

การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคามของ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 6 ในภาคกลางและภาคเหนือ

Perception of Mahasarakham University Public Relations Media of Matthayomsuksa 6 Students in the Central and North Regions of Thailand

พวงพร งามสุทธิ¹

Puangporn Ngamsutthi¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ เพื่อ 1) ศึกษาช่องทางการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาคกลางและภาคเหนือ 2) ศึกษาความต้องการการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงตัวนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาคกลางและภาคเหนือ และ 3) ศึกษาระดับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคามของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาคกลางและภาคเหนือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาคกลางและภาคเหนือ จำนวน 485 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 36 ข้อ วิเคราะห์ข้อมูล โดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

¹ นักวิชาการศึกษา กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, จังหวัดมหาสารคาม

¹ Educator, Division of Student Admissions, Mahasarakham University, Mahasarakham

ผลการวิจัยปรากฏดังนี้ 1) นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ได้รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผ่านสื่อบุคคลมากที่สุด รองลงมาคือ 2) นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความต้องการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อประเภทอินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม www.msu.ac.th (63.30%) รองลงมาคือ แผ่นพับ/โบรชัวร์ และบุคคล (60.21%) ได้แก่ ครูแนะแนว เพื่อน รุ่นพี่ ผู้ปกครอง ตามลำดับ และ 3) นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.99$) โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านแนวโน้มพฤติกรรม ด้านการประเมินค่า และด้านทัศนคติ ตามลำดับ

คำสำคัญ: การรับรู้, การรับรู้สื่อ, สื่อประชาสัมพันธ์, ความต้องการการรับรู้สื่อ, ช่องทางการรับรู้สื่อ

Abstract

The purposes of this study were 1) to study the channel of Mahasarakham university public relations media for Matthayomsuksa 6 students in the central and north regions of Thailand, 2) to study their demands for public relations media, and 3) to examine Matthayomsuksa 6 student's perception for public relation media in the central and north regions of Thailand. The samples were 458 Matthayomsuksa 6 students who study in the central and north regions of Thailand. The research instrument was a 36-item five-rating-scale questionnaire. The statistics used in data analyses were percentage, mean, and standard deviation.

The purposes of this study were 1) to study the channel of Mahasarakham university public relations media for Matthayomsuksa 6 students in the central and north regions of Thailand, 2) to study their demands for public relations media, and 3) to examine Matthayomsuksa 6 students perception for public relation media in the central and north regions of Thailand. The samples were 458 Matthayomsuksa 6 students who study in the central and north regions

of Thailand. The research instrument was a 36-item five-rating-scale questionnaire. The statistics used in data analyses were percentage, mean, and standard deviation.

Keywords: perception, public relations media, demand for public relations media, channel of public relations media

บทนำ

การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) มีบทบาทอย่างสำคัญในองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เป็นกลไกแห่งการชักนำความประทับใจและภาพพจน์ที่ดีจากองค์กรไปสู่กลุ่มประชาชนด้วยวิธีการบอกกล่าวเพื่อให้ประชาชนได้รับทราบและเกิดความรู้ความเข้าใจในองค์กรซึ่งอาจจะทำโดยการชี้แจง เผยแพร่นโยบายและวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานกิจกรรมและผลงานต่างๆ ของหน่วยงาน รวมทั้งข่าวคราวความเคลื่อนไหวขององค์กรให้กลุ่มประชาชนเป้าหมาย และประชาชนทั่วไปได้ทราบ การประชาสัมพันธ์ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพก็จะทำให้ประชาชนประทับใจ และมีภาพพจน์ที่ดีต่อองค์กร รวมทั้งมีความนิยม ความศรัทธา ซึ่งจะเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อองค์กรในด้านการได้รับความสนับสนุนร่วมมือจากประชาชนด้วยดี ด้วยเหตุนี้การประชาสัมพันธ์จึง

