคลจะเปิดรับสิ่งรบกวนทางการตลาดต่าง ๆ โดยเฉลี่ยมากกว่า 1 ล้านชิ้น ภายในระยะเวลา 1 ปี ซึ่งการเปิดรับ (Exposure) นั้นจะเกิดขึ้นเมื่อมีสิ่งรบกวนรอบตัวบุคคลอย่างมหาศาล ทำให้บุคคลต้องมีวิธีการจัดการกับจำนวนข้อมูลที่มีอยู่อย่างมหาศาล ซึ่งนำไปสู่การจัดการข้อมูลและไม่สนใจข้อมูลที่เหลือ โดยมีวิธีในการจัดการข้อมูลเหล่านั้น เรียกว่า การเลือกรับรู้ (Selective Perception) ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน (Burgoon, 1994 อ้างใน เหมือนตะวัน สุทธิวิจิตรธรรม, 2559, หน้า 19) กล่าวคือ

1) การเปิดรับ (Selective Exposure) หมายถึง การที่บุคคลจำกัดการรับรู้ต่อสิ่งรบกวนจากประสาทสัมผัสทั้งห้า กล่าวคือ ตา (การมอง) หู (การฟัง) จมูก (การดมกลิ่น) ปาก (การลิ้มรส) ผิวหนัง (การสัมผัส) โดยบุคคลนั้นมีแนวโน้มที่จะเลือกเปิดรับสารตามความคิดเห็น และหลีกเลี่ยงสารที่ตนไม่ชอบใจหรือไม่ตรงตามความสนใจของตน เช่น การที่บุคคลเปลี่ยนช่องรายการเมื่อรายการเมื่อตนเองดูอยู่นั้นในระหว่างการพักโฆษณา (Zapping) หรือการลุกไปเข้าห้องน้ำ (Flush Factors) ในช่วงเวลาพักโฆษณา รวมถึงการกดปุ่มข้ามแบบเร็ว (Fast-Forward) เพื่อทำให้ช่วงโฆษณาที่คั่นในรายการนั้นบันทึกไว้ผ่านไปเร็วขึ้น (Zipping)

2) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) หมายถึง การเลือกให้ความสนใจกับสิ่งรบกวนที่ตนเองเปิดรับอย่างใดอย่างหนึ่ง และปล่อยให้สิ่งรบกวนอื่น ๆ ผ่านหรือหลุดออกไปจากความสนใจของตน

3) การเลือกเข้าใจ (Selective Comprehension) หมายถึง กระบวนการที่บุคคลเชื่อมโยงสิ่งรบกวนที่ตนเปิดรับให้เข้ากับข้อมูล หรือความเชื่อ ทศนคติ ประสบการณ์เดิมที่ตนมีอยู่ ซึ่งการตีหรือแปลความหมายถึงสิ่งรบกวนนั้นอาจจะตรงหรือเพี้ยนจากเจตนาของผู้ส่งสารก็ได้ ซึ่งปัจจัยอาจเข้ามารบกวนขั้นการเลือกให้ความสนใจนี้ เช่น สภาวะหรือความบกพร่องทางร่างกาย เช่น สายตาหรือ

หุไม่ตี ตาบอดสี เป็นต้น

4) การเลือกจำ (Selective Retention) หมายถึง การจดจำข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งเร้าที่สอดคล้องกับความเชื่อเดิม หรือความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ ค่านิยม ของบุคคลหลังจากที่บุคคลได้เปิดรับข่าวสาร ซึ่งจะทำให้บุคคลสามารถจดจำสิ่งที่สอดคล้องกับความสนใจของตน และมักจะลืมสิ่งที่ไม่สนใจ

ดังนั้น กระบวนการเลือกรับรู้จะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลนั้นต้องรับมือกับข้อมูลจำนวนมาก และต้องเลือกให้ความสนใจทำความเข้าใจ รวมถึงเลือกที่จะจดจำข้อมูลที่สอดคล้องกับความเชื่อหรือข้อมูลที่มีอยู่เดิมเพียงจำนวนหนึ่งเท่านั้น โดยกระบวนการนี้อาจได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายนอก เช่น ความผิดปกติหรือความเสื่อมโทรมของร่างกาย ความต้องการทางด้านร่างกายหรือจิตใจ

สาเหตุที่ทำให้บุคคลเปิดรับสื่อ นั้น Atkins (1972) ได้อธิบายว่า มีเหตุผลหลักอยู่ 8 ประการที่เป็นแรงผลักดันทำให้บุคคลเปิดรับสื่อ กล่าวคือ 1) เพื่อหาข้อมูล 2) เพื่อทำตนเองให้ทันต่อเหตุการณ์รอบข้าง 3) เพื่อหาความตื่นเต้นและความบันเทิงให้กับชีวิต 4) เพื่อหาข้อมูลเอาไว้แก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน 5) เพื่อหลีกเลี่ยงความกังวลในชีวิตประจำวัน 6) เพื่อให้รู้สึกว่าตนเองมีส่วนร่วมกับเหตุการณ์ต่าง ๆ แม้ว่าจะไม่ได้เข้าไปอยู่ในเหตุการณ์นั้น 7) เพื่อให้มีข้อมูลไว้พูดคุยกับบุคคลอื่น และ 8) เพื่อใช้ประเมินสถานการณ์รอบตัวที่สำคัญ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น Hunt & Ruben (1993, p. 65) อ้างใน ประมะ สตะเวทิน, 2541, หน้า 122-124) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวไว้ดังนี้

1) ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญในกระบวนการเลือกของมนุษย์ คือ ความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางใจทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา และสามารถเลือกตอบสนองเพียงความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ สามารถแสดงถึงรสนิยม การยอมรับในสังคม และความพอใจ

2) ทักษะคิดและค่านิยม (Attitude and Values) ทักษะคิด คือ ความชอบการโน้มเอียงต่อเรื่องต่าง ๆ (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ค่านิยม คือ พื้นฐานการยึดถือเป็นความรู้สึกที่เราควรทำอะไรหรือไม่ควรทำอะไรกับความสัมพันธ์ของสิ่งแวดล้อมรอบตัว บุคคลที่มีทักษะคิดและค่านิยมล้วนมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อและการเลือกรับข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำ

3) เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย และมีการกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิต ทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนั้น จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4) ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งความสามารถทางด้านภาษา ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวสารนั้นไว้

5) การใช้ประโยชน์ (Utility) จะให้ความสนใจและเข้าใจ กับข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้เพียงเท่านั้น

6) สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) ผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่งเลือกรับสารผ่านสไตล์ในการสื่อสาร คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบฟังวิทยุ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ และบางคนชอบสื่อออนไลน์

7) สภาวะ (Context) สภาวะในที่นี้ หมายถึง บุคคล เวลา และสถานที่ การสื่อสารสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข้อมูลข่าวสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วยนั้นมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร เราคิดว่าคนอื่นนั้นมองเราอย่างไร คนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการคิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่สถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8) ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนมีลักษณะนิสัยและพัฒนาการ การรับสารแตกต่างกันออกไป อันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา พัฒนาการความชอบสื่อชนิดต่าง ๆ หรือชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้น เราจึงสามารถเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเพียงเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายเพียงความหมายใดความหมายหนึ่ง และเลือกจดจำเพียงเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ศิริพร กนกชัยสกุล (2553) กล่าวว่า ความสำเร็จของสื่อออนไลน์เป็นผลมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีและเว็บไซต์รูปแบบใหม่ที่ผู้ใช้เผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคล ความเป็นต้นตน เขียนเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ผ่าน Blog หรือแสดงรูปภาพให้เพื่อน ๆ ได้รับข้อมูลที่เป็นปัจจุบันของตน รวมถึงการเปิดโอกาสให้รู้จักกันผ่านเพื่อนของเพื่อน ซึ่งก็คือการใช้ Networking เพื่อทำความรู้จักกับบุคคลอื่นนั่นเอง นอกจากนั้นผู้ใช้อังยังสามารถเล่นเกมต่าง ๆ กับเพื่อนโดยส่งข้อความถึงกันได้ในเวลาเดียวกัน ผู้ใช้จึงมีช่องทางติดต่อกันเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ผู้ใช้อังสามารถกำหนดสิทธิ์เฉพาะบุคคลที่อยู่ในสังคมเสมือนของตน

ประเภทของเครือข่ายทางสังคมออนไลน์

ภิเชก ชัยนิรันดร์ (2554) กล่าวถึง หมวดหมู่ของเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ในสังคมไทยมี 6 ประเภท ดังนี้

1) Blog เป็นการลดคำจากคำว่า Weblog ซึ่งถือเป็นระบบจัดการเนื้อหา (Content Management System: CMS) รูปแบบหนึ่ง ซึ่งทำให้ผู้ใช้สามารถเขียนบทความซึ่งเรียกว่า Post และทำการเผยแพร่ได้โดยง่าย การเกิดของ Blog คือการเปิดโอกาสให้ใคร ๆ ที่มีความสามารถในด้าน

ต่าง ๆ สามารถเผยแพร่ ความรู้ดังกล่าวด้วยการเขียนได้อย่างเสรี ไม่มีขีดจำกัดเรื่องเทคนิคอย่างไรในอดีตอีกต่อไป ทำให้เกิด Blog ขึ้นมาจำนวนมากมาย และเพิ่มเนื้อหาให้กับโลกออนไลน์ได้เป็นจำนวนมากหลายอย่างไม่เคยมีมาก่อน นอกจากนี้เครื่องมือที่สำคัญที่ทำให้เกิดลักษณะ Social คือ การเปิดให้เพื่อน ๆ เข้ามาแสดงความคิดเห็นนั่นเอง

2) Twitter และ Microblog อื่น ๆ เป็นรูปแบบหนึ่งของ Blog ที่จำกัดขนาดของการ Post แต่ละครั้งไว้ที่ 140 ตัวอักษร โดยแรกเริ่มผู้ออกแบบ Twitter ต้องการให้ผู้เขียนนั้นใช้เขียนเรื่องราวว่าคุณกำลังทำอะไรอยู่ในขณะนี้ (What are you doing?) แต่กิจกรรมต่าง ๆ กลับนำ Twitter ไปใช้ในทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างการบอกต่อเพื่อยอดขายร้าน Brand หรือเป็นเครื่องมือสำหรับการบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า (CRM) ทั้งนี้ยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ได้อีกด้วย

3) Social Networking จากชื่อก็สามารถแปลความหมายได้ว่าเป็นเครือข่ายที่เชื่อมโยงเรากับเพื่อน ๆ จนกลายเป็นสังคม ทั้งนี้ผู้ใช้จะเริ่มสร้างตัวตนของตนเองขึ้นในส่วนของ Profile ประกอบด้วยข้อมูลส่วนตัว (Info) รูป (Photo) การจดบันทึก (Note) หรือการใส่วิดีโอ (Video) นอกจากนี้ Social Networking ยังมีเครื่องมือสำคัญในการสร้างจำนวนเพื่อนให้มากขึ้น นักการตลาดนำ Social Networking มาใช้ในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าอาจจะอยู่ในรูปของการสร้าง Brand ผ่านเกมหรือ Application ต่าง ๆ หรืออาจใช้เป็นเครื่องมือของ CRM ผ่านทาง Pages และลูกค้าเองหากชื่นชอบในสินค้าหรือบริการก็สามารถรวมกลุ่มกันจัด Group ขึ้นมาได้

4) Media Sharing เป็นเว็บไซต์ที่เปิดโอกาสให้เราสามารถ Upload รูปหรือวิดีโอเพื่อแบ่งปันให้กับครอบครัว เพื่อน ๆ หรือแม้กระทั่งเพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชน นักการตลาด ณ ปัจจุบันไม่จำเป็นจะต้องทุ่มทุน ในการสร้างหนังโฆษณาที่มีต้นทุนสูง เราอาจจะใช้กล้องดิจิทัลราคาถูก ๆ ถ่ายทอดความคิดเป็นรูปแบบวิดีโอจากนั้นนำขึ้นสู่เว็บไซต์ Media Sharing อย่าง YouTube หากความคิดของเราเป็นที่ชื่นชอบอาจจะทำให้เกิดการบอกต่ออย่างแพร่หลายหรือ กรณีหากมีกิจกรรมการขายสินค้าที่เน้นดีไซน์ที่สวยงามก็อาจจะถ่ายรูปแล้วนำขึ้นไปสู่เว็บไซต์อย่าง Flickr เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าชมได้ หรืออาจจะใช้เป็นเครื่องมือในการนำชมโรงงานหรือบรรยากาศในการทำงานของกิจการ เป็นต้น หรืออย่างกรณีของ Multiply ที่คนไทยนิยมนำรูปภาพที่ตนเองถ่ายมาแสดงฝีมือเหมือนเป็นแกลเลอรีส่วนตัวทำให้ผู้ว่าจ้างได้เห็นฝีมือก่อนที่จะทำการจ้าง

5) Social News and Bookmarking เป็นเว็บไซต์ที่เชื่อมโยงไปยังบทความหรือเนื้อหาในอินเทอร์เน็ตโดยผู้ใช้เป็นผู้ส่งและเปิดโอกาสให้คะแนนและทำการโหวตได้ ช่วยถ่วงถ่วงว่าบทความหรือเนื้อหาใดเป็นที่น่าสนใจที่สุดในส่วนของ Social Bookmarking เป็นการที่เปิดโอกาสให้คุณสามารถทำการ Bookmark เนื้อหาหรือเว็บไซต์ที่ชื่นชอบโดยไม่ขึ้นอยู่กับคอมพิวเตอร์เครื่องใดเครื่องหนึ่ง แต่สามารถทำผ่านออนไลน์และเนื้อหาในส่วนที่ทำ Bookmark ไว้สามารถที่จะแบ่งปันให้คนอื่น ๆ ได้ด้วย นักการตลาดจะใช้เป็นเครื่องมือในการบอกต่อและสร้างจำนวนคนเข้าไปยัง

เว็บไซต์หรือ Campaign การตลาดที่ต้องการ

6) Online Forums ถือเป็นรูปแบบ Social Media ที่เก่าแก่ที่สุดเป็นเสมือนสถานที่ให้ผู้คนเข้ามาพูดคุยในหัวข้อที่พวกเขาสนใจ อาจจะเป็นเรื่องเพลงและอื่น ๆ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แสดงข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนถึงการแนะนำสินค้าหรือบริการต่าง ๆ นักการตลาดควรสนใจเนื้อหาที่พูดคุยใน Forums เพราะบางครั้งอาจจะเป็นคำวิจารณ์เกี่ยวกับตัวสินค้าและบริการ ซึ่งสามารถเข้าไปทำความเข้าใจ แก้ไขปัญหา เว็บไซต์ประเภท Forums อาจจะเป็นเว็บไซต์ที่เปิดให้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันโดยเฉพาะหรืออาจจะเป็นส่วนหนึ่งในเว็บไซต์เนื้อหาต่าง ๆ อีกด้วย

สรุปได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการสื่อสารมีผลต่อพฤติกรรม的开รับข้อมูลข่าวสารในสังคมปัจจุบันมีความหลากหลายและรวดเร็วมากขึ้น ซึ่งสามารถสืบค้นหาข้อมูลข่าวสารที่สำคัญได้ทาง Facebook, Application และสื่อออนไลน์อื่น ๆ การรับรู้สื่อออนไลน์ถือว่าเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อชีวิตของเราโดยข้อมูลที่ได้จากสื่อออนไลน์จะต้องน่าสนใจ พอเพียง ดึงดูดใจ และน่าเชื่อถือที่จะนำไปสู่การตัดสินใจต่อพฤติกรรมและการแต่งกายสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบัน-การจัดการปัญญาภิวัฒน์

