



ความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นปีที่ 6 สำหรับ  
ประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตร สารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

Information Needs from Public Relation Media of Matthayomsuksa  
6 for Decision Making to Study at Information and Library Science  
Program Nakorn Ratchasima Rajabhat University.

นางสาวลัดดา มาโยธา และคณะ

รายงานการวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย  
จากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา  
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564  
(เดือนพฤศจิกายน ปี พ.ศ. 2564)



ความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นปีที่ 6 สำหรับ  
ประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตร สารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

Information Needs from Public Relation Media of Matthayomsuksa  
6 for Decision Making to Study at Information and Library Science  
Program Nakorn Ratchasima Rajabhat University.

คณะผู้วิจัย

นางสาวณัฐพร กรินชัย

รายงานการวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย

จากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564

(เดือนพฤศจิกายน ปี พ.ศ. 2564)

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำรายงานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยได้รับความอนุเคราะห์จากอาจารย์ที่ปรึกษาวิจัยโครงการวิจัย คือ อาจารย์สุภัทร ทำสวน ที่คอยให้คำปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะตรวจแก้ไขงานวิจัยจนกระทั่งรายงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุธิดา วรรณะปกรณ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษกร จันท์เทวณูมาส และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศศิธร หวังค้ำกลาง ที่ได้เสียสละเวลาในการประเมินคุณภาพแบบสอบถาม ให้คำแนะนำต่างๆเพื่อปรับปรุงแก้ไขวิจัยให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอขอบคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่เป็นกำลังใจและให้ความช่วยเหลือเสมอมาจนการวิจัยครั้งนี้สำเร็จด้วยดี

คณะผู้จัดทำ

ชื่องานวิจัย	ความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้น มัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตร สารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ชื่อผู้วิจัย	นางสาวณัฐพร กรินชัย นางสาวลัดดา มาโยธา
ศิลปศาสตร์บัณฑิต	สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์
ปี พ.ศ.	2563
อาจารย์ที่ปรึกษาวิจัย	อาจารย์สุวภัทร ทำสวน

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนมัธยมสำนักเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษาเขต 31 ในเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมา ตำบลในเมือง อำเภอเมือง ทั้งหมด 3 โรงเรียน คือ โรงเรียนโคราชพิทยาศาสตร์ โรงเรียนราชสีมามหาวิทยาลัย โรงเรียนสุนทรนารีวิทยา จำนวน 995 โดยใช้สูตรการคำนวณของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ซึ่งกำหนดความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ระดับ 0.5 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม คือ แบบสอบถามออนไลน์โดยใช้ Google Form วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรม excel (Version 2013) คำนวณหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่ตอบแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 96 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 56.8) ส่วนใหญ่กำลังศึกษาในโรงเรียนสุนทรนารีวิทยาลัย (ร้อยละ 53.3) และส่วนมากอยู่ในแผนการเรียนภาษาอังกฤษ – คณิตศาสตร์ (ร้อยละ 19.2) ด้านความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า 1) ด้านความต้องการสารสนเทศการศึกษาต่อจากสื่อประชาสัมพันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยความต้องการสารสนเทศของหลักสูตร เช่น ชื่อหลักสูตร ชื่อปริญญา แผนการเรียน กิจกรรมนักศึกษาและ จำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร อยู่ในระดับมากที่สุด 2) ด้านประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยความต้องการสารสนเทศสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น

Facebook Fanpage, Line , YouTube อยู่ในระดับมากที่สุด 3) ด้านคุณสมบัติของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยความต้องการสารสนเทศสื่อประชาสัมพันธ์ควรสื่อประชาสัมพันธ์บอกวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน อยู่ในระดับมากที่สุด 4) ด้านคุณลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยความต้องการสารสนเทศสื่อประชาสัมพันธ์มีการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว อยู่ในระดับมากที่สุด 5) ด้านการรับรู้และความเข้าใจต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยความต้องการสารสนเทศด้านการรับรู้ นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการประกอบอาชีพของหลักสูตร อยู่ในระดับมากที่สุด และ 1) ผลการวิเคราะห์การเลือกใช้สารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนต้องการข้อมูล และค้นหาข้อมูลสารสนเทศ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ การเลือกใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น website , Facebook Fanpage อยู่ในระดับมากที่สุด 2) ผลการวิเคราะห์การเลือกใช้รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าเสนอได้เหมาะสมกับความสนใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ คือ การเลือกใช้รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ Video clip อยู่ในระดับมากที่สุด

**คำสำคัญ :** สื่อประชาสัมพันธ์ การตัดสินใจเข้าศึกษา หลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์

Research Title Information Needs from Public Relation Media of Matthayomsuksa 6 for Decision Making to Study at Information and Library Science Program Nakorn Ratchasima Rajabhat University.

Researchers Nattaporn Grinchai  
Ladda Mayotha

Faculty Bachelor of Arts Information Science and Library Science

Year 2020

Research Advisor Mr. Suwaphat Thamsuan

### ABSTRACT

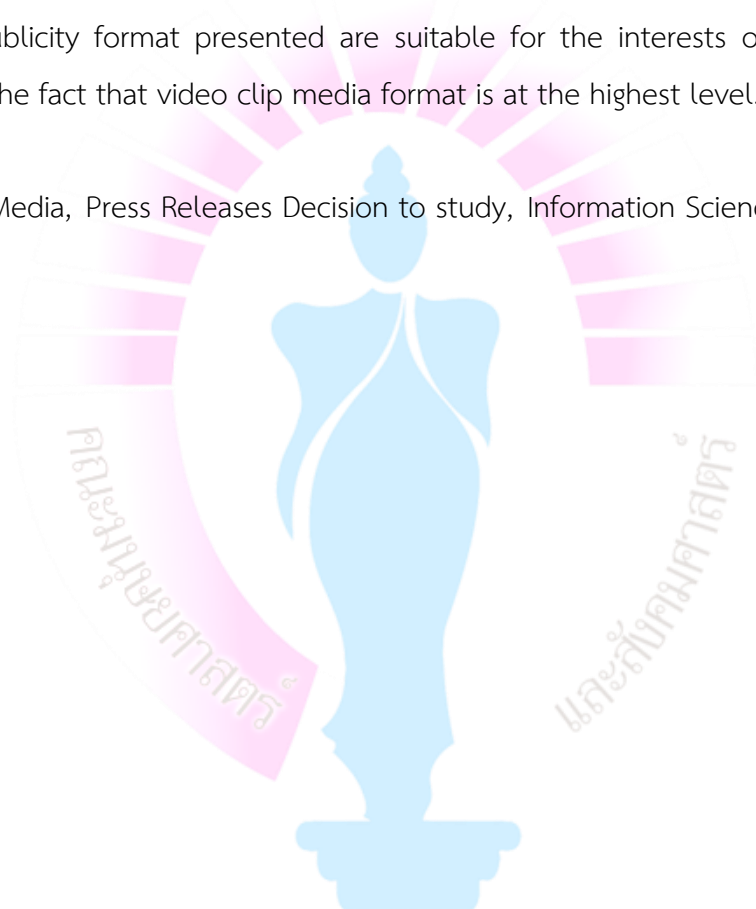
This research aims to Information Needs from Public Relation Media of Matthayomsuksa 6 for Decision Making to Study at Information and Library Science Program Nakorn Ratchasima Rajabhat University.

Examples of research included sixth graders, high school, school district, secondary school district 31 in Nakhon Ratchasima municipality. 3 schools Korat Pittaya School, Ratchasima Wittayalai School, Suranaree Wittaya School number 995 using the calculation formula of Taro Yamane which determines the tolerances of the acceptable sample level of 0.5.

The results showed that 96 percent of sixth graders who responded to the survey showed that the majority of sixth graders were female (56.8 percent), most of whom were studying at Suranaree College (53.3 percent), and most were in english-math (19.2 percent) plans for information requirements from public relations. Nakhon Ratchasima Rajabhat University On a case-by-side basis, it was found that 1) the need for information education after the press release. The information requirements of the course, such as course name, degree name, course plan, student activities and number of credits throughout the course are at the highest level. 2) The type of public relations in the image is very high, with the demand for electronic media information such as Facebook Fanpage, Line , YouTube at the highest level. 3) The qualifications of the public relations materials required in the image are very much included, with the need for information, the media should clearly state the purpose. 4) The characteristics of the publicity materials required in the image are very highly integrated, with the need

for information, public relations, fast communication, at the highest level. 5) The perception and understanding of information science and librarians, the picture is included on a very high level by the need for information in cognitive science. Students have the highest level of understanding of the course's professional approach, and 1) The results of the analysis of the choice of information from the public relations materials that students need information and searching for information, the images are included moderately. Considering the highest level of electronic media such as website, Facebook Fanpage is at the highest level. 2) The results of the analysis of the choice of publicity format presented are suitable for the interests of 6th graders. Considering the fact that video clip media format is at the highest level.

**Keywords :** Media, Press Releases Decision to study, Information Science and Library Science



## สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ.....	(1)
Abstract.....	(3)
กิตติกรรมประกาศ.....	(5)
สารบัญ.....	(6)
สารบัญตาราง.....	(8)
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
ขอบเขตการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในงานวิจัย.....	4
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	5
แนวคิดเกี่ยวกับสารสนเทศ.....	5
แนวคิดเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้ข่าวสาร.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจศึกษาต่อ.....	14
แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการสารสนเทศ.....	16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	19
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	22
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	22
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	23
การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	24
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	25
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	25



## สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	26
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล.....	26
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ .....	27
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	35
สรุปผลการวิจัย.....	35
การอภิปรายผล.....	40
ข้อเสนอแนะวิจัย.....	42
บรรณานุกรม.....	43
ภาคผนวก.....	46
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	47
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือวิจัย.....	52
ภาคผนวก ค แบบประเมินค่าความสอดคล้องของแบบสอบถามสำหรับผู้เชี่ยวชาญ (IOC).....	56
ภาคผนวก ง ผลการตรวจสอบยืนยันค่าความสอดคล้องของแบบสอบถาม.....	62
ประวัติย่อผู้ทำวิจัย.....	68

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนมัธยมในสำนัก เขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษาเขต 31 ในเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมา ตำบล ในเมือง อำเภอเมือง.....	23
2 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ โรงเรียนแผนการเรียน.....	27
3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการสารสนเทศจากสื่อ ประชาสัมพันธ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้ง 5 ด้าน.....	28
4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับด้านประเภทของสื่อ ประชาสัมพันธ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้ง 5 ด้าน.....	29
5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับด้านคุณสมบัติของสื่อประชา สัมพันธ์ที่ต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้ง 5 ด้าน.....	30
6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับด้านคุณลักษณะของสื่อ ประชาสัมพันธ์ที่ต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้ง 5 ด้าน.....	31
7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับด้านการรับรู้และความเข้าใจต่อ หลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ของนักเรียนชั้น มัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้ง 5 ด้าน.....	32
8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการเลือกใช้สารสนเทศจากสื่อ ประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนต้องการข้อมูล และค้นหาข้อมูลสารสนเทศ ของ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้ง 5 ด้าน.....	33
9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการเลือกใช้รูปแบบสื่อประชา สัมพันธ์ที่น่าเสนอได้เหมาะสมกับความสนใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้ง 5 ด้าน.....	34

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันนี้ทุกคนล้วนต่างยอมรับว่าเทคโนโลยีสารสนเทศ มีบทบาทสำคัญอย่างมากในการใช้ชีวิตประจำวัน นับว่าเป็นการสื่อสารที่ทันสมัยและสะดวกรวดเร็ว ทั้งในด้านการศึกษา การทำงาน การติดต่อสื่อสาร อันได้แก่ การสื่อสารผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ ไปปลิว การสื่อสารผ่านทางสื่อโฆษณา เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หรือการสื่อสารผ่านทางสื่อออนไลน์ เช่น facebook line twitter ซึ่งสื่อเหล่านี้นับเป็นสื่อที่สำคัญในการประชาสัมพันธ์สารสนเทศของหน่วยงาน โดยเฉพาะสถาบันทางการศึกษา เนื่องจาก บุคลากร นักศึกษา หรือบุคคลทั่วไป ต้องการได้รับข่าวสารและเรื่องราวต่างๆ ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งที่สถาบันได้นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ทางการศึกษา ซึ่งทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างกระบวนการปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างภาพพจน์อันดีงามให้แก่องค์กร ทำให้องค์กรปฏิบัติงานได้อย่างราบรื่น สร้างความเชื่อมั่น ความเข้าใจ การยอมรับและความเชื่อถือจากบุคลากร นักศึกษา หรือบุคคลทั่วไป (วิมลพรรณ อาภาเวท, 2546) ดังนั้นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ดีและมีประสิทธิภาพ ต้องเป็นสื่อที่ให้ข้อมูลแก่องค์กร และเป็นผู้สื่อสารได้อย่างถูกต้องในเรื่องของเนื้อหา ความรวดเร็วและสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ใช้ (กิ่งแก้ว ปะติตังโฆ, 2556)

หลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ได้ดำเนินการเพื่อเพิ่มศักยภาพของบัณฑิตในการจัดการสารสนเทศทางด้านดิจิทัลพร้อมสำหรับสนับสนุนองค์ความรู้ในการพัฒนานวัตกรรมตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และสามารถพัฒนานวัตกรรมทางด้านสารสนเทศในแนวทางของไทยแลนด์ 4.0 หรือเศรษฐกิจกระแสใหม่ อีกทั้งปรับปรุงหลักสูตรโดยมุ่งเน้นเพื่อเพิ่มความสามารถในการบริหารแหล่งเรียนรู้และแหล่งสารสนเทศตามบริบทของท้องถิ่นให้กับบัณฑิต เนื่องจากแนวโน้มของประเทศในการเข้าสู่สังคมพหุวัฒนธรรมเกิดการแลกเปลี่ยนแรงงานระหว่างท้องถิ่นและระหว่างประเทศมากขึ้น ดังนั้นบัณฑิตต้องประยุกต์องค์ความรู้ในการจัดการสารสนเทศตามรูปแบบหรือแนวทางที่เหมาะสมกับท้องถิ่นของตนได้ เป็นไปตามแนวทางการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 อีกทั้งผลจากการวิจัยการประเมินหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2555 มี

ข้อเสนอแนะจากนักศึกษา บัณฑิตและผู้ใช้บัณฑิต ให้เพิ่มรายวิชาที่มีการประยุกต์หรือการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในหลักสูตร เน้นการพัฒนาหรือการจัดการข้อมูลในรูปแบบดิจิทัล (Digital Content) และพิจารณาปรับจำนวนหน่วยกิตและเนื้อหาวิชาที่มีความยาก ด้านคุณลักษณะบัณฑิตพบว่าบัณฑิตมีคุณลักษณะที่เหมาะสม มีน้ำใจ จรรยาบรรณตามสาขาวิชาการและวิชาชีพ มีทัศนคติที่ดี แต่ควรพัฒนาและเน้นทักษะด้านภาษา การสื่อสารและความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งหลักสูตรได้พิจารณาปรับปรุงโครงสร้างหน่วยกิต คำอธิบายรายวิชา และกิจกรรมเสริมสำหรับนักศึกษา ให้เกิดความรู้เพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ พัฒนาหลักสูตรให้มีประสิทธิภาพควบคู่กันอยู่ตลอดเวลา และสร้างความเข้าใจอันดีเกี่ยวกับหลักสูตรให้แก่นักเรียนที่มีความสนใจศึกษาต่อในหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ในอนาคต ซึ่งในการดำเนินงานต่าง ๆ ภายในหลักสูตรจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างและผลักดันให้เกิดการรับรู้และความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมาย ในด้านการประชาสัมพันธ์และใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่ในหลักสูตรเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย แต่ก็ยังประสบกับปัญหาในด้านที่สื่อประชาสัมพันธ์ไม่สามารถสร้างความสนใจต่อกลุ่มเป้าหมายได้ ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของหลักสูตรเป็นไปด้วยความเรียบร้อย มีประสิทธิภาพ และประสบผลสำเร็จ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาค้นคว้าในเรื่อง ความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตร สารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เพื่อเป็นข้อมูลในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตร ที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด

จากการสัมภาษณ์นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่เข้าร่วมงาน Open House 2020 ในวันที่ 21-22 ธันวาคม 2563 พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ยังมีความไม่เข้าใจเกี่ยวกับหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ รวมถึงยังขาดข้อมูลการประชาสัมพันธ์จากหลักสูตร ขาดประเด็นในเรื่องการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่เป็นที่สนใจ และไม่สามารถดึงดูดความสนใจจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่ต้องการศึกษาต่อระดับชั้นอุดมศึกษา และจากการดำเนินงานที่ผ่านมา มีนักศึกษาที่เข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา นั้นลดลง (ลัดดา มาโยธา และณัฐพร กรินชัย, สัมภาษณ์, 21-22 ธันวาคม 2563)

จากที่กล่าวมาทำให้ผู้ทำวิจัยสนใจที่จะศึกษาความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยจะนำผลวิจัยไปประยุกต์ปรับใช้ ในด้านการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้ตรงต่อความต้องการและเหมาะสม ของหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ให้ได้ประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความรู้

ความเข้าใจและทำให้ผู้ที่สนใจตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และ  
บรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

### วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6  
สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

### ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่  
6 สำหรับประกอบการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

#### 1. ด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนมัธยมในสำนักเขต  
พื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษาเขต 31 ในเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมา ตำบลในเมือง อำเภอเมือง  
ทั้งหมด 3 โรงเรียน คือ โรงเรียนโคราชพิทยาศาสตร์ โรงเรียนราชสีมามหาวิทยาลัย โรงเรียนสุนทรวิจิตร จำนวน  
995 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ มัธยมศึกษาปีที่ 6 ซึ่งมีจำนวนนักเรียน 285 คน จากการเปิดตาราง ของ  
ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane)

#### 2. ด้านระยะเวลา

ระยะเวลาเก็บข้อมูลช่วง 15 มีนาคม – 31 มีนาคม 2564

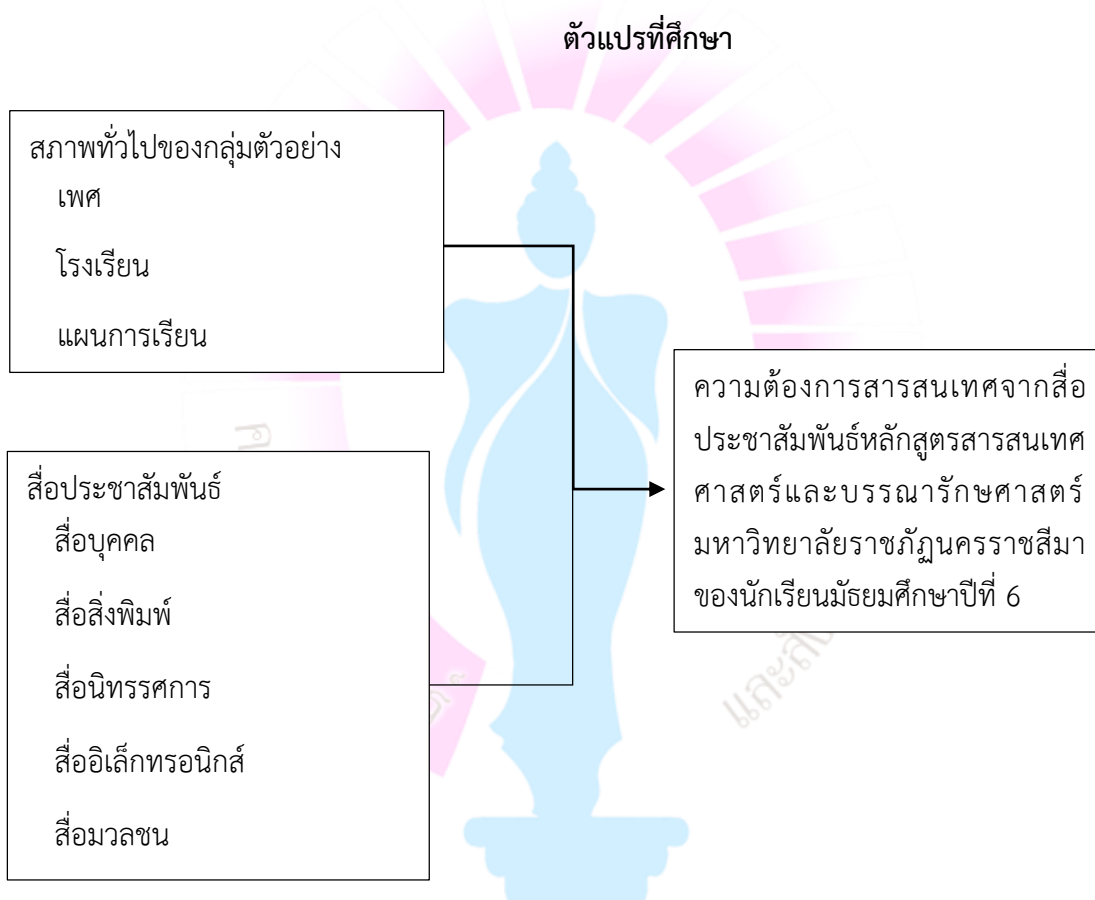
### นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

1. สารสนเทศ หมายถึง ข้อมูล ข่าวสาร ข้อเท็จจริง แล้วนำมาประมวลผล
2. สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง เป็นเครื่องมือและสื่อกลางในการสื่อสารจากองค์กรสู่  
กลุ่มเป้าหมาย การสร้างความสัมพันธ์อันใกล้ชิดให้เกิดขึ้นระหว่างองค์กรกับสาธารณชนในปัจจุบัน  
ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อนิทรรศการ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อมวลชน
3. การรับรู้ข่าวสาร หมายถึง กระบวนการที่บุคคลเปิดรับต่อข้อมูลข่าวสาร การตั้งใจรับข้อมูล  
นั้น และทำความเข้าใจความหมาย

4. การตัดสินใจศึกษาต่อ หมายถึง การพิจารณาเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

5. ความต้องการสารสนเทศ หมายถึง ภาวะที่บุคคลเกิดปัญหาและตระหนักได้ว่า ขาดความรู้หรือความรู้ที่มีนั้น ไม่เพียงพอที่จะแก้ไขปัญหาจึงต้องการแสวงหาสารสนเทศเพื่อที่จะนำมาแก้ไขปัญหา

#### กรอบแนวคิดในงานวิจัย



## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งศึกษาความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนมัธยมในสำนักเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษาเขต 31 ในเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมา ตำบลในเมือง อำเภอเมือง ทั้งหมด 3 โรงเรียน คือ โรงเรียนโคราชพิทยาลโย โรงเรียนราชสีมาวิทยาลัย โรงเรียนสุรนารีวิทยา สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปแนวคิดและการศึกษางานวิจัยในส่วนที่เกี่ยวข้อง มาเป็นแนวทางสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ โดยมีหัวข้อสำคัญดังนี้

- 1.แนวคิดเกี่ยวกับสารสนเทศ
- 2.แนวคิดเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์
- 3.แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้ข่าวสาร
- 4.แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจศึกษาต่อ
- 5.แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการสารสนเทศ
- 6.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับสารสนเทศ

ข้อมูล ข่าวสาร และสารสนเทศ (Information) เป็นสิ่งที่สำคัญทั้งในภาครัฐและเอกชน โดยในยุคปัจจุบันได้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการประกอบการตัดสินใจ (Decision Making) ในการจัดการและบริหารงานด้านต่างๆ และในปัจจุบันเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทำให้ข่าวสารเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องรับทราบและเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว

กอร์ดอน (Gordon, 1999) ให้ความหมายว่า สารสนเทศ คือ การประมวลผลข้อมูล ซึ่งข้อมูลจะถูกจัดการ แปลความ จัดรูปแบบ วิเคราะห์และสรุป

เกรียงศักดิ์ พราวศรี และคณะ (2544 : 1) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สารสนเทศเป็นข้อมูล ที่ผ่านการประมวลผล หรือการวิเคราะห์แล้ว อยู่ในรูปแบบที่มีความหมาย สามารถนำไปประกอบในการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ได้ตามวัตถุประสงค์

#### 1.สาเหตุที่ทำให้เกิดสารสนเทศ

1. พัฒนาการของความรู้ สิ่งประดิษฐ์ หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ
2. พัฒนาการของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์

3. การพัฒนาด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร
4. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการพิมพ์
5. ความจำเป็นในการใช้สารสนเทศ

## 2. ลักษณะของสารสนเทศ

1. ถูกต้องแม่นยำ (Accurate)
2. สมบูรณ์ครบถ้วน (Complete)
3. เข้าใจง่าย (Simple)
4. ทันต่อเวลา (Timely)
5. เชื่อถือได้ (Reliable)
6. คู้มราคา (Economical)
7. ตรวจสอบได้ (Verifiable)
8. ยืดหยุ่น (Flexible)
9. สอดคล้องกับความต้องการ (Relevant)
10. สะดวกในการเข้าถึง (Accessible)
11. ปลอดภัย (secure)

โดยสรุปได้ว่า สารสนเทศ คือสิ่งที่ได้จากการประมวลผลข้อมูลและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผน การตัดสินใจ และการคาดการณ์ในอนาคตได้ สารสนเทศอาจอยู่ในรูปของข้อความ ตาราง แผนภูมิ หรือรูปภาพ

### แนวคิดเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์

การสื่อสารระหว่างหน่วยงาน หรือองค์กรและกลุ่มประชาชนตามเป้าหมาย นำข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งไปสู่ผู้รับ ซึ่งปัจจุบันสื่อในการประชาสัมพันธ์มีมากมายและหลากหลาย อันเป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยี เพื่อสร้างความเข้าใจให้เกิดการรับรู้อันถูกต้อง เพื่อสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือ ตลอดจนความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานของหน่วยงาน หรือองค์กรนั้นๆ บรรลุเป้าหมาย

#### 1. ความหมายสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือหรือตัวกลางที่ใช้ในการนำข่าวสาร จากองค์กรหรือหน่วยงานไปสู่ประชาชน สื่อจำแนกได้หลายประเภทหลายลักษณะแต่การกำหนดประเภท ของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ จะต้องคำนึงถึงลักษณะที่เป็นรูปธรรม ลักษณะที่พัฒนาได้ ประโยชน์ใน



ปัจจุบันและศักยภาพเพื่ออนาคต (บรรพต วิรุณราช, 2550) สื่อประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นป้าย บอกล่า โปสเตอร์ (จิตรภรณ์ สุทธิธรรมา, 2552) และ (วิรัช ภิรัตนกุล, 2553) ได้ให้ทัศนะว่า สื่อการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ การเขียนในเอกสารการพูด การบอกกล่าว วิทยุกระจายเสียง และวิมลพรรณ อากาศ (2553) ให้ข้อมูลว่าสื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ 1) สื่อประเภทกระจายเสียง และแพร่ภาพ 2) สื่อโฆษณา ประเภทสิ่งพิมพ์ 3) สื่อนอกสถานที่ ป้ายต่างๆ ทั้งที่ติดรถเคลื่อนที่และอยู่กับที่ 4) สื่อโฆษณาประเภท อื่น ๆ เช่น สมุดโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต สื่อออนไลน์

โดยสรุปได้ว่า สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการนำที่ต้องการประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งไปสู่ผู้รับ เพื่อสร้างความเข้าใจให้เกิดการรับรู้อันถูกต้องและเป็นประโยชน์ในปัจจุบันและศักยภาพเพื่ออนาคต

## 2. ความหมายของการประชาสัมพันธ์

รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ (2553) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ หมายถึง รูปแบบหนึ่งของการติดต่อสื่อสาร เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวข่าวสารทั้งที่เป็นข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นจากสถาบันหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย โดยมีการวางแผน กำหนด วัตถุประสงค์ และดำเนินการเพื่อบอกกล่าวให้ทราบ เพื่อชี้แจงให้เข้าใจถูกต้อง อันเป็นการสร้างเสริม รักษา ความสัมพันธ์ที่ดี ตลอดจนสร้างชื่อเสียงภาพลักษณ์ที่ดี อันจะนำไปสู่การสนับสนุนและการได้รับความร่วมมือจากกลุ่มประชาชนเป้าหมาย

วิรัช ภิรัตนกุล (2553) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการบริหาร จัดการการให้ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร ผลิตภัณฑ์ และบริการเพื่อให้ชุมชน กลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ มีความเข้าใจในกิจกรรมและการดำเนินงานขององค์กร

รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ (2553) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ หมายถึง รูปแบบหนึ่งของการติดต่อสื่อสาร เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวข่าวสารทั้งที่เป็นข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นจาก สถาบันหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมาย โดยมีการวางแผน กำหนด วัตถุประสงค์ และดำเนินการเพื่อบอกกล่าวให้ทราบ เพื่อชี้แจงให้เข้าใจถูกต้อง อันเป็นการสร้างเสริม รักษา จนเกิดทัศนคติที่ดี และให้การยอมรับ การเผยแพร่ข่าว เป็นการสื่อสารความเคลื่อนไหวขององค์กร ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือนำเสนอความคิดเห็น

วิมลพรรณ อากาศ (2553) ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง รูปแบบการติดต่อสื่อสารอย่างหนึ่งแต่มีวิธีการและเครื่องมือแตกต่างออกไป

โดยสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การใช้เครื่องมือการสื่อสาร นำข่าวสาร ไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดความเชื่อ ความศรัทธา ในองค์กรและการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมกับองค์กรกลุ่มเป้าหมาย แต่ละกลุ่มจะต้องใช้เครื่องมือประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

### 3. ความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

วิมลพรรณ อภาเวท (2553) ได้สรุปว่าการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจโดยรวม กล่าวคือการประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดความสำเร็จของการดำเนินงาน ตลอดจนสร้างการยอมรับกับกลุ่มเป้าหมาย แต่ต้องใช้เครื่องมือหลายๆอย่าง เพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามโดยผ่านเครื่องมือที่หลากหลาย

วิรัช ลภีรัตนกุล (2553) ได้สรุปว่าการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญในการส่งเสริมบรรยากาศความเข้าใจของหน่วยงานกับประชาชน โดยที่การประชาสัมพันธ์จะปลูกเร้าหรือกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความเข้าใจต่อหน่วยงานและจะร่วมมือ ร่วมใจให้การปฏิบัติตามและสนับสนุนโดยผ่านการใช้เครื่องมือต่าง ๆ

โดยสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ มีความสำคัญต่อคนหรือหน่วยงานที่จะส่งข่าวสารให้กับกลุ่มเป้าหมายได้เข้าใจและปฏิบัติตาม อีกทั้งสนับสนุนคนหรือหน่วยงานทำการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ให้นักเรียนได้รับทราบว่ามีวิทยาลัยมีการรับสมัครนักศึกษาใหม่ในระดับปริญญาตรี โดยใช้เครื่องมือประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย

### 4. ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อในการเผยแพร่ในการประชาสัมพันธ์งานด้านการศึกษาและการแพทย์ มีหลายประเภทที่สำคัญและใช้กันอย่างกว้างขวาง ประเภทของสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์โดยปกติทั่วไปมีการแบ่งประเภทของสื่อกันไว้หลายประเภทและหลายหลักเกณฑ์ (criteria) ได้ระมวลสรุปไว้ดังนี้

1. แบ่งตามวิวัฒนาการได้แก่ สื่อประเพณี สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ
2. แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางสังคม ได้แก่ สื่อข่าวสาร สื่อการศึกษา บันเทิง
3. แบ่งตามประสาทที่ใช้ในการรับสารได้แก่ สื่อโสต สื่อทัศน์ สื่อโสตทัศน์
4. แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางเทคนิค (technical functions) ได้แก่ สื่อสาร  
สื่อบันทึกสาร
5. แบ่งตามเครื่องนำรหัสสาร ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ (print media) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (electronic media) สื่อบันทึกเสียงหรือภาพ (film or tape)

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมได้ (Controllable Media) ได้แก่
  - สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media)
  - สื่อบุคคล (Personal Media)
  - สื่อสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media)
  - สื่อนิทรรศการ (Exhibition)
2. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมไม่ได้ (Uncontrollable Media)
  - สื่อมวลชน (Mass Media)

