

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง”การสำรวจภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ:ศึกษาเฉพาะกรณี 25 โรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรปราการ”(The Corporate Image Survey of Huachiew Chalermprakiet University:a case study of 25 upper secondary schools in Samutprakarn province) ได้ทำการวิจัยในเชิงปริมาณ(quantitative research)โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ(survey research)ความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการ โรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการและโรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ รวมทั้งสิ้น 6,147 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า เลือกกลุ่มตัวอย่างโรงเรียนละ 15 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 375 คน

ทั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อสำรวจการเคยหรือไม่เคยได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อสำรวจเหตุผลและความสนใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการที่เข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ตลอดจนเพื่อสำรวจภาพลักษณ์ปัจจุบันของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติตามความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการ

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ one sample t-testและ chi square ตลอดจนใช้ rating scale สำหรับเกณฑ์คำตอบ ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS PC for Window นำเสนอผลการวิจัยรูปของการบรรยาย

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยตามลำดับหัวข้อปัญหานำวิจัย กล่าวคือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง การเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชน การได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ การได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ การเคยหรือไม่เคยได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย เหตุผลเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ความสนใจเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ รวมทั้งความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อ

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ตลอดจนผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผลการวิจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น เพศ อายุ คณะแผนกเฉลี่ย อาชีพของผู้ปกครอง รายได้ของครอบครัวต่อเดือน

สำหรับผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	90	24.0
หญิง	285	76.0
รวม	375	100

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยครั้งนี้เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 76.0 ส่วนที่เหลือร้อยละ 24.0 เป็นเพศชาย

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
16 ปี	7	1.8
17 ปี	276	73.6
18 ปี	88	23.5
19 ปี	4	1.1
รวม	375	100

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 17 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.6 รองลงมาคือ อายุ 18 ปี ร้อยละ 23.5 อายุ 16 และ 19 ปี คือ ร้อยละ 1.8 และ 1.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคะแนนเฉลี่ย

คะแนนเฉลี่ย	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1.50	5	1.3
1.50-2.00	23	6.1
2.01-2.50	59	15.7
2.51-3.00	102	27.2
3.01-3.50	133	35.6
3.50 ขึ้นไป	53	14.1
รวม	375	100

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนเฉลี่ย 3.01-3.50 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.6 รองลงมาคือ คะแนนเฉลี่ย 2.51-3.00 ร้อยละ 27.2 คะแนนเฉลี่ย 2.01-2.50 ร้อยละ 15.7

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง

อาชีพของผู้ปกครอง	จำนวน(คน)	ร้อยละ
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8	2.1
รับราชการ	21	5.6
พนักงานบริษัทเอกชน	46	12.3
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	137	36.5
รับจ้าง	163	43.5
รวม	375	100

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ปกครองของกลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพ รับจ้างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมา คือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 36.5 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 12.3 รับราชการ ร้อยละ 5.6 และพนักงานรัฐวิสาหกิจมีเพียงร้อยละ 2.1

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ของครอบครัวต่อเดือน

รายได้ของครอบครัวต่อเดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	11	2.9
5,001-10,000 บาท	71	18.9
10,001-20,000 บาท	103	27.5
20,001-30,000 บาท	70	18.7
30,001-40,000 บาท	46	12.3
40,001-50,000 บาท	24	6.4
50,000 บาทขึ้นไป	50	13.3
รวม	375	100

ผลการศึกษาพบว่า รายได้ของครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ 10,001-20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.5 รองลงมาคือ รายได้ 20,001-30,000 บาทและ 5,001-10,000 บาท มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 18.9 และ 18.7 ตามลำดับ

2.ผลการวิจัยการเปิดรับข่าวสาร

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 4 ประเภท กล่าวคือ คือ การเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชน การได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนของ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ การได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ผลการวิเคราะห์การเปิดรับสารของกลุ่มตัวอย่างมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเปิดรับข่าวสาร
ทั่วไปจากสื่อมวลชน*