2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม (KAP)

ทฤษฎีดังกล่าวเป็นทฤษฎีที่ได้ให้ความสำคัญกับตัวแปรทั้ง 3 ตัวคือ 1) ความรู้ (Knowledge) 2) ทักษะ (Attitude) และ 3) การยอมรับปฏิบัติ (Practice) ดังนั้น 3 ตัวแปรดังกล่าวอาจมีผลกระทบต่อผู้รับสารและต่อสังคมต่อไป จากการรับสารนั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ตัวแปรนี้ จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง คือ เมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้เมื่อเกิดความรู้ขึ้นจึงส่งผลทำให้เกิด ทักษะ และขั้นตอนสุดท้ายคือการก่อให้เกิดการกระทำ ทฤษฎีนี้อธิบายการสื่อสารหรือสื่อมวลชนว่าเป็นตัวแปรต้นที่สามารถเป็นตัวนำ การพัฒนาเข้าไปสู่ชุมชนได้ด้วยการอาศัยความรู้ ทักษะ พฤติกรรม เป็นตัวแปรตามในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อพัฒนา (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, หน้า 118)

Good (1973, p. 325 อ้างใน โสภิตสุดา มงคลเกษม, 2539, หน้า 42) กล่าวว่า ความรู้เป็นข้อเท็จจริง (Facts) ความจริง (Truth) ข้อมูลที่มนุษย์ได้รับและเก็บรวบรวมข้อมูลจากประสบการณ์ต่าง ๆ การที่บุคคลยอมรับการปฏิบัติสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้อย่างมีเหตุผล บุคคลนั้นควรมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้นเพื่อประกอบการตัดสินใจ ซึ่งแสดงว่าบุคคลนั้นจะต้องมีข้อเท็จจริงหรือข้อมูลต่าง ๆ ที่สนับสนุนให้คำตอบหรือข้อสงสัยที่มีอยู่ให้บุคคลเกิดความเข้าใจและทัศนคติที่มีต่อเรื่องใดเพียงเรื่องหนึ่ง รวมทั้งเกิดความเชื่อ ความตระหนัก และค่านิยมต่าง ๆ ด้วย

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520, หน้า 16) กล่าวว่า ความรู้เป็นพฤติกรรมขั้นต้น ซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้ อาจจะเป็นโดยการนึกได้หรือโดยการมองเห็นหรือได้ยิน จำได้ ความรู้ขั้นนี้ได้แก่ ความรู้

เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหาเหล่านี้

Patrick (1961, p. 10 อ้างใน ธนิกานต์ บุญสถาพรชัยกุล, 2545, หน้า 20) ได้พูดถึงความรู้ว่า จำเป็นต้องมีองค์ประกอบ 2 ประการ คือ ความเข้าใจ (Understanding) และการคงอยู่ (Retaining) เพราะความรู้ หมายถึง ความสามารถจดจำได้ ในบางสิ่งบางอย่างที่เราเข้าใจมาแล้ว ความรู้ (Knowledge)

การรับความรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำกับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ความรู้จึงมีความจำเป็นที่เลือกสรร ซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตาม ความรู้ก็อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมแสดงออกของมนุษย์ได้ และผลกระทบที่ผู้รับสารเชิงความรู้ ปรากฏได้จากสาเหตุ 5 ประการ คือ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, หน้า 120-121)

1) การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารมักจะสร้างความสับสนให้กับผู้รับสาร จึงมีการแสวงหาสารสนเทศโดยการอาศัยสื่อทั้งหลาย เพื่อตอบข้อสงสัยและความสับสนของตน

2) การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนคตินั้น ส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับการเผยแพร่ นวัตกรรมนั้น ๆ

3) การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไป เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของกลุ่มเป้าหมายและค่านิยมของสังคมแล้วกลุ่มเป้าหมายก็จะเลือกสารสนเทศนั้น

4) การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) การสื่อสารมักกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่าง ๆ ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย จึงทำให้กลุ่มเป้าหมายรับทราบระบบความเชื่อถือหลากหลายและลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อย ๆ

5) การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์ เป็นภาวะปกติของสังคม การนำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ย่อมทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นชัดเจนขึ้น

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ความรู้ หมายถึง ความสามารถด้านสติปัญญาของบุคคลที่แสดงออกมา โดยการจำการระลึกได้เกี่ยวกับข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎเกณฑ์ โครงสร้างและวิธีต่าง ๆ ซึ่งความรู้มีความสำคัญต่อการเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นภายหลังการรับรู้ โดยมีการแบ่งระดับความรู้ออกเป็น 6 ระดับ จากง่ายไปสู่สิ่งที่ซับซ้อน และจากรูปธรรมสู่นามธรรม ได้แก่ 1) ความรู้ความจำ 2) ความเข้าใจ 3) การนำไปใช้ 4) การวิเคราะห์ 5) การสังเคราะห์ 6) การประเมินค่า โดยมีเครื่องมือที่ใช้วัดความรู้

แต่ละส่วนเหมาะสมกับการวัดความรู้ตามคุณลักษณะแตกต่างกัน เช่น แบบทดสอบความเรียง แบบทดสอบแบบตอบสั้น แบบทดสอบแบบเลือกตอบ เป็นต้น ซึ่งเป็นประโยชน์และสามารถเป็นแนวทางการสร้างเครื่องมือของการศึกษาวิจัยต่อไป

ทัศนคติ (Attitude)

ทัศนคติเป็นแนวคิดที่มีความสำคัญมากทางจิตวิทยา สังคม และการสื่อสาร และมีการใช้คำนี้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับการนิยามคำว่าทัศนคตินั้นได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ดังนี้

Roger (1978, pp. 208–209 อ้างใน สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, หน้า 122) ได้กล่าวถึงทัศนคติไว้ว่า เป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและมีความรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้างหรือสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสารอันมีผลต่อพฤติกรรม

ศักดิ์ สุนทรเสณี (2531, หน้า 2) ได้กล่าวถึง ทัศนคติเชื่อมโยงไปถึงพฤติกรรมบุคคลทัศนคติว่า หมายถึง

- 1) ความสลับซับซ้อนของความรู้สึก หรือการมีอคติของบุคคลในการที่จะสร้างความพร้อมที่จะกระทำการใด ๆ สิ่งหนึ่งตามประสบการณ์ของบุคคลนั้นที่ได้รับมา
- 2) ความโน้มเอียงที่จะมีปฏิกิริยาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางดีหรือต่อต้านสิ่งแวดล้อมที่จะมาถึงทางใดทางหนึ่ง
- 3) ในด้านพฤติกรรม หมายถึง การเตรียมตัวหรือความพร้อมที่จะตอบสนองจากคำจำกัดความต่าง ๆ เหล่านั้นจะเห็นได้ว่า มีประเด็นร่วมที่สำคัญอยู่ 2 ประเด็น คือ ความรู้สึกภายใน และความพร้อมหรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมในทางใดทางหนึ่ง

สรุปได้ว่า ทัศนคติเป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวระหว่างความรู้สึกและความเชื่อหรือการรับรู้ของบุคคลกับแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมใดต่อบในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายของทัศนคติ โดยสรุปทัศนคติในงานวิจัยนี้เป็นเรื่องของท่าที ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคล ที่มีต่อข้อมูล การประชาสัมพันธ์ และการเปิดรับทัศนคติจึงมีผลให้มีการแสดงพฤติกรรมออกมา จะเห็นได้ว่าทัศนคติประกอบด้วยความคิดที่มีต่ออารมณ์และความรู้สึกออกมาทางพฤติกรรม

พฤติกรรม (Behavior)

พฤติกรรม หมายถึง การกระทำทุกอย่างของมนุษย์ ไม่ว่าจะการกระทำนั้นผู้กระทำจะกระทำโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม ไม่ว่าจะคนอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ได้ก็ตาม เช่น การนั่ง การยืน การคิด การตัดสินใจ ซึ่งการแสดงออกของพฤติกรรมอาจเป็นไปทั้งที่เป็นพฤติกรรมที่พึงประสงค์และ

ไม่พึงประสงค์ก็ตาม

พฤติกรรมของมนุษย์ตามความหมายเชิงจิตวิทยา หมายถึง การกระทำสิ่งต่าง ๆ ของมนุษย์ เช่น การกิน การนอน การพูด การคิด การฝัน การเล่นพนัน การเสพยาเสพติด เป็นต้น (มุกดา ศรีรงค์, นวลศิริ เปาโรหิตย์, สิริวรรณ สารระนาค, สุวิไล เรียงวัฒนสุข และนิภา แก้วศรีงาม, 2553)

พฤติกรรมของมนุษย์สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) และพฤติกรรมภายใน (Cover Behavior)

1) พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกให้กับผู้อื่นได้ เห็น เช่นการพูด การยิ้ม การเดิน การแต่งกาย เป็นต้น

2) พฤติกรรมภายใน (Cover Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลซึ่งคนอื่นมองไม่เห็นแต่สามารถวัดได้เช่น ความคิด ความรู้สึก ทศนคติ แรงจูงใจ เป็นต้น

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) กล่าวว่า พฤติกรรมเป็นการแสดงออกของบุคคลในพื้นฐานมาจากความรู้และทศนคติ การที่บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป เนื่องจากการมีความรู้และทศนคติแตกต่างกัน ความแตกต่างจากการแปลความหมายของสารที่ตนได้รับจึงก่อให้เกิดประสบการณ์สัมผัสที่แตกต่างกัน อันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล

พฤติกรรมที่ถูกโน้มน้าวโดยการสื่อสารนั้นอาจเกิดกระบวนการเรียนรู้หรือการตอบสนองต่อสื่อ ซึ่งในบางครั้งสื่อและความพยายามของการสื่อสารในสังคมปัจจุบัน พยายามทำให้บุคคลมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อส่วนรวม หรือผู้อื่นซึ่งเป็นผลที่เกิดขึ้นจากการปลูกจิตสำนึกของผู้รับสาร มิใช่เกิดจากการครอบงำของผู้ส่งสารแค่เพียงฝ่ายเดียวเท่านั้น โดยทั่วไปการโน้มน้าวพฤติกรรม การสื่อสารสามารถเกิดขึ้นได้ในทุกระดับ ซึ่งการโน้มน้าวพฤติกรรมของการสื่อสารสังคมผ่านสื่อมีวิธีการดังนี้

1) การปลุกเร้าอารมณ์ (Emotion Arousal) เพื่อให้เกิดการตื่นเต้นและใส่ใจในการติดตามของสาร

2) ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) การแสดงความอ่อนโยน เสียสละ และความกรุณาปราณีก็อาจจะโน้มน้าวให้ผู้อื่นยอมรับได้

3) การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (Internalized Norms) การสร้างมาตรฐานขึ้นเพื่อมาตรฐานนั้น และเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่ต้องปฏิบัติ

4) การให้รางวัล (Reward) เช่น การลดแลกแจกแถมในการโฆษณา เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ซื้อสินค้า ซึ่งผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีการดังกล่าวนี้ สามารถก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐานขึ้นมาได้ 2 แบบ คือ กระตุ้นพฤติกรรมใหม่หรือมีพฤติกรรมต่อเนื่อง และหยุดยั้งพฤติกรรมเก่า ทั้งกระตุ้นและยับยั้งพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมอื่น ๆ ตามมา เช่น การตัดสินใจวินิจฉัยต่อประเด็นปัญหา การจัดยุทธวิธีดำเนินงาน และสร้างพฤติกรรมเพื่อส่วนรวม

สรุปได้ว่า ความรู้ ทักษะคติ เป็นสิ่งสำคัญที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ อาทิเช่น แรงจูงใจ ความเชื่อ ความภาคภูมิใจ ค่านิยม การรับรู้ จึงนับเป็นปัจจัยสำคัญในการแสดงออกของพฤติกรรมมนุษย์ โดยธรรมชาติการแสดงออกของพฤติกรรมมนุษย์นั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับสิ่งกำหนดพฤติกรรมแต่อย่างใด แต่มีปัจจัยอื่นใดที่กำหนดพฤติกรรม และพฤติกรรมที่ถูกโน้มน้าวโดยการสื่อสาร ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการแสดงออกถึงการแต่งกายชุดนักศึกษาของสถาบัน-การจัดการปัญหาวิวัฒน์

2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับด้านลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic)

ประชากรศาสตร์ (Demography) มีรากศัพท์จากภาษากรีก Deme = People คือ ประชาชนหรือประชากร Graphy = Writing up, Description หรือ Study คือ การศึกษาหรือศาสตร์ ประชากรศาสตร์ หมายถึง วิเคราะห์ประชากรในเรื่องขนาดโครงสร้าง การกระจายตัว และการเปลี่ยนแปลงประชากร ในเชิงที่สัมพันธ์กับปัจจัยเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

ปรมะ สตะเวทิน (2546, หน้า 112-114) ได้อธิบายคุณสมบัติเฉพาะของตนซึ่งแตกต่างกันในแต่ละคน โดยคุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร อย่างไรก็ตาม ในการสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ กันนั้นจำนวนของผู้รับสารก็มีปริมาณที่แตกต่างกันด้วยการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนน้อยคนนั้นมักไม่ค่อยมีปัญหาหรือมีปัญหาน้อยกว่าการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนมาก เนื่องจากการวิเคราะห์คนที่มีความน้อยเราสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารทุกคนได้แต่ในการวิเคราะห์คนจำนวนมากเราไม่สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารแต่ละคนได้เพราะมีจำนวนมากเกินไป นอกจากนี้ ผู้ส่งสารยังไม่รู้จักผู้รับสารแต่คนด้วยดังนั้นวิธีที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมากก็คือ การจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะประชากร (Demographic Characteristics) ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพ สังคมและเศรษฐกิจ การศึกษาศาสนา สถานภาพสมรส เป็นต้น ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้ล้วนมีผลต่อการรับรู้การตีความและการเข้าใจในการสื่อสารทั้งสิ้น

1) เพศ (Sex) เพศหญิงและเพศชาย มีแนวโน้มที่จะมีความแตกต่างกันในด้านทัศนคติและพฤติกรรมเพราะในยุคปัจจุบันนี้ตัวแปรทางด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของการบริโภคจากเมื่อก่อน

2) อายุ (Age) กลุ่มอายุที่มีความแตกต่างกันทำให้มีความชื่นชอบหรือนิยมที่แตกต่างกัน โดยรสนิยมของบุคคลจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามวัยและแต่ละกลุ่มอายุก็มีความต้องการที่แตกต่างกัน

3) ระดับการศึกษา (Education) ผู้ที่ได้รับในระดับสูงส่งผลให้มีการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่ามีราคาสูงกว่าการบริโภคสินค้าของผู้ที่มีการศึกษาในระดับที่ต่ำ

4) อาชีพ (Occupation) บุคคลที่มีอาชีพแตกต่างกัน ส่งผลให้มีความต้องการในด้านสินค้าและบริการที่ต่างกัน

5) รายได้ (Income) ผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางและมีรายได้ต่ำมีขนาดตลาดใหญ่กว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้สูง สินค้าและบริการต่าง ๆ จึงมีการแบ่งส่วนการตลาดตามรายได้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ รวมถึงอายุ เพศ ครอบครัว การศึกษา รายได้ เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญต่อการตลาดเพราะเกี่ยวพันกับอุปสงค์ (Demand) ในตัวสินค้าทั้งหมด การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ชี้ให้เห็นถึงการเกิดขึ้นของตลาดใหม่และตลาดอื่นก็จะหมดไป หรือลดความสำคัญลง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังนี้

