



## รายงานการวิจัย

เรื่อง “การรับรู้สื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี  
ราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สใใหญ่)”

“Perception in medias for application Rajamangala University of Technology  
Srivijaya Nakonsritommarat Campus (Saiyai)”

โดย

สุธิกาญจน์ แก้วคงบุญ และคณะ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สใใหญ่)

ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัย ประเภทอุดหนุนทั่วไป

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2553



## รายงานการวิจัย

เรื่อง “การรับรู้สื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี  
ราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สไลใหญ่)”

“Perception in medias for application Rajamangala University of Technology  
Srivijaya Nakonsritommarat Campus (Saiyai)”

โดย

ศุทธิกาญจน์ แก้วคงบุญ และคณะ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สไลใหญ่)

ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัย ประเภทอุดหนุนทั่วไป

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2553



## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ เพื่อศึกษาการรับรู้ต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักศึกษาใหม่ ประจำปีการศึกษา 2553 จำนวน 300 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบทดสอบความแตกต่าง โดยใช้สูตร  $t - test$  Independent และสูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) หรือ One – Way ANOVA

### ผลการวิจัย พบว่า

1. นักศึกษาใหม่ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-23 ปี เรียนในสาขาการจัดการ ในภาคปกติ ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาจาก วิทยาลัยเทคนิคทุ่งสง
2. นักศึกษาใหม่ส่วนใหญ่รับข่าวสารเป็นประจำจากสื่อเว็บไซต์ โดยรับข่าวสารการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) จากสื่อเว็บไซต์ [www.rmuts.ac.th](http://www.rmuts.ac.th) รองลงมา คือ การแนะนำการศึกษาโดยส่วนใหญ่รู้จักมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) และรู้จักคณะเทคโนโลยีการจัดการก่อนมาสมัครเรียน และมีการรับทราบช่องทางการจำหน่ายใบสมัครมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)
3. การทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) จากสื่อแต่ละประเภท กับข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาใหม่ พบว่า
  - 3.1 นักศึกษาใหม่ที่มี เพศ ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
  - 3.2 นักศึกษาใหม่ที่มี อายุ ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ไม่แตกต่างกัน
  - 3.3 นักศึกษาใหม่ที่มี หลักสูตรที่ศึกษา ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ไม่แตกต่างกัน

3.4 นักศึกษาใหม่ที่มี สาขาที่ศึกษา ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สใใหญ่) ไม่แตกต่างกัน

3.5 นักศึกษาใหม่ที่มี ภาคการเรียน ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สใใหญ่) ไม่แตกต่างกัน

4. การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สใใหญ่) กับข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาใหม่ พบว่า ไม่แตกต่างกัน



## ABSTRACT

A research aimed to investigate factors influenced study need at RMUTSV Nakorn Sri Thammarat Campus (Saiyai) in terms of general information and service products marketing mix. Sampled students were those secondary schools students who are studying at level 5-6 (equivalent to 11-12 level high school) in Nakorn Sri Thammarat, Pattalung, Trang and Surat Thani. Statistical tools in the research were questionnaire, and statistics data for data analysis as follows; percentage, mean, standard deviation and chi-square test.

Results were found ;

1. Most student who answered questionnaires were women, were studying Science-Math Program at level 6 with current grade point average of higher than 3.00, Most were native to Nakorn Sri Thammarat Province, most occupation of their parents were farmers (paddy farmer, horticulturer owner and agronomical owner). Most of their financial support are from their parents.

2. Most of them preferred to further study in a higher level to obtain bachelor degree. Institutions that students wanted most to further study were other universities. Their main reason to prefer these institutions were they had fields of study fit to their needs. Most students knew RMUTSV most from faculty's web sites and also knew Nakorn Sri Thammarat Campus (sai yai) most.

Most students did not intend to further their study in RMUTSV.

Faculty that student wanted most was faculty of Management of Technology and a field of study they wanted most was information system. Their reasons were easy finding jobs. Learning format that they wanted most was Monday-Friday Programs or normal course. A field of study they wanted most to be opened was retailing marketing.

Their hopes after finishing study were working in a government sector.

3. Most students viewed that factors affecting their study in RMUTSV Nakorn Sri Thammarat Campus (Saiyai) were service product marketing mix was the most important factor as a whole, when individual sides were taken into their account, academic staff was the first priorities, then physical environment, expenditures, product and service, process, distribution channel, and public relation respectively.

4. Students who had different sex, study programs, grade points of average, native residence and budget had different needs at a higher level.

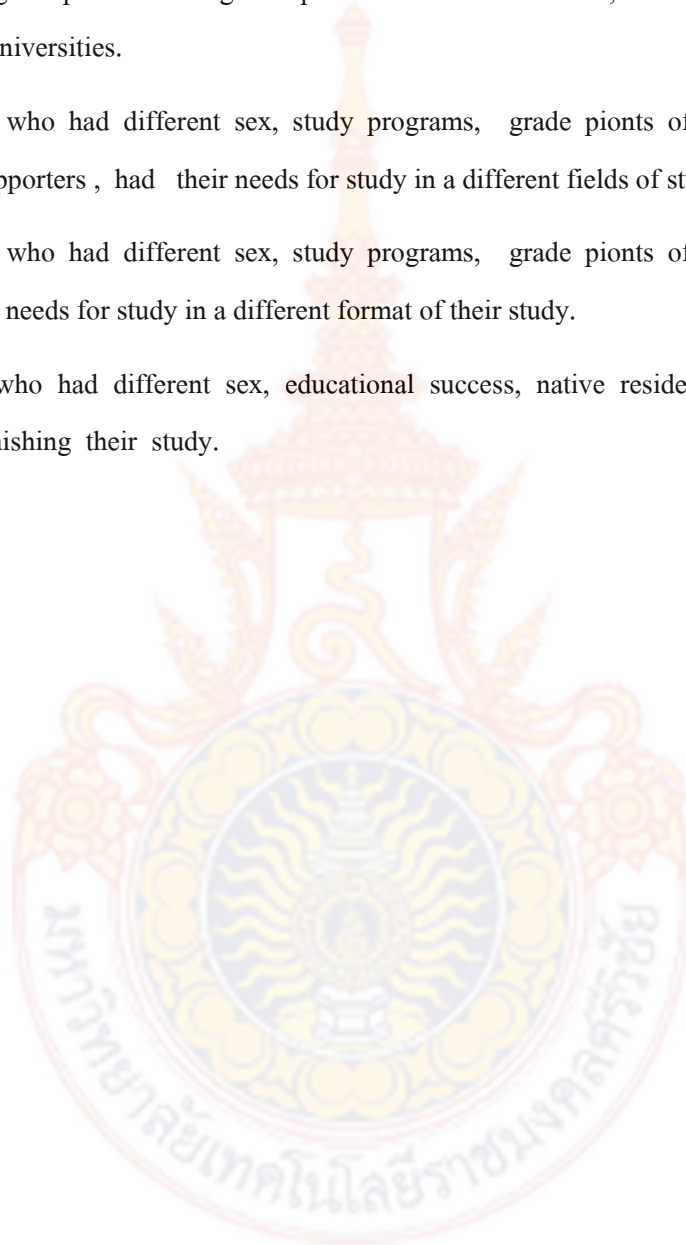
5. Students who had different sex, study programs, parents's grade points of average and parents's occupations, had a different pursue their study both at a higher vocational certificate and bachelor degree different needs at a higher level.

6. Students who had different sex, study programs, grade points of averages, native residence, parents's grade point of average and parents's educational level, had their needs for study in a different universities.

7. Students who had different sex, study programs, grade points of averages, native residence, budget supporters, had their needs for study in a different fields of study.

8. Students who had different sex, study programs, grade points of averages, native residence had their needs for study in a different format of their study.

9. Students who had different sex, educational success, native residence had their expectations after finishing their study.



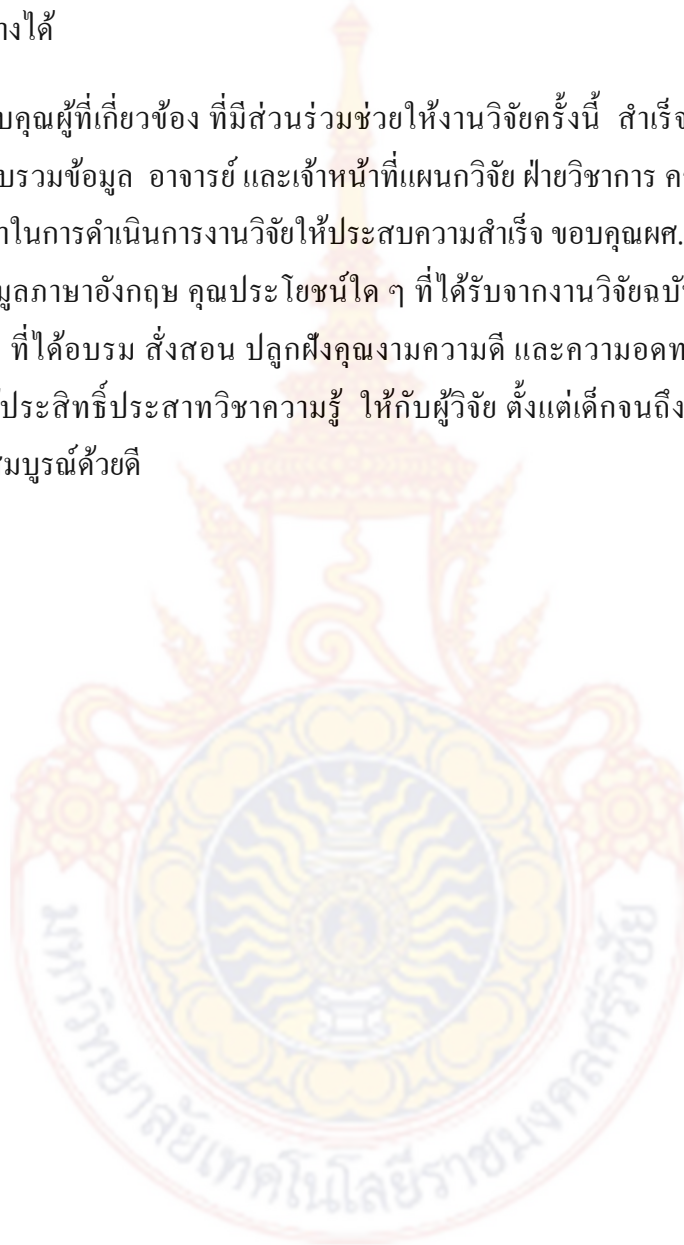
## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ ได้รับการสนับสนุนงบประมาณเงินรายได้ ปีงบประมาณ 2553 จากคณะเทคโนโลยีการจัดการ วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สไใหญ่) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย และสำเร็จลุล่วงไปได้ โดยได้รับความร่วมมือจากนักศึกษาใหม่ ประจำปีการศึกษา 2553 ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ที่เกี่ยวข้อง ที่มีส่วนร่วมช่วยให้งานวิจัยครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี รวมถึง ผู้ช่วยเก็บรวบรวมข้อมูล อาจารย์ และเจ้าหน้าที่แผนกวิจัย ฝ่ายวิชาการ คณะเทคโนโลยีการจัดการ ที่ให้คำแนะนำในการดำเนินการงานวิจัยให้ประสบความสำเร็จ ขอคุณผศ.ปราณีต ทองแป้น ที่ช่วยอนุเคราะห์ข้อมูลภาษาอังกฤษ คุณประโยชน์ใด ๆ ที่ได้รับจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอ มอบให้กับคุณพ่อ คุณแม่ ที่ได้อบรม สั่งสอน ปลูกฝังคุณงามความดี และความอดทน ตลอดจนครูบาอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ให้กับผู้วิจัย ตั้งแต่เด็กจนถึงปัจจุบัน ส่งผลให้ งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ด้วยดี

ผู้วิจัย

สิงหาคม 2553





## สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ	1
	หลักการและเหตุผล	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
	ขอบเขตของการวิจัย	2
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	2
	ตัวแปรที่ศึกษา	3
	นิยามศัพท์เฉพาะ	3
	กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
	สมมติฐานในการวิจัย	5
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
	แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร	6
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้	8
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสาร	26
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ	31
	ข้อมูลทั่วไปของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	37
	ข้อมูลเกี่ยวกับคณะเทคโนโลยีการจัดการ	39
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	48
3	วิธีดำเนินการวิจัย	51
	การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	51
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	53
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	55
	การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	55
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	61
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	61
	การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	61

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ
	สรุปผลการวิจัย
	อภิปรายผล
	ข้อเสนอแนะ
บรรณานุกรม	83
ภาคผนวก	85
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	86



## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงอัตราส่วนตามจำนวนนักศึกษาใหม่ ประจำปีการศึกษา 2553	3
2	แสดงจำนวนนักศึกษา ประจำปีการศึกษา 2553	45
3	แสดงจำนวนนักศึกษาใหม่ ประจำปีการศึกษา 2553	47
4	แสดงอัตราส่วนการสู่มตัวอย่าง	52
5	แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของนักศึกษาใหม่ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ หลักสูตรที่ศึกษา สาขาที่ศึกษา ภาคการเรียน สถานที่สำเร็จการศึกษา	62
6	แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของนักศึกษาใหม่ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรับรู้ต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อใน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)	66
7	แสดงจำนวน ค่าคะแนนเฉลี่ย $\bar{x}$ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และเกณฑ์กำหนดระดับการรับรู้ แยกตามประเภทของสื่อการรับสมัคร นักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ของสื่อแต่ละประเภท	68
8	แสดงจำนวน ค่าคะแนนเฉลี่ย $\bar{x}$ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และเกณฑ์กำหนดระดับความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัคร นักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)	69
9	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ข้อมูลการรับสมัคร นักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช(ไสใหญ่)จากสื่อแต่ละประเภท โดยจำแนกตามเพศ	70
10	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการรับรู้ ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) โดยจำแนกตามเพศ	71
11	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ข้อมูลการรับสมัคร นักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) จากสื่อแต่ละประเภท โดยจำแนกตามอายุ	72

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
12	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) โดยจำแนกตามอายุ	74
13	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) จากสื่อแต่ละประเภท โดยจำแนกตามสาขาที่ศึกษา	74
14	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) โดยจำแนกตามสาขาที่เรียน	76
15	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) จากสื่อแต่ละประเภท โดยจำแนกตามภาคการเรียน	76
16	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) โดยจำแนกตามภาคการเรียน	77

## สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ		หน้า
1	แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย	5
2	แสดงขั้นตอนการรับสาร	27
3	แสดงกระบวนการในการเลือกรับสื่อ	36



## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันในโลกแห่งการสื่อสารที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ที่เรียกว่าโลกแห่งการสื่อสารแบบไร้พรมแดน เนื่องด้วยระบบเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น ทำให้หน่วยงานองค์กร และบริษัทผู้ประกอบการต่าง ๆ จะต้องมีการพัฒนาข้อมูลข่าวสารมากยิ่งขึ้นจึงทำให้การประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่จะเข้ามาช่วยให้หน่วยงาน องค์กรและบริษัทผู้ประกอบการต่าง ๆ ได้มีการสื่อสารได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง ดังที่คุณพงษ์ศักดิ์ เลิศฤดีวัฒนวงศ์ ผู้ดูแลงานการประชาสัมพันธ์ ได้กล่าวในการอบรมเรื่อง **เหลียวมองการประชาสัมพันธ์เชิงธุรกิจอย่างมืออาชีพ เพื่อองค์กรก้าวสู่ความสำเร็จเหนือระดับ** ว่า “เรื่องของการเปลี่ยนแปลงและทิศทางของสื่อมวลชนในประเทศไทย เป็นเรื่องที่นักประชาสัมพันธ์ต้องศึกษา เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์ ศึกษากฎหมาย ระเบียบ ศึกษาความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย ศึกษาการรวมกันของอุตสาหกรรมและธุรกิจ ฯลฯ ในการจัดการแอดลงข่าวของ Honda นอกจากจะเชิญสื่อมวลชนทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ TV วิทยุแล้วต้องเชิญ สื่อ Online ด้วย การประชาสัมพันธ์ ในองค์กรธุรกิจในยุคหลังๆ นี้ จะเน้นบทบาทงานประชาสัมพันธ์ โดยจะจัดให้เป็นหน่วยงานสำคัญหน่วยหนึ่งในโครงสร้างองค์กร เพราะจะช่วยให้เกิดความสนใจ และความต้องการ ช่วยในการสร้าง Brand ขององค์กร ช่วยการจัดการเมื่อเกิดวิกฤติ เป็นเครื่องมือที่ช่วยชีวิตผลตอบแทนในการลงทุน และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร นอกจากนี้งานประชาสัมพันธ์ยังช่วยสนับสนุนให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน ต่อสื่อมวลชน ในองค์กรธุรกิจสมัยใหม่ยังให้ความสำคัญกับการบริหารงาน Website มีการกำหนดเนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการมากขึ้น”

เช่นเดียวกับการที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สไใหญ่) จะต้องมีการพัฒนาสื่อในด้านต่าง ๆ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เพื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่ ในการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สไใหญ่) มีจำนวนนักศึกษาใหม่ที่เพิ่มมากขึ้น ด้วยข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่สื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย อันจะส่งผลให้เกิดความคุ้มค่ากับงบประมาณที่จะลงทุนในการจัดการสื่อในด้านต่าง ๆ มากขึ้น

จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง การรับรู้สื่อเพื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สไใหญ่) เพื่อจะได้วัดความสามารถของสื่อประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สไใหญ่) และเป็นแนวทางในพัฒนาสื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่ ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ต่อไป

### วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้สื่อในการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่)
2. เพื่อเป็นแนวทางในพัฒนาสื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่)
3. เพื่อทราบปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้สื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่)

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับและหน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการรับรู้สื่อในการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่)
2. ทำให้ทราบถึงแนวทางในการพัฒนาสื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่)
3. ทำให้ทราบปัญหาและอุปสรรคในการรับรู้สื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่)
4. ทำให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสามารถจัดทำสื่อได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายส่งผลให้เกิดการประหยัดและคุ้มค่าในงบประมาณเพื่อดำเนินการ

#### หน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ได้แก่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช ใสใหญ่ คือ

1. ด้านการจัดทำแผนงบประมาณและการบริหารงาน
2. ด้านการประชาสัมพันธ์

### ขอบเขตของการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

**ประชากร** ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาใหม่ ที่ศึกษาทั้งในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และปริญญาตรี จากคณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช(ใสใหญ่)

**กลุ่มตัวอย่าง** ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาใหม่ ที่ศึกษาทั้งในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.)และปริญญาตรี จากคณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช(ใสใหญ่) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างในกรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ตามวิธีของยามานะ (Taro Yamane, 1973 p.125) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

และการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยมีค่าความเชื่อมั่นทางสถิติที่ 95 % และมีค่าความคลาดเคลื่อน 5 % ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 280 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดของแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงขอเก็บแบบสอบถามเป็นจำนวน 300 ชุด โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่างตามขั้นตอน ดังนี้

#### ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

1.1 จาก 3 คณะในวิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่) เลือก คณะเทคโนโลยีการจัดการ เนื่องจากเป็นคณะที่มีจำนวนนักศึกษามากที่สุด

1.2 จาก 4 สาขา กำหนดตามอัตราส่วนตามจำนวนนักศึกษาใหม่ ประจำปีการศึกษา 2553 ตาราง 1 แสดงอัตราส่วนตามจำนวนนักศึกษาใหม่ ประจำปีการศึกษา 2553

สาขา	จำนวน น.ศ ใหม่ (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
-สาขาการจัดการ	306	131
-สาขาการตลาด	168	72
-สาขาระบบสารสนเทศ	242	104
-สาขาการบัญชี	217	93
<b>รวม</b>	<b>933</b>	<b>400</b>

ที่มา : ฝ่ายวิชาการคณะเทคโนโลยีการจัดการ 7 มิถุนายน 2553

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างโดยการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาใหม่จากคณะเทคโนโลยีการจัดการ ตามอัตราส่วนที่กำหนด เพื่อรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามตามสะดวก ให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง

#### ตัวแปรที่ศึกษา

##### 1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

###### 1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

###### 1.2 อายุ

1.2.1 ต่ำกว่า 20 ปี

1.2.2 20 – 23 ปี

1.2.3 23 ปี ขึ้นไป



### 1.3 หลักสูตรที่ศึกษา

- 1.3.1 ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
- 1.3.2 ปริญญาตรี 4 ปี (เทียบโอน)
- 1.3.3 ปริญญาตรี 4 ปี

### 1.4 สาขาที่ศึกษา

- 1.4.1 สาขาการจัดการ
- 1.4.2 สาขาการตลาด
- 1.4.3 สาขาระบบสารสนเทศ
- 1.4.4 สาขาการบัญชี

### 1.5 ภาคการเรียน

- 1.5.1 ภาคปกติ
- 1.5.2 ภาคสมทบ

### 1.6 สถานที่สำเร็จการศึกษา

## 2. ตัวแปรตาม ได้แก่

การรับรู้สื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่นักศึกษาใหม่แต่ละคนมีการเลือก การประมวลและการตีความเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารการรับสมัครนักศึกษาใหม่ ประจำปีการศึกษา 2553 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ออกมาให้ความหมายและได้ภาพของโลกที่มีเนื้อหา
2. สื่อ หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกระจายเสียง สื่อกลางแจ้ง สื่อ Internet สื่อบุคคล ที่ทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ใช้ในการส่งสารการรับสมัครนักศึกษาใหม่ไปยังผู้รับสาร
3. นักศึกษาใหม่ หมายถึง นักศึกษาใหม่ที่เข้ามาศึกษาในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ประจำปีการศึกษา 2553
4. สื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง สิ่งที่พิมพ์ขึ้น เพื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ได้แก่ แผ่นพับ โปสเตอร์ประกาศรับสมัครและทุนการศึกษา
5. สื่อกระจายเสียง หมายถึง การกระจายข้อมูลผ่านทางคลื่นวิทยุ เพื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ได้แก่ คลื่น FM 104.5 MHz คลื่น FM 102.5 MHz

6. สื่อกลางแจ้ง หมายถึง การผลิตป้ายโฆษณากลางแจ้งเพื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่) ได้แก่ ป้ายโฆษณากลางแจ้งในสถานที่ต่าง ๆ

7. สื่อ Internet หมายถึง การใช้ระบบ Internet ในการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่) ผ่านทาง [www.rmutsv.ac.th](http://www.rmutsv.ac.th) หรือ <http://mggtech.rmutsv.ac.th>

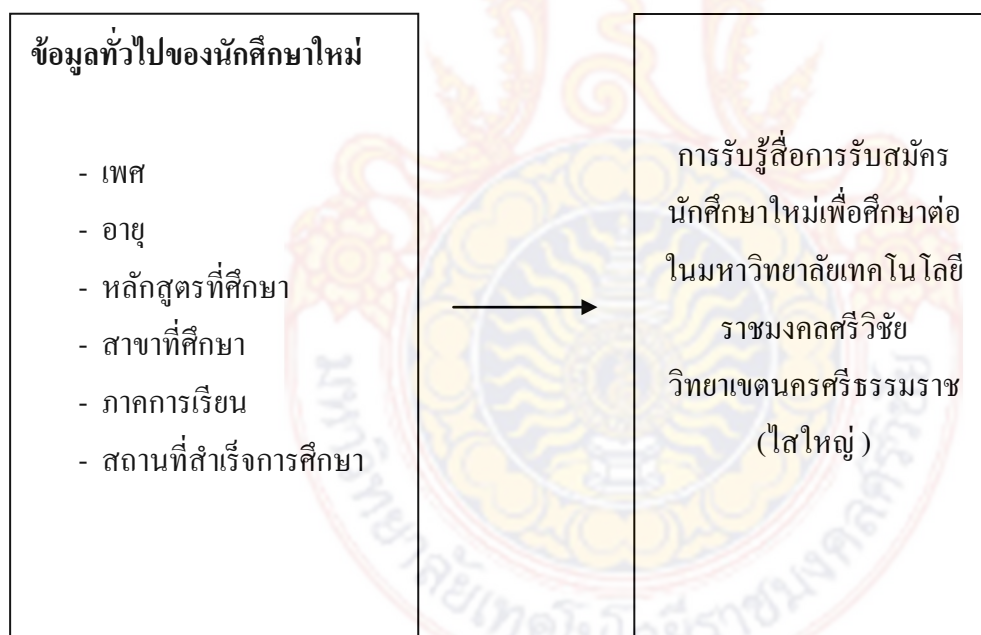
8. สื่อบุคคล หมายถึง การเผยแพร่ข่าวสารการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่) จากการแนะนำการศึกษาต่อ การจัดนิทรรศการและ ตลาดนัดหลักสูตรของทางมหาวิทยาลัย