เป็นสิ่งที่ได้รับการยอมรับว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับบุคคลและองค์การ (นงลักษณ์ สุทธิวิวัฒน์พันธ์. 2545 : 13) ปัจจุบันช่องทางการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญ เพราะถือว่าการถ่ายทอดข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการในเวลาที่เหมาะสมในขณะเดียวกันการสื่อสารก็ถือเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาใช้สื่อสารให้นักเรียนได้รับทราบข้อมูลหรือข่าวสารที่การศึกษา โดยนักเรียนสามารถเข้าถึงข้อมูลด้านการรับเข้าศึกษาที่มหาวิทยาลัยจัดไว้ให้ได้ในหลายช่องทางด้วยกัน เช่น บอร์ดประชาสัมพันธ์ โทรศัพท์ สอบถามจากบุคลากรของหน่วยงาน นอกจากนั้นแต่ละมหาวิทยาลัยยังได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศ อินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยในการสื่อสารด้วย เช่น อีเมลล์ เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย และเว็บไซต์ของหน่วยงานก็เป็นช่องทางการสื่อสารอีกช่องทางหนึ่งด้วยเช่นกัน

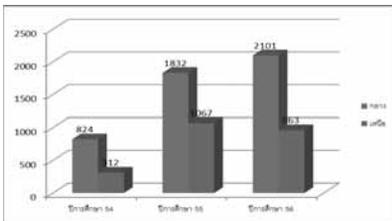
มหาวิทยาลัยมหาสารคามเป็นสถาบัน การศึกษาระดับอุดมศึกษาแห่งหนึ่งของรัฐที่มีปณิธานมุ่งมั่นในการส่งเสริม แสวงหาความเป็นเลิศทางวิชาการที่เป็นสากล เพื่อให้เกิดความงอกงามทางสติปัญญา สามารถพัฒนาตนเองให้เทียบพร้อมทางวิชาการ จริยธรรมและคุณธรรมซึ่งจุดมุ่งหมายของการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คือมุ่งประสิทธิประสาทความรู้ระดับสูง ในสาขาวิชาการต่างๆ ตามหลักสากล เพื่อเป็นคุณประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมอันเป็นมรดกสำคัญของชาติ และมุ่งที่จะส่งเสริม การวิจัย ค้นคว้า และการศึกษาหาความรู้ อย่างมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นนักคิด นักพัฒนา นักสร้างสรรค์ เพื่อนำความรู้ ไปทำประโยชน์แก่สังคม ดังปรัชญาของมหาวิทยาลัยที่ว่า “ผู้มีปัญญาพึงเป็นอยู่เพื่อมหาชน” (มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. 2554 : 1-2)

งานโรงเรียนสัมพันธ์ กองบริการ การศึกษา สังกัดสำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ดำเนินงาน แนะแนวการศึกษา เพื่อประชาสัมพันธ์ ช่องทางการรับเข้าศึกษา แผนการรับ เกณฑ์การรับ คณะ/สาขาวิชา ใน มหาวิทยาลัยมหาสารคามให้กับนักเรียน ที่กำลังศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 หรือ

เทียบเท่า เข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี ระบบรับตรง ระบบพิเศษ และระบบ กลาง(Admissions)มหาวิทยาลัย มหาสารคาม ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และในเขตภูมิภาคต่างๆ นอกจากนี้ยังจัดส่งเอกสาร วารสาร ต่างๆ เกี่ยวกับแผนการรับ การรับเข้า ศึกษา รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ด้านการศึกษาระดับปริญญาตรี ผ่านสื่อ ต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ กิจกรรมพี่-น้องสัมพันธ์ กิจกรรมแนะแนว การศึกษา และเข้าร่วมนิทรรศการตลาด นิดหลักสูตรอุดมศึกษา ที่ สกอ. (สำนัก คณะกรรมการการอุดมศึกษาแห่งชาติ) กำหนด (กองบริการการศึกษา. 2556 : 5) สื่อประชาสัมพันธ์การศึกษาในระดับ ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ที่ ส่งออกไปเผยแพร่ยังโรงเรียนมัธยม ศึกษาทั่วทุกภูมิภาคนั้น จะประกอบด้วย แผนการรับนิสิต การแนะนำมหาวิทยาลัย และกำหนดการรับนิสิต ซึ่งการเผยแพร่ สารสนเทศการศึกษาในระดับปริญญา ตรีของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ในครั้ง นี้จะมีสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต ไปสเตอร์ ป้ายโฆษณา บุคคล ข้อความสั้น (SMS) กิจกรรมและ สารจากกองบริการการศึกษา โดยการ เผยแพร่ สู่วิทยุโรงเรียนมัธยมศึกษาต่างๆ ผ่านครูแนะแนวโรงเรียนมัธยมศึกษา