- 1) อายุ ต้องคำนึงถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงของประชากรในเรื่องอายุ
 - 2) เพศ ในมุมมองนักรการตลาดได้คำนึงถึงปัจจุบันสตรีเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ ซึ่งที่แล้มาผู้ชายเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ นอกจากนั้นบทบาทสตรีและบุรุษบางส่วนที่ซ้ำกัน
 - 3) วงจรชีวิตครอบครัว วงจรชีวิตครอบครัวเป็นตัวกำหนดที่สำคัญพฤติกรรม ขั้นตอนของวงจรชีวิตจะมีพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน
 - 4) การศึกษาและรายได้ นักรการตลาดต้องสนใจในแนวโน้มรายได้ส่วนบุคคลเนื่องจากรายได้จะมีผลต่ออำนาจการซื้อ ส่วนผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีอาชีพที่สามารถสร้างรายได้สูง
- ดังนั้น ลักษณะประชากรศาสตร์ ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เนื่องจากตัวแปรการแบ่งขอบเขตการวิจัยที่สำคัญซึ่งจะทำให้ผู้วิจัยสามารถนำไปใช้ในการกำหนดสื่อประชาสัมพันธ์ตรงตามเป้าหมายขององค์กรได้อย่างเหมาะสมของทางสำนักกิจการนักศึกษา งานวินัยนักศึกษา

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภาณุวัฒน์ กองราช (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย: กรณีศึกษา Facebook” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 19–21 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีอัตราการใช้บริการ 1–5 ครั้งต่อสัปดาห์ ในการใช้แต่ละครั้งใช้เวลา 1–3 ชั่วโมงต่อครั้ง และมีประสบการณ์ใช้บริการน้อยกว่า 1 ปี โดยที่ส่วนใหญ่เคยใช้บริการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีใน Facebook ซึ่งจะประกอบไปด้วยการตอบบนกระดานสนทนา การเข้าร่วมกลุ่มต่าง ๆ การเล่นเกม การตอบคำถาม (Quiz) การแบ่งปันรูปภาพ การแบ่งปันวิดีโอ การค้นหาเพื่อนเก่า การส่งข้อความ การร่วมแสดงความคิดเห็น การชอบ (Like)

พัชรินทร์ สังข์ขาว (2549) ได้ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติที่มีต่อเครื่องแบบของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์” ผลการวิจัยพบว่า นิสิตมีทัศนคติที่ดีทั้งหมด 4 ด้าน คือ 1) ด้านการเห็นคุณค่าของเครื่องแบบนิสิต 2) ด้านค่านิยมของนิสิต 3) ด้านความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ และ 4) ด้านการยอมรับต่อกฎระเบียบและทัศนคติที่เป็นกลางต่อการอยู่ร่วมกันในสังคมของนิสิต

ลักษณะเครื่องแบบนิสิตที่เบี่ยงเบนพบว่า เครื่องแบบนิสิตเบี่ยงเบนในด้านของขนาดตัว เสื้อเชิ้ต แขนเสื้อ ความยาวของตัวเสื้อ ความยาวกระโปรง สีและแบบของรองเท้า เป็นไปตามกระแสนิยม ลักษณะการแต่งกายสวมกระโปรงเอาต่ำ เสื้อรัดรูป ตัวเสื้อสั้น

ศวิตา ธรรมพิทักษ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการแต่งกายตามกฎของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยกลุ่ม ตัวอย่างที่ทางการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากรของนิสิต นักศึกษา อันประกอบไปด้วย เพศ ประเภทมหาวิทยาลัย และสาขาวิชาที่ศึกษาแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวกับการแต่งกายตามกฎของมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน การเปิดข่าวสารเกี่ยวกับ การแต่งกายตามกฎ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการแต่งกายตามกฎ นิสิตนักศึกษามีเพศ อายุ และชั้นปีที่ศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการแต่งกายตามกฎแตกต่างกัน

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อและทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยรายละเอียดมีดังต่อไปนี้

3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) และใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ทั้งเพศชายและเพศหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1-4 ประจำปีการศึกษา 2562 ประกอบด้วย 10 คณะวิชา คือ 1) คณะบริหารธุรกิจ 2) คณะศิลปศาสตร์ 3) คณะวิศวกรรมศาสตร์ 4) คณะนิเทศศาสตร์ 5) คณะวิทยาการจัดการ 6) คณะนวัตกรรมการจัดการเกษตร 7) คณะศึกษาศาสตร์ 8) คณะอุตสาหกรรมเกษตร 9) คณะการจัดการธุรกิจอาหาร และ 10) คณะการจัดการโลจิสติกส์และการคมนาคมขนส่ง

3.3 วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ชั้นปีที่ 1-4 ประจำปีการศึกษา 2562 ในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้โปรแกรมสำเร็จรูป G*power 3.1.2 ในการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยในงานวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติทดสอบ 2 สถิติด้วยกัน คือ

1) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Product Moment Correlation) เป็นสถิติทดสอบ กำหนดค่า Effect Size ขนาดปานกลาง (0.3) ค่า error prop 0.05 ค่า Power 0.95 เมื่อนำมาประมวลผลจากโปรแกรม G*power 3.1.2 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 111 คน

2) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Oneway ANOVA) เป็นสถิติทดสอบ กำหนดค่า Effect Size ขนาดปานกลาง (0.25) ค่า Error Prop 0.05 ค่า Power 0.95 กลุ่มตัวแปรสูงสุดคือ 9 เมื่อนำมาประมวลผลจากโปรแกรม G*power 3.1.2 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 378 คน

ดังนั้น เพื่อให้เหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูลของสถิติทั้ง 2 ประเภทจึงเก็บข้อมูลจำนวนไม่น้อยกว่า 378 คน เพื่อครอบคลุมวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทุกแบบ

โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) จากนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ โดยสุ่มแจกแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยทั้งหมด 400 คน

3.4 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยอาศัยเครื่องมือที่มีความเหมาะสม คือ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามผ่านเว็บไซต์ Google Doc ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผ่านสื่อออนไลน์ ทางผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามผ่าน Application Line ระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1-20 พฤษภาคม 2563

3.4.2 ผู้วิจัยได้รวบรวมจากเอกสารต่าง ๆ ได้แก่ บทความ เว็บไซต์ เพื่อใช้ในการกำหนดกรอบความคิดในการวิจัย และสามารถใช้อ้างอิงในการเขียนรายงานผลวิจัย

3.4.3 รวบรวม ตรวจสอบ ความสมบูรณ์ของคำตอบแล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลตามสถิติ

3.5 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับดังนี้

3.5.1 ศึกษาข้อมูลจากวารสารทางวิชาการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3.5.2 กำหนดขอบเขตของแบบสอบถาม และสร้างแบบสอบถามจำลอง โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาจะมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์ และกลุ่มตัวอย่าง

3.6 เครื่องมือที่ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ประกอบด้วย สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Product Moment Correlation) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Oneway ANOVA) โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนประชากร ซึ่งสามารถนำผลวิเคราะห์นั้นไปสรุปอ้างอิงถึงประชากรโดยใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น และสรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง คำถามจะเป็นลักษณะปลายปิด (Close Ended Question) จำนวน 6 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) ได้แก่ เพศ และข้อมูลประเภทจัดอันดับ (Ordinal Scale) ได้แก่ อายุ, ระยะเวลาในการศึกษาตามหลักสูตร, ชั้นปีที่กำลังศึกษา, คณะวิชา, รายได้ต่อเดือน

ในการวิเคราะห์

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การสวมเครื่องแบบนักศึกษา ได้แก่ ความถี่การเปิดรับสื่อและข่าวสารผ่านสื่อชนิดต่าง ๆ จำนวน 9 ข้อ และช่วงเวลาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การสวมเครื่องแบบนักศึกษา จำนวน 2 ข้อ โดยลักษณะคำถามประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale โดยใช้ระดับวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ใช้สถิติค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ มีลักษณะให้คะแนน 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับความเห็นด้วย
5	เห็นด้วยมากที่สุด
4	เห็นด้วยมาก
3	เห็นด้วยปานกลาง
2	เห็นด้วยน้อย
1	เห็นด้วยน้อยที่สุด

สำหรับการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยแบบมาตรฐานประเมินค่านี้ได้อาศัยค่าทางสถิติของคะแนนเฉลี่ยโดยกำหนดช่วงการวัดคือ

$$\frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$\frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.80$$

ดังนั้น เกณฑ์การแปลความหมายทางพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแบ่งออกเป็น 5 ระดับดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 1.00–1.80 หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 1.81–2.60 หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 2.61–3.40 หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 3.41–4.20 หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับดี

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 4.21–5.00 หมายถึง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับดีมาก

ช่วงเวลาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การสวมเครื่องแบบนักศึกษา จำนวน 2 ข้อ โดยใช้ระดับวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ใช้สถิติและค่าเฉลี่ย

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษาของนักศึกษาสถาบัน-การจัดการปัญญาภิวัฒน์ จำนวน 11 ข้อ โดยลักษณะคำถามประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale โดยใช้ระดับวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ มีลักษณะให้คะแนน 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับความเห็นด้วย
5	เห็นด้วยมากที่สุด
4	เห็นด้วยมาก
3	เห็นด้วยปานกลาง
2	เห็นด้วยน้อย
1	เห็นด้วยน้อยที่สุด

สำหรับการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยแบบมาตรฐานส่วนประเมนค่านี้ได้ใช้ค่าทางสถิติของคะแนนเฉลี่ยโดยกำหนดช่วงการวัด คือ

$$\frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$\frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ดังนั้น เกณฑ์การแปลความหมายทาง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อแบ่งออกเป็น 5 ระดับดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 1.00–1.80 หมายถึง ทัศนคติต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษาอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 1.81–2.60 หมายถึง ทักษะคิดต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษาอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 2.61–3.40 หมายถึง ทักษะคิดต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 3.41–4.20 หมายถึง ทักษะคิดต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษาอยู่ในระดับดี

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 4.21–5.00 หมายถึง ทักษะคิดต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษาอยู่ในระดับดีมาก

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบันการจัดการ-ปัญญาภิวัฒน์ เพื่อวัดระดับความเห็นของผู้ตอบจำนวน 10 ข้อ โดยลักษณะคำถามประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตราวัดแบบ Likert Scale โดยใช้ระดับวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ใช้สถิติค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ มีลักษณะให้คะแนน 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับความเห็นด้วย
5	เห็นด้วยมากที่สุด
4	เห็นด้วยมาก
3	เห็นด้วยปานกลาง
2	เห็นด้วยน้อย
1	เห็นด้วยน้อยที่สุด

สำหรับการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยแบบมาตราส่วนประเมินค่านี้สามารถใช้ค่าทางสถิติของคะแนนเฉลี่ยโดยกำหนดช่วงการวัดคือ

$$\frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$\frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.80$$

ดังนั้น เกณฑ์การแปลความหมายทาง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อแบ่งออกเป็น 5 ระดับดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 1.00–1.80 หมายถึง พฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 1.81–2.60 หมายถึง พฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 2.61–3.40 หมายถึง พฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 3.41–4.20 หมายถึง พฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาอยู่ในระดับดี

ค่าเฉลี่ยที่วัดได้ 4.21–5.00 หมายถึง พฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาอยู่ในระดับดีมาก

3.7 การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ผู้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือเครื่องมือวิจัย

การตรวจสอบความถูกต้อง (Validity) ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือวิจัยให้ผู้เชี่ยวชาญในงานกิจกรรมนักศึกษา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ โดยผู้ตรวจสอบเครื่องมือคือผู้อำนวยการสำนักกิจการนักศึกษา และผู้เชี่ยวชาญฝ่ายงานวินัยนักศึกษา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

การทดสอบเครื่องมือความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้ศึกษาค้นคว้าวิจัยได้ใช้แบบสอบถามจำนวน 40 ชุด เพื่อหาความเชื่อมั่นโดยใช้สถิติ Cronbach's Alpha ดัชนีวัดความเที่ยงของครอนบาชมาจากการทดสอบเพียงครั้งเดียว จึงเรียกดัชนีเช่นนี้ว่า ความคงเส้นคงวาภายใน (Internal Consistency) สูตรของครอนบาชนั้นสามารถใช้ได้ทั้งข้อสอบแบบเลือกตอบ (คือ มีคะแนนรายข้อเป็น 1 หรือ 0) และแบบวัดความคิดเห็น แบบวัดความรู้สึก หรือแบบวัดทางจิตวิทยาโดยทั่วไป ที่มีคะแนนเต็มเท่ากัน เช่น มาตรวัดแบบลิเคิร์ท (Likert Scale) ซึ่งเป็นมาตรวัดชนิดประมาณค่าจากค่าน้อยที่สุดถึงค่ามากที่สุด มาตรวัดแบบประมาณค่าที่พบเห็นได้บ่อยคือ แบบวัดชนิด 5 ระดับ โดยให้ 1 = น้อยที่สุด 2 = น้อย 3 = ปานกลาง 4 = มาก และ 5 = มากที่สุด

สูตรครอนบาชแอลฟา คือ Cronbach α :
$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right]$$

โดย α แทน ค่าความเชื่อมั่น
 K แทน จำนวนข้อ
 S_i^2 แทน ผลรวมความแปรปรวนแต่ละข้อ
 S^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนรวม

จากการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่นโดยรวม 0.875 สูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน

3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อหาค่าสถิติดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้สถิติดังนี้

1) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ความถี่ ร้อยละ ได้แก่ ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ และข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ที่สนใจต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษา และ พฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษา เพราะมีลักษณะของข้อมูลเป็นแบบ Nominal Scale และ Ordinal Scale

2) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ได้แก่ ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ที่สนใจต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษา พฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษา เพราะมีลักษณะของข้อมูลเป็นแบบ Interval Scale

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้ทดสอบสมมติฐาน เพื่อแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ผู้วิจัยจะใช้สถิติ t-test เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเพศและช่วงอายุ

ผู้วิจัยจะใช้สถิติ Anova เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรระยะเวลาหลักสูตร ระดับชั้นปี คณะวิชา และรายได้ โดยระดับนัยสำคัญของการพิสูจน์สมมติฐาน คือ .05

สมมติฐานข้อที่ 2 นักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีทัศนคติที่ต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน

ผู้วิจัยจะใช้สถิติ t-test เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเพศและช่วงอายุ

ผู้วิจัยจะใช้สถิติ Anova เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรระยะเวลาหลักสูตร ระดับชั้นปี คณะวิชา และรายได้ โดยระดับนัยสำคัญของการพิสูจน์สมมติฐาน คือ .05

สมมติฐานข้อที่ 3 นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน

ผู้วิจัยจะใช้สถิติ t-test เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเพศและช่วงอายุ

ผู้วิจัยจะใช้สถิติ Anova เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปร ระยะเวลาหลักสูตร ระดับชั้นปี คณะวิชา และรายได้ โดยระดับนัยสำคัญของการพิสูจน์สมมติฐาน คือ .05

สมมติฐานข้อที่ 4 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวม
 เครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ผู้วิจัยจะใช้สถิติ Pearson Correlation เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร
 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์และพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบันการจัดการ-
 ปัญญาภิวัฒน์ โดยระดับนัยสำคัญของการพิสูจน์สมมติฐาน คือ .05 ซึ่งมีเกณฑ์การแปลผลดังนี้

