231915

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในวิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 320 คน ซึ่งได้มาจากการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีจากสูตรของ Taro Yamane และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยในส่วนของสภาพทั่วไปพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง แผนการเรียนวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ ผลการเรียนเกรดเฉลี่ย 2.51-3.00 โรงเรียนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 89.1 มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยวประเภทป้ายโฆษณาของวิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยวมากที่สุด โดยจะพบเห็นทุกวันในบริเวณสี่แยกในย่านชุมชนเมืองของจังหวัดสุราษฎร์ธานี และกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นพึงพอใจต่อสื่อบุคคลผู้แนะแนวหลักสูตรของวิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยวมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.08) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีความคิดเห็นต่อการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับวิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยวถูกต้องมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.44) รองลงมาคือจูงใจให้มาสมัครเรียน ($\bar{x}$ = 4.18) ข้อมูลมีประโยชน์ให้ความรู้เกี่ยวกับหลักสูตรและสถาบัน ($\bar{x}$ = 3.94) และน้อยที่สุดคือเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของวิทยาลัยนานาชาติการท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.76)

231915

The research was aimed to study the behaviors in being exposed to media and opinions of Mathayom Suksa 6 students in Amphoe Mueang, Surat Thani Province towards the public relations media about admission to International School of Tourism, Suratthani Rajabhat University. The researcher used the questionnaire to collect the data from the sampling group of 30 persons. The sample size was determined by Taro Yamane's formula and multistage sampling method. The data were analyzed using frequency, percentage, mean and standard deviation. The research results for the overall condition showed that the majority of the sampling group was female in the field of sciences and arts. The average grade was 2.51-3.00. The schools were located in Amphoe Mueang, Surat Thani Province. Most of the sampling group or 89.1% were exposed to billboard as public relations media by International School of Tourism. They noticed the billboard every day at the intersection in downtown area of Surat Thani Province. The sampling group showed the most satisfaction towards the human media or course adviser ($\bar{x}$ = 4.08). When each item was considered, it was found that item about opinion towards accurate information regarding International School of Tourism was the highest ($\bar{x}$ = 4.44), followed by the item about being persuaded to apply ($\bar{x}$ = 4.18), and the item about useful information providing details about the course and the institute ($\bar{x}$ = 3.94). The lowest item was about building good self-image of International School of Tourism ($\bar{x}$ = 3.76).