โดยสรุปได้ว่า สื่อประชาสัมพันธ์จะเป็นออกเป็น 2 ประเภท 1. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมได้ ทั้งในด้านเนื้อหา รูปแบบ การผลิต และวิธีการเผยแพร่ไปสู่สาธารณชนกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) สื่อบุคคล (Personal Media) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) สื่อนิทรรศการ (Exhibition) 2. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ควบคุมไม่ได้เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงสาธารณชนจำนวนมากได้ ได้แก่ สื่อมวลชน (Mass Media) ต้องคำนึงถึงคุณลักษณะที่เป็นรูปธรรม ลักษณะที่พัฒนาได้ประโยชน์ในปัจจุบันและศักยภาพเพื่ออนาคต

### 5. ลักษณะสื่อประชาสัมพันธ์

กฤตยากร วิษาเดช (2562) การแบ่งสื่อประชาสัมพันธ์โดยพิจารณาตามลักษณะของสื่อ ได้เป็น 5 ประเภท คือ

1. สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวต่างๆ สื่อบุคคลอื่น สื่อบุคคลจัดได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโน้มน้าวจิตใจเนื่องจากติดต่อกับ ผู้รับสารโดยตรง ส่วนใหญ่อาศัยการพูดในลักษณะต่างๆ เช่น การสนทนาพบปะพูดคุย การประชุม การสอน การให้สัมภาษณ์ การโต้ว่าที่ การอภิปราย การปาฐกถา และการพูดในโอกาสพิเศษต่างๆ แต่สื่อบุคคลก็มี ข้อจำกัดคือ ในกรณีที่เนื้อหาเป็นเรื่องซับซ้อน การใช้คำพูดอย่างเดียวอาจไม่สามารถสร้างความเข้าใจได้ทันที และเป็นสื่อที่ไม่ถาวร ยกแก่การตรวจสอบและอ้างอิงนอกจากจะมีผู้บันทึกคำพูดนั้น ๆ ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร หรือบันทึกเสียงเอาไว้

2. สื่อมวลชน จากข้อจำกัดของสื่อบุคคลที่ไม่สามารถใช้เป็นสื่อกลางถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สู่คนจำนวนมากพร้อมกันในเวลาเดียวกันอย่างรวดเร็ว มนุษย์จึงได้พัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารและเกิดเป็นสื่อมวลชน เพื่อมารับใช้ภารกิจดังกล่าว

3. สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ด้วยวัตถุประสงค์ในการผลิตและรูปแบบแตกต่างกันออกไป เช่น แผ่นปลิว แผ่นพับ

โปสเตอร์จดหมายข่าว วารสาร เอกสารเผยแพร่ หนังสือในโอกาสพิเศษ รายงานประจำปี เป็นต้น ปัจจุบันความนิยมในการใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์นี้มีอยู่มาก และมีรูปแบบที่หลากหลายออกไปอีกมากมาย เช่น ในรูปปฏิทิน รูปลอก สมุดบันทึก ซึ่งล้วนแต่เป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพมีอายุการใช้งานนาน แต่มีข้อจำกัดในเรื่องการนำเสนอเนื้อหาซึ่งต้องให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น แผ่นพับที่เขียนด้วยภาษาวิชาการ ถ้าส่งไปให้ประชาชนในชนบท อาจจะไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้เลย

4. สื่อโสตทัศน เป็นสื่อที่ผู้รับสามารถรับได้ทั้งภาพ และเสียง โดยปกติสื่อโสตทัศน แบ่งได้เป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นสื่ออุปกรณ์ โดยสื่อวัสดุอาจจะสามารถใช้ได้ด้วยตัวเองโดยตรง เช่น ภาพวาด แบบจำลอง หรือ ของตัวอย่าง หรืออาจต้องนำไปใช้ร่วมกับสื่ออุปกรณ์ ได้แก่ เครื่องเล่นวีดิทัศน์ เครื่องฉาย ภาพยนตร์และเครื่อง คอมพิวเตอร์ เป็นต้น ในปัจจุบันนี้คอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีอิทธิพลอย่างมากในการติดต่อสื่อสารและในงานประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อผสม (Multi-media) ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง เพราะเป็นสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี เนื่องจากให้ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ที่สมจริงเป็น ธรรมชาติ และผู้รับยังสามารถมีส่วนร่วมและตอบสนองต่อสื่อดังกล่าวได้ ส่วนข้อจำกัดคือมีความยุ่งยากในการจัดเตรียมอุปกรณ์ ผู้รับต้องมีความรู้ในการใช้คอมพิวเตอร์พอสมควรและต้องใช้ไฟฟ้าหรือแบตเตอรี่เป็นแหล่งพลังงาน นอกจากนี้ในยุคที่โลกไร้พรมแดน การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) ยิ่งทวีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ และจะกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของพลโลกในอนาคตอันใกล้ โดยอินเทอร์เน็ตมีข้อดี คือ สามารถเข้าถึงประชาชนทั่วทุกมุมโลกได้อย่างรวดเร็ว และเป็นการสื่อสารสองทางที่ผู้รับสามารถโต้ตอบเพื่อซักถามข้อมูลเพิ่มเติมหรือข้อมูลที่ไม่เข้าใจได้โดยตรงผ่านทางระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)

5. สื่อกิจกรรม ปัจจุบันสื่อนี้มีความหมายขยายขอบเขตกว้างขวางไปถึงกิจกรรมที่สามารถสื่อความรู้สึกนึกคิด ความรู้อารมณ์ และเรื่องราวข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้ สื่อประเภทกิจกรรมมีได้มากมายหลายรูปแบบ เช่น การจัดประชุม สัมมนา ฝึกอบรม การแถลงข่าว การสาธิต การจัดริ้วขบวน การจัด นิทรรศการ การจัดแข่งขันกีฬา การจัดแสดง การจัดกิจกรรมทางการศึกษา การจัดกิจกรรมเสริมอาชีพ การจัดกิจกรรมการกุศล เป็นต้น สื่อกิจกรรมนี้สามารถปรับปรุงดัดแปลงแก้ไขให้ยืดหยุ่น เหมาะสมกับโอกาส และสถานการณ์ได้ง่าย แต่มีข้อจำกัดคือ ผู้รับมีจำนวนจำกัดเฉพาะกลุ่มที่ร่วมกิจกรรมนั้นๆ เท่านั้น

6. สื่อสมัยใหม่ (Modern Media) เป็นสื่อนิยมที่ใช้กันในยุคสังคมข่าวสาร หรือยุคสารสนเทศ (Information Age) ที่กระแสโลกาภิวัตน์(Globalization) ประเภทของสื่อสมัยใหม่ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ 1. ดาวเทียม (Satellite) หรือ สถานีทวนสัญญาณไมโครเวฟที่ลอยอยู่เหนือพื้นโลก ใช้ในการ สื่อสารระหว่างประเทศ 2. อินเทอร์เน็ต (Internet) ปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของคนเราเป็นอย่างมากตลอดจนในสังคมและในหน้าที่การทำงานอาชีพต่าง ๆ แม้แต่การประชาสัมพันธ์ก็นำอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการติดต่อสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ที่จัดทำขึ้นบนอินเทอร์เน็ต ซึ่งถือว่าเป็นสื่อสมัยใหม่ ที่นำมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดเช่นเดียวกับสื่ออื่น ๆ อินเทอร์เน็ตที่ใช้ทำการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ผ่านทาง E-mail หรือระบบจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ และระบบข้อมูลจาก World Wide Web (WWW) โดยการจัดทำเป็น Website ของแต่ละแห่งให้ผู้เปิดดูเข้าไปดูและติดตามข้อมูลต่าง ๆ ได้

#### 6. คุณสมบัติสื่อประชาสัมพันธ์

สื่อประชาสัมพันธ์ เป็นสื่อที่เอื้ออำนวยต่อการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างสรรค์และรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับสาธารณชน รวมถึงทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างองค์กรและสาธารณชน ด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้สาธารณชนเกิดความเข้าใจที่ถูกต้องต่อองค์กร สื่อประชาสัมพันธ์ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

1. ความถูกต้อง เพราะข้อมูลที่ได้ต้องนำไปใช้ในการตัดสินใจ หากข้อมูลไม่มีความถูกต้องแล้วก็จะก่อให้เกิดผลเสียหายตามมา
2. ความรวดเร็วและเป็นปัจจุบัน การได้มาของข้อมูลจำเป็นต้องให้ทันต่อความต้องการของผู้ใช้ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน
3. ความสมบูรณ์ ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ คือ ข้อมูลที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ ซึ่งจะขึ้นกับวิธีการรวบรวมข้อมูลและวิธีการประมวลผล ดังนั้นในการดำเนินการรวบรวมข้อมูลต้องสำรวจและสอบถามความต้องการในการใช้ข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์
4. ความกระชับและชัดเจน การจัดเก็บข้อมูลจำนวนมากจะต้องใช้พื้นที่มากจึงจำเป็นต้องออกแบบโครงสร้างข้อมูลให้กระชับและสื่อความหมายได้ อาจมีการใช้รหัสแทนข้อมูลให้เหมาะสมเพื่อจัดเก็บไว้อย่างเป็นระบบ
5. ความสอดคล้อง ความต้องการเป็นเรื่องที่สำคัญ ดังนั้นจึงต้องมีการสำรวจเพื่อหาความต้องการของหน่วยงานและองค์กร คุณภาพการใช้ข้อมูล และขอบเขตของข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการ

## แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้ข่าวสาร

เป็นกระบวนการที่บุคคลเปิดรับต่อข้อมูลข่าวสาร การตั้งใจรับข้อมูลนั้น ทำให้เกิดความเข้าใจ ความหมาย ข่าวสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้น ต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนั้นข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดีขึ้น

### 1. การรับรู้ข่าวสารและการเลือกสรรข่าวสารของแต่ละบุคคล

ความแตกต่างในเรื่องการรับรู้ของแต่ละบุคคล การรับรู้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร ทักษะคิดและความคาดหวังของผู้สื่อสาร การรับรู้เป็นกระบวนการเลือกรับสาร การตีความที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง แต่ละคนมีความสนใจและรับรู้สิ่งต่างๆ รอบตัวต่างกัน ซึ่งมีความแตกต่างกันทางสถานภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยามีผลต่อการรับรู้ข่าวสารโดยมีการรับการเลือกสรร (วังทราย อิกะวัน, 2553 ) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยกลั่นกรอง 4 ข้อ

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) แหล่งข่าวสารที่มีอยู่ด้วยกันหลาย เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่ง ตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเราก็ต่างกัน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตาม ความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้วเชื่อว่าจะรับข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทักษะคิด ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้น และคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าวนอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไป ยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

#### 4. การเลือกจดจำ (Selective Retention)

บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะคิด ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทักษะคิด ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่แต่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้ง และมีสิ่งที่ทำให้ไม่สบายใจขึ้น

โดยสรุปได้ว่า การรับรู้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรม การสื่อสารทัศนคติและความคาดหวังของผู้สื่อสาร การรับรู้เป็นกระบวนการเลือกรับสารการตีความที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง โดยทั่วไปการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยรู้ตัวหรือตั้งใจ และมักเกิดตามประสบการณ์ และการสั่งสมทางสังคม

#### 2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสาร

ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน คือ

1. ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์ คือ ความต้องการ ความต้องการทุกอย่างมนุษย์ ทั้งความต้องการทางการและใจ ทั้งความต้องการระดับสูง และความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ

2. ทักษะคิดและค่านิยม (Attitude and Values) ทักษะคิด คือ ความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่างๆ ส่วนค่านิยม คือ หลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคนซึ่งทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ พฤติกรรมภายในหรือพฤติกรรมปกปิด (Covert Behavior) เป็นพฤติกรรมที่บุคคลแสดงแล้ว แต่ผู้อื่นไม่สามารถมองเห็นหรือสังเกตได้โดยตรง จะทราบได้ เมื่อบุคคลนั้นจะเป็นผู้บอกหรือแสดงบางอย่างเพื่อให้คนอื่นรับรู้ได้ เช่น ความคิด อารมณ์ การรับรู้

3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งความสามารถด้านภาษา มีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไป เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. สไตล์ในการสื่อสาร (Communication style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสารของเราคือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้น บางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7. สถานะ (Context) สถานะในที่นี้ หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสาร สิ่งต่างๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วยการเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่า เป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคน พัฒนา นิสัยการรับสารนั้น เป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเราเราพัฒนาความชอบสื่อ ชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้น เราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่งสนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

โดยสรุปได้ว่า การเปิดรับข่าวสาร เห็นได้มนุษย์จำเป็นต้องติดต่อสื่อสารกันและเปิดรับข่าวสารก็ต่อเมื่อมีความต้องการข่าวสารที่ตรงกับความสนใจ เพื่อตอบสนองความต้องการในด้านต่างๆ โดยไม่จำกัดว่าจะทำการเปิดรับข่าวสารจากสื่อใด ก็จะได้รับเฉพาะเรื่องที่สนใจเท่านั้นเนื่องจากข่าวสารในปัจจุบันมีมากเกินไปที่จะรับไว้ ทั้งหมด จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น อย่างไรก็ตามบุคคลแต่ละคนก็มีเกณฑ์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามลักษณะ ส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมในสังคมนั้น ๆ และวัตถุประสงค์หรือความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันย่อมทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันได้ด้วย

#### แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจศึกษาต่อ

การตัดสินใจศึกษาต่อที่ใดที่หนึ่งนั้นเป็นเรื่องที่สำคัญ เพราะเป็นการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด จากทางเลือกหลายๆทางและนำข้อมูลต่างๆที่ได้รับมาพิจารณา เพื่อดำเนินการตัดสินใจเลือกสิ่งที่ดีที่สุดเมื่อพบกับทางเลือกที่เหมาะสม



## 1. ความหมายของการตัดสินใจ

การศึกษาความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ผู้ศึกษาได้ศึกษาตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า มีนักวิชาการทั้งในและต่างประเทศได้ให้ความหมายและองค์ประกอบของการตัดสินใจ ดังนี้

ฉัตรพร เสมอใจ (2550) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำให้สิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่

ณัฐพันธ์ เจริญนันทน์ (2551) ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการ ใช้ความคิดและการกระทำของการรับรู้โดยการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหา (Problem) หรือโอกาส (Opportunity) และประเมินทางเลือกที่เหมาะสมเพื่อจัดการกับปัญหาหรือโอกาสที่เกิดขึ้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2540) กล่าวว่า การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกระหว่าง ทางเลือกซึ่งคาดว่าจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่พึงพอใจจากปัญหาใดปัญหาหนึ่ง แม้ว่า การตัดสินใจในการ บริหารไม่ได้เริ่มต้นหรือสิ้นสุดด้วยการตัดสินใจเพราะต้องมีการกำหนดปัญหาก่อน จึงจะตัดสินใจแล้ว นำไปปฏิบัติ

โดยสรุปได้ว่า การตัดสินใจ หมายถึง การใช้ความคิดในการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาหรือ โอกาสในการประเมินหรือพิจารณาทางเลือก ที่เหมาะสมและดีที่สุดจากหลายทางเลือกเพื่อให้บรรลุ วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

## 2. แนวคิดการตัดสินใจเลือกเรียน

จุฑามาศ ตันนिरตันโอภาส (2548) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ ศึกษาต่อไว้ดังนี้

1. ด้านอิทธิพลจากสังคม เป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจของนักศึกษาโดยได้รับ อิทธิพลจากสภาพแวดล้อม ความเป็นอยู่ของนักศึกษาโดยมีผลมาจากเพื่อน ญาติครูอาจารย์และคน ในครอบครัว

2. ความรู้ความสามารถเป็นองค์ ประกอบในการตัดสินใจของนักศึกษา โดยนักศึกษาได้มี ความมานะพยายามที่จะศึกษา เพื่อให้ทำคะแนนได้ดีๆ ในรายวิชาต่างๆ และสามารถนำความรู้ที่ได้ไป ถ่ายทอดให้บุคคลอื่นได้

3. ความคาดหวัง เป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจของนักศึกษา โดยเน้นที่ความรู้สึก นึก คิด หรือความต้องการของนักศึกษา เช่น ความอยากที่จะเป็นบุคคลมีชื่อเสียงและความต้องการ ใน เรื่องของรายได้ในอนาคตหลังจากจบการศึกษา

### 3. องค์ประกอบในการตัดสินใจเลือกเรียน

องค์ประกอบในการตัดสินใจเลือกเรียน กิตติภณ กิตยานุรักษ์ (2551) และฉันทากร ช่วยทุกข์เพื่อน (2558) กล่าวไว้ว่า