9. วิทยาเขตนครศรีธรรมราช หมายถึง พื้นที่การศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ตั้งอยู่ที่ 109 ม.2 ต.ถ้ำใหญ่ อ.ทุ่งสง จ.นครศรีธรรมราช

### กรอบแนวความคิดในการวิจัย

#### ตัวแปรอิสระ

#### ตัวแปรตาม



ภาพประกอบที่ 1 แสดงกรอบแนวความคิดในการวิจัย

### สมมติฐานในการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาใหม่ ได้แก่ เพศ อายุ หลักสูตรที่ศึกษา สาขาที่ศึกษา ภาคการเรียน สถานที่สำเร็จการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้สื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยวิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่) แตกต่างกัน

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสาร
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ
5. ข้อมูลทั่วไปของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
6. ข้อมูลเกี่ยวกับคณะเทคโนโลยีการจัดการ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร

สื่อมวลชน (Mass Communication) คือรูปแบบของการสื่อสารที่กลุ่มผู้รับสารจะต้องเป็นกลุ่มชนขนาดใหญ่ ที่มีความหลากหลายและไม่จำเป็นต้องเคยรู้จักอยู่ในสังคมเดียวกัน หรือมีประสบการณ์ร่วมกันมาก่อน ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา และสถานทางเศรษฐกิจและสังคม โดยผู้รับข่าวสารที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรม ความสนใจ ในการรับข่าวสารแตกต่างกันไปด้วย การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลักษณะทาง ประชากรศาสตร์เพื่อทำความเข้าใจความเกี่ยวพันระหว่างลักษณะทางประชากร ศาสตร์กับการรับสาร มีรายละเอียดดังนี้

**อายุ**

เป็นคุณลักษณะทางประชากรอีกลักษณะหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาของ การมีชีวิตอยู่หรือตามวัยของบุคคล เป็นลักษณะประจำตัวบุคคลที่สำคัญมากในการศึกษาและวิเคราะห์ทางประชากรศาสตร์ โดยอายุจะแสดงถึงวัยวุฒิของบุคคล และเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสามารถในการทำความเข้าใจในเนื้อหาและข่าวสารรวม ถึงการรับรู้ต่างๆ ได้มากน้อยต่างกัน การมีประสบการณ์ในชีวิตที่ผ่านมาแตกต่างกัน หรืออีกประการหนึ่งคืออายุจะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสนใจในประเด็นต่างๆ เช่นเรื่องการเมือง ความสนุกสนาน การเตรียมตัวสร้างอนาคต เป็นต้น นอกจากนั้นก็จะชี้ให้เห็นอารมณ์ที่แตกต่างออกไปในกลุ่มคนที่มีวัยต่างกัน อันเนื่องมาจากกระบวนการคิดและตัดสินใจที่ผ่านการกลั่นกรองจากประสบการณ์ของ ช่วงวัยที่จะส่งผลต่อกระบวนการคิดและการควบคุมทางอารมณ์ของแต่ละช่วงอายุของ บุคคล

#### **เพศ**

ลักษณะทางเพศ เป็นลักษณะทางประชากรที่บุคคลได้รับมาแต่กำเนิด ในประชากรกลุ่มใดๆ ก็ตาม จะประกอบด้วยประชากรเพศชาย (Male) และ ประชากรเพศหญิง (Female) ซึ่งโดยปกติแล้วจะมีจำนวนที่

ใกล้เคียงกันเพราะธรรมชาติได้สร้างความสมดุลทางเพศมาให้กับประชากรทุกกลุ่มเพศ เป็นปัจจัยพื้นฐานด้านร่างกายที่แตกต่างกันของบุคคล เป็นสถานภาพที่มีมาแต่กำเนิดของบุคคล เมื่อเป็นสมาชิกของกลุ่มเพศจะเป็นตัวกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคคล ตลอดจนพัฒนาการต่างๆ ในแต่ละช่วงวัยก็มีความแตกต่างกันด้วย ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารแต่เพียงอย่างเดียว เท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีที่เกิดจากการรับข่าวสารนั้น ด้วย (Wilo Goidhaborsadore and Yates, 2002 :114 อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546)

### ระดับการศึกษา

การศึกษาในที่นี้หมายถึงระดับการศึกษาที่ได้รับจากสถาบันการศึกษา และที่ได้รับจากประสบการณ์ของชีวิต การศึกษาบ่งบอกถึงความสามารถในการเลือกรับข่าวสาร และอัตราการรู้หนังสือ ระดับการศึกษาจะทำให้คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่างๆ กว้างขวางลึกซึ้งแตกต่างกันออกไป ทำให้ผู้พูดสามารถแยกความเหมาะสมของเนื้อหาและตัวอย่างที่จะยกมากล่าวได้

การศึกษานอกจากจะทำให้บุคคลมีศักยภาพเพิ่มขึ้นแล้ว การศึกษายังทำให้เกิดความแตกต่างทางทัศนคติ ค่านิยม และคุณธรรมความคิดอีกเช่นกัน นอกจากนี้ ปรเมะ สตะเวทิน (2546 :116) ยังได้กล่าวว่า การศึกษา เป็นลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ยุคสมัยที่ต่างกัน ระบบการศึกษาแตกต่างกัน สาขาวิชาที่แตกต่างกัน จึงมีความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไปอีกด้วย

### ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม

ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม จะเป็นเครื่องชี้ถึงเรื่องที่กลุ่มจะสนใจรับรู้ข่าวสารบุคคลที่มีฐานะทาง เศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกันทั้งการประกอบอาชีพ รายได้ ศาสนา รวมไปถึงสถานภาพสมรสย่อมส่งผลต่อการรับสารที่แตกต่างกันด้วย (ธีระภัทร์ เอกพาชัยสวัสดิ์, 2551)

ความมั่นคงทางเศรษฐกิจและครอบครัว รายได้ของบุคคลแสดงถึงฐานะทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นเรื่องประกอบที่สำคัญแสดงถึงการ มีศักยภาพในการดูแลตนเอง บ่งบอกถึงอำนาจการใช้จ่ายในการบริโภคข่าวสาร ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจสูงจะมีโอกาสที่ดีกว่าในการแสวงหาสิ่งที่เป็น ประโยชน์ต่อการดูแลตนเอง ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจต่ำจะมีการศึกษาน้อย ทำให้มีข้อจำกัดในการรับรู้ เรียนรู้ ตลอดจนการแสวงหาความรู้และประสบการณ์ในการดูแลตนเอง

อาชีพและลักษณะการรวมกลุ่มของผู้ฟัง ลักษณะอาชีพหรือลักษณะแห่งการรวมกลุ่ม จะบ่งบอกลักษณะเฉพาะของบุคคล ช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสาร เรื่องที่กลุ่มผู้ฟังสนใจเช่น กลุ่มชานานาก็จะสนใจเกี่ยวกับเรื่องข้าว ราคาข้าว ปุ๋ย เป็นต้น ในบางกรณีคนที่มิอาชีพอย่างหนึ่งแต่อาจจะไปรวมกลุ่มกับคนที่มิอาชีพหนึ่งก็ได้ ซึ่งก็จะทำให้ความสนใจของเขาขยายวงกว้างออกไป

ศาสนาหรือกลุ่มความเชื่อในศาสนา เช่น ศาสนาพุทธ อิสลาม หรือศาสนาคริสต์ หรืออื่นๆ ย่อมมี

แนวคิด วัฒนธรรม ประเพณี และหลักการในการคิดตัดสินใจต่อการรับสารแตกต่างกันตามรายละเอียดปลีกย่อยของ ศาสนา ดังนั้นการสื่อสารหรือถ่ายทอดข้อมูลโดยการพิจารณาความแตกต่างทางศาสนาย่อมเป็นผลดีในการสามารถสื่อสารให้แก่ผู้รับสารได้อย่างถูกต้องและตรงกับความต้อง การของผู้รับสารมากที่สุด

**สถานภาพสมรส** หมายถึง การครองเรือนซึ่งอาจแบ่งออกได้เป็น คน โสด สมรส หม้าย หย่า หรือ แยกกันอยู่ ลักษณะความแตกต่างด้านขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อถือทางด้านศาสนา ย่อมมีอิทธิพลต่อสถานภาพการสมรส ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการรับรู้ข่าวสาร สถานภาพสมรสของบุคคลจะบ่งบอกถึงควมมีอิสระในการตัดสินใจและอิทธิพลต่อ กระบวนการคิดการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร สตรีที่สมรสแล้วและสตรีที่ยังโสดย่อมมีกระบวนการรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกัน อันเนื่องมาจากสภาพครอบครัว และอิทธิพลของจำนวนบุคคลรอบข้าง

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

### ความหมายของการรับรู้

**การรับรู้ (perception)** คือ วิธีการที่บุคคลมองโลกที่อยู่รอบๆ ตัวของบุคคล ฉะนั้นบุคคล 2 คนอาจมีความคิดต่อตัวกระตุ้นอย่างเดียวกันภายใต้เงื่อนไขเดียวกัน แต่บุคคลทั้ง 2 อาจมีวิธีการยอมรับถึงตัวกระตุ้น (recognize) การเลือกสรร (select) การประมวล (organize) และการตีความ (interpret) เกี่ยวกับตัวกระตุ้นดังกล่าวไม่เหมือนกัน อย่างไรก็ตาม ยังขึ้นกับพื้นฐานของกระบวนการของบุคคลแต่ละคนเกี่ยวกับความต้องการ ค่านิยม การคาดหวัง และปัจจัยอื่นๆ ดังนั้น การรับรู้สามารถให้คำจำกัดความได้ดังนี้

**การรับรู้ (perception)** หมายถึง “กระบวนการที่บุคคลแต่ละคนมีการเลือก การประมวลและการตีความเกี่ยวกับตัวกระตุ้นออกมาให้ความหมายและได้ภาพของโลกที่มีเนื้อหา” (Schiffman and Kanuk .1991:146)

**การรับรู้** หมายถึง “กระบวนการการตีความที่ผ่านประสาทสัมผัสใดๆ โดยตรง” ซึ่งจากความหมายนี้คำที่จะสื่อความหมายเกี่ยวกับการรับรู้ การสัมผัสรับรู้ อันเป็นการรับรู้ที่เกิดจากการรับความรู้สึกเข้ามาทางประสาทสัมผัสเกิดเป็นความเข้าใจหรือความรู้สึกภายในของบุคคล แต่อย่างไรก็ตามจะขอใช้คำว่า การรับรู้ตลอดทั้งบทต่อไป ดังนั้นกล่าวอีกอย่างคือ การรับรู้ หมายถึง “การตีความหมายใจจิตใจของบุคคลที่จะทำให้เกิดการรับรู้ได้เข้าใจ”

ดังนั้นการรับรู้ทุกครั้งที่เกิดขึ้นจะต้องมีบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ เพื่อทำการตีความบางสิ่งบางอย่าง หรือเหตุการณ์ หรือความสัมพันธ์ในฐานะเป็นสิ่งที่สัมผัสรับรู้อะไรก็ตามที่เกี่ยวข้องในฐานะเป็นสิ่งที่สัมผัสรับรู้ โดยการผ่านประสาทสัมผัส มนุษย์ทุกคนรู้ทุกสิ่งในโลกโดยผ่านเข้ามาทางประสาทสัมผัส เมื่อผู้บริโภคมองว่า ห้างสรรพสินค้าแห่งนี้ให้ข้อเสนอที่ดีกว่าในการซื้อขาย นั่นแสดงว่าบุคคลได้บอกถึงบางสิ่งบางอย่างที่บุคคลได้สัมผัสรับรู้มาจากประสบการณ์ที่ผ่านเข้ามาทางการสัมผัส วิธีการที่ผู้บริโภคคิดและกระทำจะเป็นผลมาจากการรับรู้ถึงสิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปในสิ่งแวดล้อมนั้นๆ วิธีการนี้ผู้บริโภคมีการจัดการกับข้อมูล

ใหม่ๆ ที่รับเข้ามาโดยการประมวลและตีความถึงสิ่งกระตุ้นที่เข้ามากระทบประสาทสัมผัสของผู้บริโภค ซึ่งก็คือ การรับรู้ นั่นเอง

**การรับรู้ (Perception)** หมายถึง การแปลความหมายจากการสัมผัส โดยเริ่มตั้งแต่ การมีสิ่งเข้ามากระทบกับอวัยวะรับสัมผัสทั้งห้า และส่งกระแสประสาท ไปยังสมอง เพื่อการแปลความกระบวนการของการรับรู้ (Process) เป็นกระบวนการที่คาบเกี่ยวกันระหว่างเรื่องความเข้าใจ การคิด การรู้สึก (Sensing) ความจำ (Memory) การเรียนรู้ (Learning) การตัดสินใจ (Decision making)

Sensing -----> Memory -----> Learning -----> Decision making

กระบวนการของการรับรู้ เกิดขึ้นเป็นลำดับดังนี้

สิ่งเร้าไม่ว่าจะเป็นคน สัตว์ สิ่งของ หรือสถานการณ์ มาเร้าอินทรีย์ ทำให้เกิดการสัมผัส (Sensation) และเมื่อเกิดการสัมผัสบุคคล จะเกิดมีอาการแปล การสัมผัสและมีเจตนา (Conation) ที่จะแปลสัมผัสนั้น การแปลสัมผัส จะเกิดขึ้นในสมอง ทำให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ เช่น การที่เราได้ยินเสียงดัง บิ่ง บิ่ง ๆ สมองจะแปลเสียงดังบิ่ง บิ่ง โดยเปรียบเทียบกับเสียง ที่เคยได้ยินว่าเป็น เสียงของอะไร เสียงปืน เสียงระเบิด เสียงพลุ เสียงประทัด เสียงของท่อไอเสียรถ เสียงเครื่องยนตร์ระเบิด หรือเสียงอะไร ในขณะที่เปรียบเทียบ จิตต้องมีเจตนา ปนอยู่ ทำให้เกิดแปลความหมาย และ ต่อไปก็รู้ว่า เสียงที่ได้ยินนั้นคือ เสียงอะไร อาจเป็นเสียงปืน เพราะบุคคลจะแปลความหมายได้ ถ้าบุคคลเคย มีประสบการณ์ในเสียงปืนมาก่อน และอาจแปลได้ว่า ปืนที่ดังเป็นปืนชนิดใด ถ้าเขาเป็นตำรวจ จากตัวอย่างข้างต้นนี้ เราอาจสรุป กระบวนการรับรู้ จะเกิดได้จะต้องมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. มีสิ่งเร้า ( Stimulus ) ที่จะทำให้เกิด การรับรู้ เช่น สถานการณ์ เหตุการณ์ สิ่งแวดล้อม รอบกาย ที่เป็นคน สัตว์ และสิ่งของ

2. ประสาทสัมผัส ( Sense Organs ) ที่ทำให้เกิดความรู้สึกสัมผัส เช่น ตาหู จมูกได้ กลิ่น ลิ้น รูรส และผิวหนัง ร้อนหนาว

3. ประสบการณ์ หรือความรู้เดิมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งเร้าที่เราสัมผัส

4. การแปลความหมายของสิ่งที่เราสัมผัส สิ่งที่เคยพบเห็นมาแล้วย่อมจะอยู่ในความทรงจำของสมอง เมื่อบุคคลได้รับสิ่งเร้า สมองก็จะทำหน้าที่ทบทวนกับความรู้ที่มีอยู่เดิมว่า สิ่งเร้านั้นคืออะไร

เมื่อมนุษย์เรารู้จักเร้าโดยสิ่งแวดล้อม ก็จะเกิดความรู้สึกจากการสัมผัส (Sensation) โดยอาศัยอวัยวะสัมผัสทั้ง 5 คือ ตา ทำหน้าที่ดูคือ มองเห็น หูทำหน้าที่ฟังคือ ได้ยิน ลิ้นทำหน้าที่รูรส จมูก ทำหน้าที่ดมคือได้กลิ่น ผิวหนังทำหน้าที่สัมผัสคือรู้สึกได้อย่างถูกต้อง กระบวนการรับรู้ ก็สมบูรณ์แต่จริงๆ แล้วยังมีการสัมผัสภายในอีก 3 อย่างด้วยที่จะช่วยให้เรารับสัมผัสสิ่งต่างๆ

## ลำดับขั้นของกระบวนการรับรู้

การรับรู้จะเกิดขึ้นได้ ต้องเป็นไปตามขั้นตอนของกระบวนการดังนี้

ขั้นที่ 1 สิ่งเร้า (Stimulus) มากระทบอวัยวะสัมผัสของอินทรีย์

ขั้นที่ 2 กระแสประสาทสัมผัสวิ่งไปยังระบบประสาทส่วนกลาง ซึ่งมีศูนย์อยู่ที่สมองเพื่อสั่งการ ตรงนี้เกิดการรับรู้ ( Perception )

ขั้นที่ 3 สมองแปลความหมายออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจโดยอาศัย ความรู้เดิม ประสบการณ์เดิม ความจำ เจตคติ ความต้องการ ปทัสถาน บุคลิกภาพ เชาวน์ปัญญา ทำให้เกิดการตอบสนองอย่างใดอย่างหนึ่ง

### การรับรู้ ( Perception )

ตัวอย่าง ขณะนอนอยู่ในห้องได้ยินเสียงร้องเรียกเหมียวๆๆรู้ว่าเป็นเสียงร้องของสัตว์ และรู้ต่อไปว่าเป็นเสียงของแมว เสียงเป็นเครื่องเร้า (Stimulus) เสียงแล่นมากระทบหูในหุ้มปลายประสาท (End organ) เป็นเครื่องรับ (Receptor) เครื่องรับส่งกระแสความรู้สึก (Impulse) ไปทางประสาทสัมผัส (Sensory nerve) เข้าไปสู่สมอง สมองเกิดความตื่นตัวขึ้น (ตอนนี้เป็นสัมผัส) ครั้นแล้วสมองทำการแยกแยะว่า เสียงนั้นเป็นเสียงคนเป็นเสียงสัตว์ เป็นเสียงของแมวสาวเป็นเสียงแมวหนุ่ม ร้องทำไมเราเกิดอาการรับรู้ ตอนหลังนี้เป็นการรับรู้ เมื่อเรารู้ว่าเป็นเสียงของแมวเรียก ทำให้เราต้องการรู้ว่าแมวเป็นอะไร ร้องเรียกทำไมเราจึงลุกขึ้นไปดูแมวตาม ตำแหน่งเสียงมีได้ยินและขานรับ สมองก็สั่งให้กล้ามเนื้อปากทำการเปล่งเสียงขานรับ ตอนนี้ทางจิตวิทยาเรียกว่า ปฏิกริยาหรือการตอบสนอง (Reaction หรือ Response) เมื่อประสาทตื่นตัวโดยเครื่องเร้า จะเกิดมีปฏิกริยา คือ อาการตอบสนองต่อสิ่งเร้า

### กลไกของการรับรู้

กลไกการรับรู้เกิดขึ้นจากทั้ง สิ่งเร้าภายนอกและภายในอินทรีย์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม อวัยวะรับสัมผัส (Sensory organ) เป็น เครื่องรับสิ่งเร้าของมนุษย์ ส่วนที่รับความรู้สึกรับสัมผัสอาจอยู่ลึกเข้าไปข้างใน มองจากภายนอกไม่เห็น อวัยวะรับสัมผัส แต่ละอย่างมีประสาทรับสัมผัส (Sensory nerve) ช่วยเชื่อมอวัยวะรับสัมผัสกับเขตแดนการรับสัมผัสต่าง ๆ ที่สมอง และส่งผ่านประสาทมอเตอร์ (Motor nerve) ไปสู่อวัยวะมอเตอร์ (Motor organ) ซึ่งประกอบไปด้วยกล้ามเนื้อและต่อมต่างๆ ทำให้เกิดปฏิกริยาตอบสนองของอวัยวะมอเตอร์ และจะออกมาในรูปใดขึ้นอยู่กับ การบังคับบัญชาของระบบประสาท ส่วนสาเหตุที่มนุษย์เราสามารถไวต่อความรู้สึกก็เพราะ เซลประสาทของประสาทรับสัมผัส แบ่งแยกแตกออกเป็นกิ่งก้านแผ่ไปติดต่อกับ อวัยวะรับสัมผัส และที่อวัยวะรับสัมผัสมีเซลล์รับสัมผัส ที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัวจึง สามารถทำให้มนุษย์รับสัมผัสได้

จิตใจติดต่อกับโลกภายนอกได้โดยการสัมผัส คนตาบอดเมื่ออธิบายให้ฟังว่าสีแดง สีเขียวเป็นอย่างไร เขาก็จะเข้าใจให้ถูกต้องไม่ได้เลย เพราะเรื่องสีจะต้องรู้ด้วยตา เครื่องมือสัมผัสอย่างหนึ่งก็ทำหน้าที่อย่างหนึ่ง คนหูหนวกย่อมไม่รู้ถึงลีลาความไพเราะของเสียงเพลง ดังนั้นการสอนจึงเน้นว่า “ให้สอนโดยทางสัมผัส” การรับรู้ นับว่าเป็นพื้นฐานสำคัญของการเรียนรู้ การรับรู้ที่ถูกต้องจึงจะส่งผล ให้ได้รับ ความรู้ที่ถูกต้อง นักเรียนต้องได้การรับรู้ที่ถูกต้อง มิฉะนั้นความรู้ที่รับ ไปก็ผิดพลาด อวัยวะสัมผัส กับการรับรู้

มนุษย์ย่อมมีพฤติกรรมสนองตอบสิ่งแวดล้อมกระบวนการของการรับรู้เป็นสิ่งแรกที่มนุษย์  
 สนองตอบต่อสิ่งแวดล้อมและระบบประสาท อวัยวะสัมผัส เป็นปัจจัยสำคัญของกระบวนการรับรู้ต้องมีความสมบูรณ์จึงจะสามารถรับรู้สิ่งเร้าได้ดีเพราะอวัยวะสัมผัสรับสิ่งเร้า ที่มากระทบประสาทรับสัมผัสส่งกระแสประสาทไปยังสมองเพื่อให้สมองแปลความหมายออกมา เกิดเป็นการรับรู้ และอวัยวะสัมผัสของมนุษย์ มีขีดความสามารถจำกัด กลิ่นอ่อนเกินไป เสียงเบาเกินไป แสงน้อยเกินไปย่อมจะรับสัมผัสไม่ได้ ดังนั้นประเภท ขนาด คุณภาพของสิ่งเร้าจึงมีผลต่อการรับรู้และการตอบสนอง สิ่งเร้าบางประเภทไม่สามารถกระตุ้นอวัยวะสัมผัสของเราได้ เช่น คลื่นวิทยุ

### องค์ประกอบของการรับรู้

1. สิ่งเร้าได้แก่วัตถุ แสง เสียง กลิ่น รสต่างๆ
2. อวัยวะรับสัมผัส ได้แก่ หู ตา จมูก ลิ้น ผิวหนัง ถ้าไม่สมบูรณ์จะทำให้สูญเสียการรับรู้ได้
3. ประสาทในการรับสัมผัสเป็นตัวกลางส่งกระแสประสาทจากอวัยวะรับสัมผัสไปยังสมองส่วนกลาง เพื่อการแปลความต่อไป
4. ประสบการณ์เดิม การรู้จัก การจำได้ ทำให้การรับรู้ได้ดีขึ้น
5. ค่านิยม ทักษะคติ
6. ความใส่ใจ ความตั้งใจ
7. สภาพจิตใจ อารมณ์ เช่น การคาดหวัง ความดีใจ เสียใจ
8. ความสามารถทางสติปัญญา ทำให้รับรู้ได้เร็ว

### การจัดระบบการรับรู้

มนุษย์เมื่อพบสิ่งเร้าไม่ได้รับรู้ตามที่สิ่งเร้าปรากฏแต่นำมาจัดระบบตามหลักดังนี้

1. หลักแห่งความคล้ายคลึง ( Principle of similarity) สิ่งเร้าใดที่มีความคล้ายกันจะรับรู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน
2. หลักแห่งความใกล้ชิด (Principle of proximity) สิ่งเร้าที่มีความใกล้กันจะรับรู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน
3. หลักแห่งความสมบูรณ์ (Principle of closure) เป็นการรับรู้สิ่งที่ไม่สมบูรณ์ให้สมบูรณ์ขึ้น

**ความคงที่ของการรับรู้ ( Perceptual constancy )** ความคงที่ในการรับรู้มี 3 ประการ ได้แก่

1. การคงที่ของขนาด
2. การคงที่ของรูปแบบ รูปทรง
3. การคงที่ของสีและแสงสว่าง

การรับรู้ที่ผิดพลาด แม้ว่ามนุษย์มีอวัยวะรับสัมผัสถึง 5 ประเภทแต่มนุษย์ก็ยังรับรู้ผิดพลาดได้ เช่น ภาพลวงตา การรับฟังความบอกเล่า ทำให้เรื่องบิดเบือนไป การมีประสบการณ์และค่านิยมที่แตกต่างกัน ดังนั้นการรับรู้ถ้าจะให้ถูกต้อง จะต้องรับรู้โดยผ่าน ประสาทสัมผัสหลายทาง ผ่านกระบวนการคิดไตร่ตรองให้มากขึ้น



## ปัจจัยกำหนดการรับรู้

สิ่งเร้าอย่างเดียวกัน อาจจะทำให้คนสองคน สามารถรับรู้ต่างกันได้ เช่น คนหนึ่งมองว่าคนอเมริกันน่ารัก แต่อีกคนมองว่า เป็นคนอเมริกัน เป็นชาติที่น่ารักน้อยหน้อยก็ได้ เพราะในใจเขาอาจชอบคนอังกฤษก็ได้ เลขชอบชาวอเมริกันน้อยกว่า ซึ่งก็แล้วแต่มุมมองของแต่ละคน แล้วแต่การรับรู้ของแต่ละคน การที่มนุษย์สามารถรับรู้สิ่งต่าง ๆ ได้ต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่าง และจะรับรู้ได้ดีมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อ การรับรู้ เช่น ประสบการณ์ วัฒนธรรม การศึกษา เป็นต้น

ดังนั้นการที่บุคคล จะเลือกรับรู้สิ่งเร้าใจอย่างใดอย่างหนึ่ง ในขณะใดขณะหนึ่งนั้นจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้มี 2 ประเภท คือ

อิทธิพลที่มาจากภายนอก ได้แก่ ความเข้มและขนาดของสิ่งเร้า ( Intensively and Size) การกระทำซ้ำ ๆ (Repetition) สิ่งตรงกันข้าม (Contrast) การเคลื่อนไหว (Movement) และอิทธิพลที่มาจากภายใน ได้แก่ แรงจูงใจ (Motive) การคาดหวัง (Expectancy) ความสนใจ อารมณ์ ความคิดและจินตนาการ ความรู้สึกต่าง ๆ ที่บุคคลได้รับ เป็นต้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ยังแบ่งออกได้อีกเช่นแบ่งปัจจัยของการรับรู้ออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ประการแรกลักษณะของผู้รับรู้ กับ ประการที่สองลักษณะของสิ่งเร้า ดังจะอธิบายดังนี้คือ

### ปัจจัยการรับรู้มี 2 ประเภทคือ

#### 1. ลักษณะของผู้รับรู้

ลักษณะของผู้รับรู้ พิจารณาจากการที่บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งใดก่อนหรือหลัง มากหรือน้อย อย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้รับรู้ด้วยเป็นสำคัญประการหนึ่ง ปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้รับรู้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน คือ ด้านกายภาพกับด้านจิตวิทยา ดังอธิบาย

1.1 ด้านกายภาพ หมายถึง อวัยวะสัมผัส เช่น หู ตา จมูก และอวัยวะสัมผัสอื่น ๆ ปกติหรือไม่มี ความรู้สึกสัมผัสสมบูรณ์เพียงใด เช่น หูตึง เป็นหวัด ตาเอียง บอดลี สายตาสั้น สายตาสั้น ผิวหนังชา ตายด้าน ความชรา ถ้าผิดปกติหรือหย่อนสมรรถภาพ ก็ย่อมทำให้ การรับสัมผัส ผิดไป ด้อยสมรรถภาพในการรับรู้ลงไป ความสมบูรณ์ของอวัยวะสัมผัส จะทำให้รับรู้ได้ดี การรับรู้บางอย่าง เกิดจากอวัยวะสัมผัส 2 ชนิดทำงานร่วมกัน เช่น ลิ้นและจมูกช่วยกันรับรู้รส การรับรู้จะมีคุณภาพดีขึ้น ถ้าเราได้รับสัมผัสหลายทาง เช่น เห็นภาพและได้ยินเสียงในเวลาเดียวกันทำให้เราแปลความหมายของสิ่งเร้าได้ถูกต้องขึ้น

อีกประการหนึ่งต้องขึ้นกับ ขอบเขตความสามารถในการรับรู้ด้วยคือ ขอบเขตความสามารถโดยธรรมชาติในการรับรู้ของคน ซึ่งขึ้นอยู่กับ ความสามารถในการรับสัมผัสและ ความสามารถในการแปลความหมายของสิ่งเร้า ความสามารถของอวัยวะสัมผัสมีขอบเขตจำกัด ไม่สามารถรับสัมผัสสิ่งเร้าได้ทุกชนิด แสงที่มีความเข้มน้อยเกินไป วัตถุขนาดเล็กมากเราไม่สามารถมองเห็นได้ พวงรังสี คลื่นวิทยุ ประสาทหูรับไม่ได้ เสียงที่เบาเกินไปจนไม่ทำให้แก้วหูสั่นสะเทือนเราก็ไม่ได้ยิน นกกลัวกระเป่า กระทำอย่างแผ่วเบามาก เราก็รับสัมผัสไม่ได้ ขนาดหรือ ความเข้มของสิ่งเร้า ที่สามารถทำให้อวัยวะสัมผัสเกิด ความรู้สึกได้ เรียกว่า Threshold

การเปลี่ยนแปลงความเข้ม หรือขนาดของสิ่งเร้า เพื่อให้บุคคลสามารถรับรู้ได้ เรียกว่า The differential threshold ดังนั้นลักษณะของผู้รู้ด้านกายภาพ หรือสรีระวิทยาของบุคคล จะต้องสมบูรณ์การรับรู้จึงจะสามารถแปลความออกมาได้

1.2 ด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาของคนที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ นั้น มีหลายประการ เช่น ความจำ อารมณ์ ความพร้อม สติปัญญา การสังเกตพิจารณา ความสนใจ ความตั้งใจ ทักษะคำนิยาม วัฒนธรรม ประสบการณ์เดิม เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นผลจาก การเรียนรู้เดิม และประสบการณ์เดิมทั้งสิ้น นักจิตวิทยา ถือว่า การรับรู้เป็นสิ่งที่บุคคลเลือกสรรอย่างยิ่ง (High Selective) เริ่มตั้งแต่รับสัมผัส เลือกเอาเฉพาะที่ต้องการ และแปลความให้เข้ากับตนเอง บุคคลจึงจะเลือกรู้สำหรับลักษณะของผู้รู้ทางด้านจิตวิทยานั้น ยังมีปัจจัยด้านจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ อีก 14 ข้อ คือ ความรู้เดิม ความต้องการหรือความปรารถนา สภาวะของจิตหรืออารมณ์ เจตคติ อิทธิพลของสังคม ความตั้งใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลินที่มีผลต่อการรับรู้ แรงจูงใจ คุณค่าและความสนใจที่มีผลต่อการรับรู้ ความตั้งอยู่ในทางสังคม สติปัญญา การพิจารณา สังเกต ความพร้อมหรือการเตรียมพร้อมที่จะรับรู้ และการคาดหวัง ดังจะอธิบายเป็นข้อๆ โดยละเอียดดังนี้คือ

1.2.1 ความรู้เดิม และประสบการณ์ (Experience) ของแต่ละบุคคลจะทำให้บุคคลเข้าใจรับรู้เหตุการณ์ต่างๆ หรือภาพต่างๆ แตกต่างกันไป ออกไปโดยที่กระบวนการรับรู้ เมื่อบุคคลรับสัมผัสแล้ว จะแปลความหมายอาจแปลในรูปสัญลักษณ์หรือภาพต่างๆ การแปลความหมายนี้ จะต้องอาศัยความรู้เดิม และประสบการณ์เดิม ที่เกี่ยวข้องกับ สิ่งที่เราจะรับรู้ ฉะนั้นถ้าหากไม่มีความรู้เดิม ไม่มีประสบการณ์เดิม ในเรื่องนั้นๆ มาแต่ก่อน ก็ย่อมจะทำให้ การรับรู้ผิดไปจากความเป็นจริง

เมื่อถามคนกลุ่มนี้ว่า เป็นภาพหญิงแก่ หรือสาว 40 % ตอบว่าเป็นหญิงชรา 60 % ว่าเป็นหญิงสาว แต่กลุ่มทดลองที่ 2 ให้ดูภาพหญิงสาวจนพอใจเสียก่อน จึงถามว่าภาพข้างบนนี้เป็นหญิงสาวหรือชรา ปรากฏว่ากลุ่มที่ 2 ทั้งหมดตอบว่าเป็นภาพของ หญิงสาว แต่กลุ่มที่ทดลองกลุ่มที่ 3 ก่อนให้ดูภาพปริศนา ได้ให้ดูภาพคนชราจนเป็นที่พอใจแล้ว เมื่อให้กลุ่มนี้ดูภาพปริศนา 95 % ของกลุ่มตอบว่าเป็นภาพหญิงชรา นี่เป็นหลักฐานยืนยันว่าประสบการณ์เดิมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพหรือพื้น ขึ้นอยู่ที่เราเลือกมอง

นอกจากนี้ยังมีตัวอย่างการสนทนา ที่ทำให้การรับรู้ของบุคคลต่างกัน เช่น ผู้คุมถามนักโทษ ประหารว่า อาหารมื้อสุดท้ายอยากกินอะไร นักโทษตอบว่า ลิ่นจืดสครับ ผู้คุมตอบว่าคุณนี่ไม่มีลิ่นจืด อีกตั้ง 8 เดือนจึงจะมี นักโทษตอบว่า “ไม่เป็นไรผมคอยได้ครับ”

ลุงแดงตาเจ็บจึงไปถามหมอว่า “หมอรู้ไหมลุงเป็นอะไร” หมอตอบว่า “ไม่ใหญ่โตอะไรหรอก ก็เป็นตาแดงธรรมดาเท่านั้นแหละ” ลุงแดงโมโหถามว่าจะเอาไป หมอตอบว่า “เดี๋ยวก็รู้”

พ่อเห็นลูกป่วยจึงอุ้มไปหาหมอ หมอตอบว่า ลูกคุณไม่ได้เป็นโรคร้ายแรงอะไร “เป็นไขจับสั้นไม่นานก็หาย” พ่อก็เลยจับลูกสั้นจนร้องจ้า หมอถามว่า “ทำอะไรนั่น” พ่อเด็กร้อง “อ้าว ! ก็หมอบอกว่าลูกผมเป็นไข ต้องจับสั้น ผมอยากให้คุณหายเร็ว ๆ จึงรีบจับมันสั้น”

1.2.2 ความต้องการ ความปรารถนา (need) หรือแรงขับ ใครต้องการอะไรก็สนใจแต่สิ่งนั้น เช่น 2 คน ไปซื้อของด้วยกัน คนที่จะซื้อหนังสือก็ดูแต่หนังสือ คนที่จะซื้อเครื่องกีฬา ก็ดูแต่เครื่องกีฬา คน

ที่หิวก็มองแต่ร้านอาหารและต้องการรายการอาหาร คนที่ต้องการขั้วถั่ว ก็มองหาแต่ถั่ว คนกำลังกระหายสนใจรายการเครื่องดื่ม รูปภาพให้ 3 คนดู แล้วถามทีละคนว่าเห็นอะไร ก.กำลังหิวเห็นอาหาร ข. กำลังเห็นเบียร์ เพราะกำลังอยากดื่ม ค. เห็นเด็กเพราะกำลังคิดถึงลูก

1.2.3 สภาพของจิตใจหรือภาวะของอารมณ์ คนเราขณะอารมณ์ดี มักจะไม่พิจารณารายละเอียดของสิ่งที่เรามากนัก มองไม่เห็น ข้อบกพร่อง มองเห็นสิ่งนั้น สิ่งนี้ดีไปหมด แต่ถ้าหากอยู่ในภาวะอารมณ์ไม่ดีไม่พอใจ เช่น หิว กระหาย เหนื่อยล้า เครียด กังวล ทุกข์ ขุ่นมัว เจ็บป่วย กังวลหรือได้รับอิทธิพลจากสารเคมีบางชนิด เช่น กินยาระงับประสาท ยานอนหลับ ดื่มสุรา ยาเสพติด ฯลฯ มักจะมองอะไรไม่ชอบใจ ไปหมด หากว่ามีอารมณ์ เสีย มาก ๆ อาจจะไม่รับรู้อะไรเลย หรือรับรู้ผิดพลาดมาก เมื่อคนมีอารมณ์เครียดมาก กล้ามเนื้อและประสาท จะมีความต้านทาน การรบกวนกระแสประสาทสูง ทำให้การแปลความหมายผิดพลาด เกิดการรับรู้ไม่ดี ถ้าจิตใจแจ่มใส กระชุ่มกระชวย ใจปลอดโปร่ง การแปลความหมายย่อมจะดีและถูกต้องขึ้น

1.2.4 เจตคติ มีผลต่อการแปลความหมายคน ที่เรามีเจตคติไม่ดี ย่อมทำให้เรารู้ว่า ยืมเยาะ ถ้าเขาหลมก็ว่าเชื่อ คนที่เราเคารพ รัก รับประทานได้มากก็รับรู้ว่าเป็นเจริญอาหาร คนรับใช้กินมากกว่าตะกละ

1.2.5 อิทธิพลของสังคม (Social Factor) สภาพความเป็นอยู่ของสังคม และ ลักษณะของวัฒนธรรมปทัสถาน (Norm) เป็นกรอบของการอ้างอิง (Frames of Reference) จารีต ประเพณี ค่านิยม เป็นเครื่องกำหนดค่านิยม เป็นเครื่องกำหนด

การรับรู้ของคน ทำให้คนแต่ละกลุ่มรับรู้สิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป เช่นเด็กชนบทรับรู้เรื่องสัตว์และการเพาะปลูกได้ดีกว่าเด็กในเมือง ซึ่งเด็กในเมือง จะรับรู้เรื่องรถยนต์และไฟฟ้า ได้ดีกว่าเด็กในชนบท คนไทยเห็นชายหญิงเดินคล้องแขน เกี่ยวก้อยกันไม่น่าดู แต่ฝรั่ง หรือคนต่างชาติการแสดงพฤติกรรมความรักต่อหน้าสาธารณะชน เป็นเรื่องปกติและไม่สนใจว่าใครจะมอง ในเรื่องการรับรู้ อิทธิพลของสังคมอันได้แก่ สภาพความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ปทัสถาน ระเบียบประเพณี กฎหมายของแต่ละสังคมก็มีความแตกต่างกัน ดังนั้นบุคคลควร ทำความเข้าใจและศึกษาในเรื่องเหล่านี้ ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจยิ่งขึ้นว่ากรอบวัฒนธรรมของสังคมมีความแตกต่างกันอย่างไร และเมื่อเรานำมาใช้สามารถใช้ได้ในระดับใดจึงจะเหมาะสมและดีงาม

1.2.6 ความตั้งใจ (Attention) ที่จะรับรู้ และความสนใจสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบ ๆ ตัวเรามีมากมาย ล้วนแต่มีโอกาส ก่อให้เกิดการรับรู้ ขึ้นในตัวเราได้ แต่ในขณะหนึ่ง ๆ เราไม่ได้รับรู้ ทุกสิ่งทุกอย่าง ในสิ่งแวดล้อมรอบตัวเรา พร้อม ๆ กัน เราจะเลือกรับรู้ ไม่ได้รับรู้ ในทุกสิ่งที่ผ่านมาเข้า ทางประสาทสัมผัส บางสิ่งบางอย่างเข้าหูเข้าไปทะลุออก หูขวาโดยไม่มีกรับรู้หรือตระหนักถึงสิ่งนั้นเลย มีปฏิกริยาต่อสิ่งต่าง ๆ มากน้อยต่างกันไม่เสมอเหมือนกัน คนที่ซื้อล็อตเตอรี่ได้ยืนประกาศว่า เลขท้าย 2 ตัวออกเลขอะไร ได้ยินเสียงเด็กขายสลากตรวจล็อตเตอรี่ แต่เพื่อนที่คอยรถจะไปหาดใหญ่ ซึ่งยืนอยู่ ด้วยกันได้ยินเด็กกระเป่ารื่องถามว่า “ใหญ่มีใหญ่” และก็รับรู้เข้าถามว่าจะไป หาดใหญ่ไหม และเพื่อนอีกคนที่กำลังจ้องจะซื้ออาหาร ได้ยินเสียงร้องขายว่าชัดเจนว่า “เหนียวเนื้อครบ” “เลี้ยงมีเลี้ยง” “เป่ามีเป่า” “ปิ่นมีปิ่น” คนที่ตั้งใจจะอ่าน

หนังสืออยู่แม้อรอบ ๆ ตัวจะมีเสียงต่าง ๆ ก็จะไม่รับรู้ เช่น มีคนคุยใกล้ ๆ ก็ได้ยินเสียงแต่ไม่รู้ว่าเรื่องอะไร แม้มมีเสียงเพลงจากวิทยุ เสียงเด็กเล่นอยู่ข้าง ๆ เสียงรถวิ่ง เสียงสัตว์ร้อง ก็อยู่ในลักษณะเข้าหูซ้ายทะลุหูขวา ถ้าเราอยากรู้เรื่องอะไรเป็นอะไรก็ต้องหยุดอ่านหนังสือแล้วตั้งใจฟัง การรับรู้สิ่งใดก็ตาม ถ้าหากมีความสนใจหรือตั้งใจที่จะรับรู้ มักจะเห็นหรือได้ยินสิ่งนั้นก่อน สิ่งเร้ามีอิทธิพลต่อการรับรู้ เราจะเลือกรับรู้สิ่งใดขึ้นอยู่กับสิ่งเร้า เช่น ชั่วโมงแรกที่ครูเข้าไปสอน ครูจะเห็นนักศึกษาคนที่โกนหัว (เพราะเพิ่งลาสิกขา) นั่งอยู่ที่โต๊ะหน้านั่งเหยียดเท้าที่สวมรองเท้าผ้าใบ มีลวดลายสีเขียวแดงก่อนสิ่งเร้าภายนอก ได้แก่ ขนาด ความเข้ม เคลื่อนไหว กระทบซ้ำ สี การตัดกัน (Contrast) และสิ่งเร้าภายใน ได้แก่ ความพร้อมความสนใจ และความต้องการของผู้ที่จะรับรู้ บุคคลย่อมจะเลือกรับรู้สิ่งเร้าเฉพาะที่ตั้งใจจะรับรู้ นักจิตวิทยาให้หลักการว่า มนุษย์เรานั้นมีแนวโน้มที่จะเลือกรับรู้เฉพาะสิ่งที่ไม่ขัดกัน หรือไม่ทำลายสถานการณ์ สิ่งใดที่คิดว่าจะทำลายชื่อเสียง เกียรติคุณ ก็จะไม่รับรู้สิ่งนั้น ๆ ทั้ง ๆ ที่สิ่งนั้น เข้าสู่ประสาทสัมผัสแล้วก็ตาม

ซิลลิแวน (HS Sullivan) กล่าวว่า “เราไม่ยอมรับรองสิ่งใด ๆ หลายอย่างที่เรารับรู้ เราได้ยิน เราคิดเราทำหรือเราพูด ทั้งนี้ไม่ใช่เป็นเพราะว่า สิ่งนั้น ๆ อยู่นอกเหนือวงเขตความสามารถที่เราจะรับรู้ได้แต่เป็นเพราะเราวิเคราะห์และอนุมานแล้วเห็นว่าสิ่งนั้น ๆ มันขัดแย้งกับระบบตัวตนของเรา”

1.2.7 ความสนุกสนานเพลิดเพลินมีผลต่อการรับรู้ เพราะเมื่อมีความสนุกสนาน ก็จะรู้สึกสบายใจช่วย ทำให้บุคคลเกิด การรับรู้ได้เร็ว และได้ดี เช่น การเล่นเกมต้องจำทั้งกติกา และชนิดของตัวไฟฟ้มากมาย แต่คนก็จำทั้งตัวไฟฟ้และวิธีการเล่นได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เพราะมี ความสนุกสนานเพลิดเพลินแฝงอยู่ด้วย จึงก่อให้เกิดการรับรู้ได้ดี

1.2.8 แรงจูงใจ (Motivation) มีผลต่อการรับรู้ แรงจูงใจ กระตุ้นให้เกิด ความต้องการ (Needs) ในสิ่งใด จะทำให้บุคคลเกิด การรับรู้สิ่งนั้นเป็นอย่างดี

1.2.9 คุณค่า (Value) และความสนใจที่มีผลต่อการรับรู้ เมื่อเห็นคุณค่าก็เพิ่ม ความสนใจใส่ต่อการที่จะรับรู้ คนเราสนใจต่อสิ่งใด มักจะบังเกิดความตั้งใจทันที เช่น สนใจพระ หรือเหรียญ ใครพูดคุยหรือคุยกันอยู่ที่ไหนก็ตั้งใจจะรับรู้ ผู้หญิง สนใจแหวนเพชร พบที่ไหนก็ขอลู ผู้ชายไม่ตั้งใจจะรับรู้ นอกจากคนที่กำลังจะซื้อแหวนหมั้นความสนใจ ตั้งใจ ช่วยให้การแปลความหมาย ถูกต้อง ยั่งยืนสิ่งเร้าภายในแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ

ความสนใจชั่วขณะ (Momentary interest) ได้แก่ความสนใจที่มีอยู่ในขณะนั้น ๆ เช่น นักกีฬาที่กำลังจะถูกปล่อยตัว ย่อมสนใจฟังสัญญาณมากกว่าที่จะฟังเสียงเชียร์ นักศึกษาสนใจฟังงานชื่อมากกว่าเสียงอื่น คนกำลังตรวจสอบเช็คเอาท์ สนใจฟังประกาศตัวเลขมากกว่าราคาสินค้า

ความสนใจที่ติดเป็นนิสัย (Habitual Interest) คือ ความสนใจเดิมที่มีติดตัวจนเป็นนิสัยมารดาได้ยินเสียงลูกร้องจะรีบตื่นทันที ทั้ง ๆ ที่มีเสียงวิทยุอยู่ใกล้ ๆ ในขณะนั้น

บรูเนอร์และกู๊ดแมน (Bruner และ Goodman) “ได้ทดลองเกี่ยวกับค่านิยมที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ โดยให้เด็กอายุ 10 ขวบ จากครอบครัวที่มีฐานะยากจน กับครอบครัวที่ร่ำรวย วาดภาพของเหรียญที่ใช้เป็นเงินตรา ให้มี

ขนาดใกล้เคียงของจริง ปรากฏว่าเด็กจาก ครอบครัวยากจนวาดรูปเหรียญใหญ่กว่าของจริง ยิ่งกว่าเด็กจาก ครอบครัวร่ำรวยมาก

1.2.10 ความดึงดูดในทางสังคม ถ้าคนส่วนใหญ่หรือกลุ่มสนใจอะไร เราจะสนใจบ้าง คน มุงดูอะไร ก็อยากดูบ้าง ทั้งบ้านชอบดู โทรทัศน์รายการใดเราก็ดูบ้าง ถ้าครอบครัวบอกว่าเรื่องนี้น่าสนใจ กำลังเป็นที่ สนใจของสังคม ครูเล่าให้ฟัง นักเรียนจะเพิ่มความสนใจขึ้น การรับรู้จะดีขึ้นมาก

1.2.11 สถิติปัญญา คนที่เฉลียวฉลาดรับรู้ได้ดี เร็วและถูกต้องกว่าผู้มีสติปัญญาต่ำ แปล ความหมายได้ดีมีเหตุผล

1.2.12 การสังเกตพิจารณา ช่วยการแปล ทำให้รับรู้แม่นยำขึ้นรู้ละเอียดลึกซึ้ง ซึ่งขึ้น เช่น ตำรวจเห็นป้ายก็รู้ว่า ที่เดินผ่านไปนั้นเป็นคนผู้ชายแต่สังเกตพิจารณาแล้วก็รู้ว่าเป็นคนเมา

1.2.13 ความพร้อมหรือการเตรียมพร้อมที่จะรับรู้ ( Pre Paratory set ) นักกีฬา ได้ยินให้ “ระวัง” ทันทีที่ได้ยินเสียงสัญญาณ เขาจะออกจากเส้นสตาร์ททันที คนที่ยืนคอยรถเมล์ เขาพร้อมจะขึ้นรถได้ ทันทีที่รถจอด คนกำลังหาของหายพออะไรที่คล้ายกัน ก็อาจคิดไปว่า พบของที่ต้องการแล้ว คนที่กำลังคอย ใครคนหนึ่ง เห็นคนอื่น ๆ เป็นคนที่เรากำลังคอยบ่อย ๆ แม่ที่ห่วงลูกได้ยินเสียงแมวคราง อยู่ที่หน้าประตูก็คิด ไปว่าลูกร้อง คนที่กลัวผีมักจะเห็นอะไร ๆ เป็นผีไปหมด นุ่น 1 กก. กับเหล็ก 1 กก. ทั้ง ๆ ที่น้ำหนักเท่ากัน แต่ เวลาชกเราจะรู้สึกน้ำหนักเหล็กหนักกว่า เพราะเรามีการเตรียมใจไว้พร้อมแล้วว่าเหล็กเป็นของหนัก

1.2.14 การคาดหวัง ( Expectancy ) บางครั้งคนเราก็มีการคาดหวังล่วงหน้าซึ่งเป็นการทำ ให้คนเราเตรียมพร้อมในการรับรู้สิ่งใหม่ เช่น คนกลุ่มที่ทำงานเกี่ยวกับตัวเลขอยู่เสมอ โดยเฉพาะจะต้องพบกับเลข 13 เสมอทำให้คนกลุ่มนี้ลากเส้นตามภาพบนหน้า เขาจะลากเป็นตัวเลข 1 กับ 3 เป็น 13 แต่ถ้าให้คน กลุ่มที่ทำงานเกี่ยวกับตัวอักษรเป็นประจำ โดยเฉพาะอักษร B คนกลุ่มนี้จะลากเส้นตามภาพเป็น B

## 2. ลักษณะของสิ่งเร้า

ลักษณะของสิ่งเร้าที่พิจารณาจาก การที่บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งใด ก่อนหรือหลัง มากหรือน้อย เพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับว่าสิ่งเร้าดึงดูดความสนใจ ความตั้งใจมากน้อยเพียงใด หรือไม่ ลักษณะของสิ่งเร้าที่มี อิทธิพลต่อการรับรู้มีดังนี้

2.1 สิ่งเร้าภายนอกที่ดึงดูดความสนใจและความตั้งใจ ได้แก่คุณสมบัติและคุณลักษณะของสิ่ง เร้าที่จะทำให้เกิดการรับรู้ตนเอง ซึ่งถ้าสิ่งเร้ามีคุณสมบัติและลักษณะที่สนองธรรมชาติในการรับรู้ของคนเราก็คจะทำให้มีความตั้งใจในการรับรู้ดีขึ้น

2.1.1 ขนาดความเข้มข้นหรือความหนักเบาของสิ่งเร้า ถ้าสิ่งเร้ามีความเข้มข้นมาก ก็รับรู้ ได้มาก บังเกิดการรับรู้ได้ชัดเจน ความชัดเจนของสิ่งที่มองเห็นก็ดี ความดังของเสียงก็ดี การสัมผัสทาง ผิวหนังอย่างหนักก็ดี กลิ่นที่ฉุนจัดก็ดี เหล่านี้เป็น ความเข้มข้น ที่ทำให้เกิดความรู้สึกจากการสัมผัสที่ชัดเจน ทั้งสิ้น ในสิ่งเร้าชนิดเดียวกันบุคคลจะเลือก รับรู้สิ่งเร้าที่มีความเข้มข้นมากกว่า ก่อนสิ่งที่มีความเข้มข้นน้อยกว่า เช่น ป้ายโฆษณาสีสดใสดึงดูดความตั้งใจดีกว่าสีที่ไม่เด่น ขณะนั่งเขียนหนังสือเพลินอยู่ มีเสียงคนคุยกัน เสียงนกร้อง จิ้งจกร้อง เสียงพิมพ์ดีดและเสียงพลุดังที่สุด เราจะเลือกรับรู้เสียงพลุก่อนเสียงอื่น และถ้ามีคนมา

ถามว่าเราได้ยินเสียงอะไรบ้าง คำตอบแรกคือ ได้ยินเสียงพลุ ครูที่สอนเสียงดัง ๆ น่าสนใจมากกว่าครูที่สอนด้วยเสียงค่อย ๆ แล้วเขา เพื่อเรียกร้องความสนใจและให้รับรู้ ต้องจัดให้อยู่ในลักษณะเด่นกว่าเพื่อน แสงไฟจ้าย่อมได้รับ ความสนใจกว่าแสงไฟอ่อน ๆ ภาพที่มีแสงและเงาชัดเจน จะมองเห็นเด่นกว่า ส่วนที่ใช้แสงและเงาที่มีความเข้มข้น

2.1.2 ความเปลี่ยนแปลงหรือความเคลื่อนไหวของสิ่งเร้า สิ่งเร้าที่มีการเปลี่ยนแปลง จะดึงความตั้งใจได้ดีกว่าสิ่งเร้าที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลง สิ่งเคลื่อนไหวดึงความตั้งใจได้ดีกว่าของที่อยู่ในลักษณะหยุดนิ่ง ภาพยนตร์มีประสิทธิภาพในการทำให้คนตั้งใจดูได้มากกว่าภาพนิ่ง แสงไฟโฆษณาที่มีไฟกระพริบ หรือเปลี่ยนที่กระพริบเหมือนวิ่งวนอยู่เสมอย่อมได้รับความสนใจมากกว่าไฟดวงที่เปิดอยู่เฉย ๆ เราขึ้นบนตึก 10 ชั้น จะเห็นรถที่กำลังวิ่งอยู่ในถนนได้ง่ายกว่าคนที่จอดอยู่เฉย ๆ ตึกตาโหลานเรียกร้องความสนใจได้ดีกว่าตัวที่ตั้งอยู่เฉย ๆ บนโต๊ะ

2.1.3 การกระทำซ้ำ ๆ ของสิ่งเร้า สิ่งเร้าที่เกิดขึ้นซ้ำซาก เรียกร้องให้เราสนใจ ได้มาก เช่น การโฆษณาสินค้าซ้ำบ่อย ๆ จะเป็นทางวิทย์ โททท์ศน์ก็ตามทำให้เกิดความสนใจ บีบแตรรถดี ๆ หลาย ๆ ครั้ง ทำให้คนหันมาดู กริ่งที่ประตูบ้านดังถี่ ๆ ติดกันทำให้รีบร้อนออกไปเปิดประตูมากกว่าดังครั้งเดียว

2.1.4 ความกว้างขวางหรือขนาดของสิ่งเร้า ถ้าสิ่งเร้ามีขอบเขตจำกัดเกินไป เราก็รับสัมผัสได้ยาก เราจะรับสัมผัสได้ดีถ้าสิ่งเร้ามีขนาดหรือมีอาณาเขตกว้างขวางพอสมควร สิ่งเร้าที่มีขนาดใหญ่ น่าสนใจกว่าที่มีขนาดเล็ก เช่น คนอ้วนใหญ่คนมักจะมีมองป้ายโฆษณา ที่มีขนาดใหญ่ย่อมดึงดูดความสนใจได้มากกว่าป้ายโฆษณาที่มีขนาดเล็ก ๆ

2.1.5 ความแปลกใหม่ สิ่งเร้าที่ไม่เป็นไปตามปกติทำให้เกิดความตั้งใจมากกว่า เช่น แกะดำในฝูงแกะสีน้ำตาล ควายเผือกในฝูงควายสีดำ คนมี 2 ศีรษะ สินค้าที่ออกใหม่คนสนใจใคร่รู้ ฝรั่งเศสนิโกรเดินอยู่ในกลุ่มคนไทย คนไทยเห็นแปลกจะสนใจมองดูมากกว่าดูคนไทย

2.1.6 ความคงทน สิ่งเร้าที่เร้าในระยะเวลาสั้นจะทำให้เราสัมผัสได้ยาก เราจะสัมผัสได้ ถ้าสิ่งเร้านั้นเร้าอยู่นานพอสมควร ตัวอย่างเช่น การยกบัตรคำให้เด็กอ่าน ถ้ายกให้ดูแป๊บเดียวระยะเวลาสั้นเกินไป เด็กจะมองเห็นไม่ชัดเจนและมักจะเกิดการรับรู้ ที่คลาดเคลื่อน

2.1.7 ระยะทาง เป็นระยะทางพอสมควรไม่ใกล้หรือไกลเกินไป

2.1.8 ลักษณะการตัดกัน (Contrast) ของสิ่งเร้า ตามปกติภาพ (Figure) ควรให้สีเด่นขึ้นพื้น (Ground) สีจางลง สิ่งเร้าที่ตัดกันจะดึงดูดความสนใจ ได้มากกว่าสิ่งที่คล้ายคลึงกัน การพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ใช้ตัวอักษรขนาดโตกว่าปกติ และหรือใช้สีต่าง ๆ เพื่อเรียกร้องความสนใจของผู้อ่าน

2.1.9 สี แต่ละสีมีประสิทธิภาพในการดึงดูดสายตาได้ต่างกัน สีที่เกิดจากคลื่น ช่วงยาว เช่น สีแดง เหลือง ย่อมดึงดูดความตั้งใจได้ดีกว่าสีที่มีช่วงสั้น เช่น สีม่วง สีฟ้า

## 2.2 การจัดลักษณะหมวดหมู่ของวัตถุที่เป็นสิ่งเร้า

พวก Gestalt Psychologis เช่น เวอร์ธไธเมอร์ (Wertheimer) และกอฟฟ์กา (Koffka) ได้ให้ความสนใจกับ Perception อย่างมาก ได้ให้หลักเกณฑ์ในการที่คนเรามีแนวโน้มนั้นที่จะจัดภาพที่มองเห็น โดยจัดกลุ่มวัตถุเรียง ตามกฎ 4 ประการดังต่อไปนี้

2.2.1 กฎแห่งความคล้ายคลึง (the law of Similarity) ว่าสิ่งใดก็ตามที่มีลักษณะเหมือนกัน หรือมีลักษณะสำคัญร่วมกัน อาจเป็นรูปร่างหรือขนาดหรือสีเหมือนกันคนเรานั้นจะรับรู้ร่วมกันเป็นสิ่งเดียวกัน รับรู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน กล่าวคือจัดอยู่ในกลุ่มเดียวกัน เช่น นักฟุตบอลที่แต่งกายเหมือนกัน ถูกจัดเป็นพวกเดียวกัน เราจะรับรู้ภาพที่แล่นนี้ในแบบเรียงเป็นแถวนอน (Rows) มากกว่าในแนวตั้ง (Columns) เราจะรับรู้ว่ามีอยู่ 2 พวก คือ ตัวอักษร ก และตัวเลข 1 เพราะเราพิจารณาความคล้ายคลึงเป็นหลัก

2.2.2 กฎแห่งความใกล้ชิด หรืออยู่ภายในขอบเขตที่ใกล้เคียงกัน (The law of Proximity) ว่าสิ่งที่อยู่ใกล้กันคนเรานั้นจะรับรู้ว่ามี ความเกี่ยวข้องกันมากกว่า สิ่งที่อยู่ไกลกันออกไป คนเรามีแนวโน้มนั้นที่จะรับรู้สิ่งที่ใกล้กันให้เป็นภาพเดียวกัน หรือเป็นหมวดหมู่เดียวกัน พวกเดียวกันเช่น เราจะรับรู้ว่ามีอยู่ 2 พวกคือ พวกแถวนอน กับพวกแนวตั้งเรานั้นจะจัดเส้น หรือจุดที่อยู่ใกล้กันเข้าด้วยกัน และดูจำนวนที่อยู่ ห่างไกลออกไป เป็นคนละพวก เสียงก็เช่นกัน ถ้าเราได้ยินเสียงปืนติด ๆ กัน 2-3 นัด เรามักจะเข้าใจว่า เป็นเสียงปืนกระบอกเดียวกัน หรือเป็นเสียงที่มาจากแห่งเดียวกัน

ในชีวิตจริงจึงถือเป็นธรรมดา ถ้าเราใกล้ชิดไปไหนมาไหนกับเจ้านาย หรือหญิง - ชายคนใดคนจะเข้าใจว่าสนิทชิดเชื้อและเป็นพวกเดียวกัน กฎของความใกล้ชิด

2.2.3 กฎแห่งความสมบูรณ์ หรือกฎแห่งความสิ้นสุด (The law of Closure) เป็นไปตามแนวคิดของ Gestalt Psychology ที่ว่า มนุษย์เรารับรู้เป็นส่วนรวม มากกว่าที่จะรับรู้ เป็นส่วนย่อย ๆ ส่วนรวมมีความสำคัญมากกว่าสิ่งที่ย่อยที่มารวมกันและการรับรู้ประเภทนี้ ต้องอาศัยประสบการณ์เดิม จิตใจของคนเราจะรู้สึกผิดปกติเมื่อมองเห็นสิ่งหนึ่งสิ่งใด ขาดตกบกพร่องไปจากสิ่งที่เราคิด และความคิดของเรา ก็จะหลอกให้เราคิดว่า มันเต็มสมบูรณ์โดยที่เราไม่ได้ตั้งใจ

Closure เป็นภาพที่ใกล้จะสมบูรณ์ขาดความสมบูรณ์ไปเพียงเล็กน้อย แต่มนุษย์เรานั้นมีแนวโน้มนั้นที่จะต่อเติม ส่วนที่ขาดหายไปของภาพ ให้เกิดภาพที่สมบูรณ์โดยพยายามมองให้ภาพที่ไม่สมบูรณ์ สมบูรณ์ขึ้นมา เนื่องจากการรับรู้ซึ่งมีแนวโน้มนั้นเกี่ยวกับการประสานสนิท (Closure) ดังรูปภาพประกอบต่อไปนี้

2.2.4 กฎแห่งความต่อเนื่อง (The law of Good Continuation) ถ้าไม่มีอะไรมาขัดขวางแล้วคนเรานั้นจะรับรู้ในลักษณะเดียวกัน ต่อเนื่องกันตั้งแต่ต้นจนจบ ถ้าเราเห็นเส้นตรงตั้งแต่ต้น เราก็มักสรุปเอาว่า มันเป็นเส้นตรงตลอด ความต่อเนื่อง (Continuity) เกิดจากสิ่งเร้ามีทิศทางไปทางเดียวกัน เช่น เราดูไฟกระพริบตามป้ายโฆษณา

2.3 การรับรู้เกี่ยวกับระยะทางหรือความลึก (Distance of Depth perception) มนุษย์เรานอกจากจะรับรู้ภาพ 2 มิติบน แผ่นกระดาษแล้ว ยังสามารถรับรู้ภาพที่มี 3 มิติด้วย คือ สามารถรับรู้ระยะทางหรือ

ความลึกได้จากภาพ ความสามารถนี้เกิดจาก การเรียนรู้ของมนุษย์ นักจิตวิทยาใช้วิธีการต่าง ๆ ทาง Monocular cues หลาย ๆ อย่าง เพื่อให้สามารถทราบระยะทางของสิ่งนั้น ๆ

สิ่งที่ช่วยให้เราทราบเกี่ยวกับเรื่องความลึก ประกอบไปด้วย

2.3.1 ตำแหน่งที่เหลื่อมกัน Super position of the objects คือการที่วัตถุหนึ่งบัง (วางซ้อน) หรือทับส่วนใดส่วนหนึ่งของวัตถุอีกอันหนึ่ง เราจะรู้สึกวัตถุที่ถูกทับอยู่ห่างออกไป ภาพของวัตถุแรกจะเป็นภาพที่ใกล้กว่าวัตถุหลัง

2.3.2 ภาพทิวทัศน์ที่เห็นไกล (Perspective) หมายถึงสิ่งที่อยู่ห่างออกไป เราจะรู้สึกว่าขนาดของมันค่อย ๆ เล็กลง ๆ เช่น ภาพทางรถไฟ หรือถนน ถ้าเรามองดูภาพต่าง ๆ ในพื้นที่ราบจะเห็นว่าวัตถุไกล สูงกว่าวัตถุที่อยู่ใกล้

2.3.3 แสงและเงา (Light and Shadow) แสงและเงาช่วยในการรับรู้เกี่ยวกับความลึกของภาพ ช่วยทำให้ภาพเป็นสามมิติ โดยทำให้ภาพนั้นเว้าเข้าไปหรือนูนเด่นออกมา

2.3.4 การเคลื่อนที่ (Movement) เราสามารถใช้การเคลื่อนไหวสัมพันธ์ (Relative Motion) มาเป็นเครื่องตัดสินระยะวัตถุได้ เช่น เวลาเรานั่งรถไฟ เราจะเกิดความรู้สึกเหมือนว่าวัตถุที่อยู่ใกล้เคลื่อนที่ในทิศทางตรงกันข้ามกับตัวเรา แต่วัตถุที่อยู่ไกล ๆ รู้สึกว่าเหมือนเคลื่อนไหวตามตัวเรา ทิศทางเคลื่อนที่ของวัตถุจึงมีส่วนช่วยในการตัดสินระยะทางใกล้ไกลได้

ลอเรนซ์ (M. Lawrence) ได้พยายามค้นคว้าทดลองและสรุปว่า คนเราจะมีการรับรู้เกี่ยวกับระยะทางได้ในกรณีต่อไปนี้

ก. วางวัตถุขนาดหนึ่งไว้เป็นที่คุ้นเคยกับตาเราดีแล้ว ถ้าเราเปลี่ยนขนาดให้ใหญ่ขึ้น จะรู้สึกว่าอยู่ใกล้มากกว่าความจริง และถ้าเราเปลี่ยนวัตถุที่ขนาดเล็กกว่าวัตถุอันที่ชินตาวางไว้แทนจะรู้สึกว่าอยู่ไกลออกไป

ข. วัตถุชนิดเดียวกัน อยู่ห่างจากเราในระยะทางเท่ากัน เราจะรู้สึกว่าวัตถุใหญ่อยู่ใกล้เรามากกว่าวัตถุที่เล็ก

ค. วัตถุชนิดเดียวกัน ขนาดเท่ากัน แต่ความสว่างไม่เท่ากัน เราจะรู้สึกว่าวัตถุที่สว่าง เคลื่อนที่เข้าหาตัวเรา ส่วนวัตถุที่มืด จะเคลื่อนที่ห่างออกไป

ง. วัตถุ 2 ชิ้น มีขนาด และความสว่างไม่เท่ากันถ้าทั้งใหญ่และสว่าง จะรู้สึกว่าวัตถุนั้น เคลื่อนเข้ามาใกล้ตัวเรา มากขึ้นกว่าวัตถุนั้นมีขนาดใหญ่อย่างเดียว แต่ถ้าวัตถุนั้นใหญ่แต่สว่างน้อยเราจะรู้สึกว่าวัตถุนั้นเคลื่อนที่น้อยลงกว่าครั้งแรก

### ความผิดพลาดของการรับรู้

การรับรู้ผิดพลาด เกิดขึ้นได้จากสาเหตุหลายประการ เช่น เนื่องจาก

1. สภาวะบางประการของสิ่งเร้า คนปกคืออาจรับรู้ผิดพลาดเพราะภาวะของสิ่งเร้าหรือเนื่องจากคุณสมบัติของสิ่งเร้า หรือส่วนประกอบที่แตกต่าง หรือความเชื่อที่บุคคล มีต่อการรับรู้

ภาพมายา หรือทัศนมายา หรือภาพลวงตา (illusion) คือภาพที่มีสิ่งใดสิ่งหนึ่งทำให้การรับรู้ของเรา เบี่ยงเบน หรือผิดพลาดไป จากความจริง



การเติมสิ่งหนึ่งสิ่งใด (Embedded ness) คือการต่อเติมสิ่งหนึ่งสิ่งใดลงไป ทำให้ภาพที่มองเห็นผิดไปจากความเป็นจริง

ขนาดสัมพัทธ์ (Relative size) หรือขนาดเปรียบเทียบ (size contrasts) การตัดสินขนาดอาจผิดไปจากความเป็นจริงได้ เนื่องจากตำแหน่งเปรียบเทียบของสิ่งเรานั้น ๆ ซึ่งแท้จริงสิ่งเรานั้นมีขนาดเหมือนและเท่ากัน แต่ถ้าสิ่งเรานั้นอยู่ในตำแหน่ง ที่มีสิ่งแวดล้อมที่ต่างกัน หรืออยู่ใกล้ไกลสิ่งแวดล้อมที่ต่างกันก็จะเกิดภาพลวงตาขึ้นได้

การเกิดมุมหรือการตัดกันของเส้นตรง (Angle of Interesting Lines) จากการประสานกัน และการตัดกันของเส้นตรง จะทำให้เกิดภาพลวงตาขึ้นได้ ทำให้การรับรู้ผิดจากความเป็นจริงไป

## 2. ความเชื่อที่ผิด ๆ (Delusions)

3. ความไม่สมบูรณ์ของประสาทและอวัยวะสัมผัส ภาวะของอินทรีย์ของผู้รับรู้ผิดไป เช่น กินเหล้า กินยาบางอย่างเข้าไป จะเกิดความผิดพลาดของการรับรู้ การรับรู้เช่นนี้ เรียกว่า Hallucination ประสาทสัมผัสไม่ดี คนชราตาฝ้าฟาง คนชราตาฝ้าฟาง คนกินหมากสูบบุหรี่ แม็สเปรี้ยวจัด เค็มจัดก็ยังมีรสชาติไม่เข้มข้นสรุปได้ว่า อายุ สารเคมี และความเหนื่อยล้า (fatigue) มีผลต่อการรับรู้ ความพิการ เช่น หูตึง ตาบอดสี มีผลให้รับรู้ ผิดพลาด

4. อุปทานของตนเอง เช่น ไปป่าล่าสัตว์เห็นคนตะกุ่ม ๆ นึกว่าแก๊ง เอาปืน ยิงโป้งเข้าไป

5. การแปลสัมผัสผิด เพราะประสบการณ์น้อยมีความรู้ไม่พอ เช่น เด็กเห็นแพะบอกว่าแกะ เพราะแปลสัมผัสไม่ถูก ไม่เห็นความแตกต่าง ระหว่างแพะกับแกะ บางคนคิดว่าแมงป่องเป็นตุ๊กเตนจึงจับเล่น คนนอกเมืองเห็นนรุชไปรษณีย์ก็คิดว่าเป็นตำรวจ

6. บุคลิกภาพอุปนิสัย และเจตคติ (Attitude) คนมองโลกในแง่ดี มักเห็นส่วนดีของสิ่งเรามากกว่าที่จะมองเห็นส่วนเสียของมัน แต่คนที่มองโลกในแง่ร้ายมักมองไม่เห็นส่วนดี ถ้าเรามีเจตคติไม่ดีต่อหัวหน้า เขาพูดดั่งที่วาคู ถ้าเรามีเจตคติที่ดี เราก็มักพูดดั่งฟังซัดดี

7. ความต้องการ คนที่มีความต้องการแตกต่างกัน ถ้าถูกเร้าด้วยสิ่งเร้าเดียวกันก็อาจเกิดการรับรู้ต่างกัน คนที่กำลังหิวกับ คนที่กำลังอึด จะมีการรับรู้ต่อร้านอาหารต่างกัน คนที่กำลังหางานทำจะเงี่ยหูฟังเมื่อได้ยินข่าวว่าที่ไหนรับเข้าทำงาน

8. อารมณ์ เป็นตัวแปรทำให้การรับรู้ผิดพลาดได้ ขณะอารมณ์เสียใครมาพูดจาดิตต่ออะไรด้วย อาจไม่รับรู้หรือรับรู้ไปทางลบ แต่ถ้าอารมณ์ดี อะไร ๆ ก็รับรู้ไปในทางดีหมด

9. ความใส่ใจ (Attention) คือ ความตั้งใจเลือกเฟ้นรับรู้เฉพาะสิ่งที่ตรงกับความต้องการหรือความสนใจของเรา ครูพลเวลาอ่าน หนังสือพิมพ์ มักเฟ้นหาข่าวเกี่ยวกับกีฬา ครูประวัติศาสตร์ชอบอ่านเหตุการณ์ปัจจุบัน นักเรียนมักจะอ่าน และจำตรงที่ครูบอกว่า จะออกสอบมากกว่าที่อื่น และจะจำได้ดีเมื่ออ่านตอนใกล้ ๆ จะสอบในกลุ่มคนมากมายเรามักจะมองหาและเห็นแต่พรรคพวก ลูกศิษย์ของเรา

10. วัฒนธรรม เป็นกรอบของการอ้างอิง (Frames of Reference) ในยุโรปกับในเมืองไทยรับรู้เรื่องการหย่าร้าง กอดจูบในที่ สาธารณะแตกต่างกัน

11. มองในแง่มุมมอง ทิศทาง บรรยากาศต่างกันจะเห็นตรงกัน

### **การแปลความหมายและการรับรู้ (Interpretation & Perception)**

เป็นกระบวนการขั้นที่สามของการรับรู้ องค์ประกอบที่มีผลต่อการแปลความหมายในการรับรู้ มีหลายอย่าง เช่น ความคาดหวัง (Expectation) แรงจูงใจ (Motivation) ประสบการณ์เก่า (Early Experience) วัฒนธรรม(Culture) เป็นต้น

#### **ความคาดหวัง**

ลองดูภาพขวามือ คุณเห็นภาพเปิดไหม ? ลองดูอีกที เห็นภาพกระต่ายไหม ?

เห็นไหมว่าถ้าคุณคาดหวังอย่างไรคุณก็จะตีความหมาย หรือรับรู้ได้ตามนั้น ดังนั้นจะเห็นว่าความคาดหวังมีอิทธิพลต่อการรับรู้

#### **แรงจูงใจ**

แรงจูงใจพื้นฐานต่าง ๆ เช่น ความหิว ความกระหาย และความต้องการทางเพศ จะมีผลโดยตรงต่อการแปลความหมายสิ่งที่รับสัมผัสได้ คนที่กำลังหิวจะรับรู้กลิ่นอาหารได้ไวกว่าคนที่ไม่หิว คนที่ดูภาพยนตร์สยองขวัญ หรือฟังข่าวอาชญากรรมอาจมีแรงจูงใจมากที่จะกลัวสิ่งต่าง ๆ ได้ง่าย การรับสัมผัส เสียง หรือภาพต่าง ๆ จะทำให้เขาแปลความหมายไปตามความกลัวนั้นได้

#### **ประสบการณ์เก่า**

การทดลองของ ลีเปอร์ (Leeper) แสดงให้เห็นชัดเจนถึงผลประสบการณ์ที่มีต่อการรับรู้ โดยทำการทดลองกับคนสองกลุ่ม ให้กลุ่มหนึ่งมีประสบการณ์โดยดูภาพ หญิงสาว แต่อีกกลุ่มหนึ่งให้หุ่นเคชหรือมีประสบการณ์กับภาพหญิงชราจากนั้นให้ทั้งสองกลุ่มดูภาพที่เป็นสองนัย (Ambiguous) คือ ดูเป็นภาพหญิงสาว หรือหญิงชราก็ได้ ผลปรากฏว่า กลุ่มที่มีประสบการณ์กับภาพหญิงสาว ตอบว่าเห็นภาพหญิงสาวทุกคน และกลุ่มที่คุ้นเคยกับภาพหญิงชรา ตอบว่าเห็นภาพหญิงชราถึง 95 % (Crider & others 1983, p. 110)

#### **วัฒนธรรม ( Culture )**

ขนบธรรมเนียม ประเพณี ศาสนา และเชื่อบุคคล ที่แตกต่างกัน จัดเป็นพื้นฐานทางด้านวัฒนธรรม ที่ทำให้บุคคลมีความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติในเรื่องต่าง ๆ แตกต่างกันไป แล้วแต่สภาพของสังคม พฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกเหมือนกันอาจถูกแปลความหมายไปคนละด้านได้ เพราะอิทธิพลของวัฒนธรรม เช่น คนไทยที่แสดงความรักกันในที่สาธารณะมักจะถูกแปลความหมายทางด้านลบมากกว่า ในขณะที่คนในสังคมตะวันตกเห็นเป็นเรื่องปกติธรรมดา เป็นต้น

#### **ภาพลวงตา (Illusions)**

ในบางครั้งการรับรู้ของบุคคลไม่ตรงกับความเป็นจริงตามสภาพของสิ่งเร้า ปรากฏการณ์นี้เรียกว่าภาพลวงตา ซึ่งเกิดจากการที่สมองแปลความหมายผิดไปหรือคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง สาเหตุของการเกิดภาพลวงตามีได้หลายกรณี เช่น แสง ลักษณะของสิ่งเร้ามีการต่อเติม การเปรียบเทียบเทียบ หรือการเกิดมุมมองต่าง ๆ การต่อเติมสิ่งเร้า

### การรับรู้ด้วยสัมผัสพิเศษ (Extra Sensory Perception)

ปกติโดยทั่วไป มนุษย์ต้องใช้อวัยวะรับสัมผัส เช่น หู ตา จมูก ลิ้น ผิวหนัง ในการรับรู้สิ่งเร้าภายนอกแต่ในชีวิตประจำวัน บางครั้งจะมีปรากฏการณ์บางอย่างที่มนุษย์บางคนสามารถรับรู้ได้โดยไม่ต้องใช้อวัยวะรับสัมผัสปกติ นักจิตวิทยาเรียกการรับรู้ประเภทนี้ว่า การรับรู้ด้วยสัมผัสพิเศษ (Extra Sensory Perception) หรือเรียกย่อ ๆ ว่า E.S.P. ซึ่งแบ่งเป็น 3 กรณี คือ

1. โทรจิต (Telepathy) เป็นความสามารถในการรับรู้ความคิดของผู้อื่น โดยไม่ต้องใช้ ประสาทสัมผัสปกติ เช่น นายดำ กับนายแดง อยู่กันคนละที่แต่นายดำสามารถรับรู้ความคิดของนายแดงได้ถูกต้อง เป็นต้น

2. ประสาททิพย์ (Clairvoyance) เป็นการรับรู้เหตุการณ์ปัจจุบันที่นอกเหนือระบบรับสัมผัสปกติ ตัวอย่าง เช่น นาย ก. สามารถรับรู้ได้ว่า นาย ข. กำลังได้รับบาดเจ็บเล็กน้อยจากอุบัติเหตุรถชนกันที่ต่างจังหวัด

3. ลางสังหรณ์ (Precognition) เป็นการรับรู้เหตุการณ์ในอนาคต โดยไม่ต้องใช้อวัยวะ สัมผัสทั้งห้า เช่น รับรู้ได้ว่าอาทิตย์หน้าจะมีการปฏิวัติใน ต่างประเทศและปรากฏว่ามีเหตุการณ์เช่นนี้เกิดขึ้นจริง ๆ การรับรู้สัมผัสพิเศษ ไรน์ (Rhine) และทีมงานของเขาได้ทำการทดลองในห้องปฏิบัติการ โดยใช้ภาพ 5 ลักษณะ คือ ภาพกากบาท ภาพดาว ภาพวงกลม ภาพเส้นโค้ง และภาพสี่เหลี่ยม

โดยใช้ลักษณะ 5 ภาพ รวมทั้งหมดเป็น 25 ภาพ เพื่อเป็นเครื่องมือในการทดสอบ E.S.P. ของบุคคล ในการทดสอบ E.S.P. ประเภท Telepathy ก็ให้ผู้ถูกทดลองดูภาพทีละภาพ และตอบว่าภาพใดที่ผู้ทดลองอีกคนหนึ่งเลือกไว้ เป็นการทดสอบการล่วงรู้ความคิดของผู้อื่น ทั้งนี้ผู้ถูกทดลองกับผู้ทดลองที่เลือกภาพได้ต้องไม่เผชิญหน้ากันเด็ดขาด เพื่อกันการรับสัมผัสแบบปกติอื่น ๆ หากเป็นการทดลอง E.S.P. ประเภท Clairvoyance ผู้ทดลองคนหนึ่งจะหยิบภาพหนึ่งภาพมาคว่ำไว้บนโต๊ะ ไม่มีใครทราบว่าเป็นภาพอะไร ให้ผู้ถูกทดลองทายว่าเป็นภาพอะไร ซึ่งเป็นการทดลอง การรับรู้เหตุการณ์ใน ปัจจุบัน โดยไม่ต้องใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้า สำหรับการทดลองประเภท Precognition ก็จะให้ผู้ถูกทดลองเดาล่วงหน้าก่อนที่ผู้ทดลองจะหยิบภาพขึ้นมาโดยทายว่า เป็นภาพอะไร เป็นการทดลองการรับรู้เหตุการณ์ในอนาคต ในการทดลองแต่ละครั้ง ไรน์ และทีมงาน ของเขาต้องทำการทดลองหลาย ๆ ครั้ง เพื่อขจัดอิทธิพลของตัวแปรเกินต่าง ๆ อย่งไรก็ตาม ผลการทดลองก็สรุปไม่ได้อย่างชัดเจน ดังนั้นนักวิทยาศาสตร์และนักจิตวิทยา จึงไม่สามารถสรุปได้ว่า E.S.P. เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ๆ เนื่องจากการรับรู้ ในลักษณะพิเศษ ที่ไม่สามารถพิสูจน์ทดสอบให้เห็นชัดเจนได้จึงเป็นเรื่องที่จะต้องศึกษากันต่อไป เพราะในชีวิตประจำวันการดำเนินชีวิตบางอย่างก็มีปรากฏการณ์แปลก ๆ ที่เรหาคำอธิบายไม่ได้ว่าบุคคลผู้นั้นรับรู้ได้อย่างไร (Wittig, 1984, p.340)

### การรับรู้ตนเอง (Self Concept)

การรับรู้ตนเอง หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ว่าคุณเป็นอย่างไร มีความสามารถด้านไหน ถนัดอะไร เป็นต้น นักจิตวิทยากลุ่มมนุษยนิยมเชื่อว่า การรับรู้ตนเองพัฒนามาจากการอบรมเลี้ยงดูของพ่อแม่ และอิทธิพลของวัฒนธรรม

โรเจอร์ (Rogers) ได้อธิบายไว้ว่า ตัวตน (Self) มี 2 ชนิด คือ ตัวตนที่เป็นจริง (Real Self) ได้แก่ ตัวตนที่ปรากฏออกมาภายนอก กับตัวตนในอุดมคติ (Ideal Self) ซึ่งเป็นตัวตนที่บุคคลคิดว่าตนเองเป็นหรืออยากจะเป็น โรเจอร์ ย้ำว่าสัมพันธภาพที่ดีในวัยเด็กกับครอบครัว คือได้รับความรัก ความอบอุ่น และการเอาใจใส่จากพ่อแม่ที่เพียงพอ จะทำให้บุคคลเกิดความเชื่อมั่นในตนเอง สามารถรู้จักและเห็นภาพตนเองได้ตรงกับความเป็นจริง ทำให้การรับรู้ตนเองของบุคคลนั้น มีตัวตนในอุดมคติ กับตัวตนในความเป็นจริงที่ตรงกัน ซึ่งจะไม่มีปัญหาในการปรับตัว บุคคลลักษณะนี้จะสามารถปรับตัวได้ดี มีศักยภาพภายในที่จะพัฒนาตนเองได้ถึงการประจักษ์ตนเอง (Self - actualization) แต่ในทางตรงกันข้าม หากบุคคลใดมีสัมพันธภาพกับครอบครัวที่ไม่ดี ทำให้บุคคลเหล่านั้นมีปัญหาความคับข้องใจ หรือความวิตกกังวล ทำให้ภาพของตนในอุดมคติกับตนในความเป็นจริงอาจเป็นคนละภาพ และไม่สอดคล้องกัน อันอาจทำให้มีปัญหาในการปรับตัว แลก่อให้เกิดอาการผิดปกติทางบุคลิกภาพต่าง ๆ หรือ โรคประสาท และ โรคจิตได้ อย่างไรก็ตาม การรับรู้ตนเองของบุคคลจะมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามวุฒิภาวะ และการเรียนรู้ของบุคคลนั้นด้วย

### การรับรู้บุคคล (Person Perception)

1. การรับรู้บุคคล หมายถึง การประเมินหรือตัดสินบุคคลอื่นว่าเป็นคนอย่างไร โดยทั่วไปการรับรู้บุคคลอื่นจะใช้ลักษณะ ทางกายภาพ ของบุคคลนั้น เช่น หน้าตา ผิวพรรณ รูปร่าง หรือคุณบุคลิกภาพต่าง ๆ เช่น นิสัยใจคอและการพูดจา เป็นต้น เนิยบขริ่ม ช่างคุย ใจดี ใจร้าย พุดเพราะ พุดหยาบ เป็นต้น การรับรู้บุคคลจะถูกต้องแม่นยำจำเป็นต้องพิจารณารายละเอียดอื่น ๆ ประกอบด้วย เพราะมนุษย์มีอารมณ์ มีแรงจูงใจ และทัศนคติที่แตกต่างกัน อันเป็นผลของการเรียนรู้และวัฒนธรรม ปัจจัยต่าง ๆ ที่สามารถทำให้การรับรู้บุคคลอื่น ผิดพลาดได้ เช่นอคติ (Prejudice)เป็นการสรุปหรือตัดสินบุคคลอื่นโดยที่มีข้อมูลสนับสนุนไม่เพียงพอ ซึ่งทำให้เกิดการรับรู้บุคคลในลักษณะทางลบ การเกิดอคติอาจเกิดขึ้นเป็นการส่วนตัว เพราะมีผลกระทบกับตนเองโดยตรง หรือเกิดอคติตามสังคม เนื่องจากการยึดมั่นในบรรทัดฐาน (Norms) บางอย่าง เช่น คนไทยที่อนุรักษ์วัฒนธรรมไทยจะมีอคติกับพฤติกรรมของชาวตะวันตกได้ง่ายมาก เพราะปราศจากการพิจารณาข้อมูลอย่างอื่น

### 2. ภาพพจน์ (Stereotype)

โดยทั่วไป บุคคลจะจัดคนที่เขารู้จักให้เป็นพวก เพื่อเข้าใจง่าย และลดความสับสนเนื่องจากบุคคลไม่สามารถรู้จักคนได้ทุกคน ภาพพจน์จึงเป็นวิธีลัดที่จะย่อย่อลักษณะต่าง ๆ หรือคุณสมบัติบางประการที่มีส่วนร่วมกันให้เป็นพวกเดียวกัน ภาพพจน์มีได้หลายอย่าง เช่น ภาพพจน์ทางด้านเชื้อชาติ ภาพพจน์ทางอาชีพ ภาพพจน์ทางเพศ ภาพพจน์ทางศาสนา ฯลฯ

อย่างไรก็ตาม ภาพพจน์เป็นการจัดบุคคลเข้าเป็นพวกเดียวกับพวกที่เรามีประสบการณ์มาก่อน โดยใช้ลักษณะร่วม ซึ่งอาจถูกต้องหรือไม่ก็ได้ เพราะเป็นการสรุปแบบเหมารวมโดยไม่ได้พิจารณาความแตกต่างของคนเหล่านั้นเลย ภาพพจน์แบ่งเป็น 2 ประการ คือ

#### 2.1 Public Stereotype หรือ Social Stereotype เป็นการสรุปเหมารวมคนในสังคมที่มี

ลักษณะร่วมกันบางอย่างเป็นพวกเดียวกัน เช่น มีภาพพจน์ทางเชื้อชาติว่า คนไทยใจดี คนญี่ปุ่นรักชาติ เป็นต้น หรือมีภาพพจน์ทางอาชีพว่า หมอต้องเก่งและฉลาด เป็นต้น

2.2 Private Stereotype เป็นการสรุปคนแต่ละคนว่า ถ้ามีลักษณะอย่างหนึ่งแล้วน่าจะมีลักษณะอย่างอื่นร่วมอยู่ด้วย เป็นต้นว่า คนเปิดเผย ควรจะเป็นคนร่าเริง กุ้ยสนุก คนเรียบร้อย ควรจะเป็นคนที่อ่อนน้อมถ่อมตน และขี้อาย

### 3. การรับรู้บุคคลในด้านเดียว แบ่งเป็น

3.1 Halo effect เป็นการรับรู้บุคคลในด้านดีด้านเดียว เพราะเกิดความถูกใจ จึงเกิดการรับรู้ด้านอื่น ๆ ของบุคคลนั้นดีไปด้วย

3.2 Horns effect เป็นการรับรู้บุคคลในด้านไม่ดี เพราะไม่ชอบ ไม่ถูกใจ จึงมีแนวโน้มที่จะรับรู้ด้านอื่น ๆ ของบุคคลนั้นไม่ดีไปหมด

ทั้ง Halo effect และ Horns effect เกี่ยวข้องกับความประทับใจครั้งแรก โดยเฉพาะการรับรู้ครั้งแรก (Primacy effect) ก่อให้เกิดความรู้สึกทางบวก ข้อมูลที่ตามมาในช่วงหลังมีแนวโน้มจะเป็นบวกหมด แต่ถ้าการเริ่มต้นเป็นลบ บุคคลจะไม่สนใจและละเลยข้อมูลช่วงหลัง ๆ

### 4. การหลงเผ่าพันธุ์ (Ethnocentrism)

เป็นการยึดมั่นในชั้นชนหรือเผ่าพันธุ์ของตนว่าดีกว่าบุคคลอื่น ความรู้สึกเช่นนี้ ทำให้การรับรู้บุคคลอื่นผิดพลาดได้ เพราะคนเหล่านี้ จะเกิดภาพพจน์ของกลุ่มตน (Auto stereotype) ไปในทางบวกเป็นอันมาก

#### แนวความคิดที่สำคัญที่ว่าด้วยการเลือกสรรสิ่งที่ได้รับรู้

จากการที่กล่าวมาก่อนหน้านี้ ผู้บริโภคมักมีการเลือกสรรต่อตัวกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อมที่ผู้บริโภคได้เข้าไปเกี่ยวข้องในเรื่องการคาดหวังจะได้รับและแรงจูงใจที่มีต่อตัวกระตุ้นเองด้วย ซึ่งปัจจัยดังกล่าวทำให้เกิดแนวความคิดที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการเลือกสรรสิ่งที่ได้รับรู้ การเลือกสรรต่อตัวกระตุ้นจะเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา โดยบุคคลอาจมองหาลักษณะบางอย่างบางขณะและไม่สนใจสิ่งอื่น ๆ หรือมีการตอบสนองต่อตัวกระตุ้นที่แตกต่างกันไปเรื่อย ๆ ลักษณะการเลือกสรรการรับรู้ของผู้บริโภคอาจมีได้ 7 ลักษณะ ดังนี้

1. การเลือกที่จะเปิดรับข้อมูล
2. การเลือกที่จะสนใจข้อมูล
3. การเลือกที่จะต่อต้านข้อมูล
4. การเลือกที่จะปิดกั้นข้อมูล
5. การเลือกที่จะตีความข้อมูล
6. การเลือกที่จะจดจำข้อมูล และ
7. การเลือกจะบิดเบือนข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. การเลือกที่จะเปิดรับข้อมูล (Selective exposure)

ผู้บริโภคจะแสวงหาข่าวสารที่ทำให้เขาสบายใจหรือตรงกับความรู้สึกของผู้บริโภค และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่

จะทำให้ผู้บริโภคนึกถึงปวด หรือเป็นการคุกคาม ดังนั้น คนที่สับสนหรือจะหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ชี้ว่าการสับสนหรือทำให้เกิดมะเร็ง ผู้บริโภคจะเลือกเปิดรับข้อมูลการโฆษณาที่ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในความฉลาดของผู้บริโภคที่มีต่อการกระทำ การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

## 2. การเลือกที่จะสนใจข้อมูล (Selective attention)

ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะเพิ่มปริมาณการรับรู้ถึงตัวกระตุ้นที่ตรงกับความต้องการ หรือตรงกับที่เขาสนใจชอบ และในทางตรงกันข้ามผู้บริโภคจะรู้ร้น้อยที่สุดถึงตัวกระตุ้นที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น ผู้บริโภคจึงมักจะสนใจดูโฆษณาสินค้าที่ตรงกับความต้องการและร้านค้าที่ผู้บริโภคสนใจที่จะไปซื้อ นั้น และจะไม่สนใจข้อมูลข่าวสารที่ไม่ตรงกับความต้องการหรือมีความสำคัญต่อผู้บริโภค ความสนใจของบุคคลและหลากหลายในรูปของชนิดของข้อมูลที่จะได้รับ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของข่าวสาร ประเภทของสื่อที่ชอบ เช่น บางคนสนใจในเรื่องของราคา บางคนสนใจในเรื่องของภาพลักษณ์ที่ปรากฏหรือการยอมรับจากสังคม ดังนั้น การทำโฆษณาจะต้องคำนึงถึงทั้งข้อความและสื่อที่ใช้ที่จะทำให้ผู้บริโภคสนใจหรือชอบ โดยต้องมีลักษณะโดดเด่นชัดเจนที่จะทำให้ผู้บริโภคติดตาม ตั้งใจรับข่าวสารนั้น ๆ จึงจะเกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ

## 3. การเลือกที่จะต่อต้านข้อมูล (Perceptual defense)

นอกจากผู้บริโภคจะเลือกที่จะสนใจรับรู้ข้อมูลข่าวสารแล้ว ผู้บริโภคยังมีการเลือกที่จะต่อต้านข้อมูลจากตัวกระตุ้นที่คุกคาม ทำให้ผู้บริโภคไม่สบายใจ เจ็บปวดที่ได้ผ่านเข้ามา ดังนั้นตัวกระตุ้นที่ทำลายผู้บริโภค จะทำให้เกิดการรับรู้ที่น้อยกว่าตัวกระตุ้นที่เป็นกลาง ณ ระดับของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารระดับเดียวกัน นอกจากนี้บุคคลยังอาจทำลายข้อมูลข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการ ค่านิยม และความเชื่อของบุคคลเองด้วย

## 4. การเลือกที่จะปิดกั้นข้อมูล (Perceptual blocking)

ผู้บริโภคจะปกป้องตนเองจากการถูกรบกวนรบกวนของตัวกระตุ้นที่เขาไม่สนใจโดยการปิดกั้นตัวกระตุ้นดังกล่าวนั้นเสีย จากความรู้สึกที่รู้ตัว ผลของการวิจัยได้ชี้ให้เห็นว่าจำนวนการโฆษณาในปริมาณที่มากนั้นจะถูกกลั่นกรองออกไปโดยผู้บริโภค เหตุที่ผู้บริโภคไม่สนใจตัวกระตุ้นดังกล่าว ก็เพราะว่ามันมีมากเกินไปจากธรรมชาติของโลกที่ควรจะเป็น การเลือกที่จะปิดกั้นการรับรู้ก็จะคล้ายคลึงกับการใช้เครื่องปิด เปลี่ยนช่องอัตโนมัติในการดูโทรทัศน์ เพราะไม่สนใจโฆษณา ต้องการดูรายการโทรทัศน์ที่เขาชอบ

## 5. การเลือกที่จะตีความข้อมูล (Selective interpretation)

หลังจากผู้บริโภคมีการเลือกจะเปิดรับข้อมูล สนใจข้อมูล หรือแม้แต่จะต่อต้านข้อมูล และปิดกั้นข้อมูลแล้ว ผู้บริโภคก็ต้องทำการตีความหมายสิ่งที่เปิดรับเข้ามา ซึ่งในการตีความข้อมูล ผู้บริโภคก็ต้องเลือกตีความข้อมูลตามพื้นฐานความรู้ ความเข้าใจ หรือที่สอดคล้องกับความเชื่อ และประสบการณ์ตามที่เขาามี ดังนั้นการตีความหมายข้อมูลที่ได้รับเข้ามาจึงสำคัญที่อาจก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี หรือออกดีก็ได้ เช่น การตีความเข้าใจจากภาพโฆษณาที่อาจไม่ตรงกับที่ธุรกิจต้องการจะสื่อให้กับผู้บริโภคก็ได้

## 6. การเลือกที่จะจดจำข้อมูล (Selective retention)

หลังจากผู้บริโภคมีการตีความหมายข้อมูลข่าวสารที่รับเข้ามา สิ่งก็ตามมาก็คือ ผู้บริโภคจะมีการเลือกที่จะ

จดจำสาระข่าวสารที่รับเข้ามาที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภค หรือมีความสำคัญจำเป็นต่อผู้บริโภค เนื่องจากคุณสมบัติหนึ่งของการรับรู้ที่จะรับรู้ได้ไม่นานทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถจะจดจำทุกสิ่งที่ได้รับเข้ามาได้ จึงจำเป็นต้องมีการเลือกที่จะจดจำ อะไรที่เป็นประโยชน์ หรือสำคัญเกี่ยวข้องกับผู้บริโภค เช่น ผู้บริโภคอาจจะเห็นโฆษณาสินค้าต่าง ๆ มากมาย แต่ถ้าผู้บริโภคกำลังสนใจจะซื้อรถยนต์ก็จะเลือกดูโฆษณาเฉพาะที่เกี่ยวกับการขายรถยนต์และจดจำเนื้อหาโฆษณาดังกล่าว เป็นต้น

### 7. การเลือกที่จะบิดเบือนข้อมูล (Selective distortion)

เป็นการเปลี่ยนแปลงหรือบิดเบี้ยวของข้อมูลที่ได้รับในเวลานั้น เนื่องจากข้อมูลที่ได้รับขัดกับความรู้สึกหรือความเชื่อของผู้บริโภค เมื่อมีการเปิดรับข้อมูล และมีการตีความหมาย ซึ่งทำให้เกิดการเลือกที่จะบิดเบือนข้อมูลที่ผู้บริโภครู้สึกไม่ชอบได้ เพื่อเปลี่ยนให้ตรงกับทัศนคติที่เขามีอยู่ก่อนแล้ว ดังนั้น โฆษณาสินค้าใดที่ผู้บริโภคไม่ชอบก็จะทำการบิดเบือนและส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคผู้นั้นน้อยในการที่จะทำให้เกิดการยอมรับหรือซื้อสินค้า

## 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสาร

### ความหมายของการสื่อสาร Communication

มาจากภาษาละตินว่า Communis ซึ่งมีความหมายตรงกับคำว่า Common แปลว่า ความร่วมมือกัน หรือความคล้ายคลึงกัน

(Wilbur Schramm) การสื่อสาร หมายถึง “การกระทำของคนเราที่มุ่งสร้างความร่วมมือกันหรือคล้ายคลึงกัน นั่นคือการพยายามแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิดและทัศนคติซึ่งกันและกัน โดยอาศัยความสัมพันธ์ของทั้งสองฝ่ายเป็นที่ตั้งเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน”

สุมน อยู่สิน (2545) การสื่อสาร คือ “กระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารเกิดขึ้นโดยการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งทำหน้าที่ส่งสารผ่านสื่อหรือช่องทางต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารโดยมี วัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง”

การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดสารจากบุคคลหนึ่ง (ผู้ส่งสาร) ไปยังบุคคลหนึ่ง (ผู้รับสาร) โดยผ่านสื่อต่าง ๆ

การสื่อสาร เป็นกระบวนการรับและการถ่ายทอดข้อมูล อันได้แก่ ข้อเท็จจริง ความคิด ความรู้สึก ทัศนคติ หรือเนื้อหาสาระต่างๆ ที่บุคคลต้องการเกี่ยวข้องกัน จากบุคคลไปสู่บุคคล หรือจากบุคคลไปสู่กลุ่มคน หรือจากกลุ่มไปสู่กลุ่ม เพื่อสร้างความเข้าใจ การชักจูงใจ หรือมุ่งให้ความรู้ หรือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการกระทำอย่างหนึ่งอย่างใดตามที่ประสงค์

### ความสำคัญของการสื่อสาร

1. ด้านสังคม เพื่อเกิดความเข้าใจ กวาระเบียบ การอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขในสังคม

2. ความสัมพันธ์ต่ออุตสาหกรรมและธุรกิจ เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า ชักจูงผู้บริโภคโดยการโฆษณา
3. ด้านการปกครอง ใช้เป็นกลไกการกระจายข่าวสารต่าง ๆ ผู้ปกครองให้เข้าใจตรงกันและรับทัศนคติของผู้ถูกปกครอง

องค์ประกอบของการสื่อสาร มี 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ผู้ส่งสาร (Sender) คือบุคคล หน่วยงานที่เป็นผู้ส่งสาร แหล่งกำเนิดสาร แล้วส่งสารไปยังบุคคลหรือหน่วยงานอื่นด้วยวิธีเดียว หรือหลายวิธี

2. สาร (Message) คือ เรื่องราว สิ่งต่าง ๆ ในรูปข้อมูล ความรู้ ความคิด หรืออารมณ์ที่ผู้ส่งสารให้ผู้อื่นรับรู้ แล้วเกิดปฏิกิริยาตอบสนอง ประกอบด้วย

2.1 รหัสสาร ทั้งที่ไม่ใช่ด้วยคำ (กิริยา ท่าทาง เครื่องหมาย) และใช้ถ้อยคำ (ภาษาพูด ภาษาเขียน)

2.2 เนื้อหาสาร แบ่งเป็น ข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็น

2.3 การจัดสาร คือ รวบรวมเนื้อหา เรียบเรียงด้วยการใช้รหัสของสารที่เหมาะสม

3. สื่อหรือช่องทาง (Medium or Channel)

สื่อ หมายถึง สิ่งที่เป็นพาหนะที่ทำให้สารเคลื่อนที่ออกไปจากตัวผู้ส่งสาร

ช่องทาง หมายถึง ทางที่ทำให้ผู้ส่งสาร และผู้รับสารติดต่อกันได้

4. ผู้รับสาร (Receiver) คือ ผลที่เกิดจากการรับสารทางพฤติกรรม เช่น หัวเราะ พอใจ ทำให้ทราบถึงความสำเร็จของการสื่อสาร

Sender	Message	Channel	Receive	Feed back
ผู้ส่งสาร	สาร	สื่อหรือช่องทาง	ผู้รับสาร	ปฏิกิริยาการตอบสนอง
ใคร	กล่าวอะไร	ช่องทางใด	ถึงใคร	ผลเป็นอย่างไร

ภาพประกอบที่ 2 แสดงขั้นตอนการรับสาร

5. ข้อมูลย้อนกลับ หรือปฏิกิริยาตอบสนอง หมายถึง การเปลี่ยนแปลงท่าที หรือพฤติกรรมของผู้รับสารที่แสดงออกมาให้ผู้ส่งสารได้รับทราบ

หลักการสื่อสาร

1. ผู้สื่อสารต้องเข้าใจองค์ประกอบในการสื่อสาร
2. มีสื่อ / ช่องทาง ที่เหมาะสม จุดประสงค์ชัดเจน
3. ผู้ส่งสาร – ผู้รับสาร ควรเตรียมการล่วงหน้า
4. ใช้ทักษะในภาษาที่เหมาะสมในการสื่อสาร
5. คำนึงถึงปฏิกิริยาตอบกลับเพื่อนำมาประเมิน ปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่องต่อไป



## ความมุ่งหมายของการติดต่อสื่อสาร

1. จุดมุ่งหมายของผู้ส่งสาร
  - เพื่อแจ้งให้ทราบ
  - เพื่อสอนหรือให้การศึกษา
  - เพื่อสร้างความพอใจและให้ความบันเทิง
  - เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ
2. จุดมุ่งหมายของผู้รับสาร
  - เพื่อทราบ
  - เพื่อศึกษา
  - เพื่อก่อให้เกิดความพอใจ
  - เพื่อกระทำหรือตัดสินใจ

## จุดมุ่งหมายของการติดต่อสื่อสารในองค์การ มีดังนี้

1. เพื่อให้หรือรับข่าวสาร ข้อเท็จจริงด้านต่างๆ โดยมุ่งให้ความรู้และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง
2. เพื่อจูงใจให้เกิดความร่วมมือ สร้างกำลังใจแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกันอันนำไปสู่ความสัมพันธอันดี
3. เพื่อกระตุ้นและโน้มน้าวจิตใจให้ผู้ปฏิบัติงานปฏิบัติตามแผนที่วางไว้

## วัตถุประสงค์ในการสื่อสาร

ผู้ส่งสารมีจุดประสงค์ให้ผู้รับได้ทราบความต้องการของตน ว่าตนต้องการสื่อไปในรูปแบบไหน อาจจะมุ่งให้ผู้รับมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามที่ผู้ส่งสารกำหนดไว้ มุ่งให้เกิดผลทางจิตใจหรืออารมณ์ มุ่งเน้นให้ผู้รับสารคล้อยตาม และเพื่อเสนอหรือชักจูงใจให้กระทำและตัดสินใจ

## ประเภทของการสื่อสาร

1. การสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) บุคคลคนเดียว ทำหน้าที่ทั้งผู้รับและผู้ส่งสาร
2. การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) มีบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป
3. การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large Group Communication) สื่อสารไปยังบุคคลที่อยู่รวมกันเป็นกลุ่ม
4. การสื่อสารในองค์การ (Organization Communication) สื่อสารระหว่างสมาชิกใน องค์การ
5. การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) สื่อสารไปยังคนจำนวนมากในเวลาเดียวกัน โดยอาศัยสื่อมวลชน

## ทิศทางของการติดต่อสื่อสาร

1. การติดต่อสื่อสารเบื้องบนไปสู่เบื้องล่าง เป็นการติดต่อสื่อสารจากระดับสูงลงมาระดับต่ำ หรือจากผู้บังคับบัญชาลงมาสู่ผู้ใต้บังคับบัญชา จุดมุ่งหมาย คือ เป็นการส่งหรือถ่ายทอดข้อมูลหรือสั่งงานมายังผู้ปฏิบัติงาน การใช้สื่อในการสื่อสารจากเบื้องบนลงสู่เบื้องล่าง ส่วนมากจะใช้ การเขียนคำสั่ง การเรียกมา

เจรจาตัวต่อตัว การใช้ระบบพูดในที่ประชุม การใช้ป้ายนิเทศและการใช้หนังสือพิมพ์ การสื่อสารลงล่างมีความสำคัญมากเพราะเป็นการควบคุมและสั่งผู้ปฏิบัติงานให้ปฏิบัติตามเป้าหมายของหน่วยงาน ถ้าขาดการสื่อสารประเภทนี้ หรือ การสื่อสารลงมาสู่ผู้ปฏิบัติไม่ชัดเจนแล้ว จะกลายเป็นข่าวลือ การนิินทาว่าร้ายหรือการพูดปากต่อปากไปเรื่อยๆ การสื่อสารลงล่างมีประสิทธิภาพที่จะสามารถ ป้องกันปัญหาความสับสนหรือการเบี่ยงเบนข่าวสารได้

2. การติดต่อสื่อสารจากเบื้องล่างสู่เบื้องบน เป็นการสื่อสารจากผู้ใต้บังคับบัญชาไปยังผู้บังคับบัญชา เพื่อตรวจสอบงานหรือดูผลย้อนกลับ (Feedback) ว่างานที่ได้ปฏิบัติไปแล้วได้ผลเป็นอย่างไร และยังเป็นโอกาส ให้คนควบคุมงานได้เป็นตัวแทนของผู้ปฏิบัติงาน ที่จะรายงานข่าวสารต่อขึ้นไปยังผู้บังคับบัญชาหรือผู้บริหารระดับสูงอีกด้วย ในขณะที่การสื่อสารลงล่างถูกขยายออกไปในลักษณะที่ช่วยทำให้เกิดความเข้าใจได้มากขึ้น การสื่อสารขึ้นบนจะถูกสรุปย่อให้กะทัดรัด เพราะผู้บริหาร ระดับสูงต้องการแต่ผลย้อนกลับที่เป็นแก่นสาร มากกว่ารายละเอียดและมักจะมีเวลาน้อย ด้วยการส่งข่าวสารขึ้นบนจึงมีลักษณะเป็นการรวบรัด มีการตรวจสอบอย่างดี ตัดให้สั้นลงแล้วจึงส่งขึ้นไป

3. การติดต่อสื่อสารในระดับเดียวกัน เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ร่วมงานในแผนกงานเดียวกัน หรือสมาชิกในแผนกเดียวกัน กับการสื่อสารระหว่างหน่วยงานย่อยในองค์กร หรือระหว่างแผนกงาน สำหรับการสื่อสารในองค์กรยุคปัจจุบัน แล้ว การสื่อสารในระดับเดียวกันจะมีความจำเป็นมากสำหรับหน่วยงานย่อยหรือระหว่างแผนกงาน ทั้งนี้เพราะการทำงานบางอย่าง ถ้าอาศัยการสื่อสารทางขึ้นหรือทางลงเพียงอย่างเดียว อาจให้การทำงานล่าช้า นอกจากนี้การสื่อสารแนวนอนยังเป็นการสนับสนุนให้เกิดการร่วมมือการทำงานและการทำงานเป็นทีมอีกด้วย

4. การติดต่อสื่อสารแบบทแยงมุม การสื่อสารทแยงมุมนี้ เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่อยู่ต่างหน่วยงานหรือข้ามแผนกงานกัน และอยู่ต่างระดับกันทำการสื่อสารกัน เช่น ที่ปรึกษาของประธานบริษัท โทรศัพท์ถามผู้จัดการแผนกผลิตว่า เมื่อไรตัวอย่างสินค้าที่จะจำหน่ายแก่ลูกค้าพร้อมที่จะส่งให้แผนกตรวจสอบคุณภาพ ได้ตรวจสอบ หรือผู้จัดการแผนกขายโทรศัพท์ถามรองประธานบริษัทฝ่ายบุคคล เพื่อที่จะถามนโยบายการขายการรับจำนวนพนักงานของตน จะเห็นว่าการสื่อสารแบบนี้ นอกจากจะไม่ตรงสายงานแล้ว ผู้ติดต่อสื่อสารกันยังมีตำแหน่งหน้าที่สูงต่ำกว่ากันด้วย

### รูปแบบการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลโดยทั่วไปมี 2 ระบบได้แก่

1. การติดต่อสื่อสารแบบทางเดียว หมายถึงการที่ผู้ส่งสารได้แจ้งหรือเสนอข้อมูลให้ผู้รับสารทราบเพื่อแนะนำ บอกกล่าว ซึ่งฝ่ายรับจะ ไม่มีโอกาสได้สอบถาม หรือปรึกษาหารือกับผู้ส่งสาร

2. การติดต่อสื่อสารแบบสองทาง เป็นการสื่อสารทำความเข้าใจ โดยมีการโต้ตอบระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร โดยทั้งสองฝ่ายมีโอกาส พบปะ ชี้แจง ทำการตกลง ทบทวนความเข้าใจ เป็นต้น การสร้างความสัมพันธ์ต่อกันควรใช้การติดต่อสื่อสารแบบสองทางในทุกระดับชั้นการบังคับบัญชา การติดต่อสื่อสารที่ตรงไปยังฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเพียงฝ่ายเดียว หากไม่มีการโต้ตอบกลับมา หรือไม่มีการตรวจสอบย้อนกลับ

มาแล้ว โอกาสที่จะเกิดการผิดพลาดในการทำงานก็มีมาก และยังทำให้การทำงานในหน่วยงานไม่มีประสิทธิภาพ

ในปัจจุบันนี้หน่วยงานหรือองค์กรสมัยใหม่จะไม่ค่อยใช้การสื่อสารทางเดียวแต่นิยมใช้“การสื่อสารสองทาง” คือ เมื่อมีการสื่อสารจากทางหนึ่งทางใดแล้ว ฝ่ายที่ได้รับการสื่อสารก่อนสามารถโต้ตอบหรือสื่อสารย้อนกลับไปได้ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารจากบนลงล่าง ล่างขึ้นบน แนวนอน หรือทแยงมุม ล้วนแต่ใช้การสื่อสารสองทางได้ทั้งสิ้น การสื่อสารสองทางนี้ นอกจากจะเป็นการตรวจสอบการปฏิบัติงานให้มีความเข้าใจตรงกันแล้ว สมาชิกในหน่วยงานก็มีโอกาสได้มี “ปฏิสัมพันธ์” กันมากขึ้น งานก็บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้มากขึ้น และประสิทธิภาพของงานก็สูงขึ้นเป็นเงาตามตัว ที่สำคัญที่สุดก็คือ การติดต่อสื่อสารสองทางนี้เป็นรากฐานของการสร้างมนุษยสัมพันธ์ในการทำงาน และยังช่วยแก้ปัญหาระหว่างผู้บริหารกับผู้ปฏิบัติงาน ลดลงไปด้วย

### อุปสรรคของการติดต่อสื่อสาร

1. ปัญหาด้านตัวบุคคล อาทิ การขาดทักษะในการสื่อความ ใช้ภาษาและถ้อยคำที่ยากเกินไป มีอคติ มีความลำเอียงเพราะรักหรือเพราะเกลียด ฯลฯ
2. ปัญหาด้านข่าวสารหรือข้อมูล อาทิ ข้อมูลคลุมเครือ ยากแก่การเข้าใจ การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง ทำให้ผ่านการกลั่นกรอง ต่อเติม จนเบี่ยงเบนไปจากข่าวสารเดิม ฯลฯ
3. ปัญหาด้านสื่อความหมาย อาทิ คำพูดที่เคลือบแฝง ภาษาท่าทาง สัญลักษณ์เพราะถึงแม้ว่าสัญลักษณ์หลายอย่างเป็นสากลที่ทุกคนเข้าใจกันอย่างกว้างขวาง แต่การเข้าใจอาจขึ้นอยู่กับคนบางกลุ่มเท่านั้น ถ้านำไปใช้กับกลุ่มคนอื่นอาจไม่เข้าใจหรือเข้าใจผิดได้
4. ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ เสียงรบกวน ระยะทางของการติดต่อสื่อสาร ถ้าผู้ส่งและผู้รับสารอยู่ห่างไกลกันมาก และต้องอาศัยคนกลางส่งข้อมูลย่อมทำให้การส่งข้อมูลมีการล่าช้า และข้อมูลบิดเบือนได้

### การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

ประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารจะมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการได้แก่

1. ระดับความรู้ (Knowledge) ผู้ส่งสารและผู้รับสารที่มีความรู้ใกล้เคียงกันในเรื่องที่ต้องการจะสื่อสาร อาจง่ายต่อการทำความเข้าใจกัน
2. ทักษะคติ (Attitude) การที่ต่างฝ่ายต่างมีทัศนคติที่ดีต่อการส่งและการรับ ย่อมมีโอกาสพิจารณาตามความเป็นจริงได้ดีกว่าการมีทัศนคติเชิงลบต่อกัน ซึ่งอาจนำไปสู่การตัดสินใจด้วยอารมณ์ที่ไม่เหมาะสม

3. ระดับสังคม และวัฒนธรรม (Social Cultural System) ผู้ส่งสารและผู้รับสารที่เข้าใจระบบสังคม วัฒนธรรมของผู้ที่มาติดต่อกัน จะสามารถเลือกวิธีการ จัดเนื้อหาสาระ รูปแบบที่ติดต่อให้สอดคล้องเหมาะสมได้

จากปัญหาและอุปสรรคของการติดต่อสื่อสาร รวมถึงปัจจัยในการติดต่อสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ ดังกล่าว การที่จะติดต่อสื่อสารกันให้ได้ประสิทธิภาพ ไม่เกิดความผิดพลาดนั้น มีแนวทางการปฏิบัติ ดังนี้

1. รู้ขั้นตอนของการสื่อสาร (Knowing the Steps in the Communication Process) คือ มีความตั้งใจ ความเข้าใจ การยอมรับ และนำไปสู่การปฏิบัติให้ตรงตามเป้าหมายของการส่งสารได้ให้เกิดประสิทธิภาพ
  2. ใช้ภาษาธรรมดาที่ใช้อยู่ประจำ (Using Simple and Repetitive)
  3. รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา (Using Empathy) การเอาใจเขามาใส่ใจเรา จะสามารถรู้และเข้าใจ จิตใจรวมถึงความคิดซึ่งกันและกันเป็นอย่างดี สามารถคาดการณ์ล่วงหน้าได้ว่าคู่สื่อสารจะโต้ตอบอย่างไร
  4. เข้าใจภาษาท่าทาง (Understanding Body Language) เนื่องจากการใช้ภาษาท่าทางเป็นการสื่อสารที่ไม่เป็นลายลักษณ์อักษร (Nonverbal Communication) ที่มีความสำคัญมาก
  5. เรียนรู้วิธีรับและวิธีให้ผลย้อนกลับ (Learning to Receive and Give Feedback) การศึกษาว่า ข่าวสารที่ส่งไปนั้น ผู้รับข่าวสารเข้าใจหรือไม่ และต้องรีบแก้ไขหากการสื่อสารล้มเหลว ส่วนการตรวจสอบที่ใช้กันมากคือ “การดูแลผลย้อนกลับ” (Feedback) ซึ่งทำได้โดยการเปิดโอกาสหรือกระตุ้นให้ผู้รับสารสามารถสื่อสารย้อนกลับมาให้ได้สม่ำเสมอ
  6. พัฒนานิสัยการฟังที่ดี (Developing Effective Listening Habits) อาทิ ฟังทั้งความหมายของการพูด และการแสดงความคิดเห็นประกอบของผู้พูด และต้องดูว่ามีความหมายซ่อนอยู่ในคำพูดเหล่านั้นหรือไม่
  7. ปรับปรุงทักษะการเขียน (Improving Your Writing Skills) ซึ่งถือเป็นกระบวนการรวบรวมความคิด
- ทั้งนี้ การศึกษาเรื่องการติดต่อสื่อสารอย่างถ่องแท้เพื่อการพัฒนา จะช่วยให้เราเป็นนักติดต่อสื่อสารที่ดี มีประสิทธิภาพทั้งในส่วนของการทำงานในองค์กร รวมถึงการดำรงชีวิตประจำวันอีกด้วย

#### 4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

##### ความหมายของการเปิดรับสื่อ

สื่อ มาจากภาษาอังกฤษว่า Media หรือ Channel ซึ่งหมายถึง ช่องทางการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2529) สื่อ คือ ช่องทางหรือพาหนะที่จะนำข่าวสารไปสู่ผู้รับ การเปิดรับสื่อ (Media Exposure) เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค เนื่องจากต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของผู้บริโภค หากผู้บริโภคเปิดรับสื่อมาก ย่อมมีความรู้ ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัยกว่าบุคคลที่เปิดรับื่อน้อยกว่า