± 0.81 ถึง ± 1.0	=	มีความสัมพันธ์สูงมาก
± 0.61 ถึง ± 0.80	=	มีความสัมพันธ์สูง
± 0.41 ถึง ± 0.60	=	มีความสัมพันธ์ปานกลาง
± 0.21 ถึง ± 0.40	=	มีความสัมพันธ์ต่ำ
± 0.01 ถึง ± 0.20	=	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก

สมมติฐานที่ 5 ทศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษา
 สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ผู้วิจัยจะใช้สถิติ Pearson Correlation เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ทศนคติ
 และพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ โดยระดับนัยสำคัญของ
 การพิสูจน์สมมติฐาน คือ .05 ซึ่งมีเกณฑ์การแปลผลดังนี้

± 0.81 ถึง ± 1.0	=	มีความสัมพันธ์สูงมาก
± 0.61 ถึง ± 0.80	=	มีความสัมพันธ์สูง
± 0.41 ถึง ± 0.60	=	มีความสัมพันธ์ปานกลาง
± 0.21 ถึง ± 0.40	=	มีความสัมพันธ์ต่ำ
± 0.01 ถึง ± 0.20	=	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อและทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของ นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์” งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ในระดับปริญญาตรีตั้งแต่ชั้นปีที่ 1–ชั้นปีที่ 4 จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างผ่านอินเทอร์เน็ต โดยทำการแจกไปยัง กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์บน Social Network จากนั้นผู้วิจัย จึงนำข้อมูลคำตอบที่สมบูรณ์ จำนวน 400 ชุด มาทำการวิเคราะห์และประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยผู้วิจัยแบ่งผลงานวิจัยออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

โดยผู้วิจัยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

โดยผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Anova) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (t-test) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานทั้ง 5 ข้อ

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

4.1.1 ข้อมูลลักษณะประชากร

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นลักษณะทั่วไปด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถามจากนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ทั้งหมด 10 คณะ จำนวน 400 คน ประกอบด้วย เพศ ช่วงอายุ หลักสูตร ชั้นปี คณะวิชา โดยนำเสนอเป็นจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างตามตารางที่ 4.1–4.5 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวนและร้อยละของเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	166	41.5
หญิง	234	58.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ เป็นเพศหญิง จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 และเป็นเพศชาย จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5

ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18-22 ปี	375	93.8
23 ปีขึ้นไป	25	6.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 18-22 ปี จำนวน 375 ปี คิดเป็นร้อยละ 93.8 รองลงมา มีช่วงอายุ 23 ปีขึ้นไป จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2

ตารางที่ 4.3: แสดงจำนวนระยะเวลาหลักสูตร

ระยะเวลาหลักสูตร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หลักสูตรต่อเนื่อง 2 ปี	4	1.0
หลักสูตร 4 ปี	354	88.5
หลักสูตร 5 ปี	42	10.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาหลักสูตร 4 ปี จำนวน 354 คน คิดเป็นร้อยละ 88.5 รองลงมา มีระยะเวลาหลักสูตร 5 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และระยะเวลาหลักสูตรต่อเนื่อง 2 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: แสดงจำนวนระดับชั้นปี

ระดับชั้นปี	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชั้นปีที่ 1	89	22.2
ชั้นปีที่ 2	144	36.0
ชั้นปีที่ 3	115	28.8
ชั้นปีที่ 4	49	12.2
ชั้นปีที่ 5	3	0.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับชั้นปีที่ 2 จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมา มีระดับชั้นปีที่ 3 จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมา มีระดับชั้นปีที่ 1 จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 รองลงมา มีระดับชั้นปีที่ 4 จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 และมีระดับชั้นปีที่ 5 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: แสดงจำนวนคณะวิชา

คณะวิชา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บริหารธุรกิจ	125	31.2
ศิลปศาสตร์	20	5.0
วิศวกรรมศาสตร์	22	5.5
นิเทศศาสตร์	44	11.0
วิทยาการจัดการ	25	6.2
นวัตกรรมการจัดการเกษตร	21	5.2
ศึกษาศาสตร์	42	10.5

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.5 (ต่อ): แสดงจำนวนคณะวิชา

คณะวิชา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อุตสาหกรรมเกษตร	56	14.0
การจัดการธุรกิจอาหาร	27	6.8
การจัดการโลจิสติกส์และ การคมนาคมขนส่ง	18	4.5
รวม	400	100

จากตาราง 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นคณะบริหารธุรกิจ จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 รองลงมาเป็นคณะอุตสาหกรรมเกษตร จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 รองลงมาเป็นคณะนิเทศศาสตร์ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 รองลงมาเป็นคณะศึกษาศาสตร์ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 รองลงมาเป็นคณะการจัดการธุรกิจอาหาร 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 รองลงมาเป็นคณะวิทยาการจัดการ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 รองลงมาเป็นคณะวิศวกรรมศาสตร์ จำนวน 22 คนคิดเป็นร้อยละ 5.5 รองลงมาเป็นคณะนวัตกรรมการจัดการเกษตร จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 รองลงมาเป็นคณะศิลปศาสตร์ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และคณะการจัดการโลจิสติกส์และการคมนาคมขนส่ง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6: แสดงรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	97	24.2
5,001–10,000 บาท	173	43.2
10,001–15,000 บาท	95	23.8
15,001 บาทขึ้นไป	35	8.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมีรายได้อยู่ที่ 5,001–10,000 บาท จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2 รองลงมามีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 รองลงมามีรายได้ 10,001–15,000 บาท จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 และรายได้ 15,001

บาทขึ้นไป จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ตามลำดับ

4.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การสวมเครื่องแบบนักศึกษาของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ตารางที่ 4.7: แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การสวมเครื่องแบบนักศึกษาของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

สื่อ	ระดับการเปิดรับสื่อ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ การ เปิดรับ สื่อ)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ท่านจะค้นหา ข้อมูลเกี่ยวกับ การแต่งกาย ชุดนักศึกษา จากเว็บไซต์	82 (20.5)	126 (31.5)	100 (25.0)	64 (16.0)	28 (7.0)	400 (100.0)	3.42 (ระดับดี)	1.182
ท่านจะค้นหา ข้อมูลเกี่ยวกับ การแต่งกาย ชุดนักศึกษา จากเฟซบุ๊ก	135 (33.8)	127 (31.8)	91 (22.8)	28 (7.0)	19 (4.8)	400 (100.0)	3.83 (ระดับดี)	1.116
ท่านจะค้นหา ข้อมูลเกี่ยวกับ การแต่งกาย ชุดนักศึกษา จากแอปพลิเคชัน	82 (20.5)	116 (29.0)	122 (30.5)	53 (13.2)	27 (6.8)	400 (100.0)	3.43 (ระดับดี)	1.153

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การสวม
 เครื่องแบบนักศึกษาของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

สื่อ	ระดับการเปิดรับสื่อ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ การ เปิดรับ สื่อ)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ท่านจะค้นหา ข้อมูลเกี่ยวกับ การแต่งกาย ชุดนักศึกษา จากอีเมล	72 (18.0)	85 (21.2)	99 (24.8)	77 (19.2)	67 (16.8)	400 (100.0)	3.04 (ปาน กลาง)	1.341
ท่านจะค้นหา ข้อมูลเกี่ยวกับ การแต่งกาย ชุดนักศึกษา จากป้ายรณรงค์	66 (16.5)	155 (38.8)	110 (27.5)	45 (11.2)	24 (6.0)	400 (100.0)	3.48 (ระดับดี)	1.081
ท่านจะค้นหา ข้อมูลเกี่ยวกับ การแต่งกายชุด นักศึกษาจากสื่อ บุคคล (เจ้าหน้าที่ และบุคลากร)	98 (24.5)	163 (40.8)	90 (22.5)	32 (8.0)	17 (4.2)	400 (100.0)	3.73 (ระดับดี)	1.051

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การสวม
 เครื่องแบบนักศึกษาของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

สื่อ	ระดับการเปิดรับสื่อ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ การ เปิดรับ สื่อ)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ท่านจะเปิดรับ ข้อมูลเกี่ยวกับ การแต่งกายชุด นักศึกษาทางป้าย รณรงค์ และสื่อ บุคคล (เจ้าหน้าที่ และบุคลากร)	142 (35.5)	133 (33.2)	89 (22.2)	22 (5.5)	14 (3.5)	400 (100.0)	3.92 (ระดับดี)	1.053
ท่านจะเปิดรับ ข้อมูลเพื่อทราบถึง กิจกรรมส่งเสริม การสวมชุด นักศึกษาทาง ออนไลน์	179 (44.8)	128 (32.0)	78 (19.5)	13 (3.2)	2 (0.5)	400 (100.0)	4.17 (ระดับดี)	.889
ท่านจะเปิดรับ ข้อมูลเพื่อทราบถึง กิจกรรมส่งเสริม การสวมชุด นักศึกษาทางป้าย รณรงค์และสื่อ บุคคล (เจ้าหน้าที่ และบุคลากร)	158 (39.5)	130 (32.5)	88 (22.0)	19 (4.8)	5 (1.2)	400 (100.0)	4.04 (ระดับดี)	.958
ค่าเฉลี่ยรวม							3.7555 (ระดับดี)	1.07018

จากตารางที่ 4.7 พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การสวมเครื่องแบบ นักศึกษาของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ มีค่าเฉลี่ย 3.7555 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การสวมเครื่องแบบ นักศึกษาของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ อยู่ในระดับดี

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ท่านจะเปิดรับข้อมูลเพื่อทราบถึงกิจกรรมส่งเสริมการสวมชุดนักศึกษาทางออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.17 รองลงมาท่านจะเปิดรับข้อมูลเพื่อทราบถึงกิจกรรมส่งเสริมการสวมชุดนักศึกษาทางป้ายรณรงค์และสื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่และบุคลากร) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ท่านจะเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกายชุดนักศึกษาทางป้ายรณรงค์และสื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่และบุคลากร) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกายชุดนักศึกษาจากเฟซบุ๊ก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกายชุดนักศึกษาจากสื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่และบุคลากร) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกายชุดนักศึกษาจากป้ายรณรงค์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกายชุดนักศึกษาจากแอปพลิเคชัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกายชุดนักศึกษาจากเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกายชุดนักศึกษาจากอีเมล มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.04

ข้อมูลเกี่ยวกับช่วงเวลาการเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์การสวมเครื่องแบบ นักศึกษาของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ทางระบบออนไลน์

ตารางที่ 4.8: แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลา การเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์การสวมเครื่องแบบ นักศึกษาของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ทางระบบออนไลน์

ช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
08.01–12.00 น.	141	35.2
12.01–16.00 น.	120	30.0
16.00–20.00 น.	83	20.8
20.01–00.00 น.	51	12.8
00.01–04.00 น.	2	0.5
04.01–08.00 น.	3	0.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์การสวมเครื่องแบบนักศึกษาของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ทางระบบออนไลน์ ช่วงเวลา 08.01–12.00 น. จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 12.01–16.00 น. จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 16.00–20.00 น. จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 20.01–00.00 น. จำนวน 51 คิดเป็นร้อยละ 12.8 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 04.01–08.00 น. จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 และรองลงมาเป็นช่วงเวลา 00.01–04.00 น. จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9: แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลา การเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์การสวมเครื่องแบบนักศึกษาของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ทางป้ายรณรงค์และสื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่และบุคลากร)

ช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
08.01–12.00 น.	219	54.8
12.01–16.00 น.	133	33.2
16.00–20.00 น.	35	8.8
20.01–00.00 น.	9	2.2
00.01–04.00 น.	1	0.2
04.01–08.00 น.	3	0.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์การสวมเครื่องแบบนักศึกษาของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ทางป้ายรณรงค์และสื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่และบุคลากร) ช่วงเวลา 08.01–12.00 น. จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 12.01–16.00 น. รองลงมาเป็นช่วงเวลา 16.00–20.00 น. จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 20.01–00.00 น. จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 04.01–08.00 น. จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 และรองลงมาเป็นช่วงเวลา 00.01–04.00 น. คิดเป็นร้อยละ 0.2 ตามลำดับ

4.1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบันการจัดการ
ปัญญาภิวัฒน์

ตารางที่ 4.10: แสดงจำนวนและร้อยละของทัศนคติต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบัน
การจัดการปัญญาภิวัฒน์

ทัศนคติ	ระดับทัศนคติ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ การ เปิดรับ สื่อ)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ค่านิยมในการ แต่งกายในสังคม ปัจจุบันของสังคม มีผลต่อการสวม เครื่องแบบ นักศึกษา	120 (30.0)	178 (44.5)	75 (18.8)	18 (4.5)	9 (2.2)	400 (100.0)	3.96 (ระดับดี)	.933
การสวมเครื่องแบบ นักศึกษาตาม กฎระเบียบช่วย สร้างความมั่นใจ ในตัวเอง	119 (29.8)	161 (40.2)	91 (22.8)	20 (5.0)	9 (2.2)	400 (100.0)	3.90 (ระดับดี)	.959
การสวมเครื่องแบบ นักศึกษาเป็นสิ่งที่ ทำให้เราภูมิใจใน สถาบัน	170 (42.5)	138 (34.5)	63 (15.8)	19 (4.8)	10 (2.5)	400 (100.0)	4.10 (ระดับดี)	.995
ท่านคิดว่า เครื่องแบบ นักศึกษาทันสมัย	93 (23.2)	134 (33.5)	124 (31.0)	27 (6.8)	22 (5.5)	400 (100.0)	3.62 (ระดับดี)	1.081

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ): แสดงจำนวนและร้อยละของทัศนคติต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบัน
การจัดการปัญหาวิวัฒน์

ทัศนคติ	ระดับทัศนคติ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ การ เปิดรับ สื่อ)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ท่านคิดว่า เครื่องแบบ นักศึกษามีความ เหมาะสมที่ใส่ มาเรียน	117 (29.2)	170 (42.5)	84 (21.0)	19 (4.8)	10 (2.5)	400 (100.0)	3.91 (ระดับดี)	.955
ท่านคิดว่าการสวม เครื่องแบบ นักศึกษาเป็นเรื่อง ที่สมควรให้ ความร่วมมือ	168 (42.0)	137 (34.2)	70 (17.5)	18 (4.5)	7 (1.8)	400 (100.0)	4.10 (ระดับดี)	.961
ท่านรู้สึกไม่ชอบ ผู้ที่สวมชุดนักศึกษา ผิดระเบียบกฎของ สถาบัน	128 (32.0)	105 (26.2)	105 (26.2)	36 (9.0)	26 (6.5)	400 (100.0)	3.68 (ระดับดี)	1.196
การออกกฎให้ นักศึกษาสวม เครื่องแบบ นักศึกษาถูก ระเบียบ เป็นการ กระตุ้นให้นักศึกษา มีค่านิยมการ แต่งกายที่ดี	143 (35.8)	128 (32.0)	85 (21.2)	24 (6.0)	20 (5.0)	400 (100.0)	3.88 (ระดับดี)	1.117

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ): แสดงจำนวนและร้อยละของทัศนคติต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบัน
การจัดการปัญญาภิวัฒน์