และโรงเรียน ซึ่งปัจจุบันนี้ ได้ขยายการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ไปยังโรงเรียนทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ เพื่อให้มหาวิทยาลัยมหาสารคามได้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และสมัครเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี ระบบรับตรง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ดังจะเห็นได้จากแผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบจำนวนผู้สมัครคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี ระบบรับตรง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีการศึกษา 2554-2556 ภาคกลางและภาคเหนือ



ภาพประกอบ 1 จำนวนผู้สมัครคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี ระบบรับตรง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ปีการศึกษา 2554-2556 ภาคกลางและภาคเหนือ

จากแผนภูมิจะเห็นได้ว่า ภาคกลางมีผู้สมัครเพิ่มมากขึ้นทุกๆ ปี ส่วนภาคเหนือ ในปีการศึกษา 2556 จำนวนผู้สมัครลดลง ด้วยเหตุผลดังที่ได้กล่าวมา

แล้วนั้น ผู้ศึกษาค้นคว้าจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับช่องทาง ความต้องการ และระดับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคเหนือ เพื่องานประชาสัมพันธ์ จะได้จัดรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ให้สอดคล้องกับสภาพการรับรู้สื่อและความสนใจและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และพัฒนาูปแบบการนำสื่อประชาสัมพันธ์ ให้มีความทันสมัยน่าสนใจ ให้มีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาช่องทางการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ของนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ในภาคกลางและภาคเหนือ
2. เพื่อศึกษาความต้องการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อเข้าถึงตัวนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ในภาคกลางและภาคเหนือ
3. เพื่อศึกษาการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยมหาสารคามของนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ในภาคกลางและภาคเหนือ

วิธีการดำเนินงานวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษาปีที่ 6 ในพื้นที่ 19 จังหวัดภาคกลาง ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร ฉะเชิงเทรา นครนายก นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี ปราจีนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ พระนครศรีอยุธยา เพชรบุรี ราชบุรี ลพบุรี สมุทรปราการ สมุทรสาคร สมุทรสงคราม สระบุรี สิงห์บุรี สุพรรณบุรี และอ่างทอง และในพื้นที่ 17 จังหวัดภาคเหนือ ประกอบด้วย กำแพงเพชร เชียงราย เชียงใหม่ ตาก น่าน นครสวรรค์ พะเยา พิจิตร พิษณุโลก เพชรบูรณ์ แพร่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง สุโขทัย ลำพูน อุตรดิตถ์ และอุทัยธานี จำนวนทั้งสิ้น 200,122 คน (สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. 2556)

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาคกลางและภาคเหนือ ประจำปีการศึกษา 2556 จำนวน 485 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยเปิดตาราง Krejcie and Morgan และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi stage Random Sampling)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ

รวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาคกลางและภาคเหนือ 1 ฉบับ แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ การรู้จักมหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาสารคาม ช่องทางการรับรู้สื่อ และความต้องการการรับรู้สื่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ตอนที่ 2 ช่องทางการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ของนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาคกลางและภาคเหนือ แบบสำรวจ (check list) จำนวน 14 ตัวเลือก (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความต้องการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อเข้าถึงตัวนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ในภาคกลางและภาคเหนือ แบบจัดอันดับความสำคัญ จำนวน 14 ตัวเลือก

ตอนที่ 4 แบบสอบถามการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ แบบสอบถามระดับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 36 ข้อ

ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับการ
รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ด้านการประเมิน
ค่า จำนวน 15 ข้อ

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับการ
รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ด้านทัศนคติ
จำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับการ
รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ด้านแนวโน้ม
พฤติกรรม จำนวน 9 ข้อ

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเรื่องอื่นๆ ที่
เป็นปลายเปิดจำนวน 1 ข้อ

การหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ใน
การวิจัย ได้ผ่านผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3
ท่านพิจารณา นำแบบสอบถามที่ปรับปรุง
แก้ไขเรียบร้อยแล้วนำไปทดลองใช้
(Tryout) กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่
6 ที่มีใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน
แล้วนำมาหาคุณภาพของแบบสอบถาม
เป็นรายข้อ โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมได้
ค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ .32 ถึง .57 จาก
นั้นหาค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับด้วยการ
หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha
Coefficient) ของ ครอนบาค (Cronbach)
ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
ทั้งฉบับ 0.93