อรุณีประภา หอมเศรษฐี (2531 : 4) การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการที่มนุษย์ถ่ายทอดความคิด และประสบการณ์ของตนเอง ไปยังบุคคลอื่น โดยผ่านสัญลักษณ์ต่าง ๆ

ไชยยศ เรื่องสุวรรณ (2533 : 44) การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดสารสนเทศและความคิด ตลอดจนเจตคติ เพื่อความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้สื่อสารกับผู้รับสาร

McLeod (1972 : 123) กล่าวว่า ตัวชี้วัด (index) ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (media exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่าง คือ

1. วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ
2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อแยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน

McLeod กล่าวว่า การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อ มีข้อเสียตรงที่ว่า คำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่คนมีอยู่ และการมีสื่อใกล้ตัว (availability of medium) ด้วยเหตุนี้ คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้สื่อ จึงมักไม่สามารถแปลความหมายได้ในเชิงจิตวิทยา และมักไม่ให้ผลที่ชัดเจน เมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น และเพื่อแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนในเรื่องนี้ จึงได้มีการวัดตัวแปรการเปิดรับสื่อมวลชน โดยใช้ความถี่ของการอ่านข่าวที่มีเนื้อหาหนักในด้านหนังสือพิมพ์ ความถี่ของการชมรายการโทรทัศน์ และความถี่ของการรับฟังรายการวิทยุ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การเปิดรับสื่อมวลชน หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ระยะเวลา ช่วงเวลารวมไปถึงจำนวนสื่อมวลชนที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสารด้วย โดยจะเลือกเปิดรับข่าวสารที่ตนเองสนใจ หรือเลือกรับสารบางส่วนของสื่อที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อตนเอง

### ประเภทของสื่อ

สื่อเป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารให้ติดต่อกัน ดังนั้นสื่อจึงเป็นองค์ประกอบประการหนึ่ง ซึ่งมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของพฤติกรรมการสื่อสาร ในการสื่อสารผู้ส่งสารจึงจำเป็นต้องเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม เนื่องจากสื่อแต่ละชนิดมีความสามารถเข้าสู่ระบบของการรับรู้ของผู้รับสาร โดยผ่านประสาทสัมผัสที่ต่างกัน เช่น การเห็นจากสื่อสิ่งพิมพ์ การได้ยินจากวิทยุกระจายเสียงและการเห็นและได้ยินจาก

ภาพยนตร์โทรทัศน์ซึ่งสื่อที่ใช้ในการสื่อสารแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้ (ประมะ สตะเวทิน. 2541 : 134 -135)

1 สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสาร ซึ่งประกอบไปด้วยคนจำนวนมาก ได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาเดียวกัน หรือในเวลาใกล้เคียงกัน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ นิตยสาร และภาพยนตร์ ซึ่งสื่อมวลชนมีคุณสมบัติที่ดี กล่าวคือ สามารถเผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้รับสารจำนวนมาก ได้ในเวลาอันรวดเร็ว สามารถให้ความรู้ และข่าวสารแก่ผู้รับสารได้เป็นอย่างดี

2 สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม เช่น หนังสือ คู่มือ จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ภาพสไลด์

นิทรรศการ เป็นต้น ซึ่งคุณสมบัติที่ดีของสื่อเฉพาะกิจก็คือ ผู้ส่งสารสามารถส่งข่าวเฉพาะเรื่องให้กับผู้รับสารเป้าหมายได้อย่างสอดคล้องเหมาะสม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้น สื่อสามารถทำให้ผู้รับสารเป้าหมายได้รับทราบข่าวสาร ความรู้โดยตรง และถูกต้อง อันจะส่งผลต่อการตัดสินใจ และการลงมือปฏิบัติไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารต้องการได้

3 สื่อบุคคล (Person Media) หมายถึง ตัวคนที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารกับผู้รับสารแบบเผชิญหน้าทั้งในรูปของการสนทนาหรือในรูปของการประชุมกลุ่ม ซึ่งการใช้สื่อบุคคลในการติดต่อสื่อสารก่อให้เกิดผลดี คือ สามารถนำข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่ข่าวสาร เป็นไปในลักษณะที่ยืดหยุ่น ปรับให้เข้ากับผู้รับสารเป็นรายๆ ไปได้ และยังทำให้รับทราบความรู้สึกนึกคิดของผู้รับสารได้ทันที

### ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับข่าวสาร

คนเราทุกคนมีธรรมชาติในการเปิดรับข่าวสารอยู่ตลอดเวลา แต่จะเปิดรับสื่ออย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยที่เป็นตัวกำหนด คือ

1 ปัจจัยที่มองจากแง่มุมของผู้รับสารเอง เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1.1 ปัจจัยที่วิเคราะห์ตามทฤษฎีการสื่อสาร วิเคราะห์ถึงปัจจัยของการสื่อสารของผู้รับสารในแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร ดังนี้ (สมมาตร คงชื่นสิน. 2539 : 18 - 19)

- ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) ถ้าผู้รับสารไม่สามารถฟัง อ่าน หรือ คิด เขาจะไม่สามารถรับสารที่ผู้ส่งสารส่งไปได้

- ทัศนคติ (Attitude) ผู้รับสารจะถอดรหัสข่าวสารอย่างไร มีสาเหตุบางส่วนมาจากทัศนคติ ทั้งทัศนคติต่อตนเอง ผู้ส่งสาร และข่าวสาร ซึ่งจะมีผลต่อการเปิดรับสาร การแปลข่าวสารของผู้รับสารทั้งสิ้น

- ระดับความรู้ (Knowledge level) ผู้รับสารที่มีระดับความรู้แตกต่างกัน มีแนวโน้มที่จะรับรู้สิ่งรอบข้างแตกต่างกัน และมีแนวโน้มที่จะแปลความหมายของข่าวสารแตกต่างกัน

- ระบบสังคม (Social system) มนุษย์ทุกคนมีบทบาทหน้าที่ในสังคมแตกต่างกัน เช่น นักศึกษา ลูกจ้าง อาจารย์ ฯลฯ สถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลทำให้การเปิดรับการตีความข่าวสารที่แตกต่างกัน

- วัฒนธรรม (Culture) หมายถึง ลักษณะที่แสดงถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียว ศีลธรรมอันดีของประชาชน และระบบหรือวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม และเป็นตัวชี้วัดให้เห็นความแตกต่างระหว่างสังคม วัฒนธรรมของผู้รับสาร จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งที่มีผลต่อการเปิดรับและตีความข่าวสาร

1.2 ปัจจัยที่วิเคราะห์ตามหลักประชากรศาสตร์ ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะทางประชากรศาสตร์เฉพาะบุคคล โดยเฉพาะความแตกต่างในเรื่อง เพศ อายุ การศึกษา ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ภูมิฐานะ

2 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่ว่าคนเราแต่ละคน มีความแตกต่าง เฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้าน โครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากการอบรมเลี้ยง ดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับ สติปัญญา ความคิด ทักษะคิด ตลอดจนกระบวนการรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ

3 ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัด อยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (reference group) ในการตัดสินใจที่แสดงออกซึ่งพฤติกรรมใดๆ ก็ตาม นั่นคือ มักจะ คล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะคิดและพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม จากแนวคิดด้านปัจจัยที่ มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับข่าวสารนั้น จะเห็นได้ว่าผู้รับข่าวสารแต่ละคน ต่างก็มีพฤติกรรมในการเปิดรับ สื่อมวลชนตามแบบเฉพาะของตนเองที่แตกต่างกันไปด้วย

Schramm (1973 : 121-122) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบในด้านต่างๆ ในการเลือกเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารไว้ดังนี้

1. ประสบการณ์จะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน
2. การประเมินประโยชน์ของข่าวสาร จะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสาร เพื่อสนองจุดประสงค์ ของตนอย่างใดอย่างหนึ่งที่แตกต่างกัน
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกัน จะทำให้ผู้รับสารมีความสนใจในสื่อที่แตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม จะทำให้ผู้รับสารมีความสนใจแตกต่างกันในพฤติกรรมในการเลือก รับสื่อและเนื้อหาของรายการที่แตกต่างกัน
5. ความสามารถในการรับข่าวสาร ทั้งสภาพร่างกายและจิตใจ จะมีส่วนสัมพันธ์กับความสามารถ ในการรับสื่อและเนื้อหาของรายการที่แตกต่างกัน
6. บุคลิกภาพมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการโน้มถ่วงใจ และพฤติกรรมในการเปิดรับสารของ ผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อ ความเข้าใจความหมายของสารก็ได้ อารมณ์ของผู้รับสารสามารถพิจารณาความรู้สึกที่เกิดจากตัวผู้รับสารใน ขณะนั้น และความรู้สึกหรือท่าทีที่มีอยู่ก่อนแล้ว (predisposition) เกี่ยวกับข่าวสารนั้น
8. ทักษะคิด จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่ได้รับ ข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสาร มีแนวโน้มจะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

#### ลักษณะการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2529 : 292) ได้สรุปถึงการเปิดรับสื่อของผู้รับสารว่า ผู้รับสารจะเลือก เปิดรับสื่อตามลักษณะ ดังต่อไปนี้

1 เลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ (availability) ธรรมชาติของมนุษย์นั้น จะใช้ความพยายาม เพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ยากมากๆ มักจะไม่ได้รับการเลือก แต่ถ้าสามารถได้มาไม่ยากนัก มักเลือก

ในสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก เช่น ในชนบทประชาชนส่วนใหญ่มักจะเปิดรับวิทยุเป็นสำคัญ เพราะตนเองสามารถจัดหาวิทยุมาได้ง่ายกว่าสื่ออื่น เป็นต้น

2 เลือกสื่อที่สอดคล้อง (consistency) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน เช่น นิสิตนักศึกษา และนักวิชาการ มักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มติชน หรือสยามรัฐมากกว่าหนังสือพิมพ์อื่น เพราะหนังสือพิมพ์ดังกล่าวให้ข่าวสาร สารระ ความรู้ ในแง่วิชาการที่สอดคล้องกับตน

3 เลือกสื่อที่ตนสะดวก (convenience) ปัจจุบันผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารและสื่อบุคคล แต่ละคนก็จะมีพฤติกรรมการรับสื่อที่แตกต่างกันตามที่ตนสะดวก เช่น บางคนมักนิยมรับฟังข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงขณะขับรถ บางคนชอบนั่งหรือนอนชมวิทยุ โทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือในห้องสมุด เป็นต้น

4 เลือกสื่อตามความเคยชิน (accustomedness) ปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุกสังคม ที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักจะพบในบุคคลที่มีอายุมาก เช่น เคยฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำ มักไม่สนใจ วิทยุโทรทัศน์ หรือสื่ออย่างอื่น เป็นต้น

5 ลักษณะเฉพาะของสื่อ จากที่กล่าวมาทั้งสี่ข้อนั้น เป็นความต้องการสื่อของผู้รับสารเป็นหลัก แต่ในข้อนี้กลับเป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อ ที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ คือ สามารถให้ข่าวสารในรายละเอียดดีกว่า ราคากุณและสามารถนำติดตัวไปได้ทุกหนแห่ง หรือวิทยุโทรทัศน์ทำให้เห็นภาพเป็นจริงได้ เร้าใจ มีความรู้สึกเหมือนอยู่ร่วมในเหตุการณ์ มีแสงสีดึงดูดใจ ในขณะที่วิทยุโทรทัศน์สามารถพักผ่อนอิริยาบถได้สบาย เป็นต้น

จากแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ จะเห็นได้ว่ามนุษย์มีความจำเป็นที่จะต้องติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน จะเปิดรับข่าวสารข้อมูลต่างๆ ที่ตนเองสนใจ และเป็นประโยชน์แก่ตนเองเป็นสำคัญ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง จะเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความรู้ ความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติของตน โดยจะเลือกสื่อที่ใกล้ชิด จัดหาได้ง่าย เพื่อความสะดวกในการรับข่าวสาร

### กระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร

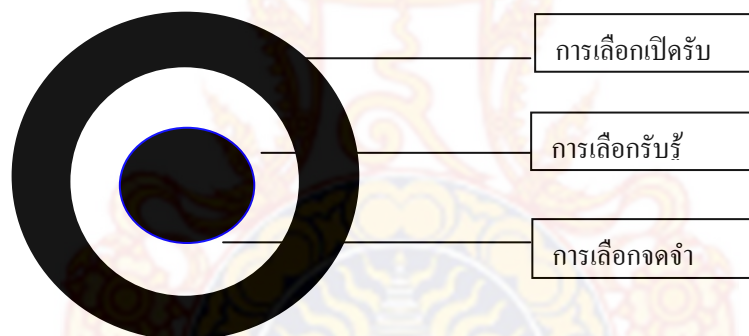
การเลือกรับข่าวสารนั้นประกอบด้วยกระบวนการในการเลือกรับสาร (Selective Processes) ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น ดังนี้ (Joseph T. Klapper. 1960 : 19 - 25)

1 การเลือกเปิดรับ (Selective) แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจที่มีอยู่เดิม และพยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติและความคิดเห็นเดิมของตน ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม จะก่อให้เกิดภาวะความไม่สมดุลทางจิตใจที่เรียกว่า "Cognitive Dissonance" ซึ่งบุคคลอาจจะลดภาวะความไม่สมดุลนี้ได้ โดยการเปลี่ยนทัศนคติ ความรู้ หรือพฤติกรรมการแสดงออก หรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นเดิมของตน



2 การเลือกรับรู้ (Selective Perception) เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายของสารนั้นตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น เป็นต้น ดังนั้น ผู้รับสารจะตีความผิดพลาดหรือบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางที่ตนเองพึงพอใจให้สอดคล้องกับความคิดเห็นความสนใจหรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม

3 การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ เรื่องที่ขัดแย้ง หรือเรื่องที่ค้านกับความคิดเห็นของตนเอง ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับ จึงเป็นการช่วยเสริมทัศนคติ หรือเสริมความเชื่อเดิมของผู้รับสารให้มีความมั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น กล่าวคือ ความพร้อมที่จะจดจำสารของผู้รับสาร จึงมักเกิดขึ้นกับคนที่พร้อมจะเข้าใจ และพร้อมที่จะลืมสำหรับคนที่ไม่พร้อมจะเข้าใจ ดังนั้น กระบวนการเลือกสรรของมนุษย์จึงเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งสามารถแสดงได้ดังภาพประกอบ 9



ภาพประกอบที่ 3 แสดงกระบวนการในการเลือกรับสื่อ

ที่มา : Joseph T. Klapper. The effect of Mass Communication. (1960 : 25)

จากแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ กระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร ประกอบด้วย 1. การเลือกเปิดรับ 2. การเลือกรับรู้ 3. การเลือกจดจำ สามารถนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์เหตุผลในการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวดังประเทศว่ามีลักษณะและแนวทางการเปิดรับสื่ออย่างไร จากแนวคิดนี้ผู้วิจัยสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยเรื่อง“ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดภูเก็ต” เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย และแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยทางด้านการเปิดรับสื่อ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล

## 5. ข้อมูลทั่วไปของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

### ประวัติความเป็นมามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย (มทร.ศรีวิชัย)

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชฯ รัชกาลที่ 9 ทรงลงพระนามปรมาภิไธย ในพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เมื่อวันที่ 8 มกราคม 2548 และพระราชบัญญัติได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 18 มกราคม 2548 ขึ้น 9 คำ เดือน 2 เล่มที่ 122 ตอนที่ 6 ก ทำให้เกิดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ขึ้นใหม่ 9 แห่ง แต่ละแห่งเกิดจากการรวมหน่วยงานเดิมของ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 9 แห่งมีฐานะเป็นนิติบุคคลและเป็นส่วนราชการตามกฎหมายว่าด้วยวิธีการงบประมาณในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษากระทรวงศึกษาธิการ โดยให้มหาวิทยาลัยเป็นสถาบันอุดมศึกษาด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี มีวัตถุประสงค์ให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง ที่เน้นการปฏิบัติ ทำการสอน การวิจัย ผลิตครูวิชาชีพ ให้บริการทางวิชาการในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแก่สังคม ทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย

- 1.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- 2.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
- 3.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลภาคตะวันออก
- 4.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
- 5.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
- 6.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
- 7.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
- 8.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
- 9.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย(มทร.ศรีวิชัย) ซึ่งเกิดจากการรวมคณะและวิทยาเขตของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลในกลุ่มภาคใต้ 5 หน่วยงานเข้าด้วยกัน ได้แก่ คณะเกษตรศาสตร์ นครศรีธรรมราช(ทุ่งใหญ่), วิทยาเขตนครศรีธรรมราช(ไสใหญ่) และวิทยาเขตศรีวิชัย(ขนอม) จังหวัด นครศรีธรรมราช,คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการประมง จังหวัดตรัง และวิทยาเขตภาคใต้ จังหวัดสงขลา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีโครงสร้างเพื่อจัดการเรียนการสอนเป็น 7 คณะ และ 2 วิทยาลัย ได้แก่ คณะเกษตรศาสตร์, คณะอุตสาหกรรมเกษตร, คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการประมง, คณะวิศวกรรมศาสตร์, คณะบริหารธุรกิจ,คณะศิลปศาสตร์, วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว และวิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เป็นสถาบันอุดมศึกษาด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี มีวัตถุประสงค์ให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูงที่เน้นการปฏิบัติ ทำการสอน ทำการวิจัย ผลิต

ครูวิชาชีพ ให้บริการทางวิชาการในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแก่สังคมทะนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยให้ผู้สำเร็จอาชีวศึกษามีโอกาสในการศึกษาต่อ ด้านวิชาชีพเฉพาะทางระดับปริญญาเป็นหลัก

## วิสัยทัศน์ ปรัชญาการศึกษา

### วิสัยทัศน์ (Vision)

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เน้นผลิตบัณฑิต นักปฏิบัติด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่คิดเป็น ทำเป็น และใช้เป็น ที่มีคุณธรรมและจริยธรรม

### ค่านิยมหลัก (Core Values)

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เชี่ยวชาญเทคโนโลยี มีคุณธรรม รับผิดชอบต่อนานาชาติ มีทักษะปฏิบัติ พัฒนาอย่างต่อเนื่อง

### นโยบาย

พัฒนาส่งเสริมการจัดการเรียนการสอน การวิจัย การบริการชุมชน อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน พร้อมพัฒนาบุคลากรให้ก้าวทันต่อกระแสโลกาภิวัตน์ตามวิสัยทัศน์ และทรัพยากรที่มีอยู่อย่างโปร่งใส

### ปรัชญาการศึกษา

"มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จัดการศึกษาโดยมุ่งผลิตกำลังคนให้มีคุณสมบัติพร้อมที่จะประยุกต์ใช้พัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ"

### พันธกิจ(Mission)

1. ผลิตบัณฑิตในระดับอุดมศึกษามุ่งเน้นวิชาชีพพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพ และมีความพร้อมเข้าสู่อาชีพ
2. สร้างงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรมสู่การผลิตและการบริการที่สามารถถ่ายทอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ประเทศ
3. ให้บริการวิชาการแก่สังคม ที่มีแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ เพื่อการมีอาชีพอิสระและพัฒนาอาชีพ เพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน
4. ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

### เป้าประสงค์ (GOALS)

1. เป็นแหล่งการศึกษาด้านวิชาชีพทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเชิงบูรณาการเพื่อให้เป็นมหาวิทยาลัยของประชาชนที่สามารถเรียนรู้ได้ตลอดชีวิต
2. ผลิตผู้สำเร็จการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพ มีคุณธรรม มีวุฒิภาวะทางสังคมที่ดีและสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมืออาชีพ
3. บริการงานด้านวิชาชีพ โดยใช้ฐานความรู้ด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี วิจัยและนวัตกรรมที่สามารถประกอบอาชีพและแข่งขันได้

## ยุทธศาสตร์

1. พัฒนาการบริหารจัดการ
2. พัฒนาและส่งเสริมอาจารย์และบุคลากรทางการศึกษา
3. ส่งเสริมการบริการวิชาการแก่สังคมและชุมชน
4. ปฏิรูปการบริหารงบประมาณและการจัดหารายได้
5. ส่งเสริมการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
6. พัฒนาการจัดการศึกษา
7. พัฒนาคุณภาพและส่งเสริมศักยภาพนักศึกษา
8. พัฒนาคุณภาพมหาวิทยาลัยสู่มาตรฐานสากล
9. ส่งเสริมและพัฒนางานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม

## สีประจำมหาวิทยาลัยฯ

สีเหลือง เป็นสีประจำมหาวิทยาลัย

## ต้นไม้ประจำมหาวิทยาลัยฯ

ต้นยาง (Yang or Dipterocarpus a latus Roxb) ต้นยาง พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงให้อนุรักษ์ไว้และพระราชทานเป็นกล้าไม้มงคลไปปลูกตามสถานที่ต่างๆ อยู่เสมอ ลักษณะลำต้นสูงใหญ่ เรือนยอดเป็นพุ่มกลมผลกลม มีปีกยาว 2 ปีก ปีกสั้น 3 ปีก เมื่อผลหล่นจากต้นจะปลิวไปไกลตามกระแสลม เปรียบเสมือนการนำความรู้ ความเจริญองงามทางสติปัญญาไปปรับใช้สังคม และพัฒนาอยู่เสมอ ดังผลยงนาที่ไม่หล่นอยู่กับที่

## 6. ข้อมูลเกี่ยวกับคณะเทคโนโลยีการจัดการ

### ประวัติคณะเทคโนโลยีการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีนโยบายให้มีการจัดตั้งคณะเทคโนโลยีการจัดการ เพื่อให้เกิดความสะดวกในการบริหารจัดการและตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการในทุก ๆ ด้านอย่างรวดเร็วและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้นโยบายการขยายโอกาสทางการศึกษาของมหาวิทยาลัยฯ และนโยบายกระจายโอกาสแก่นักศึกษา พร้อมด้วยลักษณะพื้นที่ที่ตั้งและโครงสร้างการบริหารงานของคณะบริหารธุรกิจในภาพรวม ตั้งอยู่ ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตภาคใต้ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ซึ่งอยู่ห่างไกลจากพื้นที่จัดตั้งคณะเทคโนโลยีการจัดการตั้งอยู่ ณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช ตำบลฉ่ำใหญ่ อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นระยะทางประมาณ 200 กิโลเมตร ส่งผลให้เกิดความไม่สะดวกในการติดต่อประสานงานและการบริหารจัดการ ประกอบกับเขตพื้นที่ให้บริการของวิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใส่ใหญ่) ครอบคลุมพื้นที่ภาคใต้ตอนกลาง อีกทั้งแนวโน้มการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ

และเทคโนโลยีได้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ตลาดแรงงานมีความต้องการใช้บุคลากรที่จบการศึกษาทั้งในระดับอนุปริญญาและปริญญาตรีในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น

คณะเทคโนโลยีการจัดการมีผู้บริหาร ดังนี้

- |                    |          |   |
|--------------------|----------|---|
| 1. ผศ.สุวรรณี      | โกษากรณ์ | ปฏิบัติหน้าที่คณบดีคณะเทคโนโลยีการจัดการ  |
| 2. นางสาวจันทร์รา  | ภูมา     | ปฏิบัติหน้าที่รองคณบดีฝ่ายวิชาการ         |
| 3. นางสุภาพร       | ไชยรัตน์ | ปฏิบัติหน้าที่รองคณบดีฝ่ายบริหารงานทั่วไป |
| 4. นางสาวบุษรินทร์ | คุณิอาจ  | ปฏิบัติหน้าที่รองคณบดีฝ่ายพัฒนานักศึกษา   |