การเปิดรับข่าวสารจาก สื่อมวลชน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
สื่อวิทยุกระจายเสียง	52	4.7
สื่อภาพยนตร์	64	5.8
สื่อนิตยสาร/วารสาร	128	11.6
สื่อหนังสือพิมพ์	151	13.6
สื่อบุคคล	159	14.4
สื่อโทรทัศน์	229	20.7
สื่ออินเทอร์เน็ต	325	29.3
รวม	1108	100

*กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชนมากกว่า 1 สื่อ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 29.3 รองลงมาคือ สื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 20.7 ในขณะที่เปิดรับสื่อสื่อบุคคลและสื่อหนังสือพิมพ์ ใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 14.4 และ 13.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติผ่านสื่อมวลชน*

ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
สื่อภาพยนตร์	6	1.1
สื่อวิทยุกระจายเสียง	14	2.7
สื่อหนังสือพิมพ์	47	9.0
สื่อโทรทัศน์	60	11.4
สื่อนิตยสาร/วารสาร	86	16.4
สื่อบุคคล	125	23.8
สื่ออินเทอร์เน็ต	187	35.6
รวม	525	100

*กลุ่มตัวอย่างได้ข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนมากกว่า 1 สื่อ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.6 รองลงมา คือ สื่อบุคคล ร้อยละ 23.8 สื่อนิตยสาร/วารสาร ร้อยละ 16.4 และสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 11.4

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติผ่านกิจกรรมประชาสัมพันธ์*

กิจกรรมประชาสัมพันธ์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
การจัดกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคมของมหาวิทยาลัย	34	8.4
การออกบุญฉัตรการตามสถานที่ต่าง ๆ	83	20.4
การจัดโครงการต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย	97	23.8
การแนะแนวการศึกษาต่อตามโรงเรียน	193	47.4
รวม	407	100

*กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมของมหาวิทยาลัยมากกว่า 1 กิจกรรม

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติผ่านกิจกรรมการแนะแนวการศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.4 รองลงมา คือ การออกบุญฉัตรการตามสถานที่ต่าง ๆ ร้อยละ 20.4 การจัดโครงการต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย ร้อยละ 23.8 และการช่วยเหลือสังคมของมหาวิทยาลัย ร้อยละ 8.4

3. ผลการวิจัยการรับข่าวประชาสัมพันธ์

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการรับข่าวประชาสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น การเคยหรือไม่เคยได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ทั้ง 25 โรงเรียนในจังหวัดสมุทรปราการ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเคยหรือไม่เคยได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

การได้รับข่าวประชาสัมพันธ์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เคย	252	67.2
ไม่เคย	123	32.8
รวม	375	100

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเคยได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ คิดเป็นร้อยละ 67.2 ไม่เคยได้รับ ร้อยละ 32.8

4. ผลการวิจัยเหตุผลและความสนใจเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ดังนี้ ความมีชื่อเสียง ผู้ปกครองต้องการให้เข้าศึกษา สอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐไม่ได้ มีคณะที่สนใจ สามารถเลือกคณะได้ตามความต้องการ มีหลักสูตรนานาชาติ ความสะดวกในการเดินทาง ได้รับการยอมรับเทียบเท่ามหาวิทยาลัยของรัฐ มีการให้ทุนการศึกษา และอื่น ๆ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ*

เหตุผลที่ศึกษาต่อ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
มีหลักสูตรนานาชาติ	54	5.4
ผู้ปกครองต้องการให้เข้าศึกษาต่อ	54	5.4
ความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย	70	7.0
ได้รับการยอมรับเทียบเท่ากับมหาวิทยาลัยของรัฐ	82	8.2
สอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐไม่ได้	102	10.2
มีการให้ทุนการศึกษา	109	10.9
สามารถเลือกคณะได้ตามความต้องการ	114	11.4
สะดวกในการเดินทาง	194	19.4
มีคณะที่สนใจจะเข้าศึกษา	219	21.9
รวม	998	100

*กลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลในการเข้าศึกษาต่อมากกว่า 1 เหตุผล