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลการ วิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย
ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่ม
ตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการแนะแนวการ
ศึกษา ระบบรับตรง มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2557
ในเขตพื้นที่ภาคกลางและภาคเหนือ ใน
วันที่ 5-9 สิงหาคม 2556 และได้รวบรวม
แบบสอบถามจากนักเรียนที่เข้าร่วม
โครงการแนะแนวการศึกษา ระบบรับ
ตรง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปี
การศึกษา 2557 มาตรวจสอบความ
สมบูรณ์และดำเนินการแจกแบบสอบถาม
และได้นำแบบสอบถามที่นักเรียนตอบ
แบบสอบถามแล้ว ได้รับคืนมาทั้งหมด
485 ฉบับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถ
สรุปได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ช่องทางการรับรู้
สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ใน
ภาคกลางและภาคเหนือ ใช้การหาความถี่
และร้อยละ แสดงผลการวิเคราะห์
ดังตารางที่ 1

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จากแหล่ง (สื่อใด)

รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	อันดับที่ (จำนวน/ร้อยละ)				
	1	2	3	4	5
1. แผ่นพับ/โบรชัวร์	32 (6.60)	22 (4.54)	18 (6.60)	5 (1.03)	4 (0.82)
2. ไปสเตอร์	8 (1.65)	7 (1.44)	5 (1.03)	4 (0.82)	4 (0.82)
3. สารจากกองบริการการศึกษา	11 (2.27)	3 (0.62)	7 (6.60)	6 (1.24)	1 (0.21)
4. หนังสือแนะนำการศึกษา	18 (3.71)	14 (2.89)	8 (6.60)	11 (2.27)	10 (2.06)
5. ระเบียบการรับสมัครคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษา ในระดับปริญญาตรี ระบบรับตรง มหาวิทยาลัย มหาสารคาม	7 (1.44)	12 (2.47)	9 (6.60)	8 (1.65)	2 (0.41)
6. วีดิทัศน์แนะนำการศึกษา มหาวิทยาลัย มหาสารคาม	6 (1.24)	11 (2.27)	11 (6.60)	1 (0.21)	7 (1.44)
7. อินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม www.msu.ac.th	60 (12.37)	19 (3.92)	7 (6.60)	5 (1.03)	1 (0.21)
8. อินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคามwww.acad.msu. ac.th	5 (1.03)	5 (1.03)	5 (1.03)	4 (0.82)	0 (0.00)
9. youtube แนะนำมหาวิทยาลัยมหาสารคาม	4 (0.82)	2 (0.41)	1 (0.21)	1 (0.21)	2 (0.41)
10. facebook กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัย มหาสารคาม	6 (1.24)	2 (6.60)	3 (0.62)	2 (0.41)	2 (0.41)
11. facebook มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	3 (0.62)	0 (0.00)	6 (1.24)	4 (0.82)	1 (0.21)

ตาราง 1 (ต่อ)

รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	อันดับที่ (จำนวน/ร้อยละ)				
	1	2	3	4	5
12. บุคคล ได้แก่ ครูแนะแนว เพื่อน รุ่นพี่ ผู้ปกครอง	100 (20.62)	29 (5.98)	5 (1.03)	3 (0.62)	5 (1.03)
13. กิจกรรมแนะแนวการศึกษา	19 (3.92)	31 (6.39)	16 (6.60)	4 (0.82)	2 (0.41)
14. นิทรรศการตลาดนัดหลักสูตรอุดมศึกษา	5 (1.03)	1 (0.21)	3 (0.62)	4 (0.82)	0 (0.00)

จากตาราง 1 พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคามจากสื่อต่างๆ ทั้งสิ้น 485 คน สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเป็นอันดับที่ 1 สูงสุด คือสื่อบุคคล ได้แก่ ครูแนะแนว เพื่อน รุ่นพี่ ผู้ปกครอง จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 20.62 รองลงมา คือ สื่ออินเทอร์เน็ตเว็บไซต์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 12.37 และสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถาม

เลือกเป็นอันดับที่ 1 น้อยที่สุด คือ facebook มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.62

2. การวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงตัวนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาคกลางและภาคเหนือ ใช้การหาค่าความถี่และค่าร้อยละแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังตารางที่ 2

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของความต้องการให้มหาวิทยาลัยมหาสารคามใช้สื่อประชาสัมพันธ์ด้านใด เพื่อเข้าถึงตัวนักเรียน

ความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเข้าถึงตัวนักเรียน (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)	จำนวน (N = 485)	ร้อยละ
1. แผ่นพับ/โบรชัวร์	295	60.82
2. โปสเตอร์	256	52.78
3. สารจากกองบริการการศึกษา	235	48.45
4. หนังสือแนะนำการศึกษา	274	56.49
5. ระเบียบการรับสมัครคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษา ในระดับปริญญาตรี ระบบรับตรง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	263	54.23
6. วิดีทัศน์แนะนำการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	270	55.67
7. อินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม www.msu.ac.th	307	63.30
8. อินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม www.acad.msu.ac.th	243	50.10
9. youtube แนะนำมหาวิทยาลัยมหาสารคาม	239	49.28
10. facebook กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	248	51.13
11. facebook มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	260	53.61
12. บุคคล ได้แก่ ครูแนะแนว เพื่อน รุ่นพี่ ผู้ปกครอง	292	60.21
13. กิจกรรมแนะนำการศึกษา	278	57.32
14. นิทรรศการตลาดนัดหลักสูตรอุดมศึกษา	232	47.84

จากตาราง 2 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาคกลางและภาคเหนือ ต้องการให้มหาวิทยาลัยมหาสารคามใช้สื่อประชาสัมพันธ์จากสื่อประเภท อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม www.msu.ac.th มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ

63.30 รองลงมาคือ สื่อแผ่นพับ/โบรชัวร์ คิดเป็นร้อยละ 60.82 และสื่อบุคคล ได้แก่ ครูแนะแนว เพื่อน รุ่นพี่ ผู้ปกครอง สำหรับสื่อนิทรรศการตลาดนัดหลักสูตรอุดมศึกษา นักเรียนมีความต้องการน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.84

3. การวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้สื่อ และแปรผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับ ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เกณฑ์ แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดัง ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ใช้ค่า ตารางที่ 3 เฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตาราง 3 การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคามของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาคกลางและภาคเหนือ โดยภาพรวมทั้ง 3 ด้าน

การรับรู้สื่อ	\bar{X}	S	ระดับการรับรู้
1. ด้านการประเมินค่า	3.95	0.79	มาก
2. ด้านทัศนคติ	3.93	0.66	มาก
3. ด้านแนวโน้มพฤติกรรม	3.98	0.48	มาก
โดยรวม	3.99	0.76	มาก

จากตาราง 3 พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาคกลางและภาคเหนือรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มีการรับรู้สื่อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.99$) และเมื่อพิจารณารายด้าน จะพบว่าการรับรู้สื่อทั้ง 3 ด้าน มีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกัน ระหว่าง 3.93-3.98 ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากทุกด้าน

ผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปได้ดังนี้

1. จำนวนกลุ่มตัวอย่างรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จากสื่อต่างๆ ทั้งสิ้น 485 คน สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเป็นอันดับที่ 1 สูงสุดคือ สื่อบุคคล ได้แก่ ครูแนะแนว เพื่อนรุ่นพี่ ผู้ปกครอง จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 20.62 รองลงมา คือ สื่ออินเทอร์เน็ต เว็บไซต์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 12.37 และสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเป็นอันดับที่ 1 น้อยที่สุด คือ facebook มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.62

2. นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาคกลางและภาคเหนือ ต้องการให้มหาวิทยาลัยมหาสารคามใช้สื่อประชาสัมพันธ์จากสื่อประเภท อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม www.msu.ac.th มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.30 รองลงมาคือ สื่อแผ่นพับ/โบรชัวร์ คิดเป็นร้อยละ 60.82 และสื่อบุคคล ได้แก่ ครูแนะแนว เพื่อน รุ่นพี่ ผู้ปกครอง สำหรับสื่อนิทรรศการตลาดนัดหลักสูตรอุดมศึกษา นักเรียนมีความต้องการน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.84

3. นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาคกลางและภาคเหนือ รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มีการรับรู้สื่อ โดยภาพรวม ทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.99)

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยมหาสารคามของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาคกลางและภาคเหนือ สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ช่องทางการรับรู้สื่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาคกลางและภาคเหนือ ที่มีการรับรู้สื่อ

ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคามมากที่สุด คือ สื่อบุคคล ได้แก่ ครูแนะแนว เพื่อน รุ่นพี่ ผู้ปกครอง ผลการศึกษาเป็นเช่นนี้ เพราะว่ามีสื่อประเภทนี้เป็นให้ข้อมูลได้ตอบโดยตรงกับครูแนะแนว เพื่อน ตลอดจนนิสิตของมหาวิทยาลัยมหาสารคามที่ออกไปแนะแนวการศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ระบบรับตรง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรฉัตร สุปัญญา (2532) ได้ศึกษาการเผยแพร่ความรู้ด้าน คหกรรมศาสตร์ ขึ้นมุลฐานแก่สตรีในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า สื่อที่ใช้ในการเผยแพร่สารสนเทศความรู้ คือสื่อด้านบุคคลซึ่งใช้วิธีการบอกกล่าว การพูดคุย หรือสนทนา และยังสอดคล้องกับ จารุณี สุวรรณศรี (2551) ได้ศึกษาข่าวสารและการรับรู้ของประชาชนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ “การเสริมสร้างประสิทธิภาพการสื่อสารของสื่อบุคคลในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้เพื่อความสมานฉันท์ในชุมชน” พบว่า สื่อบุคคลมีความสำคัญได้รับการตระหนักถึงบทบาทมีรูปแบบการสื่อสารที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่เหมือนกับที่อื่นตามกระแสสังคม และการประยุกต์แบบเก่าและใหม่ เพื่อเข้ากับบริบทชุมชนและสถานการณ์

2. อินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม www.msu.ac.th เป็นสื่อที่นักเรียนต้องการเข้าถึงมากที่สุด เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเว็บไซต์นักเรียนสามารถเข้าถึงและค้นหาข้อมูลได้อย่างง่ายและเข้าได้ทุกที่ ซึ่งสอดคล้องกับ นุชจรรย์ ผาสบ (2556) ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมในการใช้อินเทอร์เน็ต ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนดำรงราษฎร์สงเคราะห์เชียงราย อำเภอเมืองจังหวัดเชียงราย พบว่า เว็บไซต์ที่เข้าสืบค้น คือเว็บไซต์ความรู้และการศึกษา

3. การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคามของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาคกลางและภาคเหนือด้าน การประเมินค่า ด้านทัศนคติ และด้านแนวโน้มพฤติกรรมอยู่ในระดับมาก จำแนกได้ดังนี้

3.1 ด้านการประเมินค่า พบว่า นักเรียนเห็นว่าถ้ามีโอกาสนักเรียนจะร่วมรับฟังการแนะนำการศึกษาจากคณะวิทยากรของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพราะสื่อประชาสัมพันธ์จะทำให้นักเรียนรู้จักมหาวิทยาลัยมหาสารคามมาก และเพราะสื่อที่ทันสมัยจะทำให้นักเรียนได้รับทราบข้อมูลตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุขใจ ประเทืองสุขเลิศ (2549) ส่วนการรับรู้ เกี่ยวกับทักษะ

การรู้เท่าทันสื่อของคนไทยพบว่า คนไทยเห็นความสำคัญของทักษะการรู้เท่าทันสื่อค่อนข้างมาก โดยเฉพาะทักษะการประเมินค่า

