



การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการสมัครรับทำงานของนิสิตนักศึกษา

นางสาวกัตตภา เปี่ยมประเสริฐ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

600253866



การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานของนิสิตนักศึกษา



นางสาวภัตตรา เปรมประเสริฐ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



PUBLIC RELATIONS ACTIVITIES AND PROMOTIONAL JOB APPLICATION AMONG
UNIVERSITY STUDENTS

Miss Passara Premprasert

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements
for the Degree of Master of Arts program in Public Relations

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการสมัครเข้าทำงาน
ของนิสิตนักศึกษา

โดย

นางสาวภัศรา เปรมประเสริฐ

สาขาวิชา

การประชาสัมพันธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.พนม คลี่ฉายา

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต

..........คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

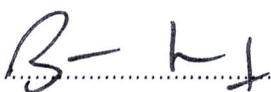
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..........ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา)

..........อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนม คลี่ฉายา)

..........กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์)

ภัตตรา เปรมประเสริฐ : การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานของ
นิสิตนักศึกษา (PUBLIC RELATIONS ACTIVITIES AND PROMOTIONAL JOB APPLICATION
AMONG UNIVERSITY STUDENTS) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.
พนม คลีฉายา, 110 หน้า

249385

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ สํารวจการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้า
ทำงานขององค์กร แรงจูงใจ และการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรของนิสิตนักศึกษา และอธิบายความสัมพันธ์
ระหว่างการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กร กับแรงจูงใจและการตัดสินใจ
เข้าทำงานในองค์กรของนิสิตนักศึกษา โดยใช้แบบสอบถาม(Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจาก
กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตนักศึกษาในระดับปริญญาตรีชั้นปีสุดท้ายของหลักสูตรการศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษา
ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการ
สมัครเข้าทำงานขององค์กรในระดับปานกลาง สำหรับวิธีการที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ได้มากที่สุด คือ เว็บไซต์ของ
องค์กร ในด้านของแรงจูงใจพบว่า โดยรวมกลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าทำงานกับองค์กรอยู่ใน
ระดับมาก สำหรับแรงจูงใจที่สามารถจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างเข้าทำงานได้มากที่สุด คือ การจูงใจด้วยค่าตอบแทน
ด้านการตัดสินใจพบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจจะเข้าทำงานในองค์กรที่นึกถึงเป็นอันดับแรกอยู่
ในระดับมาก

การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความถี่ในการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้า
ทำงานขององค์กรมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการเข้าทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไป
ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นความสัมพันธ์ระดับต่ำ

นอกจากนี้ความถี่ในการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานมีความสัมพันธ์กับ
การตัดสินใจเข้าทำงานเฉพาะ 3 วิธีการ ได้แก่ ข่าวการรับสมัครงาน เว็บไซต์ขององค์กร ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ 0.01 และการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารระดับสูง ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เป็น
ความสัมพันธ์ระดับต่ำ

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....ลายมือชื่อนิสิต..... ภัตตรา เปรมประเสริฐ

สาขาวิชา.....การประชาสัมพันธ์.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

ปีการศึกษา.....2553.....

528 48769 28: MAJOR PUBLIC RELATIONS

KEYWORDS : PUBLIC RELATIONS ACTIVITIES / MOTIVATION

PASSARA PREMPRASERT : PUBLIC RELATIONS ACTIVITIES AND PROMOTIONAL JOB APPLICATION AMONG UNIVERSITY STUDENTS. THESIS ADVISOR : ASST. PROF. PHNOM KLEECHAYA Ph.D., 110 pp

249385

The main purposes of this research are to examine the perception of public relations activities and promotional job application among university student, motivation and decision making of university students for their job application, and explain correlation between the perception of public relations activities and motivation and decision for job application. The questionnaires are used to collect data from 400 samples among senior university students in Bangkok.

The research findings are as follow: the correspondents perceive public relations activities of organization in middle level. The activity which correspondents mostly perceive is corporate website. The correspondents' motivation for job application is high level. Motivation in money is highly motivate for job applying and the correspondents' decision to apply for a job in their favorite organization is high level.

The hypothesis testing shows that there is a significantly correlation between the perception of public relations activities and motivation to make decision for job application.

In addition, there is a significantly correlation between the perception of public relations activities and decision for job application in only 3 methods that are job application news, corporate website and CEO interview news.

Department :Public Relations.....Student's.....*Passara P.*
Field of study :Public Relations.....Advisor's.....*Phnom Kleechaya*
Academic year :2010.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้คงไม่สามารถสำเร็จได้หากไม่ได้รับความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.พนม คลีฉายา รศ.พัชนี เขยจรรยา และกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รศ.ดร. กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ ที่คอยให้คำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้เป็นอย่างดี จึงขอแสดงความขอบคุณมา ณ ที่นี้ด้วยค่ะ

ขอขอบคุณเพื่อนๆ PR ภาคนอกเวลาราชการรหัสฯ 52 ที่น่ารักทุกคน ที่คอยช่วยเหลือกัน มาตลอดเวลาที่เรียน เพื่อนๆทำให้บรรยากาศในห้องเรียนน่าเรียนมากๆ ขอขอบคุณโบว์ และกมล ที่คอยช่วยเหลือ และคอยเคียงข้างในการทำวิทยานิพนธ์ของเพื่อนคนนี้ตลอดมา รวมไปถึงปู่ปะ สำหรับธุรกิจกองถ่ายด้วยค่ะ

ขอบคุณเพื่อนๆและพี่ๆที่ทำงานที่คอยทำเวรบายและเวรตึกให้ เพื่อให้ห้องคนนี้มีเวลา ได้มาเรียนปริญญาโท โดยเฉพาะเดอะแก๊งที่นอกจากจะยอมให้แลกเวรแล้วยังคอยให้กำลังใจอยู่ ตลอดเวลา และที่ขาดไม่ได้อีกคน คือ พี่เอ้ ที่คอยให้ทุนยืมใช้คอมพิวเตอร์ตลอดเวลาที่อยู่ทำงาน เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ส่งได้ทันเวลา

ขอบคุณมายด์ เอ็ม และอีกหลายๆคน ที่ช่วยในหลายๆเรื่องของวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ขอขอบคุณพี่ๆทุกคนที่ให้สัมภาษณ์ข้อมูลต่างๆที่ใช้อ้างอิง รวมไปถึงน้องๆอีกหลายคนที่ยช่วยเหลือและรวบรวมแบบสอบถามจนทำให้บทที่ 4 ลุล่วงไปได้ดีอย่างทันเวลา

ขอบคุณการตัดสินใจในครั้งนั้นที่ทำให้ได้มาเป็นนิสิตจุฬาฯ ได้มีสังคมใหม่ๆ ได้รู้จักกับ เพื่อนใหม่ๆ ได้ใช้ชีวิตแบบที่ไม่เคยเป็นมาก่อน และขอบคุณคุณอีกคนที่เป็นแรงผลักดันให้ทำ วิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ได้สำเร็จ

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณ คุณพ่อและคุณแม่ที่เป็นผู้สนับสนุนในการศึกษาในครั้งนี้ คอยเป็น กำลังใจ และคอยอดหลับอดนอนอยู่เป็นเพื่อนลูกสาวคนนี้ในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ตลอดมา ขอขอบคุณจริงๆค่ะ

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ

บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหำนำวิจัย.....	5
วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	5
สมมติฐานในการวิจัย.....	6
ขอบเขตในการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์.....	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับหลักวิธีการประชาสัมพันธ์.....	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับเครื่องมือการประชาสัมพันธ์.....	19
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานและการตัดสินใจเข้าทำงาน.....	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	35
กรอบการวิจัย.....	39