ทัศนคติ	ระดับทัศนคติ					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ การ เปิดรับ สื่อ)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
ท่านคิดว่าปัจจัย ทางด้านรายได้ มีผลต่อการสวม เครื่องแบบ นักศึกษา	143 (35.8)	126 (31.5)	97 (24.2)	21 (5.2)	13 (3.2)	400 (100.0)	3.91 (ระดับดี)	1.048
ท่านจะสนับสนุนให้ นักศึกษาแต่งกาย ให้ถูกตามกฎของ สถาบัน	168 (42.0)	128 (32.0)	82 (20.5)	13 (3.2)	9 (2.2)	400 (100.0)	4.08 (ระดับดี)	.976
ชุดนักศึกษาที่รัดรูป การสวมรองเท้า แตะเข้าชั้นเรียน ขัดต่อระเบียบ ของสถาบัน	197 (49.2)	117 (29.2)	64 (16.0)	13 (3.2)	9 (2.2)	400 (100.0)	4.20 (ระดับดี)	.973
ค่าเฉลี่ยรวม							3.940 (ระดับดี)	1.087

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ทัศนคติต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบันการจัดการ
ปัญญาภิวัฒน์ มีค่าเฉลี่ย 3.940 หมายถึง กลุ่มตัวอย่าง มีทัศนคติต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษา
ของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ อยู่ในระดับดี

เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบัน
การจัดการปัญญาภิวัฒน์ว่า ชุดนักศึกษาที่รัดรูป การสวมรองเท้าแตะเข้าชั้นเรียนขัดต่อระเบียบของ
สถาบัน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.20 รองลงมาคือ การสวมเครื่องแบบนักศึกษาเป็นสิ่งที่ทำให้เรา

ภูมิใจในสถาบัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ท่านคิดว่าการสวมเครื่องแบบนักศึกษาเป็นเรื่องที่สมควรให้
 ความร่วมมือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 รองลงมาคือ ท่านสนับสนุนให้นักศึกษาแต่งกายให้ถูกต้องตามกฎ
 ของสถาบัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 รองลงมาคือ ค่านิยมในการแต่งกายในสังคมปัจจุบันของสังคม
 มีผลต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 รองลงมาคือ ท่านคิดว่าปัจจัยทางด้าน
 รายได้มีผลต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ท่านคิดว่าเครื่องแบบนักศึกษา
 สถาบันมีความเหมาะสมที่ใส่มาเรียน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 รองลงมาคือ การสวมเครื่องแบบนักศึกษา
 ตามกฎระเบียบช่วยสร้างความมั่นใจในตัวเอง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 รองลงมาคือ การออกกฎให้
 นักศึกษาสวมเครื่องแบบนักศึกษาถูกระเบียบเป็นการกระตุ้นให้นักศึกษามีค่านิยมการแต่งกายที่ดี
 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 รองลงมาคือ ท่านรู้สึกไม่ชอบผู้ที่สวมชุดนักศึกษาที่ผิดระเบียบกฏสถาบัน
 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 ท่านคิดว่าเครื่องแบบนักศึกษาทันสมัย มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
 3.62

4.1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบันการจัดการ ปัญญาวิวัฒน์

ตารางที่ 4.11: แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมกรสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบัน
 การจัดการปัญญาวิวัฒน์

พฤติกรรม	ระดับพฤติกรรม					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ การ เปิดรับ สื่อ)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มาก ที่สุด	มาก มาก	ปาน กลาง	น้อย น้อย	น้อย ที่สุด			
ท่านสวม เครื่องแบบของ สถาบันเมื่อ เข้าเรียนทุกครั้ง	190 (47.5)	135 (33.8)	61 (15.2)	10 (2.5)	4 (1.0)	400 (100.0)	4.24 (ระดับ ดีมาก)	.872

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.11 (ต่อ): แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบัน
การจัดการปัญหาวิวัฒน์

พฤติกรรม	ระดับพฤติกรรม					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ การ เปิดรับ สื่อ)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
การสวม เครื่องแบบต้อง สวมให้ถูกต้อง ทุกชิ้น	166 (41.5)	141 (35.2)	73 (18.2)	17 (4.2)	3 (0.8)	400 (100.0)	4.12 (ระดับดี)	.906
ท่านจะสวม เครื่องแบบ นักศึกษาทุกครั้ง เมื่อเข้ามาติดต่อ กับอาจารย์และ หน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	226 (56.5)	131 (32.8)	38 (9.5)	3 (0.8)	2 (0.5)	400 (100.0)	4.44 (ระดับ ดีมาก)	.737
ท่านจะชักชวน เพื่อน ๆ สวม เครื่องแบบ นักศึกษา	130 (32.5)	138 (34.5)	93 (23.2)	23 (5.8)	16 (4.0)	400 (100.0)	3.86 (ระดับดี)	1.063
หากเพื่อน ๆ ไม่สวมชุดนักศึกษา ท่านจะอธิบายให้ เพื่อน ๆ ของท่าน เข้าใจว่าทำไมต้อง สวมชุดนักศึกษา	102 (25.5)	133 (33.2)	93 (23.2)	47 (11.8)	25 (6.2)	400 (100.0)	3.60 (ระดับดี)	1.168

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.11 (ต่อ): แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบัน
การจัดการปัญญาภิวัฒน์

พฤติกรรม	ระดับพฤติกรรม					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ การ เปิดรับ สื่อ)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
หากเพื่อนสวม เครื่องแบบ นักศึกษา ท่านจะ สวมเครื่องแบบ ตามเพื่อน	141 (35.2)	138 (34.5)	81 (20.2)	22 (5.5)	18 (4.5)	400 (100.0)	3.90 (ระดับดี)	1.083
หากท่านสวม ชุดนักศึกษา ผิดระเบียบ เมื่อมี อาจารย์ตักเตือน และหักคะแนน พฤติกรรม ท่านจะ ยอมรับความผิดได้	218 (54.5)	129 (32.2)	40 (10)	4 (1.0)	9 (2.2)	400 (100.0)	4.36 (ระดับ ดีมาก)	.873
หากมีอาจารย์หรือ เจ้าหน้าที่มา แนะนำให้สวม เครื่องแบบ นักศึกษา ท่านจะ สวมเครื่องแบบ นักศึกษา	197 (49.2)	120 (30.0)	62 (15.5)	15 (3.8)	6 (1.5)	400 (100.0)	4.22 (ระดับ ดีมาก)	.942

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.11 (ต่อ): แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบัน
การจัดการปัญญาภิวัฒน์

พฤติกรรม	ระดับพฤติกรรม					รวม	ค่าเฉลี่ย (ระดับ การ เปิดรับ สื่อ)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
เมื่อท่านไม่สวม เครื่องแบบ ท่านจะ ไม่เข้ามาติดต่อ สถาบัน	196 (49.0)	96 (24.0)	71 (17.8)	25 (6.2)	12 (3.0)	400 (100.0)	4.10 (ระดับดี)	1.087
ค่าเฉลี่ยรวม							4.093 (ระดับดี)	.970

จากตารางที่ 4.11 พบว่า พฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบันการจัดการ
ปัญญาภิวัฒน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0933 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบ
นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ อยู่ในระดับพอใจมาก

เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบัน
การจัดการปัญญาภิวัฒน์ว่า ท่านจะสวมเครื่องแบบนักศึกษาทุกครั้งเมื่อเข้ามาติดต่ออาจารย์และ
หน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 4.44 รองลงมาคือ หากท่านสวมชุดนักศึกษา
ผิดระเบียบ เมื่อมีอาจารย์ตักเตือนและหักคะแนนพฤติกรรม ท่านจะยอมรับความผิด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
4.36 รองลงมาคือ ท่านจะสวมเครื่องแบบของสถาบันเมื่อเข้าเรียนทุกครั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24
รองลงมาคือ หากมีอาจารย์หรือเจ้าหน้าที่มาแนะนำให้สวมเครื่องแบบนักศึกษา ท่านจะสวมเครื่องแบบ
นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 รองลงมาคือ การสวมเครื่องแบบต้องสวมให้ถูกทุกชิ้น มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 4.12 รองลงมาคือ เมื่อท่านไม่สวมเครื่องแบบท่านจะไม่เข้ามาติดต่อสถาบัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
4.10 รองลงมาคือ หากเพื่อนสวมเครื่องแบบนักศึกษา ท่านจะสวมเครื่องแบบนักศึกษาตามเพื่อน
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 รองลงมาคือ ท่านจะชักชวนเพื่อน ๆ สวมเครื่องแบบนักศึกษา มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.86 รองลงมาคือ หากเพื่อน ๆ ไม่สวมชุดนักศึกษา ท่านจะอธิบายให้เพื่อน ๆ ของท่านเข้าใจ
ว่าทำไมจึงต้องสวมชุดนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis)

ส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาและทัศนคติกับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษา ซึ่งเป็นการทดสอบสมมติฐานทั้ง 2 ข้อ โดยสมมติฐานข้อที่ 1 สมมติฐานข้อที่ 2 และสมมติฐานข้อที่ 3 ใช้สถิติค่า t-test เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Anova) และสมมติฐานข้อที่ 4 สมมติฐานข้อที่ 5 ใช้สถิติการวิเคราะห์การสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

สมมติฐานข้อที่ 1.1 นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ตารางที่ 4.12: ตารางการวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศที่มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	T	Sig
ชาย	166	3.92	.74	3.55	.000
หญิง	234	3.64	.80		

จากตารางที่ 4.12 การวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศที่มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (T 3.55, Sig .000)

สมมติฐานข้อที่ 1.2 นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ตารางที่ 4.13: ตารางการวิเคราะห์ความแตกต่างของช่วงอายุที่มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ช่วงอายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	T	Sig
18-22 ปี	375	3.75	.79	.966	.335
23 ปีขึ้นไป	25	3.90	.70		

จากตารางที่ 4.13 การวิเคราะห์ความแตกต่างของช่วงอายุที่มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ พบว่า ช่วงอายุที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่ไม่แตกต่างกัน ปฏิเสธสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (T .966, Sig .335)

สมมติฐานข้อที่ 1.3 นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่มีระยะเวลาหลักสูตรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ตารางที่ 4.14: ตารางการวิเคราะห์ความแตกต่างของระยะเวลาหลักสูตรที่มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ระยะเวลาหลักสูตร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig
หลักสูตรต่อเนื่อง 2 ปี	4	4.22	.43	.730	.482
หลักสูตร 4 ปี	354	3.75	.79		
หลักสูตร 5 ปี	42	3.73	.74		
รวม	400	3.75	.78		

จากตารางที่ 4.14 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) ของระยะเวลาหลักสูตรและเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ พบว่า นักศึกษาที่อยู่ในระยะเวลาหลักสูตรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ไม่แตกต่าง

กัน ระดับนัยสำคัญ 0.05 (F .730, Sig .482)

สมมติฐานข้อที่ 1.4 นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่มีชั้นปีที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ตารางที่ 4.15: ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนของชั้นปีและการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ระดับชั้นปี	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig
ชั้นปีที่ 1	89	3.561	.801	2.923	.021
ชั้นปีที่ 2	144	3.797	.806		
ชั้นปีที่ 3	115	3.754	.767		
ชั้นปีที่ 4	49	3.963	.722		
ชั้นปีที่ 5	3	4.454	.090		
รวม	400	3.7577	.78979		

จากตารางที่ 4.15 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) ของระดับชั้นปีและการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ พบว่า นักศึกษาที่ระดับชั้นปีที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (F 2.923, Sig .021)

ตารางที่ 4.16: ตารางวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับชั้นปีของนักศึกษาและการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ระดับชั้นปี		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig
ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	-.235	.105	.172
	ชั้นปีที่ 3	-.193	.110	.405
	ชั้นปีที่ 4	-.401*	.139	.034*
	ชั้นปีที่ 5	-.892	.459	.296

จากตาราง 4.16 การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับชั้นปีของนักศึกษาและการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ด้วยวิธีทางสถิติ Tukey พบว่า มีความแตกต่างเพียง 1 คู่ คือ นักศึกษาระดับชั้นปีที่ 1 มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกับนักศึกษาระดับชั้นปีที่ 4

สมมติฐานข้อที่ 1.5 นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่มีคณะวิชาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ตารางที่ 4.17: ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนของคณะวิชาและการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

คณะวิชา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig
บริหารธุรกิจ	125	3.715	.778	.841	.579
ศิลปะศาสตร์	20	3.595	.904		
วิศวกรรมศาสตร์	22	3.698	.880		
นิเทศศาสตร์	44	3.977	.754		
วิทยาการจัดการ	25	3.778	.817		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.17 (ต่อ): ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนของคณะวิชาและการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการ
ปัญญาภิวัฒน์

คณะวิชา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig
นวัตกรรมจัดการ การเกษตร	21	3.952	.744	.841	.579
ศึกษาศาสตร์	42	3.778	.729		
อุตสาหกรรมเกษตร	56	3.633	.865		
การจัดการธุรกิจอาหาร	27	3.818	.698		
การจัดการโลจิสติกส์ และการคมนาคมขนส่ง	18	3.752	.775		
รวม	400	3.757	.790		

จากตารางที่ 4.17 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) ของคณะวิชาและ
เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการ
ปัญญาภิวัฒน์ พบว่า นักศึกษาที่อยู่ในคณะวิชาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการ
สวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ
0.05 (F .841, Sig .579)

สมมติฐานข้อที่ 1.6 นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่มีรายได้ที่แตกต่างกัน
มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบัน
การจัดการปัญญาภิวัฒน์

ตารางที่ 4.18: ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนของรายได้และการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig
น้อยกว่า 5,000 บาท	96	3.459	.772	19.294	.000
5,001–10,000 บาท	173	3.642	.807		
10,001–15,000 บาท	95	4.21	.537		
15,001 บาทขึ้นไป	36	3.90	.780		
รวม	400	3.757	.790		

จากตารางที่ 4.18 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) ของรายได้และการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ พบว่า รายได้นักศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (F 19.924, Sig .000)

ตารางที่ 4.19: ตารางวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ของรายได้ของนักศึกษาและการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

รายได้		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig
10,001–15,000 บาท	น้อยกว่า 5,000บาท	.759	.107	.000
	5,001–10,000 บาท	.575	.094	.000

จากตารางที่ 4.19 การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ของรายได้นักศึกษาและการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ด้วยวิธีทางสถิติ Tukey พบว่า มีความแตกต่างเพียง 2 คู่ คือ 1) นักศึกษารายได้ 10,001–15,000 บาท มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกับนักศึกษารายได้น้อยกว่า 5,000 บาท และ

2) นักศึกษารายได้ 10,001–15,00 บาท มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกับนักศึกษารายได้ 5,001–10,000 บาท

สมมติฐานข้อที่ 2 นักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.1 นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20: ตารางการวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศมีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	T	df	Sig
ชาย	166	4.066	.751	2.876	.398	.004
หญิง	234	3.851	.726			

จากตารางที่ 4.20 การวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศมีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน พบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 (T 2.876, Sig .004)

สมมติฐานข้อที่ 2.2 นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่มีช่วงอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21: ตารางการวิเคราะห์ความแตกต่างของช่วงอายุมีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ช่วงอายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	T	df	Sig
18–22 ปี	375	3.941	.740	.091	398	.927
23 ปีขึ้นไป	25	3.923	.802			

จากตารางที่ 4.21 การวิเคราะห์ความแตกต่างของช่วงอายุมีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน พบว่า ปฏิเสธสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (T .091, Sig .927)

สมมติฐานข้อที่ 2.3 นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่มีระยะเวลาหลักสูตรแตกต่างกันมีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22: ตารางการวิเคราะห์ความแตกต่างของระยะเวลาหลักสูตรมีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ระยะเวลาหลักสูตร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig
หลักสูตรต่อเนื่อง 2 ปี	4	3.910	.306	.114	.892
หลักสูตร 4 ปี	354	3.947	.731		
หลักสูตร 5 ปี	42	3.890	.870		
รวม	400	3.940	.743		