3.2 ด้านทัศนคติ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ผลปรากฏเช่นนี้เพราะนักเรียนชอบที่มหาวิทยาลัยมหาสารคามมีการจัดแนะแนวการศึกษา และตลาดนัดหลักสูตร นักเรียนพอใจหากมีการส่งเอกสารถึงโรงเรียนโดยตรง นักเรียนรู้สึกดีเมื่อเข้าถึงข้อมูลอย่างรวดเร็ว และนักเรียนชอบการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ ชอบเว็บไซต์มหาวิทยาลัยมหาสารคามที่มีเนื้อหาครอบคลุมข้อมูลทางด้านการศึกษาของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ทั้งนี้อาจจะมีผลมาจากมหาวิทยาลัยมหาสารคามมีการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีข้อมูล เนื้อหาที่มีความถูกต้องและครบถ้วน มีการเผยแพร่ภาพที่สวยงาม เป็นปัจจุบันผ่านสื่อออนไลน์ การเข้าถึงข้อมูลรวดเร็ว มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการศึกษาผ่านสื่อต่างๆ เช่น facebook จึงทำให้นักเรียนมีทัศนคติที่ดีต่อสื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม และเป็นแรงผลักดันให้นักเรียนเลือกตัดสินใจเข้าศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กุลภรณ์

หนังสือทอง (2550) พบว่า สื่อที่ทำให้ทราบข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยพบว่าส่วนใหญ่ คือ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยมหิดล ประสิทธิภาพของการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการรับรู้และการจูงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยมหิดล 4 ประเภท คือ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและโทรทัศน์ และสื่ออื่นๆ

3.3 ด้านแนวโน้มพฤติกรรม อยู่ในระดับมากทุกข้อ ผลปรากฏออกมาเช่นนี้เพราะหากมหาวิทยาลัยมหาสารคามอัปเดตข้อมูลการศึกษาตลอดเวลา นักเรียนก็จะเข้าดูเว็บไซต์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม และจะทำให้นักเรียนมีการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคามควรพัฒนาเว็บไซต์ ให้ทันสมัยและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นเว็บไซต์เกี่ยวกับด้านการรับเข้าศึกษาโดยตรง ซึ่งนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 เข้าถึงข้อมูลโดยตรง

1.2 มหาวิทยาลัยต้องเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึงทุกภูมิภาคเพื่อที่ประชาชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงและสัมผัสได้ง่าย โดยมีเป้าหมายที่จะให้มหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จัก และได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในภาคอื่นๆ เช่น ด้านแรงจูงใจ ด้านความคุ้มค่า

2.2 ควรมีเปรียบเทียบการรับรู้สื่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ทั่วทุกภาคของประเทศ

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากเงินทุนอุดหนุนการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์กรและพัฒนาบุคลากร งบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

บรรณานุกรม

- กองบริการการศึกษา. (2556). *คู่มืองานโรงเรียนสัมพันธ์ 2556* (กันยายน 56). มหาสารคาม : กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- กองบริการการศึกษา. (2555). *สรุปผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ 2556 (รอบ 6 เดือน เมษายน - 30 กันยายน 2556)*. มหาสารคาม : กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- กุลภรณ์ หงส์ทอง. (2550). *การศึกษาประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ที่มีผลต่อการรับรู้และการจูงใจให้นักเรียน สนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย มหิดล. วิทยานิพนธ์. ศษ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.*
- จารุณี สุวรรณรัตมี. (2551). *ข่าวสารและการรับรู้ของประชาชนพื้นที่ 3 จังหวัด ชายแดนภาคใต้ “การเสริมสร้างประสิทธิภาพการสื่อสารของสื่อบุคคลในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้เพื่อความสมานฉันท์ในชุมชน.”* รายงานการวิจัย. สงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- นงลักษณ์ สุทธิวิวัฒน์พันธ์. (2545). *การพัฒนาบุคลากรผู้นำและนักบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สุขภาพใจ.*
- นุชจรรย์ ผาสบ. (2556). *พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนดำรงราษฎร์สงเคราะห์ เชียงราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.*
- บุญชม ศรีสะอาด. (2543). *การวิจัยเบื้องต้น. มหาสารคาม : ภาควิชาพื้นฐานการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒมหาสารคาม.*
- มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (2554). *ระเบียบการรับสมัครบุคคลเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี ระเบียบรับรอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ประจำปีการศึกษา 2555. ขอนแก่น : คลังนานาวิทยา.*
- วีรฉัตร สุบัญญัติ. (2532). *การเผยแพร่ความรู้ด้าน คหกรรมศาสตร์ขั้นมูลฐานแก่สตรีในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- สุขใจ ประเทืองสุขเลิศ. (2549). *การรับรู้ของคนไทยเกี่ยวกับความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อในยุคโลกาภิวัตน์. วิทยานิพนธ์ ว.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*