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	40
รูปแบบการวิจัย.....	40
ประชากรตัวอย่าง.....	40
การสุ่มตัวอย่าง.....	41
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	42
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	42
เกณฑ์ในการให้คะแนนตัวแปร.....	43
การแปลความหมายค่าเฉลี่ย.....	45
ความสัมพันธ์ของตัวแปร.....	47
การทดสอบเครื่องมือ.....	47
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	50
ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะประชากร.....	51
ตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ในการรับรู้ การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กรและ แรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าร่วมงานกับองค์กรของกลุ่มตัวอย่าง.....	62
ตอนที่ 3 ปัจจัยภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างกับประเภทขององค์กรที่ต้องการทำงาน ด้วยมากที่สุดและแรงจูงใจในการเข้าทำงาน.....	67
ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน.....	78
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	82
สรุปผลการวิจัย.....	83
อภิปรายผลการศึกษา.....	86

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	90
การนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้.....	91
รายการอ้างอิง.....	92
ภาคผนวก.....	97
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	110

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 4.1	ตารางแสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	51
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามภูมิภาค.....	52
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับคะแนนเฉลี่ย.....	53
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเคยทำกิจกรรม ขณะศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย.....	54
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามกิจกรรมที่โดยทำขณะ ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย.....	55
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามองค์กรที่บิดาทำงาน.....	56
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามองค์กรที่มารดาทำงาน.....	57
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามบุคคลที่มีส่วนในการ ตัดสินใจเข้าทำงาน.....	58
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทขององค์กรที่ ต้องการทำงานด้วยมากที่สุด.....	59
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามองค์กรที่ต้องการเข้า ทำงานเป็นองค์กรแรก.....	60
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการตัดสินใจเข้าทำงานในองค์กรตามที่ระบุว่าการ เข้าทำงานเป็นองค์กรแรก.....	61
ตารางที่ 4.12	แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเห็นในการรับรู้การ ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานขององค์กรที่กลุ่มตัวอย่าง ต้องการเข้าทำงานจำแนกตามวิธีการสื่อสารเผยแพร่ข้อมูล.....	62
ตารางที่ 4.13	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจในการตัดสินใจ เข้าทำงานกับองค์กรของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแรงจูงใจต่างๆ.....	64

ตารางที่ 4.14	แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างเข้าทำงานกับองค์กรจำแนกตามแรงจูงใจประเภทต่างๆ.....	66
ตารางที่ 4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทขององค์กรที่กลุ่มตัวอย่างต้องการทำงานด้วยมากที่สุดกับภูมิฉำเนา.....	67
ตารางที่ 4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทขององค์กรที่กลุ่มตัวอย่างต้องการทำงานด้วยมากที่สุดกับเกรดเฉลี่ย.....	69
ตารางที่ 4.17	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทขององค์กรที่กลุ่มตัวอย่างต้องการทำงานด้วยมากที่สุดกับกิจกรรมที่ทำขณะศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย.....	70
ตารางที่ 4.18	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทขององค์กรที่ปิดาทำงานอยู่.....	71
ตารางที่ 4.19	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทขององค์กรที่มารทำงานอยู่.....	72
ตารางที่ 4.20	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับแรงจูงใจในประเภทต่างๆกับภูมิฉำเนา.....	73
ตารางที่ 4.21	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับแรงจูงใจในประเภทต่างๆกับระดับคะแนนเฉลี่ย.....	74
ตารางที่ 4.22	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับแรงจูงใจในประเภทต่างๆกับการเคยทำกิจกรรมขณะศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย.....	75
ตารางที่ 4.23	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับแรงจูงใจในประเภทต่างๆกับอาชีพของปิดา.....	76
ตารางที่ 4.24	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับแรงจูงใจในประเภทต่างๆกับอาชีพของมารดา.....	77

- ตารางที่ 4.25 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความถี่ในการรับรู้ข่าวสาร
การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานกับแรงจูงใจโดยรวม
ในการเข้าทำงานของกลุ่มตัวอย่าง.....78
- ตารางที่ 4.26 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความถี่ในการรับรู้ข่าวสาร
การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการสมัครเข้าทำงานกับระดับการตัดสินใจเข้าทำงาน
ของกลุ่มตัวอย่าง.....80

สารบัญแผนภาพ

	หน้า
แผนภาพที่ 2.1 กระบวนการรับรู้.....	18
แผนภาพที่ 2.2 แสดงลำดับขั้นของความต้องการ.....	30