ผลการศึกษาพบว่า เหตุผลที่เข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติของกลุ่มตัวอย่าง คือ มีคณะที่สนใจจะเข้าศึกษา คิดเป็นร้อยละ 21.9 รองลงมา คือ ความสะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 19.4 สามารถเลือกคณะได้ตามความต้องการ ร้อยละ 11.4 ในเหตุผลเรื่องสอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐไม่ได้และมหาวิทยาลัยมีการให้ทุนการศึกษามีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 10.9 และ 10.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ความสนใจ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
มาแน่นอน	17	4.5
ไม่มาแน่นอน	43	11.5
มีแนวโน้มที่จะมา	151	40.3
อาจจะมา	164	43.7
รวม	375	100

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างอาจจะมาศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.7 รองลงมา คือ มีแนวโน้มที่จะมา ร้อยละ 40.3 ไม่มาแน่นอน ร้อยละ 11.5

5.ผลการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยออกเป็น 6 ด้าน กล่าวคือ ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง การจัดการเรียนการสอน ความเป็นสากล การบริการวิชาการแก่สังคมและการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะการประเมินค่า(rating scale) 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 หมายถึง เห็นด้วย
- 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ
- 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ความคิดเห็นด้านชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยฯ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความคิดเห็น	ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเป็นผู้นำทางด้านการศึกษา	375	3.73	เห็นด้วย	เชิงบวก
ความเป็นเลิศทางวิชาการของมหาวิทยาลัย	375	3.74	เห็นด้วย	เชิงบวก
คณะและสาขาวิชาที่เปิดสอนของมหาวิทยาลัยมีคุณภาพมาตรฐาน	375	3.96	เห็นด้วย	เชิงบวก
มหาวิทยาลัยมีระบบการสอบคัดเลือกนักศึกษาที่มีมาตรฐาน	375	3.71	เห็นด้วย	เชิงบวก
มหาวิทยาลัยเป็นสถาบันการศึกษาที่สร้างความภูมิใจให้แก่ชุมชนและท้องถิ่น	375	3.80	เห็นด้วย	เชิงบวก
รวม	375	3.79	เห็นด้วย	เชิงบวก

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ภาพลักษณ์ความมีชื่อเสียงทั้ง 5 ด้านของมหาวิทยาลัยเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ความมั่นคงของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ความคิดเห็นด้านความมั่นคงของมหาวิทยาลัยฯ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความคิดเห็น	ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป	375	4.15	เห็นด้วย	เชิงบวก
มหาวิทยาลัยมีประวัติการก่อตั้งมาเป็นเวลาหลายปีและมีความมั่นคง	375	4.08	เห็นด้วย	เชิงบวก
มหาวิทยาลัยมีทุนการศึกษาประเภทต่าง ๆ ที่จะรองรับผู้เข้าศึกษา(ทุนกู้ยืม ทุนเรียนดี ทุนกิจกรรม ทุนนักกีฬา ฯลฯ)	375	4.01	เห็นด้วย	เชิงบวก
มหาวิทยาลัยมีระบบการประกันคุณภาพการศึกษาและได้รับการรับรองจากองค์กรภายนอก	375	3.83	เห็นด้วย	เชิงบวก
มหาวิทยาลัยมีงบประมาณสูงในการดำเนินงาน	375	3.88	เห็นด้วย	เชิงบวก
รวม	375	3.99	เห็นด้วย	เชิงบวก

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ภาพลักษณ์ความมั่นคงทั้ง 5 ด้านของมหาวิทยาลัยเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์การจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ความคิดเห็นด้านการจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยฯ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความคิดเห็น	ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย
การจัดการเรียนการสอนของคณะต่างๆในมหาวิทยาลัยมีความน่าสนใจที่จะเข้าศึกษาต่อ	375	3.93	เห็นด้วย	เชิงบวก
หลักสูตรของมหาวิทยาลัยได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา	375	3.94	เห็นด้วย	เชิงบวก
มหาวิทยาลัยมีคณะวิชาให้เลือกเรียนจำนวนมาก	375	3.89	เห็นด้วย	เชิงบวก
มหาวิทยาลัยมีคณาจารย์ที่มีความรู้ความสามารถสูง	375	3.97	เห็นด้วย	เชิงบวก
มหาวิทยาลัยมีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย มีอาคารสถานที่ส่งเสริมบรรยากาศทางวิชาการ	375	4.02	เห็นด้วย	เชิงบวก
รวม	375	3.95	เห็นด้วย	เชิงบวก