จากตารางที่ 4.22 การวิเคราะห์ความแตกต่างของระยะเวลาหลักสูตรมีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน พบว่า ปฏิเสธสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (F .114, Sig .892)

สมมติฐานข้อที่ 2.4 นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่มีระดับชั้นปีแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23: ตารางการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับชั้นปีที่มีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวม
 เครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ระดับชั้นปี	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig
ชั้นปีที่ 1	89	3.796	.720	.114	.892
ชั้นปีที่ 2	144	3.973	.745		
ชั้นปีที่ 3	115	4.007	.713		
ชั้นปีที่ 4	49	3.920	.844		
ชั้นปีที่ 5	3	4.393	.319		
รวม	400	3.940	.743		

จากตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับชั้นปีที่มีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 (F .114, Sig .892)

สมมติฐานข้อที่ 2.5 นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่มีคณะวิชาแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24: ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนของคณะวิชาที่มีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวม
 เครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

คณะวิชา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig
บริหารธุรกิจ	125	3.845	.741	1.648	.100
ศิลปศาสตร์	20	4.013	.779		
วิศวกรรมศาสตร์	22	3.723	.735		
นิเทศศาสตร์	44	4.057	.655		
วิทยาการจัดการ	25	4.054	.780		

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.24 (ต่อ): ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนของคณะวิชาที่มีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวม
 เครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

คณะวิชา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig
นวัตกรรมการจัด การเกษตร	21	4.385	.501	1.648	.100
ศึกษาศาสตร์	42	3.853	.871		
อุตสาหกรรมเกษตร	56	3.912	.774		
การจัดการธุรกิจอาหาร	27	3.882	.693		
การจัดการโลจิสติกส์ และการคมนาคมขนส่ง	18	4.10	.629		
รวม	400	3.940	.743		

จากตารางที่ 4.24 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) ของคณะวิชาที่มีทัศนคติ
 มีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน
 พบว่า ปฏิเสธสมมติฐาน ระดับนัยสำคัญ 0.05 (F 1.648, Sig .100)

สมมติฐานข้อที่ 2.6 นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่มีรายได้แตกต่างกัน
 มีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25: ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนของรายได้มีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบ
 ของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig
น้อยกว่า 5,000 บาท	96	3.715	.682	17.849	.000
5,001–10,000 บาท	173	3.795	.757		
10,001–15,000 บาท	95	4.354	.625		
15,001 บาทขึ้นไป	36	4.146	.643		
รวม	400	3.940	.743		

จากตารางที่ 4.25 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) ของรายได้มีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน พบว่ายอมรับสมมติฐาน ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($F 17.849$, $Sig .000$)

ตารางที่ 4.26: ตารางวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ของรายได้มีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

รายได้		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig
10,001–15,000 บาท	น้อยกว่า 5,000 บาท	.638	.101	.000
	5,001–10,000 บาท	.559	.089	.000
15,001 บาทขึ้นไป	น้อยกว่า 5,000	.431	.136	.010

จากตารางที่ 4.26 การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ของรายได้มีทัศนคติที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ด้วยวิธีทางสถิติ Tukey พบว่า มีความแตกต่างเพียง 3 คู่คือ 1) นักศึกษารายได้ 10,001–15,00 บาท มีทัศนคติแตกต่างกับนักศึกษารายได้ น้อยกว่า 5,000 บาท 2) นักศึกษารายได้ 10,001–15,000 บาท มีทัศนคติแตกต่างกับนักศึกษารายได้ 5,001–10,000 บาท และ 3) นักศึกษารายได้ 15,001 บาทขึ้นไป มีทัศนคติแตกต่างกับนักศึกษารายได้น้อยกว่า 5,000 บาท

สมมติฐานข้อที่ 3 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3.1 นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27: ตารางการวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	T	df	Sig
ชาย	166	4.22	.745	2.931	.398	.004
หญิง	234	4.00	.761			

จากตารางที่ 4.27 การวิเคราะห์ความแตกต่างของเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (T 2.931, Sig .004)

สมมติฐานข้อที่ 3.2 นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28: ตารางการวิเคราะห์ความแตกต่างของช่วงอายุต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ช่วงอายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	T	df	Sig
18-22 ปี	375	4.081	.763	-1.228	398	.220
23 ปีขึ้นไป	25	4.275	.794			

จากตารางที่ 4.28 การวิเคราะห์ความแตกต่างของช่วงอายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ พบว่า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ แตกต่างกัน ไม่ยอมรับสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (T -1.228, Sig .220)

สมมติฐานข้อที่ 3.3 นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่มีระยะเวลาหลักสูตรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29: ตารางการวิเคราะห์ความแตกต่างของระยะเวลาหลักสูตรต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ระยะเวลาหลักสูตร	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig
หลักสูตรต่อเนื่อง 2 ปี	4	4.722	.484	1.587	.206
หลักสูตร 4 ปี	354	4.078	.763		
หลักสูตร 5 ปี	42	4.161	.786		
รวม	400	4.093	.765		

จากตารางที่ 4.29 การวิเคราะห์ความแตกต่างของระยะเวลาหลักสูตรต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ พบว่า ระยะเวลาหลักสูตรที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ แตกต่างกัน ปฏิเสธสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (F 1.587, Sig .206)

สมมติฐานข้อที่ 3.4 นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่มีระดับชั้นปีแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน ตารางที่ 4.30: ตารางการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับชั้นปีต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ระดับชั้นปี	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig
ชั้นปีที่ 1	89	3.907	.799	3.322	.011
ชั้นปีที่ 2	144	4.150	.751		
ชั้นปีที่ 3	115	4.058	.743		
ชั้นปีที่ 4	49	4.297	.737		
ชั้นปีที่ 5	3	4.889	.192		
รวม	400	4.093	.765		

จากตารางที่ 4.30 การวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับชั้นปีต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ พบว่า ระยะเวลาหลักสูตรที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ที่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (F 3.322, Sig .011)

ตารางที่ 4.31: ตารางวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับชั้นปีของนักศึกษาต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ระดับชั้นปี		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig
ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 4	-.389	.134	.033
ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 1	-.389	.134	.033

จากตารางที่ 4.31 การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับชั้นปีของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ด้วยวิธีทางสถิติ Tukey พบว่า มีความแตกต่างเพียง 2 คู่ คือ 1) นักศึกษาระดับชั้นปีที่ 1 มีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาแตกต่างกับนักศึกษาระดับชั้นปีที่ 4 และ 2) นักศึกษาระดับชั้นปีที่ 3 มีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาแตกต่างกับนักศึกษาชั้นปีที่ 1

สมมติฐานข้อที่ 3.5 นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่มีคณะวิชาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32: ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนของคณะวิชาต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

คณะวิชา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig
บริหารธุรกิจ	125	4.073	.769	1.316	.227
ศิลปศาสตร์	20	3.927	.908		
วิศวกรรมศาสตร์	22	4.0152	1.019		
นิเทศศาสตร์	44	4.313	.635		
วิทยาการจัดการ	25	4.297	.683		
นวัตกรรมการจัดการ เกษตร	21	4.158	.810		
ศึกษาศาสตร์	42	4.232	.718		
อุตสาหกรรมเกษตร	56	3.942	.794		
การจัดการธุรกิจอาหาร	27	3.946	.588		
การจัดการโลจิสติกส์และ การคมนาคมขนส่ง	18	3.98	.746		
รวม	400	4.093	.765		

จากตารางที่ 4.32 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) ของคณะวิชา ต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ พบว่า ระยะเวลาหลักสูตรที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ไม่แตกต่างกัน ปฏิเสธสมมติฐาน ระดับนัยสำคัญ 0.05 (F 1.316 Sig .227)

สมมติฐานข้อที่ 3.6 นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33: ตารางวิเคราะห์ความแปรปรวนของรายได้ต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของ นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	SD	F	Sig
น้อยกว่า 5,000 บาท	96	3.81	.769	22.158	.000
5,001-10,000 บาท	173	3.959	.756		
10,001-15,000 บาท	95	4.582	.456		
15,001 บาทขึ้นไป	36	4.191	.856		
รวม	400	4.093	.765		

จากตารางที่ 4.33 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) ของรายได้ต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ พบว่า ระยะเวลาหลักสูตรที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (F 22.168, Sig .000)

ตารางที่ 4.34: ตารางวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ของรายได้ของนักศึกษาต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

รายได้		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig
น้อยกว่า 5,000 บาท	10,001-15,000 บาท	-.767	.102	.000
	15,001 บาทขึ้นไป	-.376	.138	.035
5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	-.622	.0907	.000
15,001 บาทขึ้นไป	10,001-15,000 บาท	-.391	.139	.027

จากตาราง 4.34 การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ของรายได้นักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ด้วยวิธีทางสถิติ Tukey พบว่า มีความแตกต่างเพียง 4 คู่ คือ 1) นักศึกษารายได้น้อยกว่า 5,000 บาท มีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาแตกต่างกับนักศึกษารายได้ 10,001–15,000 บาท 2) นักศึกษารายได้น้อยกว่า 5,000 บาท มีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาแตกต่างกับนักศึกษารายได้ 15,001 บาทขึ้นไป 3) นักศึกษารายได้ 5,001–10,000 บาท มีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาแตกต่างกับ นักศึกษารายได้ 10,001–15,000 บาท และ 4) นักศึกษารายได้ 15,001 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาแตกต่างกับนักศึกษารายได้ 10,001–15,000 บาท

สมมติฐานข้อที่ 4 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ตารางที่ 4.35: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์	พฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์		ระดับความสัมพันธ์
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	
การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์	.667	.000	ระดับสูง

จากตารางที่ 4.35 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของ Pearson พบว่า ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (R .667, Sig .000) การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ อยู่ในระดับ มีความสัมพันธ์สูง

ตารางที่ 4.36: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่มี
ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการ
ปัญญาภิวัฒน์

การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์	พฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์		ระดับ ความสัมพันธ์
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	
ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับ การแต่งกายชุดนักศึกษา จากเฟซบุ๊ก	.504	.000	ระดับปานกลาง
ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับ การแต่งกายชุดนักศึกษา แอปพลิเคชัน	.537	.000	ระดับปานกลาง
ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับ การแต่งกายชุดนักศึกษา จากอีเมล	.564	.000	ระดับปานกลาง
ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับ การแต่งกายชุดนักศึกษา จากป้ายรณรงค์	.452	.000	ระดับปานกลาง
ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับ การแต่งกายชุดนักศึกษา จากสื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่ และบุคลากร)	.531	.000	ระดับปานกลาง
ท่านจะเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับ การแต่งกายชุดนักศึกษาทาง ป้ายรณรงค์และสื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่และบุคลากร)	.564	.000	ระดับปานกลาง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.36 (ต่อ): การวิเคราะห์ความสัมพันธ์การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่มี
ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการ
ปัญญาภิวัฒน์

การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์	พฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์		ระดับ ความสัมพันธ์
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	
ท่านจะเปิดรับข้อมูลเพื่อ ทราบถึงกิจกรรมส่งเสริม การสวมชุดนักศึกษา ทางออนไลน์	.561	.000	ระดับปานกลาง
ท่านจะเปิดรับข้อมูลเพื่อ ทราบถึงกิจกรรมส่งเสริม การสวมชุดนักศึกษาทาง ป้ายรณรงค์และสื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่และบุคลากร)	.555	.000	ระดับปานกลาง

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.36 พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ คือ ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกายชุดนักศึกษาจากอีเมล ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = .564$, Sig. .000) ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ท่านจะเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกายชุดนักศึกษาทางป้ายรณรงค์และสื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่และบุคลากร) ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = .564$, Sig. .000) ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา ท่านจะเปิดรับข้อมูลเพื่อทราบถึงกิจกรรมส่งเสริมการสวมชุดนักศึกษาทางออนไลน์ ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = .561$, Sig. .000) ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา ท่านจะเปิดรับข้อมูลเพื่อทราบถึงกิจกรรมส่งเสริมการสวมชุดนักศึกษาทางป้ายรณรงค์และสื่อบุคคล ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = .555$, Sig. .000) ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกายชุดนักศึกษาแอปพลิเคชัน ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = .537$, Sig. .000) ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับ

การแต่งกายชุดนักศึกษาจากสื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่และบุคลากร) ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = .531$, Sig .000) ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกายชุดนักศึกษาจากเฟซบุ๊ก ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = .504$, Sig .000) ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง และท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกายชุดนักศึกษาจากป้ายรณรงค์ รองลงมา ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกายชุดนักศึกษาจากป้ายรณรงค์ ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = .452$, Sig .000) ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

สมมติฐานข้อที่ 5 ทศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ตารางที่ 4.37: การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของทศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ทศนคติการสวมเครื่องแบบ	พฤติกรรมการสวมเครื่องแบบ		ระดับความสัมพันธ์
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	
ค่านิยมในการแต่งกายในสังคมปัจจุบันของสังคม มีผลต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษา	.110	.028	ระดับต่ำมาก
การสวมเครื่องแบบนักศึกษาตามกฎระเบียบช่วยสร้างความมั่นใจในตัวเอง	.195	.000	ระดับต่ำมาก
การสวมเครื่องแบบนักศึกษาเป็นสิ่งที่ทำให้เราภูมิใจในสถาบัน	.180	.000	ระดับต่ำมาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.37 (ต่อ): การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวม
 เครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ทัศนคติการสวม เครื่องแบบ	พฤติกรรมการสวมเครื่องแบบ		ระดับความสัมพันธ์
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	
ท่านคิดว่าเครื่องแบบ นักศึกษาทันสมัย	.227	.000	ระดับต่ำ
ท่านคิดว่าเครื่องแบบ นักศึกษาสถาบันมี ความเหมาะสมที่ใส่ มาเรียน	.266	.000	ระดับต่ำ
ท่านคิดว่าการสวม เครื่องแบบนักศึกษา เป็นเรื่องที่สมควร ให้ความร่วมมือ	.266	.000	ระดับต่ำ
ท่านรู้สึกไม่ชอบผู้ที่ สวมชุดนักศึกษาที่ ผิดระเบียบกฎสถาบัน	.324	.000	ระดับต่ำ
การออกกฎให้นักศึกษา สวมเครื่องแบบนักศึกษา ถูกระเบียบ เป็นการ กระตุ้นให้นักศึกษามี ค่านิยมการแต่งกายที่ดี	.281	.000	ระดับต่ำ
ท่านคิดว่าปัจจัยทางด้าน รายได้มีผลต่อการสวม เครื่องแบบนักศึกษา	.234	.000	ระดับต่ำ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.37 (ต่อ): การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ทัศนคติการสวมเครื่องแบบ	พฤติกรรมการสวมเครื่องแบบ		ระดับความสัมพันธ์
	Pearson Correlation (r)	Sig. (2-tailed)	
ท่านสนับสนุนให้นักศึกษาแต่งกายให้ถูกต้องตามกฎของสถาบัน	.335	.000	ระดับต่ำ
ชุดนักศึกษาที่รัดรูป การสวมรองเท้าแตะ เข้าชั้นเรียน ขัดต่อระเบียบของสถาบัน	.214	.000	ระดับต่ำ