1. องค์ประกอบที่สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดบริการทางด้านผลิตภัณฑ์ ในการเลือกเรียนต่อ โดยเฉพาะการฝึกงานหรือสหกิจ ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าเป็นโอกาสที่นักศึกษาจะได้ฝึกทักษะและเรียนรู้งานในสถานประกอบการจริง มีโอกาสที่จะได้รับการตอบรับเข้าทำงานได้สูงกว่า

2. องค์ประกอบที่สนับสนุนการเรียนรู้และการยอมรับ เป็นองค์ประกอบที่ค่อนข้างสอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านลักษณะทางกายภาพในการตัดสินใจเลือกเรียนต่อ ไม่ว่าจะเป็นความสวยงาม ความสะอาด ความเป็นระเบียบของสถานที่และสภาพแวดล้อม ภายในสถาบัน ความปลอดภัยของที่พักอาศัย ตลอดจนการมีอุปกรณ์การเรียนการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ทันสมัยและเพียงพอ

3. อาจารย์และบุคลากร เป็นองค์ประกอบที่สอดคล้องกับ ส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านบุคคลในการเลือกเรียนต่อ โดยเฉพาะประสบการณ์สอน ระบบการให้ความช่วยเหลือ ดูแลการให้ คำปรึกษาของอาจารย์ และความมีชื่อเสียงของอาจารย์ เนื่องจากอาจารย์เป็นผู้ที่ส่งผลโดยตรงต่อผลลัพธ์ที่นักศึกษาต้องการและเป็นผู้ขับเคลื่อนหลักสูตร

โดยสรุปได้ว่า องค์ประกอบในการตัดสินใจเลือกเรียนนั้น มีหลายสาเหตุ ได้แก่ เพศ ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว ฐานะทางสังคมของครอบครัวความสามารถส่วนบุคคล ความสนใจ ทักษะ ประสบการณ์ความรู้สึก ความคิดเห็นของครอบครัว การชักชวนของเพื่อน การแนะนำของโรงเรียน และความต้องการที่จะประกอบอาชีพในอนาคต ซึ่งต้องนำมาพิจารณาประกอบกัน

#### แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการสารสนเทศ

ความต้องการสารสนเทศต้องเกิดจาก ความอยากรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ เช่น เพื่อการเข้าสังคม เพื่อการทำงาน เพื่อการเรียนรู้ เพื่อการตัดสินใจ เพื่อแก้ปัญหา และวัตถุประสงค์อื่นๆ ความต้องการสารสนเทศในเรื่องใดเรื่องหนึ่งนั้น เกิดขึ้น โดยที่ตนเองยังไม่มีความรู้ในเรื่องนั้นเพียงพอ หรือ อาจรู้แต่รู้ ยังไม่เพียงพอ รู้ยังไม่ชัดเจน

#### 1. ความหมายของความต้องการสารสนเทศ

ความต้องการสารสนเทศ (Information Needs) หมายถึงการที่บุคคลพบว่าตนเองอยู่ในสถานการณ์ที่ทำให้ต้องตัดสินใจหาคำตอบ หรือหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับ เรื่องใดเรื่องหนึ่งเพื่อที่จะนำมาใช้ในสถานการณ์นั้นๆ หรือเกิดจากสภาวะของบุคคลที่เกิดความไม่มั่นใจ ในความรู้ของคนที่อยู่

ในขณะนั้น รู้สึกว่าตนเองมีสารสนเทศไม่เพียงพอในการตอบคำถาม หรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ จำเป็นต้องแสวงหาสารสนเทศที่ทันสมัย หรือสารสนเทศที่สมบูรณ์กว่ามาเพิ่มเติม (ประภาวดี สืบสนธิ์ , 2544)

อัญชลี สากระแสร (2545) ได้อธิบายความหมายของความต้องการสารสนเทศไว้ดังนี้ ความต้องการสารสนเทศ หมายถึง กระบวนการความต้องการสารสนเทศ การแสวงหา และการใช้สารสนเทศเป็นเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกัน จึงเป็นที่จะต้องนำมาพิจารณาร่วมกัน ในทางจิตวิทยาและสังคมวิทยาได้มีการค้นพบความแตกต่างของมนุษย์นั้นมีหลายอย่างแตกต่างกัน ไปตามพื้นฐาน และบุคคลกระบวนการใช้ทรัพยากรสารสนเทศ เป็นผลมาจากความต้องการใช้ข้อมูล ข่าวสาร ซึ่งการใช้ทรัพยากรสารสนเทศถือเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการแสวงหาข้อมูลข่าวสารโดยผู้ปฏิบัติงาน จะเริ่มต้นการค้นหาข้อมูลจากที่ไม่มีความรู้มาก่อน ทั้งนี้ผู้ปฏิบัติงานอาจจะมีความรู้ไม่เพียงพอเกี่ยวกับเรื่องที่ต้องนำไปใช้ แต่เมื่อใช้ความพยายามมากขึ้นในการค้นหาก็จะทราบถึงลักษณะเฉพาะของหัวเรื่องที่ต้องการค้นและเมื่อผู้ปฏิบัติงานมีความเข้าใจเกี่ยวกับ หัวเรื่องที่ต้องการจะท ทำให้ได้สารสนเทศโดยตรง ทั้งนี้อาจเป็นไปในรูปแบบของการแลกเปลี่ยนสารสนเทศระหว่างกัน ในการใช้สารสนเทศนั้น ผู้ปฏิบัติงานจะมีความต้องการแตกต่างกัน สารสนเทศที่ต้องการใช้ อาจจะเป็นข้อเท็จจริงค่า แนะนำหรือความคิดเห็น ซึ่งสารสนเทศดังกล่าวจะอยู่ในรูปที่เป็นลายลักษณ์อักษร หรือคำพูด

สมพร พุทธาพิทักษ์ผล (2545) ได้อธิบายว่า ความต้องการสารสนเทศ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4ระดับ ดังนี้

- 1) ระดับจิตใต้สำนึกหรือระดับที่ไม่รู้ตัว ความต้องการในระดับนี้ แม้เจ้าตัวเองอาจยังไม่รู้ตัวว่าต้องการสารสนเทศ
- 2) ระดับจิตสำนึกผู้ใช้หรือตระหนักว่ามีความต้องการสารสนเทศแต่ยังไม่สามารถระบุได้อย่างแน่ชัดว่า ต้องการสารสนเทศเรื่องใด อะไร
- 3) ระดับที่แสดงออกถึงความต้องการ เป็นความต้องการสารสนเทศที่ผู้ใช้สามารถระบุได้อย่างชัดเจน
- 4) ระดับที่ปรับตามระบบหรือบริการสารสนเทศ เป็นความต้องการที่ผู้ใช้ปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับระบบหรือบริการสารสนเทศที่ใช้

ความต้องการของผู้ใช้บริการสารสนเทศแต่ละบุคคลมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ซึ่งนอกจากปัจจัยด้านอาชีพ หน้าที่ความรับผิดชอบในการ

ปฏิบัติงานแล้วยังมีปัจจัยอื่นอีก ได้แก่ คุณสมบัติส่วนตัวของผู้ใช้สารสนเทศ มีส่วนกำหนดพฤติกรรมการค้นหาและการใช้สารสนเทศเพราะเป็นพื้นฐานและความสนใจส่วนตัวของผู้ใช้ แต่ละบุคคลประกอบด้วย

1. สาขาวิชาที่ผู้ใช้ได้ศึกษามาหรือผู้ใช้มีพื้นฐานความสนใจในสาขาวิชานั้นหรือพัฒนาในภายหลัง
2. ระดับการศึกษาของผู้ใช้ ระดับการศึกษาที่สูงอาจต้องการสารสนเทศในระดับมากและลึกซึ้ง เจาะลึกเฉพาะสาขาวิชายิ่งขึ้น
3. สภาพแวดล้อมส่วนตัว เช่น สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม อายุ ประสบการณ์ ในการทำงาน ความสนใจส่วนตัว
4. ลักษณะสภาพแวดล้อมของหน่วยงาน โดยขึ้นอยู่กับหน่วยงานนั้นทำหน้าที่และเกี่ยวข้องกับอะไรและเกี่ยวข้องกับบุคคลกลุ่มใด
5. การเข้าถึงและการใช้สารสนเทศ หมายถึง ความสะดวกในการรับสารสนเทศของผู้ใช้ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้

5.1 แหล่งสารสนเทศ อาจเป็นแหล่งสารสนเทศของตนเอง หรือในหน่วยงาน หรือสถานที่ใกล้เคียง อาจเป็นแหล่งสารสนเทศที่เป็นทางการ เช่น บริการห้องสมุด และสถาบันบริการสารสนเทศ หรืออาจเป็นสารสนเทศบุคคลที่สามารถพูดคุยได้

5.2 ต้องการค้นหาสารสนเทศได้โดยง่าย สะดวกและรวดเร็ว

## 2. ประเภทความต้องการสารสนเทศ

ความต้องการสารสนเทศสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท ประกอบด้วย ความต้องการสารสนเทศตามเงื่อนไขของเวลาและความต้องการสารสนเทศตามขอบเขตของลักษณะ ความต้องการดังนี้ (อารีย์ ชื่นวัฒนา, 2554)

1) ความต้องการสารสนเทศตามเงื่อนไขทางเวลา เช่น ความต้องการเร่งด่วน ที่ต้องการได้รับตอบสนองโดยทันทีมิฉะนั้น สารสนเทศที่ได้รับก็จะไม่เกิดประโยชน์แต่ในบางครั้งถ้าผู้ใช้เกิดความต้องการสารสนเทศก็สามารถรอคอยได้

2) ความต้องการสารสนเทศตามขอบเขตของลักษณะความต้องการ ได้แก่ ความต้องการที่กว้างแคบ และตรงเป้าหมาย ความต้องการที่มีขอบเขตกว้างหมายความว่า ผู้ใช้ต้องการขยายขอบเขตความรู้ของตนในเรื่องหนึ่งออกไป โดยการสำรวจอย่างกว้างขวางบางครั้งเลยออกไปสู่ขอบเขตอื่นด้วยความคาดหวังที่จะได้พบสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ สำหรับผู้ที่รู้สารสนเทศความ

ต้องการของตนอย่างดีในระหว่างการค้นหาจะค่อยๆเพิ่มขีดความสามารถในการลงความคิดเห็นว่าที่ค้นหาได้เกี่ยวข้องกับความต้องการสารสนเทศเพียงใด และจำกัดขอบเขตการค้นหาให้แคบลงเรื่อยๆ สำหรับความต้องการที่ตรงเป้าหมายนั้น ผู้ใช้สามารถระบุได้ทันทีว่าสารสนเทศที่ใช้ค้นหานั้นได้ถูกต้องเหมาะสม ไม่จำเป็นต้องขยายหรือจำกัดขอบเขตในการค้นหา

### 3. ปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการสารสนเทศ

แบ่งออกได้เป็น 6 ประการ (Lin & Garvey, 1972) ได้แก่

- 1) แหล่งสารสนเทศหาได้ง่าย ทั้งแหล่งวิชาการ เช่น หนังสือวารสารรายงาน การวิจัย และแหล่งไม่เป็นทางการเช่น การอภิปรายการประชุม การติดต่อทางจดหมาย
- 2) ประโยชน์หรือคุณค่าที่สารสนเทศมีอยู่สารสนเทศที่ได้รับอาจเป็นประโยชน์ในการใช้แก้ปัญหาการทำงานปัญหาทางสังคม
- 3) ลักษณะเฉพาะของผู้ใช้ ได้แก่ ประสบการณ์อายุระดับการศึกษา กิจกรรมทาง วิชาการ ลักษณะเหล่านี้จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศ
- 4) ระบบสังคม การเมือง และเศรษฐกิจในชีวิตประจำวันของผู้ใช้โดยเฉพาะตำแหน่งในสังคมจะสามารถกำหนดความต้องการสารสนเทศได้
- 5) ผลของการใช้สารสนเทศครั้งที่ผ่านมาเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้ทราบว่าที่ผ่านมาได้รับสารสนเทศตรงตามความต้องการหรือไม่
- 6) ประเภทของงานที่ทำก่อให้เกิดความต้องการสารสนเทศโดยเฉพาะงานที่ต้องใช้สารสนเทศที่ทันสมัยหรือเร่งด่วน เช่น วิศวกรต้องการสารสนเทศประเภทเทคโนโลยีใหม่ ๆ หรือผู้ประกาศข่าวต้องการสารสนเทศที่รวดเร็ว

สรุปได้ว่า ความต้องการสารสนเทศ หมายถึง การแสวงหา การค้นหา สารสนเทศ เพื่อนำมาใช้แก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการใช้สารสนเทศในการค้นหา ข้อเท็จจริงหรือการนำสารสนเทศไปใช้ตามวัตถุประสงค์ของบุคคล

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทัศนีย์ หมอสอน (2559) ศึกษาการรับรู้ข้อมูลของนักเรียนจากสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรการจัดการสารสนเทศ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ซึ่งผลการวิจัยพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 โนเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดนครศรีธรรมราช มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ของหลักสูตรการจัดการสารสนเทศ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราชอยู่ในระดับมาก โดยส่วนใหญ่ได้รับข้อมูล

ข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์แผ่นพับประชาสัมพันธ์หลักสูตรการจัดการสารสนเทศ ร้อยละ 30, ผ่านเฟสบุ๊กหลักสูตรการจัดการสารสนเทศ ร้อยละ 24.17, เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ร้อยละ 18.33, สื่อประชาสัมพันธ์ไปสเตอร์ ร้อยละ 15.83 และการประชาสัมพันธ์ของครูแนะแนว ร้อยละ 11.67 ตามลำดับ

อุษณีย์ พรหมเตื้อ และ มาลี กาบมาลา (2562) ศึกษาการศึกษาความต้องการสารสนเทศที่ผลต่อกาดตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ ผลการศึกษา พบว่านักเรียนส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดชัยภูมิ (ร้อยละ 73.0) และมีเหตุผลในการเลือกมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิเพื่อศึกษาต่อ คือ มหาวิทยาลัยตั้งอยู่ใกล้ภูมิลำเนา (ร้อยละ 53.9) ด้านความต้องการสารสนเทศ แบ่งเป็น 1.ความต้องการสารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรระดับปริญญาตรี มีมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิในระดับมากประกอบด้วย 1) สารสนเทศด้านเครือข่ายและการรองรับการมีงานทำ ( $\bar{x} = 4.08$ ) 2) สารสนเทศด้านทุนการศึกษา ( $\bar{x} = 3.98$ ) 3) สารสนเทศด้านอัตราค่าใช้จ่าย ( $\bar{x} = 3.75$ ) 4) สารสนเทศด้านหลักสูตร ( $\bar{x} = 3.74$ ) 5) สารสนเทศด้านอาจารย์ ( $\bar{x} = 3.68$ ) 6) สารสนเทศพื้นฐานของมหาวิทยาลัย ( $\bar{x} = 3.61$ ) 2. ความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า นักเรียน มีความต้องการสารสนเทศจากสื่อรูปแบบเว็บไซต์มากที่สุด รองลงมาคือ วัสดุสิ่งพิมพ์ สังคมออนไลน์ สื่อบุคคล และสื่อมวลชน

ณัฐวัฒน์ คณารักษ์สมบัติ (2557) ศึกษาการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า 1) ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ โรงเรียนที่จบการศึกษา ก่อนเรียนต่อในระดับปริญญาตรี เกรดเฉลี่ย ภูมิลำเนา สาขาวิชาที่กำลังศึกษา รายได้เฉลี่ยของครอบครัว ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ แต่กลับพบว่า 1) เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้สื่อต่างกัน ทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อต่างกัน 2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อทั้ง 5 ประเภท คือ สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อบุคคล และสื่อกิจกรรม พบว่า สื่อแต่ละชนิด มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปลายเปิด พบว่า การออกไปแนะแนวตามสถานศึกษา และการเพิ่มสื่อประชาสัมพันธ์แบบออนไลน์จะมีผลที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการเพิ่มมากขึ้น

ณัฐวัฒน์ พระงาม (2562) อิทธิพลสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนในสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ ผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนในสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ ได้รับอิทธิพลเชิงบวกจากสื่อประชาสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยเรียงลำดับค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์จากมากไปน้อย ได้แก่ สื่อบุคคล (PubM) สื่อสิ่งพิมพ์ (PubM) สื่อกิจกรรมพิเศษ (SpeM) สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน คือ  $ZY = 0.291 (PerM) + 0.268 (PubM) + 0.141 (SpeM)$

พรพิมล สัมพัทธ์พงศ์ (2556) บทบาทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ในระดับปริญญาตรี วิทยาลัยราชพฤกษ์ ผลการทดสอบสมมุติฐานได้ดังนี้ 1) เพศที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีวิทยาลัยราชพฤกษ์ ในเรื่องข้อมูลการเดินทางจากสื่อประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) ระบบการศึกษาของนักศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในเรื่องเห็นภาพอาคารสถานที่ในวิทยาลัยจากสื่อประชาสัมพันธ์ ทราบมาจากนักศึกษาที่กำลังเรียนว่าคณาจารย์ดูแลเอาใจใส่ดี และมีการจัดโปรแกรมชั้นพิเศษสำหรับนักศึกษาใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) สาขาวิชาของนักศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีในเรื่องเห็นภาพห้องเรียนและบรรยากาศการเรียนการสอนจากสื่อประชาสัมพันธ์ เห็นบุคลิกคณาจารย์จากสื่อประชาสัมพันธ์ มีความเชื่อมั่นในทีมผู้บริหารวิทยาลัย มีบริการด้านเงินกู้เพื่อการศึกษา มีการประชาสัมพันธ์ถึงทุนการศึกษา มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์วิทยาลัย เพื่อนๆ มาเรียนที่วิทยาลัยแนะนำให้มาเรียนด้วยกัน ครูอาจารย์ที่สถาบันเดิมแนะนำให้มาเรียนที่นี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) อาชีพผู้ปกครองของนักศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ในเรื่องเห็นภาพอาคารสถานที่ในวิทยาลัยจากสื่อประชาสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 5) รายได้เฉลี่ยครอบครัวของนักศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ซึ่งทราบจากสื่อประชาสัมพันธ์ถึงตำแหน่งที่ตั้งของวิทยาลัยและเห็นภาพอาคารสถานที่ในวิทยาลัยจากสื่อประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุพบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี วิทยาลัยราชพฤกษ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05และการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี วิทยาลัยราชพฤกษ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัย คือ การวิจัยเชิงปริมาณ (survey research) โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์โดยใช้ Google Form ในการสร้างแบบสอบถามและมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนมัธยมในสำนักเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษาเขต 31 ในเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมา ตำบลในเมือง อำเภอเมือง ทั้งหมด 3 โรงเรียน คือโรงเรียนโคราชพิทยาศาสตร์ โรงเรียนราชสีมาวิทยาลัย โรงเรียนสุนทรารีวิทยา จำนวน 995 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 18 กรกฎาคม 2563 กลุ่มสารสนเทศ สนผ. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน)

##### 2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนมัธยมในสำนักเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษาเขต 31 ในเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมา ตำบลในเมือง อำเภอเมือง ทั้งหมด 3 โรงเรียน คือ โรงเรียนโคราชพิทยาศาสตร์ โรงเรียนราชสีมาวิทยาลัย โรงเรียนสุนทรารีวิทยา โดยมีขั้นตอนในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ขั้นที่ 1 การกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนมัธยมสำนักเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษาเขต 31 ในเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมา ตำบลในเมือง อำเภอเมือง ทั้งหมด 3 โรงเรียน คือโรงเรียนโคราชพิทยาศาสตร์ โรงเรียนราชสีมาวิทยาลัย โรงเรียนสุนทรารีวิทยา จำนวน 995 คน ใช้สูตรการคำนวณของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ซึ่งกำหนดความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ระดับ 0.5



เปิดตารางทาโร ยามานะ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อ 0.5 =  $\frac{995 \times 286}{1000} = 285$

ขั้นที่ 2 แบ่งกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนประชากร โดยดังนี้

โรงเรียนโคราชพิทยา  $(39 \times 100)/995 =$  ร้อยละ 4

โรงเรียนราชสีมาวิทยาลัย  $(402 \times 100)/995 =$  ร้อยละ 41

โรงเรียนสุรนารีวิทยา  $(554 \times 100)/995 =$  ร้อยละ 56

จากนั้น แบ่งกลุ่มตามสัดส่วน

โรงเรียนโคราชพิทยา  $285 \times 4\% = 11$  คน

โรงเรียนราชสีมาวิทยาลัย  $285 \times 41\% = 116$  คน

โรงเรียนสุรนารีวิทยา  $285 \times 56\% = 158$  คน

**ตารางที่ 3.1** จำนวนกลุ่มตัวอย่างนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนมัธยมในสำนักเขตพื้นที่ การศึกษา มัธยมศึกษาเขต 31 ในเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมา ตำบลในเมือง อำเภอเมือง

โรงเรียน	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
โรงเรียนโคราชพิทยา	39	11
โรงเรียนราชสีมาวิทยาลัย	402	116
โรงเรียนสุรนารีวิทยา	554	158
รวม	995	285

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์โดยใช้ Google Form เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวางแผนตามประเด็นในกรอบแนวคิดที่ศึกษาและตามข้อสมมติฐานที่ตั้งไว้ แบ่งออกได้เป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ โรงเรียนที่กำลังศึกษา แผนการเรียน โดยมีชนิดของคำถามเป็นแบบเขียนตอบ

ตอนที่ 2 ความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มีลักษณะเป็นการให้ระดับการตัดสินใจด้วยคะแนนแบบลิเคิร์ต (Likert scale) 5 ระดับ จำนวน 25 ข้อ ซึ่งแบ่งเป็น

ด้านความต้องการสารสนเทศการศึกษาต่อจากสื่อประชาสัมพันธ์	จำนวน 5 ข้อ
ด้านประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์	จำนวน 5 ข้อ
ด้านคุณสมบัติของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการ	จำนวน 5 ข้อ
ด้านคุณลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการ	จำนวน 5 ข้อ
ด้านการรับรู้และความเข้าใจต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์	จำนวน 5 ข้อ

การเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์สารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนต้องการข้อมูลและค้นหาข้อมูลสารสนเทศจากสื่อใดมากที่สุดและรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอได้เหมาะสมกับความสนใจนักเรียนมากที่สุดโดยมีการเรียงอันดับ จากรูปแบบประเภทสื่อที่ต้องการใช้มากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด จำนวน 10 ข้อ ซึ่งแบ่งเป็น

สื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการข้อมูลและค้นหาข้อมูลสารสนเทศ จำนวน 5 ข้อ

สื่อประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอได้เหมาะสมกับความสนใจ จำนวน 5 ข้อ

มีลักษณะเป็นการให้ระดับการตัดสินใจด้วยคะแนนแบบลิเคิร์ต (Likert scale) 5 ระดับ

มากที่สุด	ความหมายว่า	ค่าคะแนนเท่ากับ 5
มาก	ความหมายว่า	ค่าคะแนนเท่ากับ 4
ปานกลาง	ความหมายว่า	ค่าคะแนนเท่ากับ 3
น้อย	ความหมายว่า	ค่าคะแนนเท่ากับ 2
น้อยที่สุด	ความหมายว่า	ค่าคะแนนเท่ากับ 1

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะนำเพิ่มเติม (ถ้ามี)

### การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีกระบวนการและขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎี เอกสาร บทความ ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยพิจารณารายละเอียดต่าง ๆ เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้

2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามออนไลน์โดยใช้ Google Form ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและตำรา ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบความคิดในการสร้างแบบสอบถามออนไลน์

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

+1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

0 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

-1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าข้อคำถามแต่ละข้อมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 1.00 ซึ่งถือว่ามีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ

4. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงเรียบร้อยแล้วตามคำแนะนำของคณะกรรมการควบคุม การค้นคว้าอิสระ หรืออาจารย์ที่ปรึกษาไปทดลองใช้ (try-out)

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ดังนี้

1. โดยทำเรื่องยื่นหนังสือขออนุญาตไปยังโรงเรียนทั้งหมด 3 โรงเรียน คือโรงเรียนโคราชพิทยาศาสตร์ โรงเรียนราชสีมาวิทยาลัย โรงเรียนสุรนารีวิทยา เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ผู้วิจัยดำเนินการส่งลิ้งค์แบบสอบถามออนไลน์โดยใช้ Google Form ไปยังกลุ่มประชากรตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยขอความร่วมมือจากผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนในโรงเรียน

3. ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้ นำมาดำเนินการตามขั้นตอนการวิจัยต่อไป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน คือ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2. ความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา 3. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยใช้วิธีการประมวลผลค่าทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

สถิติใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูลและตอบวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ โรงเรียนที่กำลังศึกษา แผนการเรียน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติ ค่าความถี่ ร้อยละ
2. การวิเคราะห์ความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

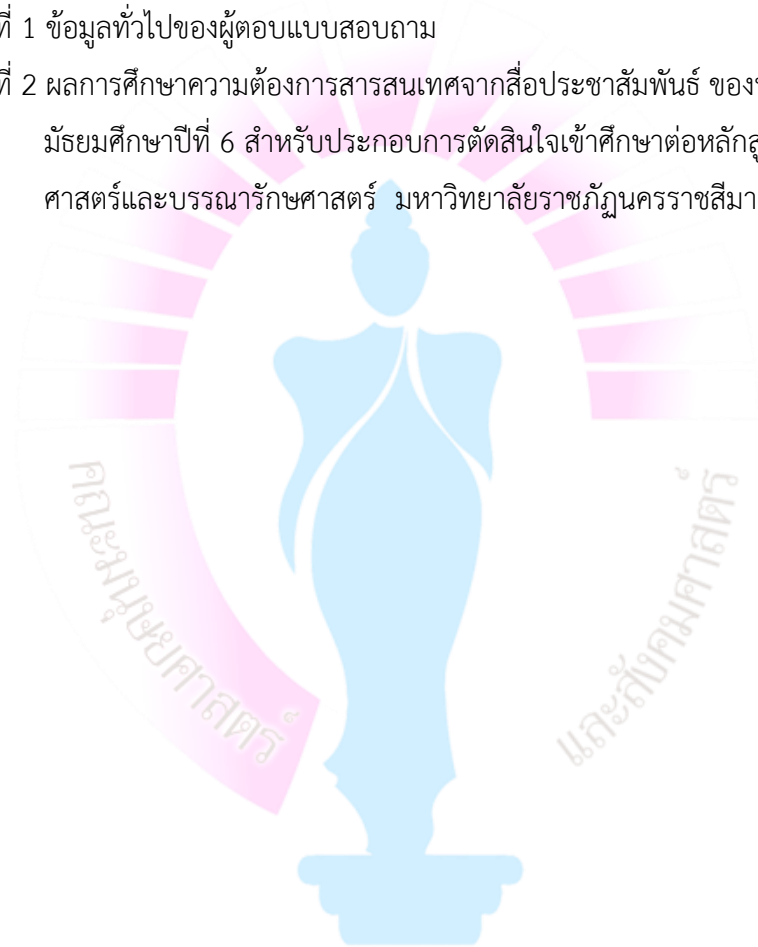
การวิจัยเรื่องความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ผู้วิจัยนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

#### การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา



## ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตัวแปรปรากฏผลดังตาราง 4.1 ดังนี้

**ตาราง 4.1** จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ โรงเรียน แผนการเรียน

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	111	38.9
หญิง	162	56.8
รวม	273	95.7
2. โรงเรียนที่กำลังศึกษา		
โรงเรียนโคราชพิทยาคม	11	3.8
โรงเรียนราชสีมาวิทยาลัย	110	38.6
โรงเรียนสุรนารีวิทยาลัย	152	53.3
รวม	273	95.7
3. แผนการเรียน		
วิทยาศาสตร์ – คณิตศาสตร์	57	20.0
ภาษาอังกฤษ – ศิลปะ	36	12.6
ภาษาอังกฤษ – คณิตศาสตร์	55	19.2
ภาษาอังกฤษ – สังคมศึกษา	43	15.1
ศิลป์ – ภาษา	28	9.8
ศิลป์ไทย – สังคม	29	10.1
ศิลป์ – คำนวณ	23	8.1
สาขาการบัญชี/การตลาด	2	0.8
อื่นๆ		
รวม	273	95.7

## ตาราง 4.1 (ต่อ)

จากตาราง 4.1 พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่ตอบแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ 96 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 56.8) ส่วนใหญ่กำลังศึกษาในโรงเรียนสุรนารีวิทยาลัย (ร้อยละ 53.3) และส่วนมากอยู่ในแผนการเรียนภาษาอังกฤษ – คณิตศาสตร์ (ร้อยละ 19.2)

**ตอนที่ 2 ผลการศึกษาความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา**

**ตาราง 4.2** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้ง 5 ด้าน

ความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์	N = 273		ระดับ
	$\bar{x}$	S.D.	
ด้านความต้องการสารสนเทศการศึกษาต่อจากสื่อประชาสัมพันธ์			
1. สารสนเทศของหลักสูตร เช่น ชื่อหลักสูตร ชื่อปริญญา แผนการเรียน กิจกรรมนักศึกษาและจำนวนหน่วยกิต ตลอดหลักสูตร	4.42	0.67	มาก
2. สารสนเทศด้านตลาดแรงงาน เช่น การมีงานทำของ บัณฑิตในหลักสูตร	4.22	0.63	มาก
3. สารสนเทศด้านค่าใช้จ่าย เช่น ค่าเล่าเรียน ค่าใช้จ่ายในมหาวิทยาลัย	4.35	0.71	มาก
4. สารสนเทศด้านอาจารย์ เช่น คุณวุฒิของอาจารย์ ผลงานของอาจารย์ในหลักสูตร	4.32	0.71	มาก
5. สารสนเทศด้านศิษย์เก่า หรือการมีงานทำของบัณฑิตที่จบไปแล้ว	4.29	0.75	มาก
รวม	4.32	0.69	มาก

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ด้านความต้องการสารสนเทศการศึกษาต่อจากสื่อประชาสัมพันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.32$ , S.D. = 0.69) โดยความต้องการสารสนเทศของหลักสูตร เช่น ชื่อหลักสูตร ชื่อปริญญา แผนการเรียน กิจกรรมนักศึกษาและ จำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.42$ , S.D. = 0.67) รองลงมา คือ ความต้องการสารสนเทศด้านค่าใช้จ่าย เช่น ค่าเล่าเรียน ค่าใช้จ่ายในมหาวิทยาลัย ( $\bar{x} = 4.35$ , S.D. = 0.71) และน้อยที่สุด คือ ความต้องการสารสนเทศด้านตลาดแรงงาน เช่น การมีงานทำของบัณฑิตในหลักสูตร ( $\bar{x} = 4.22$ , S.D. = 0.63) ตามลำดับ

**ตาราง 4.3** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับด้านประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้ง 5 ด้าน

ความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์	N = 273		ระดับ
	$\bar{x}$	S.D.	
ด้านประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์			
1. สื่อบุคคล เช่น รุ่นพี่ ครูแนะแนว	4.31	0.66	มาก
2. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว	4.32	0.67	มาก
3. สื่อนิทรรศการ เช่น งานแนะแนวหลักสูตร	4.30	0.71	มาก
4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น Facebook Fanpage, Line , YouTube	4.40	0.63	มาก
5. สื่อมวลชน เช่น รายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ	3.19	1.21	ปานกลาง
รวม	4.10	0.77	มาก

จากตาราง 4.3 ผลการวิเคราะห์ด้านประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.10$ , S.D. = 0.77) โดยความต้องการสารสนเทศสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น Facebook Fanpage, Line , YouTube อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.40$ , S.D. = 0.63) รองลงมา คือ ความต้องการสารสนเทศสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว ( $\bar{x} = 4.32$ , S.D. = 0.67) และน้อยที่สุด คือ ความต้องการสารสนเทศสื่อมวลชน เช่น รายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ ( $\bar{x} = 3.19$ , S.D. = 1.21) ตามลำดับ

ตาราง 4.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับด้านคุณสมบัติของสื่อประชาสัมพันธ์  
ที่ต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้ง 5 ด้าน

ความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์	N = 273		ระดับ
	$\bar{x}$	S.D.	
ด้านคุณสมบัติของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการ			
1. สื่อประชาสัมพันธ์ควรมีความถูกต้อง ชัดเจน	4.45	0.63	มาก
2. สื่อประชาสัมพันธ์ควรมีความทันสมัย	4.34	0.65	มาก
3. สื่อประชาสัมพันธ์เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจศึกษาต่อ	4.40	0.62	มาก
4. สื่อประชาสัมพันธ์บอกวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน	4.56	0.57	มากที่สุด
5. สื่อประชาสัมพันธ์มีข้อมูลที่สามารถติดต่อกลับได้	4.31	0.77	มาก
รวม	4.41	0.65	มาก

จากตาราง 4.4 ผลการวิเคราะห์ด้านคุณสมบัติของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.41$ , S.D. = 0.65) โดยความต้องการสารสนเทศสื่อประชาสัมพันธ์ควรสื่อประชาสัมพันธ์บอกวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.56$ , S.D. = 0.57) รองลงมา คือ ความต้องการสารสนเทศสื่อประชาสัมพันธ์ควรมีความถูกต้อง ชัดเจน ( $\bar{x} = 4.45$ , S.D. = 0.63) และน้อยที่สุด คือ ความต้องการสารสนเทศสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีข้อมูลที่สามารถติดต่อกลับได้ ( $\bar{x} = 4.31$ , S.D. = 0.77) ตามลำดับ



ตาราง 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับด้านคุณลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ที่  
ต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้ง 5 ด้าน

ความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์	N = 273		ระดับ
	$\bar{x}$	S.D.	
ด้านคุณลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการ			
1. มีการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว	4.43	0.70	มาก
2. มีช่องทางการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายและเหมาะสม	4.41	0.66	มาก
3. ภาษาที่ใช้ในการสื่อประชาสัมพันธ์ ชัดเจน เข้าใจง่าย	4.35	0.66	มาก
4. สื่อประชาสัมพันธ์มีรูปประกอบที่สวยงาม	4.26	0.77	มาก
5. สื่อประชาสัมพันธ์มีสาระ ให้ความรู้	4.33	0.82	มาก
รวม	4.35	0.72	มาก

จากตาราง 4.5 ผลการวิเคราะห์ด้านคุณลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}$  = 4.35 , S.D. = 0.72) โดยความต้องการสารสนเทศสื่อประชาสัมพันธ์มีการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x}$  = 4.43 , S.D. = 0.70) รองลงมา คือ ความต้องการสารสนเทศมีช่องทางการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายและเหมาะสม ( $\bar{x}$  = 4.41 , S.D. = 0.66) และน้อยที่สุด คือ ความต้องการสารสนเทศสื่อประชาสัมพันธ์มีรูปประกอบที่สวยงาม ( $\bar{x}$  = 4.26 , S.D. = 0.77) ตามลำดับ

**ตาราง 4.6** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับด้านการรับรู้และความเข้าใจต่อหลักสูตร  
สารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้ง 5  
ด้าน

ความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์	N = 273		ระดับ
	$\bar{x}$	S.D.	
ด้านการรับรู้และความเข้าใจต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์ และบรรณารักษศาสตร์			
1. นักเรียนมีการรับรู้การเปิดสอนของหลักสูตร	4.06	0.94	มาก
2. นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการประกอบอาชีพ ของหลักสูตร	4.15	0.96	มาก
3. นักเรียนมองว่าภาพลักษณ์ของหลักสูตรเป็นวิชาชีพที่เน้น ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและทันสมัย	4.14	0.83	มาก
4. นักเรียนรับรู้การประชาสัมพันธ์ของหลักสูตร	4.08	1.01	มาก
5. นักเรียนมีความสนใจศึกษาต่อในหลักสูตร	4.13	1.00	มาก
รวม	4.11	0.95	มาก

จากตาราง 4.6 ผลการวิเคราะห์ด้านการรับรู้และความเข้าใจต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.11$ , S.D. = 0.95) โดยความต้องการสารสนเทศด้านการรับรู้ นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการประกอบอาชีพของหลักสูตร อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.15$ , S.D. = 0.96) รองลงมา คือ ความต้องการสารสนเทศด้านการรับรู้ นักเรียนมองว่าภาพลักษณ์ของหลักสูตรเป็นวิชาชีพที่เน้นความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและทันสมัย ( $\bar{x} = 4.14$ , S.D. = 0.83) และน้อยที่สุด คือ ความต้องการสารสนเทศด้านการรับรู้ นักเรียนมีการรับรู้การเปิดสอนของหลักสูตร ( $\bar{x} = 4.06$ , S.D. = 0.94) ตามลำดับ

การเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์สารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนต้องการข้อมูลและค้นหาข้อมูลสารสนเทศจากสื่อใดมากที่สุดและรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอได้เหมาะสมกับความสนใจนักเรียนมากที่สุดโดยมีการเรียงอันดับ จากรูปแบบประเภทสื่อที่ต้องการใช้มากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านปรากฏผล ดังนี้

**ตารางที่ 4.7** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการเลือกใช้สารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนต้องการข้อมูล และค้นหาข้อมูลสารสนเทศ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้ง 5 ด้าน

การเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์	N = 273		ระดับ
	$\bar{x}$	S.D.	
1. สื่อบุคคล เช่น ครูแนะแนว รุ่นพี่	3.77	0.95	มาก
2. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ใบปลิว	4.01	0.70	มาก
3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น website , Facebook Fanpage	4.1	0.84	มาก
4. สอบถาม ผ่าน social media เช่น Line , Messenger	3.11	1.15	ปานกลาง
5. สื่อมวลชน เช่น รายการโทรทัศน์ หรือ รายการวิทยุ	2.27	1.47	น้อย
รวม	3.2	1.02	ปานกลาง

จากตาราง 4.7 ผลการวิเคราะห์การเลือกใช้สารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนต้องการข้อมูล และค้นหาข้อมูลสารสนเทศ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x}$  =3.2 , S.D. =1.02) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ การเลือกใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น website , Facebook Fanpage อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x}$  =4.1 , S.D. =0.84) รองลงมา คือ การเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ใบปลิว ( $\bar{x}$  =4.01 , S.D. =0.70) และน้อยที่สุด คือ การเลือกใช้สื่อมวลชน เช่น รายการโทรทัศน์ หรือ รายการวิทยุ ( $\bar{x}$  =2.27 , S.D. =1.47) ตามลำดับ

ตาราง 4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการเลือกใช้รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอได้เหมาะสมกับความสนใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั้ง 5 ด้าน

การเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์	N = 273		ระดับ
	$\bar{x}$	S.D.	
1. Infographic	3.52	1.10	มาก
2. Video clip	4	0.88	มาก
3. รูปภาพ	3.86	0.97	มาก
4. ข้อความ ตัวอักษร	3.55	1.25	มาก
5. การพูดบรรยาย	2.41	1.52	น้อย
รวม	3.46	1.14	มาก

จากตาราง 4.8 ผลการวิเคราะห์การเลือกใช้รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอได้เหมาะสมกับความสนใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}$  =3.46 , S.D. =1.14) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ การเลือกใช้รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ Video clip อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x}$  = 4 , S.D. =0.88) รองลงมา คือ การเลือกใช้รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ รูปภาพ ( $\bar{x}$  =3.86 , S.D. =0.97) และน้อยที่สุด คือ การเลือกใช้รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ การพูดบรรยาย ( $\bar{x}$  =2.41 , S.D. =1.52) ตามลำดับ

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

#### สรุปผลการวิจัย

##### 1. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อศึกษาความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

##### 2. วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนมัธยมในสำนักเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษาเขต 31 ในเขตเทศบาลเมืองนครราชสีมา ตำบลในเมือง อำเภอเมือง ทั้งหมด 3 โรงเรียน คือโรงเรียนโคราชพิทยาศาสตร์ โรงเรียนราชสีมามหาวิทยาลัย โรงเรียนสุนทรวิจิตร จำนวน 280 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์โดยใช้ Google Form เกี่ยวกับความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จำนวน 1 ชุด แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผู้วิจัยได้แบ่งข้อคำถามจำแนกตามความต้องการสารสนเทศ 5 ด้าน รวมจำนวน 25 ข้อ ดังนี้

ด้านความต้องการสารสนเทศการศึกษาต่อจากสื่อประชาสัมพันธ์	จำนวน 5 ข้อ
ด้านประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์	จำนวน 5 ข้อ
ด้านคุณสมบัติของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการ	จำนวน 5 ข้อ
ด้านคุณลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการ	จำนวน 5 ข้อ
ด้านการรับรู้และความเข้าใจต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์ และบรรณารักษศาสตร์	จำนวน 5 ข้อ

การเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์

ผู้วิจัยได้แบ่งข้อคำถามจำแนกตามสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนต้องการข้อมูลและค้นหาข้อมูลสารสนเทศจากสื่อใดมากที่สุดและรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าเสนอได้เหมาะสมกับความสนใจนักเรียนมากที่สุด จำนวน 10 ข้อ ดังนี้

สารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนต้องการข้อมูลและค้นหาข้อมูลสารสนเทศจากสื่อใดมากที่สุด

สื่อบุคคล เช่น ครูแนะแนว รุ่นพี่  
สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ใบปลิว  
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น website , Facebook Fanpage  
สอบถาม ผ่าน social media เช่น Line , Messenger  
สื่อมวลชน เช่น รายการโทรทัศน์ หรือ รายการวิทยุ

รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าเสนอได้เหมาะสมกับความสนใจนักเรียนมากที่สุด

Infographic  
Video clip  
รูปภาพ  
ข้อความ ตัวอักษร  
การพูดบรรยาย

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปรนัยชนิดเลือกตอบที่มี 5 ตัวเลือก ตามความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีเกณฑ์การวัดตามความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ไว้ 5 ระดับ ดังนี้

เกณฑ์วัดความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์

มากที่สุด	ความหมายว่า	ค่าคะแนนเท่ากับ 5
มาก	ความหมายว่า	ค่าคะแนนเท่ากับ 4
ปานกลาง	ความหมายว่า	ค่าคะแนนเท่ากับ 3
น้อย	ความหมายว่า	ค่าคะแนนเท่ากับ 2
น้อยที่สุด	ความหมายว่า	ค่าคะแนนเท่ากับ 1

โดยใช้เกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) แล้วนำไปแปลผลโดยเปรียบเทียบกับเกณฑ์ค่าเฉลี่ย 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามออนไลน์โดยใช้ Google Form เริ่มตั้งแต่ช่วงเวลา 15 มีนาคม – 31 มีนาคม 2564

4. การวิเคราะห์ข้อมูล นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลตามรายละเอียด

4.1 หาค่าสถิติพื้นฐานของข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 เปรียบเทียบระดับความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผลการศึกษาวิจัยเรื่องความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา สรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ซึ่งมี 5 ด้าน ด้านความต้องการสารสนเทศด้านการศึกษาต่อจากสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านคุณลักษณะของสื่อ

ประชาสัมพันธ์ที่ต้องการ ด้านการรับรู้และความเข้าใจต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และ  
บรรณารักษศาสตร์ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านปรากฏผล ดังนี้

1.1 ด้านความต้องการสารสนเทศด้านการศึกษาต่อจากสื่อประชาสัมพันธ์ นักเรียนชั้น  
มัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความต้องการสารสนเทศโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.32$  , S.D. = 0.69)  
และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า โดยความต้องการสารสนเทศของหลักสูตร เช่น ชื่อหลักสูตร ชื่อ  
ปริญญา แผนการเรียน กิจกรรมนักศึกษาและ จำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร อยู่ในระดับมากที่สุด  
( $\bar{X} = 4.42$  , S.D. = 0.67) รองลงมา คือ ความต้องการสารสนเทศด้านค่าใช้จ่าย เช่น ค่าเล่าเรียน  
ค่าใช้จ่ายในมหาวิทยาลัย ( $\bar{X} = 4.35$  , S.D. = 0.71) และน้อยที่สุด คือ ความต้องการสารสนเทศด้าน  
ตลาดแรงงาน เช่น การมีงานทำของบัณฑิตในหลักสูตร ( $\bar{X} = 4.22$  , S.D. = 0.63) ตามลำดับ

1.2 ด้านประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความต้องการ  
สารสนเทศโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.10$  , S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า  
โดยความต้องการสารสนเทศสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น Facebook Fanpage, Line , YouTube อยู่ใน  
ระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.40$  , S.D. = 0.63) รองลงมา คือ ความต้องการสารสนเทศ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น  
แผ่นพับ ใบปลิว ( $\bar{X} = 4.32$  , S.D. = 0.67) และน้อยที่สุด คือ ความต้องการสารสนเทศสื่อมวลชน เช่น  
รายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ ( $\bar{X} = 3.19$  , S.D. = 1.21) ตามลำดับ

1.3 ด้านคุณสมบัติของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มี  
ความต้องการสารสนเทศโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.41$  , S.D. = 0.65) และเมื่อพิจารณา  
เป็นรายข้อพบว่า โดยความต้องการสารสนเทศสื่อประชาสัมพันธ์ควรมีสื่อประชาสัมพันธ์บอก  
วัตถุประสงค์อย่างชัดเจน อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.56$  , S.D. = 0.57) รองลงมา คือ ความ  
ต้องการสารสนเทศสื่อประชาสัมพันธ์ควรมีความถูกต้อง ชัดเจน ( $\bar{X} = 4.45$  , S.D. = 0.63) และน้อย  
ที่สุด คือ ความต้องการสารสนเทศสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีข้อมูลที่สามารถติดต่อกลับได้  
( $\bar{X} = 4.31$  , S.D. = 0.77) ตามลำดับ

1.4 ด้านคุณลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มี  
ความต้องการสารสนเทศโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.35$  , S.D. = 0.72) และเมื่อพิจารณาเป็น  
รายข้อพบว่า โดยความต้องการสารสนเทศสื่อประชาสัมพันธ์มีการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว  
อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.43$  , S.D. = 0.70) รองลงมา คือ ความต้องการสารสนเทศมีช่องทางการ  
ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายและเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.41$  , S.D. = 0.66) และน้อยที่สุด คือ ความ  
ต้องการสารสนเทศสื่อประชาสัมพันธ์มีรูปแบบที่สวยงาม ( $\bar{X} = 4.26$  , S.D. = 0.77) ตามลำดับ



1.5 ด้านการรับรู้และความเข้าใจต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความต้องการสารสนเทศโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.11$ , S.D. = 0.95) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า โดยความต้องการสารสนเทศด้านการรับรู้ นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการประกอบอาชีพของหลักสูตร อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.15$ , S.D. = 0.96) รองลงมา คือ ความต้องการสารสนเทศด้านการรับรู้ นักเรียนมองว่าภาพลักษณ์ของหลักสูตร เป็นวิชาชีพที่เน้นความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและทันสมัย ( $\bar{x} = 4.14$ , S.D. = 0.83) และน้อยที่สุด คือ ความต้องการสารสนเทศด้านการรับรู้ นักเรียนมีการรับรู้การเปิดสอนของหลักสูตร ( $\bar{x} = 4.06$ , S.D. = 0.94) ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์การเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์สารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนต้องการข้อมูลและค้นหาข้อมูลสารสนเทศจากสื่อใดมากที่สุดและรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอได้เหมาะสมกับความสนใจนักเรียนมากที่สุดโดยมีการเรียงอันดับ จากรูปแบบประเภทสื่อที่ต้องการใช้มากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านปรากฏผล ดังนี้

2.1 ผลการวิเคราะห์การเลือกใช้สารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนต้องการข้อมูล และค้นหาข้อมูลสารสนเทศ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.2$ , S.D. = 1.02) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ การเลือกใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น website, Facebook Fanpage อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.1$ , S.D. = 0.84) รองลงมา คือ การเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ใบปลิว ( $\bar{x} = 4.01$ , S.D. = 0.70) และน้อยที่สุด คือ การเลือกใช้สื่อสื่อมวลชน เช่น รายการโทรทัศน์ หรือ รายการวิทยุ ( $\bar{x} = 2.27$ , S.D. = 1.47) ตามลำดับ