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ภาพลักษณ์การจัดการเรียนการสอนทั้ง 5 ด้านของมหาวิทยาลัยเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ความเป็นสากลของมหาวิทยาลัยหัวเฉียว
เฉลิมพระเกียรติ

ความคิดเห็นด้านความเป็นสากลของมหาวิทยาลัยฯ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความคิดเห็น	ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมีภาพลักษณ์ความทันสมัยแบบคนรุ่นใหม่	375	4.09	เห็นด้วย	เชิงบวก
มหาวิทยาลัยร่วมมือทางด้านวิชาการกับมหาวิทยาลัยต่างประเทศที่มีชื่อเสียง	375	3.93	เห็นด้วย	เชิงบวก
มหาวิทยาลัยเป็นที่ยอมรับทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ	375	3.81	เห็นด้วย	เชิงบวก
บัณฑิตของมหาวิทยาลัยมีศักดิ์และสิทธิ์เทียบเท่ากับมหาวิทยาลัยของรัฐ	375	3.84	เห็นด้วย	เชิงบวก
มหาวิทยาลัยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเนื่องจากต้องมีการจัดอันดับคุณภาพของสถาบัน	375	3.84	เห็นด้วย	เชิงบวก
รวม	375	3.90	เห็นด้วย	เชิงบวก

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ภาพลักษณ์ความเป็นสากลทั้ง 5 ด้านของมหาวิทยาลัยเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์การบริการวิชาการแก่สังคมของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ความคิดเห็นด้านการบริการวิชาการแก่สังคมของมหาวิทยาลัยฯ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความคิดเห็น	ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยให้บริการวิชาการแก่สังคมและชุมชน	375	3.81	เห็นด้วย	เชิงบวก
มหาวิทยาลัยมีส่วนสำคัญในการพัฒนาสังคมและชุมชน	375	3.78	เห็นด้วย	เชิงบวก
มหาวิทยาลัยเปิดโอกาสให้ผู้สนใจเข้าร่วมรับบริการทางวิชาการจากสถาบันอย่างเต็มที่	375	3.93	เห็นด้วย	เชิงบวก
มหาวิทยาลัยนำผลงานวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม	375	3.89	เห็นด้วย	เชิงบวก
มหาวิทยาลัยเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการสู่สังคมและชุมชน	375	3.89	เห็นด้วย	เชิงบวก
รวม	375	3.86	เห็นด้วย	เชิงบวก

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ภาพลักษณ์การบริการวิชาการแก่สังคมทั้ง 5 ด้านของมหาวิทยาลัยเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ความคิดเห็นด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยฯ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความคิดเห็น	ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน	375	3.78	เห็นด้วย	เชิงบวก
มหาวิทยาลัยมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ	375	3.71	เห็นด้วย	เชิงบวก
ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเข้าใจง่าย ชัดเจน	375	3.78	เห็นด้วย	เชิงบวก
ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหามีข้อมูลที่ดึงดูดใจ	375	3.78	เห็นด้วย	เชิงบวก
การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเข้าถึงกลุ่มนักเรียนได้เป็นอย่างดี	375	3.75	เห็นด้วย	เชิงบวก
รวม	375	3.76	เห็นด้วย	เชิงบวก

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ภาพลักษณ์การประชาสัมพันธ์ทั้ง 5 ด้านของมหาวิทยาลัยเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์โดยรวมทุกด้านของมหาวิทยาลัยหัวเฉียว
พระเกียรติ