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.37 พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ คือ ท่านสนับสนุนให้นักศึกษาแต่งกายให้ถูกต้องตามกฎของสถาบัน ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = .335$, Sig .000) ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ รองลงมา ท่านรู้สึกไม่ชอบผู้ที่สวมชุดนักศึกษาที่ผิดระเบียบกฎสถาบัน ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = .324$, Sig .000) ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ รองลงมา การออกกฎให้นักศึกษาสวมเครื่องแบบนักศึกษาถูกระเบียบเป็นการกระตุ้นให้นักศึกษามีค่านิยมการแต่งกายที่ดี ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = .281$, Sig .000) ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ รองลงมา ท่านคิดว่าเครื่องแบบนักศึกษาสถาบันมีความเหมาะสมที่ใส่มาเรียน ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = .266$, Sig .000) ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ ท่านคิดว่าการสวมเครื่องแบบนักศึกษาเป็นเรื่องที่สมควรให้ความร่วมมือ ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = .266$, Sig .000) ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ ท่านคิดว่าปัจจัยทางด้านรายได้มีผลต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษา ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = .234$, Sig .000) ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ รองลงมา ท่านคิดว่าเครื่องแบบนักศึกษาทันสมัย ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = .227$, Sig .000) ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ รองลงมาชุดนักศึกษาที่รัดรูป การสวมรองเท้าแตะเข้าชั้นเรียน ขัดต่อระเบียบของสถาบัน ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

($r = .214$, $Sig = .000$) ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ รองลงมาการสวมเครื่องแบบนักศึกษาตามกฎระเบียบช่วยสร้างความมั่นใจในตัวเอง ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = .195$, $Sig = .000$) ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก รองลงมา การสวมเครื่องแบบนักศึกษาเป็นสิ่งที่ทำให้เราภูมิใจในสถาบัน ยอมรับสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = .180$, $Sig = .000$) ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก รองลงมา ค่านิยมในการแต่งกายในสังคมปัจจุบันของสังคมมีผลต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษา ปฏิเสธสมมติฐานวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ($r = .110$, $Sig = .028$) ระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก



บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อและทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของ นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์” ใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ นักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ทั้งเพศชายและเพศหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ชั้นปี 1-4 ประจำปีการศึกษา 2562 จำนวน 400 คน ประกอบด้วย 10 คณะวิชา คือ 1) คณะบริหารธุรกิจ 2) คณะศิลปศาสตร์ 3) คณะวิศวกรรมศาสตร์ 4) คณะนิเทศศาสตร์ 5) คณะวิทยาการจัดการ 6) คณะนวัตกรรมการจัดการเกษตร 7) คณะศึกษาศาสตร์ 8) คณะอุตสาหกรรมเกษตร 9) คณะการจัดการธุรกิจอาหาร และ 10) คณะการจัดการโลจิสติกส์และการคมนาคมขนส่ง การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากร (One-way ANOVA) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (t-test) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะของการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัยและการทดสอบสมมติฐาน

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อและทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ผลวิจัยที่น่าสนใจมีดังต่อไปนี้

ลักษณะทั่วไปของนักศึกษากลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ช่วงอายุระหว่าง 18-22 ปี ที่มีระยะเวลาหลักสูตร 4 ปี มากที่สุด กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปี 2 เป็นส่วนใหญ่ และศึกษาอยู่ในคณะบริหารธุรกิจมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 1 เพศ ช่วงอายุ ระยะเวลาหลักสูตร ระดับชั้นปี คณะวิชา และรายได้ ของกลุ่มตัวอย่างนั้นมีพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งยอมรับสมมติฐาน ช่วงอายุที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน ปฏิเสธสมมติฐาน ระยะเวลาหลักสูตรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน ปฏิเสธสมมติฐาน ชั้นปีการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน ซึ่งยอมรับ

สมมติฐาน และคณะวิชาที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ไม่แตกต่างกัน ปฏิเสธสมมติฐาน รายได้ที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน ยอมรับสมมติฐาน

ในส่วนความแตกต่างเป็นรายคู่ของระดับชั้นของนักศึกษาและการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ผลวิจัยพบว่า การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ ด้วยวิธี Tukey พบว่า มีความแตกต่าง 1 คู่ คือ นักศึกษาระดับชั้นปีที่ 1 มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างจาก นักศึกษาชั้นปีที่ 4

ในส่วนความแตกต่างรายคู่ของรายได้ของนักศึกษาและการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ผลวิจัยพบว่า การวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีทางสถิติ Tukey พบว่า มีความแตกต่างเพียง 2 คู่ คือ 1) นักศึกษารายได้ 10,001–15,000 บาท มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกับ นักศึกษารายได้น้อยกว่า 5,000 บาท และ 2) นักศึกษารายได้ 10,001–15,000 บาท มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกับนักศึกษารายได้ 5,001–10,000 บาท

ผลการทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 2 พบว่า ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์แตกต่างกันไปด้วย

ผลการทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 3 พบว่า ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ดังนี้ เพศ ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาที่แตกต่างกัน ช่วงอายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาที่ไม่แตกต่างกัน ระยะเวลาหลักสูตรที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาที่ไม่แตกต่าง ระดับชั้นปีที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาที่แตกต่างกัน คณะวิชาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาที่ไม่แตกต่างกัน รายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 4 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ พบว่า มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง และพบว่านักศึกษามีการค้นหาข้อมูลทางอีเมล สื่อบุคคล และเปิดรับข้อมูลเพื่อทราบถึงกิจกรรมส่งเสริมการสวมชุดนักศึกษาทางออนไลน์

ผลการทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 5 ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ พบว่า นักศึกษามีทัศนคติที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษายู่ในเกณฑ์ต่ำ และรองลงมาคือ ต่ำมาก และพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาจะสนับสนุนให้มีการสวมเครื่องแต่งการนักศึกษาให้ถูกระเบียบและการออกกฎให้นักศึกษาสวมเครื่องแบบนักศึกษาถูกระเบียบ เป็นการกระตุ้นให้นักศึกษามีค่านิยมการแต่งกายที่ดี ซึ่งการสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบันนั้นเหมาะสมที่จะใส่มาเรียน และปัจจัยอย่างหนึ่งที่นักศึกษา

ไม่สามารถใส่ชุดนักศึกษาเข้ามาเรียนได้คือ รายได้ของนักศึกษาที่ต่ำ และการออกหากพบเห็นผู้ที่ไม่สวมเครื่องแบบนักศึกษาเข้ามาเรียน กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาจะรู้สึกไม่ชอบ รวมถึงการสวมร้องทำแตะเข้าชั้นเรียน ขัดต่อระเบียบสถาบัน นั้นไม่สมควรทำและขัดต่อกฎของสถาบัน และค่านิยมในการแต่งกายในสังคมปัจจุบันของสังคมนั้นไม่มีผลต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษา

5.2 อภิปรายผล

จากผลวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อและทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์” สามารถอภิปรายผลในประเด็นดังต่อไปนี้

จากผลวิจัยลักษณะทางประชากร พบว่า ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างในด้านเพศ อายุ ระยะเวลาหลักสูตร ระดับชั้นปี คณะวิชา และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความสัมพันธ์กับการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ที่แตกต่างกัน

ในส่วนช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับผลวิจัยของ ศวิตา ธรรมพิทักษ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมการแต่งกายตามกฎของนิสิตนักศึกษา มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ลักษณะทางประชากรของนิสิต นักศึกษา อันประกอบไปด้วย เพศ ประเภทมหาวิทยาลัย และสาขาวิชาที่ศึกษาแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวกับการแต่งกายตามกฎของมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน การเปิดข่าวสารเกี่ยวกับ การแต่งกายตามกฎ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการแต่งกายตามกฎ การเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการแต่งกายตามกฎ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมแต่งกายตามกฎ ความรู้เกี่ยวกับการแต่งกายตามกฎ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติเกี่ยวกับการแต่งกายตามกฎ ความรู้เกี่ยวกับ การแต่งกายตามกฎ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการแต่งกายตามกฎ นิสิตนักศึกษาที่มีเพศ อายุ และชั้นปีที่ศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการแต่งกายตามกฎแตกต่างกัน ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของผู้วิจัยว่า การแต่งกายตามกฎมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการแต่งกายตามกฎ ลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน ทำให้การเปิดรับข่าวสารการสวมเครื่องแบบนักศึกษาได้แตกต่างกันไป รวมถึงทัศนคติและพฤติกรรม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภาพร รวีสุทธิกุล (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรมการใช้เน็ตบุ๊กในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยผลวิจัยพบว่า ลักษณะประชากร อันได้แก่ เพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับสื่อข่าวสารแตกต่างกัน เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของ ณัฐชามณีย์ สุวิทย์พันธ์ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว

ชาวไทย” ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน

จากผลวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากการศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างในภาครวมนั้นอยู่ในระดับดี เมื่อจำแนกย่อยตามประเภทสื่อที่พบพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักศึกษาเลือกรับสื่อบุคคลมากที่สุด และรองลงมาจะเป็นเลือกรับสื่อจากทางเฟซบุ๊ก ซึ่งในแง่สื่อออนไลน์ถือว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางเฟซบุ๊กมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาณุวัฒน์ กองราช (2554) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย: กรณีศึกษา Facebook” พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอัตราการใช้เฟซบุ๊ก 1-5 ครั้งต่อสัปดาห์ ในการใช้แต่ละครั้งใช้เวลา 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง โดยที่ส่วนใหญ่ใช้บริการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีในสื่อเฟซบุ๊ก ซึ่งหากเปรียบเทียบกับสื่อออนไลน์ต่าง ๆ กลุ่มตัวอย่าง มีการใช้งานสื่อเฟซบุ๊กมากที่สุด

ทัศนคติต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ พบว่า ทัศนคติต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ของกลุ่มตัวอย่างในภาครวมนั้นอยู่ในระดับดี กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ที่แตกต่างกันทัศนคติต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษา จึงแตกต่างกัน และพบว่ากลุ่มตัวอย่างไม่ได้รู้สึกภูมิใจเมื่อสวมเครื่องแบบนักศึกษาแต่รู้สึกว่าจะต้องให้ความร่วมมือและช่วยสร้างความมั่นใจให้กับตัวเองและชุดนักศึกษาเหมาะกับการเรียนการและพร้อมให้ความสนับสนุนกิจกรรมสอนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Prescott (1961) ที่พบว่า พฤติกรรมการปฏิบัติหนึ่ง ๆ เป็นผลมาจากทัศนคติหลายอย่าง ทั้งนี้เนื่องมาจากเมื่อกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติดีหรือทัศนคติเชิงบวกต่อการแต่งกายเครื่องแบบนักศึกษาที่ถูกกระแสบีบหลาย ๆ อย่าง เช่น แต่งแล้วดูมีความมั่นใจ แต่งแล้วดูมีเกียรติ สถาบันดูเรียบร้อย และเหมาะสมกับการเรียน

พฤติกรรมต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ พบว่า พฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาของกลุ่มตัวอย่างในภาครวมนั้นอยู่ในระดับดี กลุ่มตัวอย่างจะสวมเครื่องแบบนักศึกษาทุกครั้งเมื่อเข้ามาติดต่ออาจารย์และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และหากสวมเครื่องแบบนักศึกษาผิดระเบียบ เมื่อมีอาจารย์ตักเตือนจะยอมรับความผิด ซึ่งนักศึกษาได้มีความรู้ถึงกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) ซึ่งพบว่า พฤติกรรมเป็นการแสดงที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลในพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติของบุคคลที่ส่งผลไปยังพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป เนื่องจากการมีความรู้และทัศนคติแตกต่างกัน ความแตกต่างกันจากการแปลความหมายของสารที่ตนได้รับ จึงก่อให้เกิดพฤติกรรมที่แตกต่างกันในสังคม

5.3 ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้นำประเด็นที่เป็นข้อค้นพบมาเสนอแนะมีดังนี้

ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

5.3.1 จากผลวิจัยพบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีผลกับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ดังนั้น ควรมุ่งเน้นไปยังกฎระเบียบให้ปรับเปลี่ยนและเพิ่มเติมให้สามารถสวมเครื่องแบบสุภาพภาพให้สามารถเข้าสถาบันและสามารถสวมใส่เพื่อเข้าเรียนได้ และเพื่อให้เกิดประสิทธิผลที่สูงสุดสถาบันต้องเร่งดำเนินการปรับกฎระเบียบเพื่อให้เท่าทันและลดปัญหาต่อการกำหนดนโยบายการแต่งกายเครื่องแบบนักศึกษาให้ถูกระเบียบของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ได้

5.3.2 ในส่วนของการพิจารณาการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ จากผลวิจัยพบว่า สื่อที่มีอิทธิพลหรือมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมแต่งกายที่ถูกระเบียบของสถาบัน ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ (Online Social Media) สื่ออินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์) สื่อบุคคล ตามลำดับ ดังนั้นมหาวิทยาลัยจึงควรมุ่งเน้นหรือกำหนดให้มีสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม สื่ออินเทอร์เน็ต (เว็บไซต์) ของมหาวิทยาลัยเอง เพื่อจะควบคุมเนื้อหาในสื่อได้ด้วย ทั้งนี้ต้องประชาสัมพันธ์ให้นักศึกษารู้จักกันอย่างแพร่หลายด้วย

5.3.3 เนื้อหาที่ใช้ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ควรเน้นไปยังสื่อเกี่ยวกับการขอความร่วมมือการแต่งกายชุดนักศึกษาที่ถูกระเบียบ และเมื่อแต่งกายชุดนักศึกษาทำให้ดูมั่นใจในตัวเองมากขึ้น รวมถึงผลิตสื่อกิจกรรมเพื่อให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการเป็นส่วนหนึ่งของสถาบัน

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรขยายกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยในสังกัดรัฐบาลหรือสังกัดเอกชน หรือนักศึกษาในจังหวัดอื่น ๆ ต่อไป และขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังพนักงานในสังกัดรัฐบาลหรือเอกชน เพื่อศึกษาการสวมเครื่องแบบในการทำงาน เพื่อนำไปใช้เปรียบเทียบความแตกต่างในผลการวิจัย และจะได้มาใช้ประโยชน์ในการวางแผนและเลือกใช้สื่อให้สอดคล้องกับลักษณะทางประชากรต่อไป

บรรณานุกรม

- กิติมา สุรสสนธิ. (2533). *ความรู้ทางการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนัญญา เกษนันทน์. (2556). *รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อ และการยอมรับนวัตกรรมของผู้บริโภคสูงอายุ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐชามณูช สุกิตยพันธ์. (2545). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนิกานต์ บุญสถาพรชัยกุล. (2545). *การเปิดรับข่าวสารกับความรู้และความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อโครงการธนาคารประชาชน (People Bank)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- บุญสม ศรีกศรีน และชัยศักดิ์ คล้ายแดง. (2555). *พฤติกรรมการแต่งชุดนักศึกษาของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- ประมะ สตะเวทิน. (2541). *การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9-15 (Principles and theories of Communication)*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประภาพร รวีสุทธิกุล. (2552). *การเปิดรับสื่อ ความรู้ความเข้าใจ และพฤติกรรมการใช้เน็ตบุ๊กในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประภาพรณีย์ สุวรรณ. (2520). *ทัศนคติการวัดและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอนามัย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: พิระพัธนา.
- ประวัติศาสตร์ชูดนินิต. (2556). สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/universitypopular/mhawithyalay-culalngkrn/saylaksn-mhawithyalay/prawatisastr-chud-nisit>.
- พัชรินทร์ สังข์ขาว. (2549). *ทัศนคติที่มีต่อเครื่องแบบของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย: กรณีศึกษา Facebook*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2554). *ปั่นแบรนด์ให้รวยด้วย Facebook*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- มุกดา ศรียงค์, นวลศิริ เปาโรหิตย์, สิริวรรณ สารธนาศ, สุวิไล เรียงวัฒนสุข และนิภา แก้วศรีงาม. (2553). *จิตวิทยาทั่วไป* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ยุพดี ฐิติกุลเจริญ. (2537). *ทฤษฎีการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ระเบียบสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ว่าด้วยเครื่องแต่งกายนักศึกษา พ.ศ. 2554. (2562). กรุงเทพฯ: สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- ศวิตา ธรรมพิทักษ์. (2550). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมกรรมการแต่งกายตามกฎของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศักดิ์ สุนทรเสณี. (2531). *เจตคติ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์รุ่งวัฒนา.
- ศิริพร กนกชัยสกุล. (2553). *เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking Website)*. สืบค้นจาก https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec_09/pdf/29-32.pdf.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2553). *แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม*. สืบค้นจาก <http://www.novabizz.com/NovaAce/Attitude.htm>.
- สำนักกิจการนักศึกษา (สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์). (2562). สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/pimstudentaffairs/>.
- โสภิตสุดา มงคลเกษม. (2539). *พฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม การคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขี่รถยนต์ ในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เหมือนตะวัน สุทธิวิวัฒน์. (2559). *การเปิดรับ ความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมของผู้ชมรายการ ต่อดิจิทัลทีวีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *กลยุทธ์การตลาด*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อิศเรศ คำแหง. (2553). *การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของมูลนิธิเมาไม่ขับ*. วิทยานิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Atkins, C. K. (1972). Anticipated communication and mass media information seeking. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 188–199.
- Prescott, D. A. (1961). *Report of conference on child study, education bulletin*. Bangkok: Chulalongkorn University.

