

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะประชากร พฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์
พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต ปัญหาในการใช้อินเทอร์เน็ต และความต้องการใช้สื่อ
ประชาสัมพันธ์ทาง www.ru.ac.th/rugolf ของนักศึกษา สาขาวิชาการบริหารจัดการ
กอล์ฟ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งเป็นการวิจัยแบบสำรวจ ประชากรที่
ศึกษา คือประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี โครงการ
บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการกอล์ฟ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ทั้งหมด
1,007 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น
ในการเลือกตัวอย่าง 95.5% ที่ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ และใช้เครื่องมือในการ
สำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเป็นแบบสอบถาม จำนวน 286 ชุด ผู้วิจัยได้นำข้อมูล
ที่ได้มาวิเคราะห์ผลทางสถิติ และทดสอบสมมติฐานการวิจัย ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป
SPSS Version 14.0 สถาบันคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง การวิจัยพบว่า

1. อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทาง www.ru.ac.th/rugolf แตกต่างกัน โดย นักศึกษาที่มีอายุ 25-35 ปี อายุ 36-45 ปี และอายุ 46-55 ปี มีความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทาง www.ru.ac.th/rugolf มากกว่า นักศึกษาที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี และนักศึกษามีอายุมากกว่า 55 ปีขึ้นไป
2. ความถี่ในการติดตามข่าวประชาสัมพันธ์โครงการฯ ของนักศึกษา สาเหตุที่ติดตามข่าวสารประชาสัมพันธ์ของ โครงการฯ อินเทอร์เน็ต และการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในการสอบถามข้อสงสัยเมื่อเกิดปัญหา หรือข้อสงสัยในการเรียนการสอนหรือเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการฯ ที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทาง www.ru.ac.th/rugolf โดยนักศึกษามีการติดตามข่าวประชาสัมพันธ์โครงการฯ ประมาณ 1 เดือน/ครั้ง มีความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทาง www.ru.ac.th/rugolf มากกว่านักศึกษามีการติดตามข่าวประชาสัมพันธ์โครงการฯ ประมาณ 1 สัปดาห์/ครั้ง ติดตามข่าวประชาสัมพันธ์โครงการฯ 2 สัปดาห์/ครั้ง และไม่คอยได้ติดตามในการติดตามข่าวประชาสัมพันธ์โครงการฯ และนักศึกษาต้องการทราบข่าวสาร มีความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทาง www.ru.ac.th/rugolf มากกว่าสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการฯ น่าสนใจ
3. รูปแบบอินเทอร์เน็ต และการใช้เครื่องมือในการค้นข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (search engine) ภาษาต่างประเทศที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทาง www.ru.ac.th/rugolf แตกต่างกัน โดยนักศึกษามีใช้รูปแบบอินเทอร์เน็ตแหล่งทรัพยากรห้องสมุด มีความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทาง www.ru.ac.th/rugolf มากกว่านักศึกษามีใช้รูปแบบอินเทอร์เน็ตกลุ่มข่าว และนักศึกษามีใช้ Yahoo (www.yahoo.com) เป็นเครื่องมือในการค้นข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (search engine) ภาษาต่างประเทศ มีความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ผ่าน www.ru.ac.th/rugolf มากกว่า นักศึกษาที่ใช้ GeoCities (www.geocities.com) เป็นเครื่องมือในการค้นข้อมูลข่าวสารบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (search engine) ภาษาต่างประเทศ
4. ปัญหาในการใช้อินเทอร์เน็ต ด้านความรู้ความสามารถ ด้านเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร ด้านประสิทธิภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ และด้านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของนักศึกษา พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

In regard to students in the Golf Management Program (GMP) of the Faculty of Business Administration (FBA) at Ramkhamhaeng University (RU), the researcher collected demographical data in addition to considering the behaviors they evince in regard to using public relations media and the Internet. Finally, determined are the needs of the aforesaid students in reference to accessing public relations media at www.ru.ac.th/rugolf.

In conducting survey research, the researcher selected a sample population from a research population consisting of 1,007 undergraduate students enrolled in the aforesaid FBA in the GMP. The size of the sample

population was determined by means of an extrapolation from Taro Yamanē's table and accordingly exhibits a reliability level of 95.5 percent with the margin of error being set at ± 5 percent. The instrument of research was a questionnaire distributed in 286 copies.

Data were analyzed and the hypothesis was tested using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) computer program in Version 14.0 at the Computer Institute, RU.

Findings are as follows:

1. Differences in age were correlated with differences in needs to use the public relations media at www.ru.ac.th/rugolf. Students between the ages of twenty-five and thirty-five, thirty-six and forty-five and forty-six and fifty-five evinced a higher need in this connection than students who were younger than twenty years of age and those who were older than fifty-five years of age.

2. In respect to student projects, differences in the frequency in conducting follow-ups after having received public relations news, the reasons for conducting follow-up inquiries, pursuing follow-ups by means of the Internet, and the selection of public relations media in making inquiry when problems or doubt arise in what the students had been taught or learned affected needs to use public relations media at www.ru.ac.th/rugolf in the following respects. Students conducting follow-ups approximately once monthly used www.ru.ac.th/rugolf more frequently than students who conducted follow-ups approximately once a week, twice a week, and those who did not conduct follow-ups. Students desirous of information more frequently evinced needs to access public relations media at

www.ru.ac.th/rugolf than those who were merely searching for interesting materials.

3. Differences in patterns of Internet use and using search engine in retrieving network information in foreign languages were correlated with differences in the effects on needs of using public relations media at www.ru.ac.th/rugolf. In the pattern of Internet use, students who assessed library resources had a higher need to use public relations media at www.ru.ac.th/rugolf than did students who assessed news groups. Students who used Yahoo (www.yahoo.com) as a search engine to retrieve information on the Internet in foreign languages evinced higher needs to use public relations media on www.ru.ac.th/rugolf than students who used Geocities (www.geocities.com) as a search engine in retrieving such information.

4. There were no differences evinced at the statistically significant level of .05 in respect to encountering problems in the course of Internet use, having problems in using the Internet in the aspects of knowledge and capability, the aspect of having relevant information, the aspect of the efficiency of computers used, and the aspect of the Internet network used by students.