ความคิดเห็นภาพลักษณ์โดยรวมทั้ง 6 ด้าน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความ คิดเห็น	ภาพลักษณ์ ของ มหาวิทยาลัย
ความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยฯ	375	3.79	เห็นด้วย	เชิงบวก
ความมั่นคงของมหาวิทยาลัยฯ	375	3.99	เห็นด้วย	เชิงบวก
การจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยฯ	375	3.95	เห็นด้วย	เชิงบวก
ความเป็นสากลของมหาวิทยาลัยฯ	375	3.90	เห็นด้วย	เชิงบวก
การบริการวิชาการแก่สังคมของมหาวิทยาลัยฯ	375	3.86	เห็นด้วย	เชิงบวก
การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยฯ	375	3.76	เห็นด้วย	เชิงบวก
รวม	375	3.87	เห็นด้วย	เชิงบวก

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ภาพลักษณ์โดยรวมทั้งหมดของ
มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก

6. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ 7 ข้อ ดังนี้

- 1.ภาพลักษณ์ปัจจุบันของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก
- 2.คะแนนเฉลี่ยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการมีความสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
- 3.รายได้ของครอบครัวของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการมีความสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
- 4.เหตุผลที่เข้าศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการมีความสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
- 5.การเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการมีความสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
- 6.การเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติผ่านสื่อมวลชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการมีความสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
- 7.การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติจากกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการมีความสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยทั้ง 7 ข้อ มีรายละเอียด ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ภาพลักษณ์ปัจจุบันของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก

ตารางที่ 19 แสดงภาพลักษณ์ปัจจุบันของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ภาพลักษณ์โดยรวมของมหาวิทยาลัย	จำนวน (คน)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	T	Sig
ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย	375	3.78	.549	13.320**	.000
ความมั่นคงของมหาวิทยาลัย	375	3.99	.544	20.660**	.000
การจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย	375	3.95	.588	17.724**	.000
ความเป็นสากลของมหาวิทยาลัย	375	3.90	.606	15.640**	.000
การบริการวิชาการแก่สังคมของมหาวิทยาลัย	375	3.86	.593	14.606**	.000
การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย	375	3.76	.662	10.210**	.000

เมื่อทดสอบความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างด้วย one sample t-test พบว่าภาพลักษณ์ปัจจุบันของมหาวิทยาลัยฯ เป็นภาพลักษณ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผลการวิจัยจึงสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 คะแนนเฉลี่ยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการมีความสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาที่ต่อมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ตารางที่ 20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนเฉลี่ยกับความสนใจศึกษาที่ต่อมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

คะแนนเฉลี่ย	ความสนใจ				
	มาแน่นอน	มีแนวโน้มที่จะมา	อาจจะมา	ไม่มาแน่นอน	รวม
ต่ำกว่า 1.50	0 (.0)	3 (60.0)	1 (20.0)	1 (20.0)	5 (100)
1.50-2.00	0 (.0)	8 (34.8)	12 (52.2)	3 (13.0)	23 (100)
2.01-2.50	6 (10.1)	24 (40.7)	24 (40.7)	5 (8.5)	59 (100)
2.51-3.00	4 (3.9)	46 (45.1)	41 (40.2)	11 (10.8)	102 (100)
3.01-3.50	6 (4.5)	53 (39.8)	59 (44.4)	15 (11.3)	133 (100)
3.50 ขึ้นไป	1 (1.9)	17 (32.1)	27 (50.9)	8 (15.1)	53 (100)
รวม	17 (4.5)	151 (40.3)	164 (43.7)	43 (11.5)	375 (100)

$$\chi^2 = 12.005 \quad df = 15 \quad p = .679 > 0.05$$

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนเฉลี่ยกับความสนใจศึกษาที่ต่อมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติของกลุ่มตัวอย่างด้วย chi-square พบว่า คะแนนเฉลี่ยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการไม่มีความสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาที่ต่อมหาวิทยาลัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผลการวิจัยจึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 รายได้ของครอบครัวของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการ มีความสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ตารางที่ 21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของครอบครัวกับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

รายได้ของครอบครัว (ต่อเดือน)	ความสนใจ				
	มาแน่นอน	มีแนวโน้มที่จะมา	อาจจะมา	ไม่มาแน่นอน	รวม
ต่ำกว่า 5,000 บาท	1 (9.1)	6 (54.5)	4 (36.4)	0 (.0)	11 (100)
5,001-10,000 บาท	1 (1.4)	27 (38.0)	36 (50.7)	7 (9.9)	71 (100)
10,001-20,000 บาท	5 (4.9)	48 (46.6)	43 (41.7)	7 (6.8)	103 (100)
20,001-30,000 บาท	2 (2.9)	31 (44.3)	28 (40.0)	9 (12.9)	70 (100)
30,001-40,000 บาท	1 (2.2)	18 (39.1)	24 (52.2)	3 (6.5)	46 (100)
40,001-50,000 บาท	3 (12.5)	5 (20.8)	10 (41.7)	6 (25.0)	24 (100)
50,000 บาทขึ้นไป	4 (8.0)	16 (32.0)	19 (38.0)	11 (22.0)	50 (100)
รวม	17 (4.5)	151 (40.3)	164 (43.7)	43 (11.5)	375 (100)

$$\chi^2 = 28.349 \quad df = 18 \quad p = .057 > 0.05$$

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของครอบครัวกับความสนใจศึกษาต่อมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติของกลุ่มตัวอย่างด้วย chi-square พบว่า รายได้ของครอบครัวนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการไม่มีความสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผลการวิจัยจึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 เหตุผลที่เข้าศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการ มีความสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ตารางที่ 22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลที่เข้าศึกษากับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

เหตุผลของกลุ่มตัวอย่าง	ความสนใจ				
	มาแน่นอน	มีแนวโน้มที่จะมา	อาจจะมา	ไม่มาแน่นอน	รวม
ความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย	6 (8.6)	27 (38.6)	33 (47.1)	4 (5.7)	70 (100)
ผู้ปกครองต้องการให้เข้าศึกษาต่อ	3 (5.6)	20 (37.0)	26 (48.1)	5 (9.3)	54 (100)
สอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐไม่ได้	1 (1.0)	40 (39.2)	43 (42.2)	18 (17.6)	102 (100)
มีคณะที่สนใจจะเข้าศึกษาต่อ	10 (4.6)	98 (44.7)	99 (45.2)	12 (5.5)	219 (100)
สามารถเลือกคณะได้ตามความต้องการ	5 (4.4)	57 (50.0)	46 (40.4)	6 (5.2)	114 (100)
มีหลักสูตรนานาชาติ	4 (7.4)	27 (50.0)	21 (38.9)	2 (3.7)	54 (100)
สะดวกในการเดินทาง	10 (5.2)	80 (41.2)	85 (43.8)	19 (9.8)	194 (100)
ได้รับการยอมรับเทียบเท่ากับมหาวิทยาลัยของรัฐ	5 (6.1)	43 (52.4)	32 (39.0)	2 (2.5)	82 (100)
มีการให้ทุนการศึกษา	5 (4.5)	55 (50.5)	39 (35.8)	10 (9.2)	109 (100)
รวม	16 (4.3)	164 (44.1)	151 (40.6)	41 (11.0)	372 (100)

$$\chi^2 = 35.7 \quad df = 24 \quad p = .059 > 0.05$$

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลกับความสนใจเข้าศึกษาที่ต่อมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติของกลุ่มตัวอย่างด้วย chi-square พบว่า เหตุผลที่เข้าศึกษาต่อไม่มีความสัมพันธ์กับ

ความสนใจศึกษาต่อมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
ดังนั้น ผลการวิจัยจึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้



สมมติฐานที่ 5 การเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการมีความสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ตารางที่ 23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชนกับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