Rogers, D. (1978). *The psychology of adolescence*. New York: Appleton Century-Crofts.





แบบสอบถาม

เรื่อง

การเปิดรับสื่อและทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษา
สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อและทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ ซึ่งจะสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการผลิตสื่อรณรงค์การสวมเครื่องแบบของนักศึกษา

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำแนะนำ: กรุณาตอบแบบสอบถาม โดยเลือกตัวเลือกที่ตรงกับคำตอบ และความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ระบุ

3. หลักสูตร

หลักสูตรต่อเนื่อง 2 ปี

หลักสูตร 4 ปี

หลักสูตร 5 ปี

4. ศึกษาอยู่ชั้นปีที่

ชั้นปีที่ 1

ชั้นปีที่ 2

ชั้นปีที่ 3

ชั้นปีที่ 4

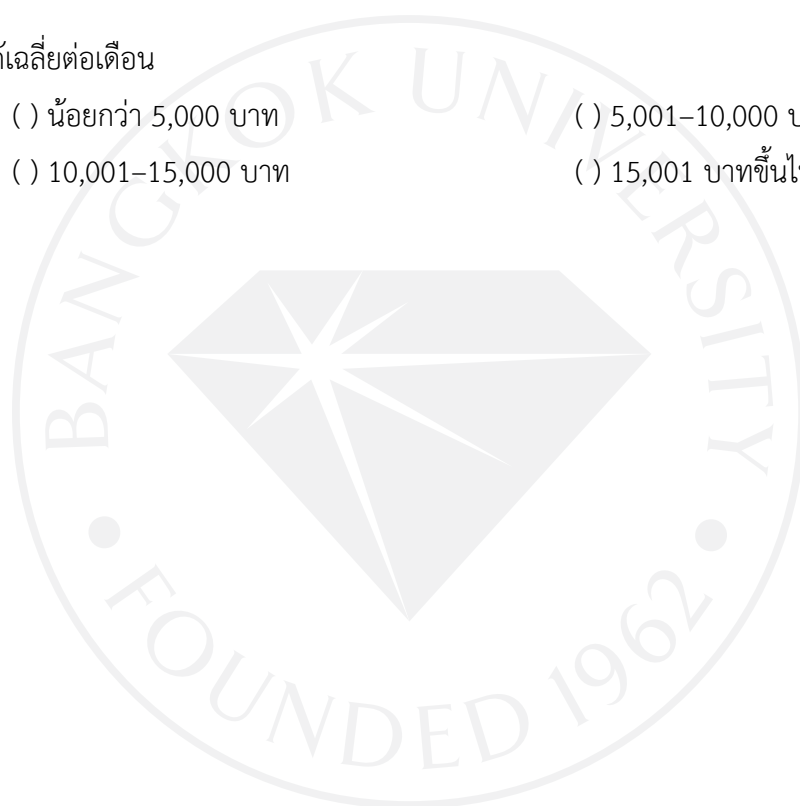
ชั้นปีที่ 5

5. คณะวิชา

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> คณะบริหารธุรกิจ | <input type="checkbox"/> คณะศิลปศาสตร์ |
| <input type="checkbox"/> คณะวิศวกรรมศาสตร์ | <input type="checkbox"/> คณะนิเทศศาสตร์ |
| <input type="checkbox"/> คณะวิทยาการจัดการ | <input type="checkbox"/> คณะนวัตกรรมการจัดการเกษตร |
| <input type="checkbox"/> คณะศึกษาศาสตร์ | <input type="checkbox"/> คณะอุตสาหกรรมเกษตร |
| <input type="checkbox"/> คณะการจัดการธุรกิจอาหาร | <input type="checkbox"/> คณะการจัดการโลจิสติกส์และการ
คมนาคมขนส่ง |

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 5,001–10,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 10,001–15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 15,001 บาทขึ้นไป |



ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การสวมเครื่องแบบ
นักศึกษา

นักศึกษามีพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ที่เกี่ยวกับการสวมเครื่องแบบนักศึกษาจากสื่อใด มากหรือน้อยเพียงไร

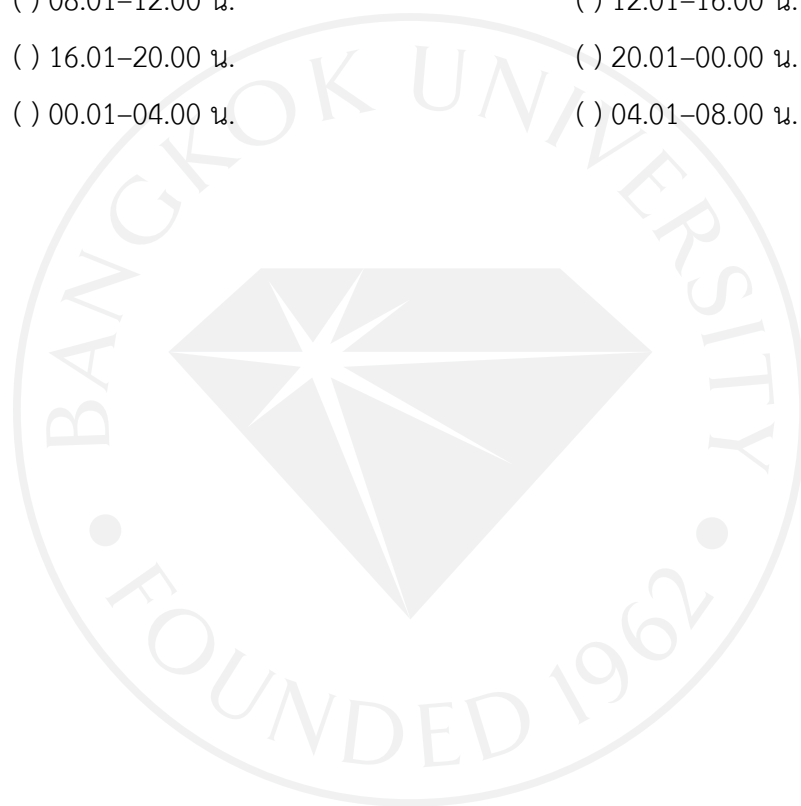
สื่อ	ระดับการเปิดรับสื่อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7. ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกาย ชุดนักศึกษาจากเว็บไซต์					
8. ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกาย ชุดนักศึกษาจากเฟซบุ๊ก					
9. ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกาย ชุดนักศึกษาจากแอปพลิเคชัน					
10. ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกาย ชุดนักศึกษาจากอีเมล					
11. ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกาย ชุดนักศึกษาจากป้ายรณรงค์					
12. ท่านจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกาย ชุดนักศึกษาจากสื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่และ บุคลากร)					
13. ท่านจะเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งกาย ชุดนักศึกษาทางป้ายรณรงค์และสื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่และบุคลากร)					
14. ท่านจะเปิดรับข้อมูลเพื่อทราบถึงกิจกรรม ส่งเสริมการสวมชุดนักศึกษาทางออนไลน์					
15. ท่านจะเปิดรับข้อมูลเพื่อทราบถึงกิจกรรม ส่งเสริมการสวมชุดนักศึกษาทางป้าย รณรงค์และสื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่และ บุคลากร)					

16. ช่วงเวลาที่ท่านเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์การสวมเครื่องแบบนักศึกษาของสถาบันการจัดการ
ปัญญาวัฒน์ทางระบบออนไลน์

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 08.01–12.00 น. | <input type="checkbox"/> 12.01–16.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 16.01–20.00 น. | <input type="checkbox"/> 20.01–00.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 00.01–04.00 น. | <input type="checkbox"/> 04.01–08.00 น. |

17. ช่วงเวลาที่ท่านเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์การสวมเครื่องแบบนักศึกษาของสถาบันการจัดการ
ปัญญาวัฒน์ทางป้ายรณรงค์และสื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่และบุคลากร)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 08.01–12.00 น. | <input type="checkbox"/> 12.01–16.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 16.01–20.00 น. | <input type="checkbox"/> 20.01–00.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 00.01–04.00 น. | <input type="checkbox"/> 04.01–08.00 น. |



ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติการสวมเครื่องแบบนักศึกษา

นักศึกษามีทัศนคติอย่างไรต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษาของสถาบันการจัดการ
ปัญญาภิวัฒน์ มากหรือน้อยเพียงไร

ปัจจัยด้านทัศนคติ	ระดับทัศนคติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
18. ค่านิยมในการแต่งกายในสังคมปัจจุบันของสังคม มีผลต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษา					
19. การสวมเครื่องแบบนักศึกษาตามกฎระเบียบช่วยสร้างความมั่นใจในตัวเอง					
20. การสวมเครื่องแบบนักศึกษาเป็นสิ่งที่ทำให้เราภูมิใจในสถาบัน					
21. ท่านคิดว่าเครื่องแบบนักศึกษาทันสมัย					
22. ท่านคิดว่าเครื่องแบบนักศึกษาสถาบันมีความเหมาะสมที่ใส่มาเรียน					
23. ท่านคิดว่าการสวมเครื่องแบบนักศึกษาเป็นเรื่องที่สมควรให้ความร่วมมือ					
24. ท่านรู้สึกไม่ชอบ ผู้ที่สวมชุดนักศึกษาที่ผิดระเบียบกฎสถาบัน					
25. การออกกฎให้นักศึกษาสวมเครื่องแบบนักศึกษาถูกระเบียบ เป็นการกระตุ้นให้นักศึกษามีค่านิยมการแต่งกายที่ดี					
26. ท่านคิดว่าปัจจัยทางด้านรายได้มีผลต่อการสวมเครื่องแบบนักศึกษา					
27. ท่านสนับสนุนให้นักศึกษาแต่งกายให้ถูกต้องตามกฎหมายของสถาบัน					
28. ชุดนักศึกษาที่รัดรูป การสวมรองเท้าแตะเข้าชั้นเรียน ขัดต่อระเบียบของสถาบัน					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษา

ท่านมีพฤติกรรมการสวมเครื่องแบบนักศึกษาในโอกาสดังต่อไปนี้ มากหรือน้อยเพียงไร

ปัจจัยด้านพฤติกรรม	ระดับพฤติกรรม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
29. ท่านสวมเครื่องแบบของสถาบันเมื่อเข้าเรียนทุกครั้ง					
30. การสวมเครื่องแบบต้องสวมให้ถูกต้องทุกชิ้น					
31. ท่านจะสวมเครื่องแบบนักศึกษาทุกครั้งเมื่อเข้ามาติดต่อกับอาจารย์และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง					
32. ท่านจะชักชวนเพื่อน ๆ สวมเครื่องแบบนักศึกษา					
33. หากเพื่อน ๆ ไม่สวมชุดนักศึกษา ท่านจะอธิบายให้เพื่อน ๆ ของท่านเข้าใจว่าทำไมจึงต้องสวมชุดนักศึกษา					
34. หากเพื่อนสวมเครื่องแบบนักศึกษา ท่านจะสวมเครื่องแบบนักศึกษาตามเพื่อน					
35. หากท่านสวมชุดนักศึกษาผิดระเบียบ เมื่อมีอาจารย์ตักเตือนและหักคะแนนพฤติกรรม ท่านจะยอมรับความผิดได้					
36. หากมีอาจารย์หรือเจ้าหน้าที่มาแนะนำให้สวมเครื่องแบบนักศึกษา ท่านจะสวมเครื่องแบบนักศึกษา					
37. เมื่อท่านไม่สวมเครื่องแบบท่านจะไม่เข้ามาติดต่อในสถาบัน					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นายวิวรรธน์ ทองงามขำ
อีเมล	wiwut_chen@hotmail.com
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ คณะนิเทศศาสตร์ สาขาการโฆษณา เมื่อปีการศึกษา 2558 และได้เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ที่มหาวิทยาลัยกรุงเทพ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ เมื่อปี พ.ศ. 2562
ประสบการณ์การทำงาน	- พ.ศ. 2560-2561 เจ้าหน้าที่แนะแนว งานพัฒนาเครือข่ายโรงเรียน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ - พ.ศ. 2561-2562 ประสานงาน/ กราฟิกดีไซน์ บจก. เจนนิซิซเอดี - พ.ศ. 2562-ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่ งานวินัยนักศึกษา สำนักกิจการนักศึกษา สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 16... เดือน กันยายน... พ.ศ. 2563...

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว)..... วิวรรธน์ ทองงามข้า..... อยู่บ้านเลขที่ 603/116.....
ซอย..... รังสิต-ปทุมธานี43..... ถนน..... รังสิต-ปทุมธานี..... ตำบล/แขวง..... บางพูน.....
อำเภอ/เขต..... เมือง..... จังหวัด..... ปทุมธานี..... รหัสไปรษณีย์..... 12000.....
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว..... 7620300033.....

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร..... นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต..... สาขาวิชา..... การสื่อสารเชิงกลยุทธ์..... คณะ..... นิเทศศาสตร์.....

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 9/1 หมู่ 5 ถนนพหลโยธิน ตำบลคลองหนึ่ง อำเภอคลองหลวง จังหวัด
ปทุมธานี 12120 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์
หัวข้อ..... การเปิดรับสื่อและทัศนคติ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมกรสวมเครื่องแบบของนักศึกษาสถาบัน.....
การจัดการปัญญาภิวัฒน์.....

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร..... นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต..... ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลา ในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อ
สาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนาฯ ให้ประโยชน์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดใน
ลักษณะทำนองเดียวกัน

ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิมีวัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้
อนุญาตให้ใช้สิทธิ เพื่อให้เป็นไปตามข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ของผู้
อนุญาตให้ใช้สิทธิตลอดไป โดยข้าพเจ้าในฐานะผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทำ
การจัดเก็บรวบรวม ใช้ หรือเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวของข้าพเจ้าได้

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความถูกต้องตรงกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยตลอดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้ต่อหน้าพยานเป็นสำคัญ และเก็บไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นายวิวรรธน์ ทองงามขำ)

ลงชื่อ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(ดร.อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ พยาน
(รองศาสตราจารย์ ดร.รัตนสุตา ปุณณะหิตานนท์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

ลงชื่อ พยาน
(อาจารย์วิรัตน์ รัตตากร)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย