

รชนีกร เอื้อตระกูล 2549: สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อการเข้าศึกษา
ของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต
ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีการศึกษา) สาขาเทคโนโลยีการศึกษา
ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา ประชานกรรมการที่ปรึกษา: อาจารย์ศศิฉาย ชนะมัย, Ph.D.
170 หน้า
ISBN 974-16-1258-3

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อการเข้า
ศึกษาของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 สถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธร
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต จำนวน 240 คน โดยใช้หลักการของ Krejcie และ Morgan
ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น
และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง และสื่อประชาสัมพันธ์
ที่มีอิทธิพลต่อการเข้าศึกษาของนักศึกษามากที่สุดคือ สื่อบุคคล คิดเป็นร้อยละ 49.17 รองลงมา
คือ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 27.50 วารสาร คิดเป็นร้อยละ 13.33 แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์และ
หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 4.17 และวิทยุกระจายเสียง คิดเป็นร้อยละ 1.66 ตามลำดับ

The purpose of the research was to study the public relations media affecting
the students' entrance into Sirindhorn International Institute of Technology, Thammasat
University, Rangsit Center.

The sample was 240 first year students of Sirindhorn International Institute of
Technology, Thammasat University, Rangsit Center using Krejcie and Morgan Principle.
They were selected by accidental sampling. Data were collected from the sample by
questionnaire. They were analyzed by percentage.

The research found that the sample had more males than females. The public relations
media most affecting students' entrance was personal media (49.17%). Next were
website (27.50%), journal (13.33%), advertising sign and newspaper (4.17%), and radio
broadcasting (1.66%), respectively.