การเปิดรับสื่อ	ความสนใจ				
	มาแน่นอน	มีแนวโน้มที่จะมา	อาจจะมา	ไม่มาแน่นอน	รวม
สื่อโทรทัศน์	11 (4.8)	97 (42.4)	94 (41.0)	27 (11.8)	229 (100)
สื่อวิทยุกระจายเสียง	1 (1.9)	22 (42.3)	22 (42.3)	7 (13.5)	52 (100)
สื่อหนังสือพิมพ์	7 (4.6)	62 (41.1)	63 (41.7)	19 (12.6)	151 (100)
สื่อบุคคล	6 (3.7)	71 (44.7)	62 (39.0)	20 (12.6)	159 (100)
สื่อภาพยนตร์	1 (1.5)	26 (40.6)	28 (43.8)	9 (14.1)	64 (100)
สื่อนิตยสาร/วารสาร	6 (4.6)	61 (47.7)	49 (38.3)	12 (9.4)	128 (100)
สื่ออินเทอร์เน็ต	11 (3.4)	141 (43.4)	135 (41.5)	38 (11.7)	325 (100)
รวม	17 (4.5)	164 (43.7)	151 (40.3)	43 (11.5)	375 (100)

$$\chi^2 = 21.1 \quad df = 18 \quad p = .227 > 0.05$$

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชนกับความสนใจเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติของกลุ่มตัวอย่างด้วย chi-square พบว่า การเปิดรับข่าวสารทั่วไปไม่มีความสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผลการวิจัยจึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 6 การเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติผ่านสื่อมวลชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการมีความสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ตารางที่ 24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนกับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

การเปิดรับข่าว ประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อมวลชน	ความสนใจ				
	มาแน่นอน	มีแนวโน้มที่จะมา	อาจจะมา	ไม่มาแน่นอน	รวม
โทรทัศน์	6 (10.0)	18 (30.0)	29 (48.3)	7 (11.7)	60 (100)
วิทยุกระจายเสียง	0 (.0)	6 (42.9)	7 (50.0)	1 (7.1)	14 (100)
หนังสือพิมพ์	4 (8.5)	14 (29.8)	26 (55.3)	3 (6.4)	47 (100)
สื่อบุคคล	7 (5.6)	57 (45.6)	48 (38.4)	13 (10.4)	125 (100)
ภาพยนตร์	1 (16.7)	3 (50.0)	1 (16.7)	1 (16.6)	6 (100)
นิตยสาร/วารสาร	4 (4.7)	34 (39.5)	37 (43.0)	11 (12.8)	86 (100)
อินเทอร์เน็ต	12 (6.4)	79 (42.3)	81 (43.3)	15 (8.0)	187 (100)
รวม	16 (6.4)	112 (44.6)	100 (39.8)	23 (9.2)	251 (100)

$$\chi^2 = 14.3 \quad df = 18 \quad p = .707 > 0.05$$

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนกับความสนใจเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติของกลุ่มตัวอย่างด้วย Chi-square พบว่า การเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนไม่มีความสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผลการวิจัยจึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 7 การเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติผ่านกิจกรรมประชาสัมพันธ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการมีความสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ตารางที่ 25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมประชาสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

กิจกรรมประชาสัมพันธ์	ความสนใจ				
	มาแน่นอน	มีแนวโน้มที่จะมา	อาจจะมา	ไม่มาแน่นอน	รวม
การแนะนำการเข้าศึกษาต่อตามโรงเรียน	11 (5.7)	86 (44.6)	78 (40.4)	18 (9.3)	193 (100)
การออกกฐนิตรรศการ	3 (3.6)	40 (48.2)	35 (42.2)	5 (6.0)	83 (100)
การจัดโครงการต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย	10 (10.3)	36 (37.1)	43 (44.4)	8 (8.2)	97 (100)
การจัดกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคมของมหาวิทยาลัย	1 (2.9)	10 (29.4)	18 (52.9)	5 (14.8)	34 (100)
รวม	16 (6.4)	111 (44.2)	101 (40.2)	23 (9.2)	251 (100)

$$\chi^2 = 10.4 \quad df = 9 \quad p = .319 > 0.05$$

เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมประชาสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติของกลุ่มตัวอย่างด้วย chi-square พบว่า การเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ผลการวิจัยจึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้