2.2 ผลการวิเคราะห์การเลือกรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอได้เหมาะสมกับความสนใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.46$ , S.D. = 1.14) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ การเลือกรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ Video clip อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{x} = 4$ , S.D. = 0.88) รองลงมา คือ การเลือกรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ รูปภาพ ( $\bar{x} = 3.86$ , S.D. = 0.97) และน้อยที่สุด คือ การเลือกรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ การพูดบรรยาย ( $\bar{x} = 2.41$ , S.D. = 1.52) ตามลำดับ

## การอภิปรายผล

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ส่วนใหญ่ จากการศึกษาข้อมูลความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ผู้วิจัยจึงขออภิปรายผลเป็นรายด้านดังนี้

1. ด้านความต้องการสารสนเทศการศึกษาต่อจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ความต้องการสารสนเทศของหลักสูตร เช่น ชื่อหลักสูตร ชื่อปริญญา แผนการเรียน กิจกรรมนักศึกษาและจำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของปริญญาดา ปานทองและฤทัยชนนี สิทธิชัย (2558) พบว่า ความต้องการสารสนเทศด้านการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทในด้านเนื้อหาของสารสนเทศ นักศึกษามีการแสวงหาสารสนเทศด้านหลักสูตรมากที่สุด

2. ด้านความต้องการสารสนเทศการศึกษาต่อจากประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า มีความต้องการสารสนเทศสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น Facebook Fanpage, Line , YouTube อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของคันสนีย์ เลี้ยงพานิชย์ (2555) พบว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คน มีอิสระในการแสดงความคิดเห็น เป็นความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านเว็บเทคโนโลยี มีการประยุกต์ใช้สำหรับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการศึกษา รวมทั้งใช้ในกิจกรรมการเรียนการสอน ในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์

3. ด้านความต้องการสารสนเทศการศึกษาต่อจากคุณสมบัติของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ ต้องการ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า มีความต้องการสารสนเทศสื่อประชาสัมพันธ์บอกวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของสำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา (2561) พบว่า การจัดทำแผนงานด้วยการตั้งวัตถุประสงค์ที่แน่นอนว่าต้องการสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายใด อย่างไร ข้อความที่ต้องการสื่อ ออกไปคืออะไร กลยุทธ์/ยุทธวิธีในการใช้สื่อเป็นอย่างไร หรือมีข้อจำกัดหรืออุปสรรคในด้านใดบ้าง มีการเลือกสื่อที่เหมาะสมและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด เป็นสื่อที่ควบคุมได้ เพื่อข้อความที่ต้องการสื่อออกไปนั้นถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์

4. ด้านความต้องการสารสนเทศการศึกษาต่อจากคุณลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า มีความต้องการสารสนเทศสื่อประชาสัมพันธ์มีการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของวรวิทย์ ครุจิต (2555: 24-25) พบว่า หัวใจของการประชาสัมพันธ์ และเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันช่วยให้มีสื่อใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมาย เป็นการอำนวยความสะดวก รวดเร็ว และทันสมัยให้แก่การสื่อสารประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน สื่อออนไลน์ยังช่วยให้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ตลอดเวลา ข้อมูลข่าวสารที่เป็นสาระความรู้ต่าง ๆ จากทั่วทุกมุมโลกอยู่ ใกล้แค่เพียงปลายนิ้วสัมผัส จึงนับได้ว่าปัจจุบันนี้เป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสารอย่างแท้จริง

5. ด้านความต้องการสารสนเทศการศึกษาต่อจากการรับรู้และความเข้าใจต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า มีความต้องการสารสนเทศด้านการรับรู้ นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการประกอบอาชีพของหลักสูตร อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ นวลศิริ เปาโรหิตย์ ( 2528: 48-52 ) พบว่า จากการแข่งขันทางอาชีพสูงชันการเลือกศึกษาในหลักสูตรใดๆนั้น ผู้เรียนต้องคำนึงถึงผลสำเร็จหลังการศึกษา แนวโน้มการมีงานทำในอนาคต ความรู้เกี่ยวกับอาชีพก็มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกอาชีพของเรา คือ เราจะได้ประจักษ์ตนเองว่า อาชีพนั้นๆสนองความต้องการของเราหรือไม่ เราจะได้อะไรจากการประกอบอาชีพนั้น และเราจะให้อะไรแก่อาชีพนั้นๆบ้าง

การเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์สารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักเรียนต้องการข้อมูลและค้นหาข้อมูลสารสนเทศจากสื่อใดมากที่สุดและรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่นำเสนอได้เหมาะสมกับความสนใจนักเรียนมากที่สุดโดยมีการเรียงอันดับ จากรูปแบบประเภทสื่อที่ต้องการใช้มากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัย ผู้วิจัยจึงขออภิปรายผลเป็นรายด้านดังนี้

1. การเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่ต้องการข้อมูลหรือค้นหาข้อมูลสารสนเทศจากสื่อ คือ การเลือกใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น website , Facebook Fanpage อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของวรพร ดำจับ (2562) พบว่า การนำเอาสื่อสังคมออนไลน์ Facebook มาประยุกต์ใช้เพื่องานด้านการศึกษาทุกระดับอย่าง แพร่หลาย อำนวยความสะดวกให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนเพื่อ ให้เกิดการเรียนรู้ได้ตลอดเวลา มีความสะดวก ง่ายต่อการเข้าถึงและสามารถนำเสนอข้อมูลที่นำเสนอใจ จึงทำให้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นที่นิยมของคนรุ่นใหม่

2. การเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่นำเสนอได้เหมาะสมกับความสนใจ คือ การเลือกใช้รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ Video clip อยู่ในระดับมากที่สุดซึ่งเป็นรูปแบบการนำเสนอที่สามารถส่งสารไปยังผู้รับสารได้อย่างตรงประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของเกียรติคุณ เยาวรัตน์ (2561) พบว่า กลยุทธ์การสร้างคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการนำเสนอภาพเคลื่อนไหวและเสียง เนื้อหาด้วยปก การตั้งชื่อที่มีความชัดเจนและดึงดูดใจจะทำให้เกิดแรงจูงใจต่อผู้ชม

### ข้อเสนอแนะวิจัย

#### 1. ข้อเสนอแนะวิจัยครั้งนี้

ผลจากการศึกษาวิจัยเรื่องความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ทำให้ทราบความต้องการสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในด้านต่างๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรหาแนวทางในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหลักสูตร ที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร
2. ควรเพิ่มรูปแบบและช่องทางของสื่อประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

#### 2. ข้อเสนอแนะวิจัยต่อไป

1. ควรเลือกโรงเรียนจากต่างอำเภอ ที่ต้องการเก็บข้อมูลเรื่องความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ให้มากขึ้น
2. ควรวางแผนและกำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูลให้อยู่ในช่วงก่อนโรงเรียนจะปิดภาคเรียน

## บรรณานุกรม

- กิ่งแก้ว ปะติตังโฆ. (2556). การใช้และความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, *วารสารรามคำแหง ฉบับมนุษยศาสตร์*.
- กิตติภณ กิตยานุรักษ์.(2551). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ ของนักศึกษาหลักสูตรสาขาวิชาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์(รายงานการวิจัย ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์,อุดรดิตถ์.
- กลุ่มสารสนเทศ, สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2561). *ข้อมูลพื้นฐานโรงเรียน*. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2564, จาก <https://data.bopp-obec.info/>
- เกียรติคุณ เยาวรัตน์. (2561). กลยุทธ์การสร้างคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อแรงจูงใจในการออกกำลังกายด้วยการวิ่ง กรณีศึกษา เฟซบุ๊กแฟนเพจ “Runner’s Journeys”,*การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ* (น.125-133). กรุงเทพฯ, ประเทศไทย.
- เกียรียงศักดิ์ พราวศรี และคณะ (2544). การจัดระบบสารสนเทศในการบริหารโดยใช้โรงเรียนเป็น ฐาน เพื่อการประกันคุณภาพการศึกษา. กรุงเทพฯ: บั๊กพอยส์.
- กฤตยากร วิชาเดช. (2562). คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลย เขต 2.
- จุฑามาศ ตันนिरัตน์โอภาส. (2548). *การตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนช่วงชั้นปีที่ 4 ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา* (วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาการแนะแนว บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด.
- ณัฐวัฒน์ พระงาม. (2562). อิทธิพลสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนในสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ. *วารสารหาดใหญ่วิชาการ*.
- ณัฐวัฒน์ คณารักษ์สมบัติ. (2557). การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อใน มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*.
- ณัฐพันธ์ เขจรนนท์. (2551). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพมหานคร : บริษัท วี.พี.ร็ินท์.
- ทัศนีย์ หมอสอน. (2559). การรับรู้ข้อมูลของนักเรียนจากสื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรการจัดการสารสนเทศ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์*

- ธัญยากร ช่วยทุกขุเพื่อน. (2558). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนในระดับอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตของนักศึกษาระดับปริญญาตรี. *สุทธิปริทัศน์*, 29(90), 256-271. สืบค้นจาก <http://www.dpu.ac.th/dpurc/assets/uploads/magazine/f9eeca15nvkg0o0cw.pdf>
- ประพันธ์ สุริหาร. (2533). *หลักและระบบบริหารการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์การพิมพ์ กรุงเทพมหานคร.
- ประภาวดี สืบสนธิ์. (2543). *สารสนเทศในบริบทสังคม* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร : สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทย.
- ปริญญาดา ปานทอง และ ฤทัยชนนี สิทธิชัย. (2558) ความต้องการสารสนเทศและพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศด้านการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์*, 7(3), 133-146.
- พรพิมล สัมพันธ์พงศ์. (2552). *บทบาทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี วิทยาลัยราชพฤกษ์*. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- พรพิมล สัมพันธ์พงศ์. (2556). *บทบาทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ในระดับปริญญาตรี วิทยาลัยราชพฤกษ์*. *วารสารบัณฑิตศึกษา*.
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. (2553) *การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ลัดดา มาโยธา และณัฐพร กรินชัย สัมภาษณ์. 21-22 ธันวาคม 2563 : สัมภาษณ์
- วรัชญ์ ครุจิต. (2555). *คู่มือการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลของสมาคมการจัดการแห่งประเทศไทย*. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วังทราย อิกะวัน. (2553). *พฤติกรรมการบริโภคสื่อต่างๆของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- วราพร ดำจับ. (2562) *สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21*. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 7(12), 143-159.

- วิมลพรรณ อภาเวท. (2546). *การวางแผนการประชาสัมพันธ์และการรณรงค์* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร : บூค พอยท์.
- วิมลพรรณ อภาเวท. (2553). *หลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร : โอ.เอส.พรีนติ้งเฮ้าส์.
- คันสนีย์ เลี้ยงพานิชย์. (2555). การศึกษาผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจจากการใช้เว็บเครือข่ายสังคม เป็นเครื่องมือในการจัดการเรียนการสอนของนักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์. *วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น*.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ชีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.
- สมพร พุทธาพิทักษ์ผล. (2545). "ผู้ใช้สารสนเทศ." ใน เอกสารการสอนชุดวิชาสารสนเทศศาสตร์เบื้องต้น เล่ม 2 หน่วยที่ 9. นนทบุรี : สาขาวิชาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (2561). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการใช้เฟซบุ๊ก Facebook*. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.
- อัญชลี สากระแสร์. (2545). *ความต้องการและการใช้สารสนเทศสิ่งแวดล้อมของอาจารย์ผู้สอน วิชาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมในมหาวิทยาลัยของรัฐ* (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง).
- อารีย์ชื่น วัฒนา. (2555). "ผู้ใช้การบริการสารสนเทศ." ใน เอกสารการสอนชุดวิชา พฤติกรรมและการแสวงหาสารสนเทศ หน่วยที่ 1-8. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อุษณีย์ พรหมเตื้อ และ มาลี กาบมาลา. (2562). *ความต้องการสารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ. วารสารบัณฑิตศึกษา*
- Gordon, Judith R. (1999). *Organizational Behavior : A Diagnostic Approach*. 6th ed. Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall International.
- Lin, Nan and Garvey, William D. 1972. *Annual Review of Information Science and Technology*. Washington D.C. : American Society for Information Science.







แบบสอบถามความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6  
สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

**คำชี้แจง**

1. แบบสอบถามนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้น มัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

2. แบบสอบถามนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

**ตอนที่ 1** ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

**ตอนที่ 2** แบบสอบถามความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

**ตอนที่ 3** การเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์

**ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม**

1. เพศ  ชาย  หญิง

2. โรงเรียนที่กำลังศึกษา

โรงเรียนโคราชพิทยาคม

โรงเรียนราชสีมาวิทยาลัย

โรงเรียนสุรนารีวิทยาลัย

3. แผนการเรียน

วิทยาศาสตร์ – คณิตศาสตร์

ภาษาอังกฤษ – ศิลปะ

- ภาษาอังกฤษ – คณิตศาสตร์       ภาษาอังกฤษ – สังคมศึกษา  
 ศิลป์ – ภาษา                       ศิลป์ไทย – สังคม  
 ศิลป์ – คำนวณ                       สาขาการบัญชี/การตลาด  
 อื่นๆ.....

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ โดยระดับความพึงพอใจ  
 ดังนี้ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
<b>ด้านความต้องการสารสนเทศการศึกษาจากสื่อประชาสัมพันธ์</b>					
1. สารสนเทศของหลักสูตร เช่น ชื่อหลักสูตร ชื่อปริญญา แผนการเรียน กิจกรรมนักศึกษาและจำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร					
2. สารสนเทศด้านตลาดแรงงาน เช่น การมีงานทำของบัณฑิตในหลักสูตร					
3. สารสนเทศด้านค่าใช้จ่าย เช่น ค่าเล่าเรียน ค่าใช้จ่ายในมหาวิทยาลัย					
4. สารสนเทศด้านอาจารย์ เช่น คุณวุฒิของอาจารย์ ผลงานของอาจารย์ในหลักสูตร					
5. สารสนเทศด้านศิษย์เก่า หรือการมีงานทำของบัณฑิตที่จบไปแล้ว					
<b>ด้านประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์</b>					
1. สื่อบุคคล เช่น รุ่นพี่ ครูแนะแนว					
2. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว					
3. สื่อนิทรรศการ เช่น งานแนะแนวหลักสูตร					
4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น Facebook Fanpage , Line , YouTube					
5. สื่อมวลชน เช่น รายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ					

รายการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
<b>ด้านคุณสมบัติของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการ</b>					
1. สื่อประชาสัมพันธ์ควรมีความถูกต้อง ชัดเจน					
2. สื่อประชาสัมพันธ์ควรมีความทันสมัย					
3. สื่อประชาสัมพันธ์เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจศึกษาต่อ					
4. สื่อประชาสัมพันธ์บอกวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน					
5. สื่อประชาสัมพันธ์มีข้อมูลที่สามารถติดต่อกลับได้					
<b>ด้านคุณลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการ</b>					
1. มีการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว					
2. มีช่องทางการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย และเหมาะสม					
3. ภาษาที่ใช้ในการสื่อประชาสัมพันธ์ ชัดเจน เข้าใจง่าย					
4. สื่อประชาสัมพันธ์มีรูปประกอบที่สวยงาม					
5. สื่อประชาสัมพันธ์มีสาระ ให้ความรู้					
<b>ด้านการรับรู้และความเข้าใจต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์</b>					
1. นักเรียนมีการรับรู้การเปิดสอนของหลักสูตร					
2. นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการประกอบอาชีพของหลักสูตร					
3. นักเรียนมองว่าภาพลักษณ์ของหลักสูตรเป็นวิชาชีพที่เน้นความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและทันสมัย					
4. นักเรียนรับรู้การประชาสัมพันธ์ของหลักสูตร					
5. นักเรียนมีความสนใจศึกษาต่อในหลักสูตร					

### ตอนที่ 3 การเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์

หากนักเรียนต้องการข้อมูล สารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ จะค้นหาข้อมูล สารสนเทศ จากสื่อใดมากที่สุด (โดยเรียงอันดับ จากรูปแบบ ประเภท สื่อที่ต้องการใช้มากที่สุด ไปจนถึงน้อยที่สุด ดังนี้ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อย ที่สุด)

ลำดับ	รายการ
	สื่อบุคคล เช่น ครูแนะแนว รุ่นพี่
	สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ใบปลิว
	สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น website , Facebook Fanpage
	สอบถาม ผ่าน social media เช่น Line , Messenger
	สื่อมวลชน เช่น รายการโทรทัศน์ หรือ รายการวิทยุ

รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ที่น่าเสนอได้เหมาะสมกับความสนใจนักเรียนมากที่สุด (โดยเรียง อันดับ จากรูปแบบ ประเภท สื่อที่ต้องการใช้มากที่สุด ไปจนถึงน้อยที่สุด ดังนี้ 5 = มาก ที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด)

ลำดับ	รายการ
	Infographic
	Video clip
	รูปภาพ
	ข้อความ ตัวอักษร
	การพูดบรรยาย

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....





## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ โทร.044-009009 ต่อ 3671

ที่ ..... วันที่ 15 มีนาคม 2564

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศศิธร หวังค้ำกลาง

เนื่องด้วยนางสาวณัฐพร กรินชัย รหัสนักศึกษา 6140303101 และนางสาวลัดดา มาโยธา รหัสนักศึกษา 6140303105 นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ได้จัดทำโครงการวิจัยเรื่อง ความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ทั้งนี้การจัดทำวิจัยเรื่องดังกล่าว นักศึกษาได้จัดทำเครื่องมือแบบสอบถามที่จะเก็บรวบรวมข้อมูล และได้รับความเห็นชอบเบื้องต้นจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัยแล้ว กลุ่มนักศึกษาดังกล่าว จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านวิจัย ได้โปรดพิจารณาตรวจสอบและให้ความคิดเห็น เพื่อการปรับปรุงเครื่องมือวิจัยของนักศึกษา สำหรับรายละเอียดอื่น ๆ นักศึกษาจะนำเรียนด้วยตนเอง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาวิเคราะห์และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(อาจารย์สุวภัทร ทำสวน)  
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ โทร.044-009009 ต่อ 3671

ที่ ..... วันที่ 15 มีนาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุษกร จันท์เทวณูมาส

เนื่องด้วยนางสาวณัฐพร กรินชัย รหัสนักศึกษา 6140303101 และนางสาวลัดดา มาโยธา รหัสนักศึกษา 6140303105 นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ได้จัดทำโครงการวิจัยเรื่อง ความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ทั้งนี้การจัดทำวิจัยเรื่องดังกล่าว นักศึกษาได้จัดทำเครื่องมือแบบสอบถามที่จะเก็บรวบรวมข้อมูล และได้รับความเห็นชอบเบื้องต้นจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัยแล้ว กลุ่มนักศึกษาดังกล่าว จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านวิจัย ได้โปรดพิจารณาตรวจสอบและให้ความคิดเห็น เพื่อการปรับปรุงเครื่องมือวิจัยของนักศึกษา สำหรับรายละเอียดอื่น ๆ นักศึกษาจะนำเรียนด้วยตนเอง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาวิเคราะห์และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(อาจารย์สุวิภัทร ทำสวน)  
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย





## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ โทร.044-009009 ต่อ 3671

ที่ ..... วันที่ 15 มีนาคม 2564

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุธิดา วรรณนะปรกรณ์

เนื่องด้วยนางสาวณัฐพร กรินชัย รหัสนักศึกษา 6140303101 และนางสาวลัดดา มาโยธา รหัสนักศึกษา 6140303105 นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ได้จัดทำโครงการวิจัยเรื่อง ความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ทั้งนี้การจัดทำวิจัยเรื่องดังกล่าว นักศึกษาได้จัดทำเครื่องมือแบบสอบถามที่จะเก็บรวบรวมข้อมูล และได้รับความเห็นชอบเบื้องต้นจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัยแล้ว กลุ่มนักศึกษาดังกล่าว จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านวิจัย ได้โปรดพิจารณาตรวจสอบและให้ความคิดเห็น เพื่อการปรับปรุงเครื่องมือวิจัยของนักศึกษา สำหรับรายละเอียดอื่น ๆ นักศึกษาจะนำเรียนด้วยตนเอง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาวิเคราะห์และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(อาจารย์สุวิภัทร ทำสวน)  
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย



**แบบประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) การประเมินคุณภาพระบบ**  
**เรื่อง ความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับ**  
**ประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์**  
**มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา**

**คำชี้แจง**

แบบสอบถามนี้สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญใช้พิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถาม (IOC) ของแบบประเมินคุณภาพด้านความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 เพื่อประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยใส่เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องที่ตรงกับ ความความคิดเห็นของท่าน ซึ่งกำหนดเป็น 3 ระดับ แต่ละระดับมีความหมายดังนี้

ระดับคะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ระดับคะแนน 0 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ระดับคะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

นางสาวณัฐพร กรินชัย

นางสาวลัดดา มาโยธา

โปรแกรมวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผู้จัดทำวิจัย

### ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

ใส่เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	รายการประเมิน	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1	1. เพศ <input type="checkbox"/> ชาย <input type="checkbox"/> หญิง				
2	2. โรงเรียนที่กำลังศึกษา <input type="checkbox"/> โรงเรียนโคราชพิทยาคม <input type="checkbox"/> โรงเรียนราชสีมาวิทยาลัย <input type="checkbox"/> โรงเรียนสุรนารีวิทยาลัย				
3	3. แผนการเรียน <input type="checkbox"/> วิทยาศาสตร์ – คณิตศาสตร์ <input type="checkbox"/> ภาษาอังกฤษ – ศิลปะ <input type="checkbox"/> ภาษาอังกฤษ – คณิตศาสตร์ <input type="checkbox"/> ภาษาอังกฤษ – สังคมศึกษา <input type="checkbox"/> ศิลป์ – ภาษา <input type="checkbox"/> ศิลป์ไทย – สังคม <input type="checkbox"/> ศิลป์ – คำนวณ <input type="checkbox"/> สาขาการบัญชี/การตลาด อื่นๆ.....				

## ตอนที่ 2 ประเมินคุณภาพด้านความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์

ใส่เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	รายการประเมิน	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1	<b>ด้านความต้องการสารสนเทศการศึกษาต่อจากสื่อประชาสัมพันธ์</b>				
	1. สารสนเทศของหลักสูตร เช่น ชื่อหลักสูตร ชื่อปริญญา แผนการเรียน กิจกรรมนักศึกษาและจำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร				
	2. สารสนเทศด้านตลาดแรงงาน เช่น การมีงานทำของบัณฑิตในหลักสูตร				
	3. สารสนเทศด้านค่าใช้จ่าย เช่น ค่าเล่าเรียน ค่าใช้จ่ายในมหาวิทยาลัย				
	4. สารสนเทศด้านอาจารย์ เช่น คุณวุฒิของอาจารย์ ผลงานของอาจารย์ในหลักสูตร				
	5. สารสนเทศด้านศิษย์เก่า หรือการมีงานทำของบัณฑิตที่จบไปแล้ว				
2	<b>ด้านประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์</b>				
	1. สื่อบุคคล เช่น รุ่นพี่ ครูแนะแนว				
	2. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว				
	3. สื่อนิทรรศการ เช่น งานแนะแนวหลักสูตร				
	4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น Facebook Fanpage , Line , YouTube				
	5. สื่อมวลชน เช่น รายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ				
3	<b>ด้านคุณสมบัติของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการ</b>				
	1. สื่อประชาสัมพันธ์ควรมีความถูกต้อง ชัดเจน				
	2. สื่อประชาสัมพันธ์ควรมีความทันสมัย				
	3. สื่อประชาสัมพันธ์เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจศึกษาต่อ				
	4. สื่อประชาสัมพันธ์บอกวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน				
	5. สื่อประชาสัมพันธ์มีข้อมูลที่ติดต่อกลับได้				

ข้อ	รายการประเมิน	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
4	<b>ด้านคุณลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการ</b>				
	1. มีการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว				
	2. มีช่องทางการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย และเหมาะสม				
	3. ภาษาที่ใช้ในการสื่อประชาสัมพันธ์ ชัดเจน เข้าใจง่าย				
	4. สื่อประชาสัมพันธ์มีรูปแบบที่สวยงาม				
	5. สื่อประชาสัมพันธ์มีสาระ ให้ความรู้				
5	<b>ด้านการรับรู้และความเข้าใจต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์</b>				
	1. นักเรียนมีการรับรู้การเปิดสอนของหลักสูตร				
	2. นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการประกอบอาชีพ ของหลักสูตร				
	3. นักเรียนมองว่าภาพลักษณ์ของหลักสูตรเป็นวิชาชีพที่เน้นความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและทันสมัย				
	4. นักเรียนรับรู้การประชาสัมพันธ์ของหลักสูตร				
	5. นักเรียนมีความสนใจศึกษาต่อในหลักสูตร				

### ตอนที่ 3 การเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์

ใส่เครื่องหมาย (✓) ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ข้อ	รายการประเมิน	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1	<b>หากนักเรียนต้องการข้อมูล สารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ จะค้นหาข้อมูล สารสนเทศ จากสื่อใดมากที่สุด</b>				
	1. ครูแนะแนว รุ่นพี่				
	2. แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ใบปลิว				
	3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น website , Facebook Fanpage				
	4. สอบถาม ผ่าน social media เช่น Line , Messenger				
	5. รายการโทรทัศน์ หรือ รายการวิทยุ				
2	<b>รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบที่นักเรียน นิยมเลือกใช้มากที่สุด</b>				
	1. Infographic				
	2. Video clip				
	3. รูปภาพ				
	4. ข้อความ ตัวอักษร				
	5. คำพูดบรรยาย				
3	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม(ถ้ามี)				

ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

.....

.....

.....



ภาคผนวก ง

ผลการตรวจสอบยืนยันค่าความสอดคล้องของบบสอบถาม

เรื่อง ความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6  
สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และ  
บรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา



ผลการตรวจสอบยืนยันความเที่ยงตรงและสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อประกอบการวิจัย เรื่อง ความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สำหรับประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้แก่

- 1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศศิธร หวังคำกลาง
- 2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.บุษกร จันทร์เทวนุมาส
- 3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุธิดา วรรณนะปกรณ



ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อ	รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3			
1	1. เพศ <input type="checkbox"/> ชาย <input type="checkbox"/> หญิง	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	2. โรงเรียนที่กำลังศึกษา <input type="checkbox"/> โรงเรียนโคราชพิทยาคม <input type="checkbox"/> โรงเรียนราชสีมาวิทยาลัย <input type="checkbox"/> โรงเรียนสุรนารีวิทยาลัย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3	3. แผนการเรียน <input type="checkbox"/> วิทยาศาสตร์ - คณิตศาสตร์ <input type="checkbox"/> ภาษาอังกฤษ - ศิลปะ <input type="checkbox"/> ภาษาอังกฤษ - คณิตศาสตร์ <input type="checkbox"/> ภาษาอังกฤษ - สังคมศึกษา <input type="checkbox"/> ศิลป์ - ภาษา <input type="checkbox"/> ศิลป์ไทย - สังคม <input type="checkbox"/> ศิลป์ - คำนวณ <input type="checkbox"/> สาขาการบัญชี/การตลาด อื่นๆ..... .....	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ตอนที่ 2 ประเมินคุณภาพด้านความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์

ข้อ	รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3			
1	<b>ด้านความต้องการสารสนเทศการศึกษาต่อจากสื่อประชาสัมพันธ์</b>						
	1. สารสนเทศของหลักสูตร เช่น ชื่อหลักสูตร ชื่อปริญญา แผนการเรียน กิจกรรมนักศึกษาและจำนวนหน่วยกิตตลอดหลักสูตร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	2. สารสนเทศด้านตลาดแรงงาน เช่น การมีงานทำของบัณฑิตในหลักสูตร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	3. สารสนเทศด้านค่าใช้จ่าย เช่น ค่าเล่าเรียน ค่าใช้จ่ายในมหาวิทยาลัย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	4. สารสนเทศด้านอาจารย์ เช่น คุณวุฒิของอาจารย์ ผลงานของอาจารย์ในหลักสูตร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	5. สารสนเทศด้านศิษย์เก่า หรือการมีงานทำของบัณฑิตที่จบไปแล้ว	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	<b>ด้านประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์</b>						
	1. สื่อบุคคล เช่น รุ่นพี่ ครูแนะแนว	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	2. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	3. สื่อนิทรรศการ เช่น งานแนะแนวหลักสูตร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	4. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น Facebook Fanpage , Line , YouTube	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	5. สื่อมวลชน เช่น รายการโทรทัศน์ รายการวิทยุ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3	<b>ด้านคุณสมบัติของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการ</b>						
	1. สื่อประชาสัมพันธ์ควรมีความถูกต้อง ชัดเจน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	2. สื่อประชาสัมพันธ์ควรมีความทันสมัย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	3. สื่อประชาสัมพันธ์เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจศึกษาต่อ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	4. สื่อประชาสัมพันธ์บอกวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	5. สื่อประชาสัมพันธ์มีข้อมูลที่สามารถติดต่อกลับได้	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ตอนที่ 2 ประเมินคุณภาพด้านความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์

ข้อ	รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3			
4	<b>ด้านคุณลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ต้องการ</b>						
	1. มีการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็ว	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	2. มีช่องทางการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายและเหมาะสม	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	3. ภาษาที่ใช้ในการสื่อประชาสัมพันธ์ ชัดเจน เข้าใจง่าย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	4. สื่อประชาสัมพันธ์มีรูปแบบที่สวยงาม	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	5. สื่อประชาสัมพันธ์มีสาระ ให้ความรู้	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5	<b>ด้านการรับรู้และความเข้าใจต่อหลักสูตรสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์</b>						
	1. นักเรียนมีการรับรู้การเปิดสอนของหลักสูตร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	2. นักเรียนมีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการประกอบอาชีพ ของหลักสูตร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	3. นักเรียนมองว่าภาพลักษณ์ของหลักสูตรเป็นวิชาชีพที่เน้นความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและทันสมัย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	4. นักเรียนรับรู้การประชาสัมพันธ์ของหลักสูตร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	5. นักเรียนมีความสนใจศึกษาต่อในหลักสูตร	1	1	1	3	1	ใช้ได้

## ตอนที่ 3 การเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์

ข้อ	รายการประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			รวม	ค่า IOC	ผล
		1	2	3			
1	<b>หากนักเรียนต้องการข้อมูล สารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ จะค้นหาข้อมูล สารสนเทศจากสื่อใดมากที่สุด</b>						
	1. ครูแนะแนว รุ่นพี่	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	2. แผ่นพับประชาสัมพันธ์ ใบปลิว	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น website , Facebook Fanpage	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	4. สอบถาม ผ่าน social media เช่น Line , Messenger	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	5. รายการโทรทัศน์ หรือ รายการวิทยุ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2	<b>รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์แบบที่นักเรียน นิยมเลือกใช้มากที่สุด</b>						
	1. Infographic	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	2. Video clip	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	3. รูปภาพ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	4. ข้อความ ตัวอักษร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	5. คำพูดบรรยาย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม(ถ้ามี)	1	1	1	3	1	ใช้ได้

### ประวัติย่อผู้ทำวิจัย

ชื่อ	นางสาว ณิชพร กรินชัย
วันเดือนปีเกิด	28 สิงหาคม 2540
สถานที่เกิด	โรงพยาบาลค่ายสุรนารี ตำบลหนองไผ่ล้อม อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	1074 ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000
ประวัติการศึกษา	พ.ศ.2553 มัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนสุรนารีวิทยา 2 ตำบลหนองกระพุ่ม อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา พ.ศ.2556 (ปวช.) วิทยาลัยอาชีวศึกษานครราชสีมา ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พ.ศ.2564 ปัจจุบันกำลังศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์



### ประวัติย่อผู้ทำวิจัย

ชื่อ	นางสาว ลัดดา มาโยธา
วันเดือนปีเกิด	11 กันยายน 2541
สถานที่เกิด	โรงพยาบาลปากช่องนานา ตำบลหนองสาหร่าย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	391 ม.1 บ้านโนนอุดม ตำบลหนองสาหร่าย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา รหัสไปรษณีย์ 30130
ประวัติการศึกษา	พ.ศ.2554 มัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนปากช่อง ตำบลหนองสาหร่าย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา พ.ศ.2557 มัธยมศึกษาตอนปลายโรงเรียนปากช่อง ตำบลหนองสาหร่าย อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา พ.ศ.2564 ปัจจุบันกำลังศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์