คณะเทคโนโลยีการจัดการแบ่งสาขา ออกเป็น 4 สาขา คือ

- |               |            |                                       |
|---------------|------------|---------------------------------------|
| 1. ผศ.จินตนา  | เลิศสกุล   | ปฏิบัติหน้าที่หัวหน้าสาขาการจัดการ    |
| 2. ผศ.สาวิตรี | มุณีศรี    | ปฏิบัติหน้าที่หัวหน้าสาขาการตลาด      |
| 3. ผศ.กรกนก   | โกศสวัสดิ์ | ปฏิบัติหน้าที่หัวหน้าสาขาระบบสารสนเทศ |
| 4. ผศ.สุกัลยา | ปรีชา      | ปฏิบัติหน้าที่หัวหน้าสาขาบัญชี        |

#### สถานที่ตั้ง

คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เป็นสถานศึกษา ระดับอุดมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ

ตั้งอยู่เลขที่ 109 หมู่ที่ 2 ตำบลถ้ำใหญ่ อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80110 มีเนื้อที่ 552.5 ไร่ โทรศัพท์ 075-773-139 โทรสาร 075-773-139

#### ภารกิจและสถานภาพของหน่วยงาน

คณะเทคโนโลยีการจัดการมีภารกิจหลัก 4 ด้าน คือ การจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพได้มาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการของสังคมผลิตงานวิจัยที่มีคุณภาพตอบสนองความต้องการของสังคม ให้บริการวิชาการแก่สังคมเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตชุมชนให้ดีขึ้นและทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

#### วิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมาย กลยุทธ์

##### ปรัชญา

“แหล่งสร้างสรรค์การเรียนรู้ เชิดชูคุณธรรม นำปัญญาสู่สังคม”

##### วิสัยทัศน์(VISION)

คณะเทคโนโลยีการจัดการมุ่งการผลิตบัณฑิต ที่มีความรู้ คุณภาพ คุณธรรม จริยธรรมและความรู้ ด้านวิจัยให้บริการวิชาการแก่สังคม ทำนุบำรุงศาสนา ศิลปวัฒนธรรมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

### พันธกิจ (MISSION)

1. ผลิตบัณฑิตที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีการจัดการ และด้านบริหารธุรกิจที่มีคุณลักษณะที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคมและประเทศชาติ
2. สร้างความเป็นเลิศทางวิชาการในด้านเทคโนโลยีการจัดการและกระจายโอกาสทางการศึกษา
3. พัฒนาองค์กรและทรัพยากรบุคคลให้มีคุณภาพเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางวิชาชีพและเทคโนโลยี
4. ผลิตงานวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพสนองความต้องการของสังคม
5. เป็นศูนย์กลางการบริการเผยแพร่วิชาการ วิชาชีพ พัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชน
6. ทำนุบำรุงศาสนา ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

### เป้าประสงค์ (GOALS)

1. ผู้สำเร็จการศึกษามีความรู้ความชำนาญทางเทคโนโลยีการจัดการมีคุณภาพและมาตรฐานตามความต้องการของตลาดแรงงาน
2. ผู้สำเร็จการศึกษามีจริยธรรม คุณธรรม อุดมการณ์ และมีจิตสำนึกต่อสังคม
3. สร้างสรรค์ผลงานวิจัยที่มีคุณภาพได้มาตรฐานเพื่อพัฒนาสังคมชุมชนและท้องถิ่น
4. จัดบริการทางวิชาการเพื่อพัฒนากำลังคนด้านเทคโนโลยีการจัดการ
5. ส่งเสริมให้มีกิจกรรมด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
6. บัณฑิตมีพื้นฐานความรู้อย่างเพียงพอที่จะศึกษาต่อในระดับสูงทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ
7. เพื่อพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งความรู้ มุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการ

### ยุทธศาสตร์

ในการบริหารจัดการและพัฒนาคณะเทคโนโลยีการให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ พันธกิจและเป้าประสงค์ที่ได้กำหนดไว้นั้น การวางแผนและนโยบายได้กำหนดยุทธศาสตร์ไว้ 9 ยุทธศาสตร์ตามลำดับที่ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์ด้านการบริหารจัดการ
2. ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาอาจารย์และอาจารย์และบุคลากรทางการศึกษา
3. ยุทธศาสตร์ด้านการศึกษา
4. ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนานักศึกษา
5. ยุทธศาสตร์ด้านการวิจัยและพัฒนาสิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรม
6. ยุทธศาสตร์ด้านการบริการวิชาการแก่สังคมและชุมชน
7. ยุทธศาสตร์ด้านศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

8. ยุทธศาสตร์ด้านขุมมาตรฐานและคุณภาพของคณะเทคโนโลยีการจัดการสู่การเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

9. ยุทธศาสตร์ด้านงบประมาณและรายได้

### มาตรการ

#### 1. ยุทธศาสตร์ด้านการบริหารจัดการ

1.1 จัดโครงสร้างการบริหารงานที่เหมาะสม กระจายอำนาจสู่ระดับสาขาและแผนกงาน เพื่อความคล่องตัวในการบริหารจัดการ

1.2 พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) เพื่อการบริหารที่รวดเร็วแม่นยำและถูกต้องให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ

1.3 ใช้ระบบประกันคุณภาพ QA Srivijaya ในการควบคุมคุณภาพการศึกษาภายในคณะเทคโนโลยีการจัดการ

1.4 จัดทำแผนบริหารความเสี่ยงของคณะ

1.5 จัดทำแผนบูรณาการในการใช้ทรัพยากรร่วมกัน

1.6 พัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรู้และเข้าใจในภารกิจและบทบาทของคณะเทคโนโลยีการจัดการ

1.7 ประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะเทคโนโลยีการจัดการ

#### 2. ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาและส่งเสริมทรัพยากรมนุษย์

2.1 พัฒนาคุณวุฒิของอาจารย์และบุคลากรทางการศึกษา ให้เป็นไปตามเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

2.2 สนับสนุนการพัฒนาด้านวิชาการและความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง

2.3 สร้างความร่วมมือในการพัฒนาบุคลากรกับสถาบันอุดมศึกษาอื่น ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

#### 3. ยุทธศาสตร์ด้านการจัดการศึกษา

3.1 พัฒนาหลักสูตรที่ทันสมัยและยืดหยุ่น เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและสภาพตลาดแรงงาน

3.2 ผลิตบัณฑิตให้มีความรู้ความสามารถและทักษะด้านเทคโนโลยีที่สอดคล้องกับตลาดแรงงาน มีความสามารถปฏิบัติงานและสามารถเป็นผู้ประกอบการได้

3.3 ปรับปรุงระบบสนับสนุนการศึกษาระบบการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพ ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในทุกด้าน

3.4 สร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการกับภาครัฐและเอกชน

3.5 พัฒนาห้องปฏิบัติการให้ทันสมัยจัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ ที่เหมาะสมและเพียงพอ จัดการศึกษาในหลายรูปแบบ ทั้งสหกิจศึกษา เทียบโอนประสบการณ์ หลักสูตรระยะสั้นเฉพาะทาง และ การศึกษาตลอดชีวิต เพื่อให้คณะเทคโนโลยีการจัดการเป็นแหล่งของการเรียนรู้

#### 4. ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนานักศึกษา

4.1 ส่งเสริมให้นักศึกษามีสุขภาพร่างกายสมบูรณ์ มีความฉลาดทางอารมณ์และจิตสำนึก สาธารณะ

4.2 ส่งเสริมกิจกรรมนักศึกษาเพื่อปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม และการอยู่ร่วมกันในสังคม

4.3 สร้างบรรยากาศของสถานศึกษา และจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการศึกษา

4.4 สร้างจิตสำนึกของภาวะผู้นำ และเป็นพลเมืองดี

#### 5. ยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการวิจัย สิ่งประดิษฐ์ และนวัตกรรม

5.1 ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรด้านการวิจัย

5.2 สนับสนุนการวิจัย สิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรม

5.3 เผยแพร่และถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผลงานวิจัย และสิ่งประดิษฐ์ ต่อสาธารณะทั้ง ภายในประเทศและต่างประเทศ

5.4 พัฒนาองค์ความรู้และเทคโนโลยีในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลผลิตตามความต้องการ ของชุมชน

#### 6. ยุทธศาสตร์ด้านการบริการทางวิชาการ

6.1 พัฒนาระบบการบริการทางวิชาการที่เชื่อมโยงกับชุมชน

6.2 จัดหารายได้จากบริการวิชาการ

#### 7. ยุทธศาสตร์ด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

7.1 สร้างจิตสำนึกในการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

7.2 สร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนศิลปวัฒนธรรม

8. ยุทธศาสตร์ด้านการยกระดับมาตรฐานคุณภาพคณะเทคโนโลยีการจัดการสู่การยอมรับของ สากล

8.1 ดำเนินการเพิ่มขีดความสามารถของคณะเทคโนโลยีการจัดการ

8.2 พัฒนาคณะเทคโนโลยีการจัดการให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

#### 9. ยุทธศาสตร์ด้านการจัดงบประมาณและรายได้

9.1 จัดทำแผนงบประมาณรายจ่ายประจำปี

9.2 จัดระบบการหารายได้จากทรัพยากรของคณะเทคโนโลยีการจัดการให้มีประสิทธิภาพ การจัดการศึกษา

ในปีการศึกษา 2553 คณะเทคโนโลยีการจัดการ ได้จัดการศึกษาทั้งในระดับอนุปริญญา และระดับปริญญาตรี มีจำนวนหลักสูตรที่เปิดสอนทั้งหมด 11 หลักสูตร โดยจำแนกหลักสูตรดังนี้



## ระดับที่เปิดสอน 2 ระดับ

1. ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)
2. ระดับปริญญาตรี

### ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

- หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) : หลักสูตร 2 ปี  
จำนวน 3 หลักสูตร
  - หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (สาขาวิชาการจัดการ)
  - หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (สาขาวิชาการตลาด)
  - หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ)
- หลักสูตรระดับปริญญาตรี แบ่งออกเป็น 8 หลักสูตร
  - หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต : หลักสูตร 4 ปี จำนวน 4 หลักสูตร
    - หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาการจัดการ)
    - หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาการตลาด)
    - หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาการบัญชี)
    - หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ)
  - หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต : หลักสูตรเทียบโอน  
จำนวน 4 หลักสูตร
    - หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาการจัดการ)
    - หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาการตลาด)
    - หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาการบัญชี)
    - หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ)

ตารางแสดงจำนวนนักศึกษา คณะเทคโนโลยีการจัดการ ประจำปีการศึกษา 2553 จำแนกตาม  
หลักสูตร สาขาวิชา และชั้นปีที่ศึกษา  
ตารางที่ 2 แสดงจำนวนนักศึกษา ประจำปีการศึกษา 2553

ที่	รายการ	จำนวน (คน)		
		ภาคปกติ	ภาคสมทบ	รวม
	<b>ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)</b>	<b>274</b>	<b>36</b>	<b>310</b>
<b>1</b>	<b>สาขาวิชาการจัดการ</b>			
	ปีที่ 1	35		35
	ปีที่ 2	36		36
<b>2</b>	<b>สาขาวิชาการตลาด</b>			
	ปีที่ 1	18		18
	ปีที่ 2	60		60
<b>3</b>	<b>สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ (ปวช.)</b>			
	ปีที่ 1	20		20
	ปีที่ 2	65		60
<b>4</b>	<b>สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ (ม.6)</b>			
	ปีที่ 1	12	14	26
	ปีที่ 2	28	22	50
	<b>ระดับปริญญาตรี 2 ปี</b>	<b>686</b>	<b>226</b>	<b>912</b>
	<b>สาขาวิชาการจัดการทั่วไป</b>			
	ปีที่ 1 (เทียบโอน)	124	21	145
	ปีที่ 2	70	29	99
	<b>สาขาวิชาการตลาด</b>			
	ปีที่ 1 (เทียบโอน)	100	-	100
	ปีที่ 2	88	14	102
	<b>สาขาวิชาการบัญชี</b>			
	ปีที่ 1 (เทียบโอน)	62	13	75
	ปีที่ 2	92	50	142
	<b>สาขาวิชาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ</b>			
	ปีที่ 1 (เทียบโอน)	70	43	113
	ปีที่ 2	80	56	136

## ตารางที่ 2 (ต่อ)

ที่	รายการ	จำนวน (คน)		
		ภาคปกติ	ภาคสมทบ	รวม
	<b>ระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี</b>	<b>606</b>		<b>606</b>
1	<b>สาขาวิชาการจัดการทั่วไป</b>			
	ปีที่ 1	119		119
	ปีที่ 2	75		75
	ปีที่ 3	54		54
	ปีที่ 4	46		46
2	<b>สาขาวิชาการตลาด</b>			
	ปีที่ 1	45		45
	ปีที่ 2	32		32
	ปีที่ 3	18		18
	ปีที่ 4	24		24
3	<b>สาขาวิชาการบัญชี</b>			
	ปีที่ 1	133		133
	ปีที่ 2	-		-
	ปีที่ 3	-		-
	ปีที่ 4	-		-
4	<b>สาขาวิชาการระบบสารสนเทศทางธุรกิจ</b>			
	ปีที่ 1	60		60
	ปีที่ 2	-		-
	ปีที่ 3	-		-
	ปีที่ 4	-		-
	<b>รวมนักศึกษาทั้งหมด</b>	<b>1,566</b>	<b>262</b>	<b>1,828</b>

ที่มา : ข้อมูลจากงานนโยบาย แผน และงบประมาณ ฝ่ายบริหาร คณะเทคโนโลยีการจัดการ

21 พฤษภาคม 2553

### จำนวนนักศึกษาใหม่ ประจำปีการศึกษา 2553

คณะเทคโนโลยีการจัดการ จำแนกตามหลักสูตร สาขาวิชา และชั้นปีที่ศึกษา ดังตาราง ๑  
ตารางที่ 3 แสดงจำนวนนักศึกษาใหม่ ประจำปีการศึกษา 2553

ลำดับ	สาขา	จำนวนนักศึกษา (คน)	หมายเหตุ
1	<b>สาขาการจัดการ</b> - ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง - ระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี - ระดับปริญญาตรี หลักสูตรเทียบโอน - ระดับปริญญาตรี หลักสูตรเทียบโอน (สมทบ เสาร์ – อาทิตย์) <b>รวม</b>	 36 120 127 23  <b>306</b>	
2	<b>สาขาการตลาด</b> - ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง - ระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี - ระดับปริญญาตรี หลักสูตรเทียบโอน <b>รวม</b>	 18 46 104 <b>168</b>	
3	<b>สาขาการระบบสารสนเทศ</b> - ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง - คอมพิวเตอร์ธุรกิจ (ปวช.) - คอมพิวเตอร์ธุรกิจ (ม.6) - คอมพิวเตอร์ธุรกิจ (สมทบ เสาร์ – อาทิตย์) - ระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี - ระดับปริญญาตรี หลักสูตรเทียบโอน - ระดับปริญญาตรี หลักสูตรเทียบโอน (สมทบ เสาร์ – อาทิตย์) - ระดับปริญญาตรี หลักสูตรเทียบโอน (สมทบ จันทร์ - ศุกร์) <b>รวม</b>	 22 13 16  63 71 28  29 <b>242</b>	

ลำดับ	สาขา	จำนวนนักศึกษา (คน)	หมายเหตุ
4	<b>สาขาการบัญชี</b> - ระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี - ระดับปริญญาตรี หลักสูตรเทียบโอน - ระดับปริญญาตรี หลักสูตรเทียบโอน (สมทบ เสาร์ – อาทิตย์)  <b>รวม</b>	 138 66 13  <b>217</b>	
	<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>933</b>	

## 7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดวงเพ็ญ สำเนียง (2547: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การนำเสนอภาพโฆษณาในท่าอากาศยาน กรุงเทพฯ การเปิดรับ การรับรู้และการจำได้ของผู้ใช้บริการ” ผลการศึกษาพบว่า การวิเคราะห์ด้านการเปิดรับ การรับรู้ และการจดจำของผู้ใช้บริการ สรุปได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างจะมีการเปิดรับสื่อโฆษณาป้ายกล่องไฟมากที่สุด ในด้านการรับรู้สื่อโฆษณาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้เชิงบวกต่อสื่อโฆษณาในท่าอากาศยานกรุงเทพฯ ในส่วนของการจดจำสื่อโฆษณาพบว่ากลุ่มตัวอย่างจะจดจำชื่อสินค้าและบริการได้ทั้งหมด 14 ชนิด โดยสื่อโฆษณา 5 ลำดับแรกที่จดจำได้ คือสื่อโฆษณาของทางท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บัตรเครดิต ธนาคารเอเชีย ร้านคิงพาวเวอร์ ออเรนทีดีแทค ตามลำดับ จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับ การรับรู้ และการจดจำสื่อโฆษณาในท่าอากาศยานกรุงเทพฯ ของ ผู้ใช้บริการ โดย (1) เพศ อายุและอาชีพเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อโฆษณา (2) อายุและอาชีพ เท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้สื่อโฆษณาและ (3) อายุเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับการจดจำสื่อโฆษณา

ดวงฤดี ปลอดภัย และคณะ (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ของนักเรียนในพื้นที่ 8 จังหวัดภาคใต้” ผลการศึกษาพบว่า สื่อที่นักเรียน/นักศึกษาใช้ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยหาดใหญ่มากที่สุด คือ สื่อวิทยุกระจายเสียง รองลงมาเป็นสื่อประเภทป้ายประชาสัมพันธ์และสื่อสิ่งพิมพ์ และเพศมีความสัมพันธ์กับสื่อประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ประเภทป้ายประชาสัมพันธ์และเว็บไซต์มหาวิทยาลัย ประเภทของการศึกษา มีความสัมพันธ์กับสื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อระบบรับสมัครออนไลน์ แนวทางการศึกษาต่อ ประเภทของสถานศึกษา มีความสัมพันธ์กับสื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ประเภทหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ช่องทางจำหน่ายใบสมัครสัมพันธ์ และเพศ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้สื่อประเภทนิตยสาร และโบรชัวร์ แผ่นพับ ประเภทการศึกษา มีความสัมพันธ์กับสื่อการรับรู้ที่ใช้ประเภท

โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และเว็บไซต์ ประเภทสถานศึกษา มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อ ในการรับรู้ประเภทโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสารสัมพันธ์

พัชรี หล้าแหล่ง (2547: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการรับรู้สื่อโฆษณาของผู้บริโภคในเขตพื้นที่จังหวัดตรัง ที่มีต่อการโฆษณาของห้างสรรพสินค้าเทสโก้ โลตัสตรัง” ผลการศึกษา พบว่า ประเภทของสื่อที่รับที่บ้านหรือที่พักอาศัยมากที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ และมีลักษณะนิสัยการเปิดรับสื่อ ตามประเภทของสื่อที่สะดวกในการรับ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ การเปิดรับสื่อโฆษณาของห้างสรรพสินค้าเทสโก้ โลตัส จากสื่อแต่ละประเภท ในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมาเรียงตามลำดับดังนี้ สื่อประเภทแผ่นพับ/เอกสารเผยแพร่ สื่อประเภทโทรทัศน์ สื่อประเภทป้ายโฆษณาสื่อประเภท ผู้ที่เคยใช้แนะนำ สื่อประเภทหนังสือพิมพ์ สื่อประเภทเจ้าหน้าที่หรือพนักงานแนะนำสื่อประเภทโปสเตอร์ สื่อประเภทอินเทอร์เน็ตและสื่อประเภทการอบรมสัมมนา การรับประสบการณ์จากสื่อโฆษณาของห้างฯ โดยส่วนใหญ่ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการรับสื่อของห้างสรรพสินค้าเทสโก้ โลตัส อยู่ในระดับมากและสื่อประเภทต่าง ๆ มีอิทธิพลหรือมีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการห้างสรรพสินค้าเทสโก้ โลตัส โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

วันทสิริ ประเสริฐกุล (2547: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวทางหนังสือพิมพ์ของประชาชน ตำบลคลองท่อมใต้ อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่” ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างอ่านข่าวในระดับน้อย ซึ่งส่วนใหญ่เปิดรับข่าวจากที่บ้านมากที่สุด และอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐเป็นประจำทุกวัน โดยมีระยะเวลาในการอ่านประมาณ 1-15 นาที เพราะต้องการค้นหาหาข้อมูลซึ่งประเภทของข่าวที่อ่านส่วนใหญ่เป็นข่าวการเมือง ซึ่งมีระยะเวลาในการจำหน่ายทุกวัน โดยมีปริมาณเนื้อหาที่เพียงพอกับความต้องการของผู้อ่าน ราคาควรอยู่ในช่วง 5-10 บาท ปัจจัยส่วนบุคคลซึ่งประกอบด้วย อายุ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับสถานที่ในการเปิดรับข่าว ส่วนอายุหมู่ที่ รายได้ อาชีพ มีความสัมพันธ์กับการซื้อหนังสือพิมพ์ ส่วนระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับข่าว

ศศิวิมล ตามไทย (2542: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติและพฤติกรรมกรบริโภคข่าวท้องถิ่น ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า การเปิดรับข่าวสารโดยทั่วไป กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารทั่วไปเป็นประจำจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือสื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สมาชิกในครอบครัวญาติ/เพื่อน/คนรู้จักสื่อ นิตยสาร และสื่ออื่น ๆ (เช่น วิทยุติดตามตัว) ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารทั่วไปอยู่ในระดับค่อนข้างสูง แต่มีปริมาณการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ นิตยสารและสื่ออื่น ๆ ในระดับต่ำมาก การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวท้องถิ่น กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวท้องถิ่นตามแนวพระราชดำริ จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือสื่อวิทยุและสื่อหนังสือพิมพ์ตามลำดับ ส่วนการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวท้องถิ่นกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดเช่นเดียวกัน แต่อันดับรองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์และสื่อวิทยุ ตามลำดับ อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารเกี่ยวกับข่าวท้องถิ่นจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือสื่อวิทยุและสื่อหนังสือพิมพ์ตามลำดับ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข่าวท้องถิ่นจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุดเช่นเดียวกัน แต่อันดับรองลงมาคือ สื่อหนังสือพิมพ์และสื่อวิทยุตามลำดับ

อภิชาติ หนูน้อย (2544: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของประชาชน : กรณีศึกษา อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง” ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์ป่าชายเลนมีการเปิดรับสื่อในระดับปานกลางเมื่อจำแนกตามประเภทของสื่อ แต่ละครึ่งพบว่า สื่อเฉพาะกิจมีการเปิดรับมากที่สุด ส่วนการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับป่าชายเลนพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจมากที่สุด รองลงมาเป็นสื่อมวลชนและสื่อบุคคลตามลำดับ พฤติกรรม การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าชายเลน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมปฏิบัติการมากที่สุดอยู่ในระดับปาน กลาง รองลงมาเป็นการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในระดับน้อยและการมีส่วนร่วมประเมินผลอยู่ในระดับ น้อยที่สุด



### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

#### การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาใหม่ ที่ศึกษาทั้งในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และปริญญาตรี จากคณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาใหม่ ที่ศึกษาทั้งในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.)และปริญญาตรี จากคณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างในกรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ตามวิธีของยามานะ (Taro Yamane, 1973 p.125) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) และการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยมีค่าความเชื่อมั่นทางสถิติที่ 95 % และมีค่าความคลาดเคลื่อน 5 % ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 280 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดของแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงขอเก็บแบบสอบถามเป็นจำนวน 300 ชุด โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่างตามขั้นตอน ดังนี้

การกำหนดขนาดตัวอย่างในกรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ตามวิธีของยามานะ (Taro Yamane, 1973 p.125)

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
N	แทน	ขนาดของประชากร
e	แทน	ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง



ผู้วิจัยยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มได้ร้อยละ 5 หรือ 0.05 แทนค่าสูตร ดังนี้

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{933}{1 + (933 \times (0.05)^2)} \\
 &= \frac{933}{1 + (933)(.0025)} \\
 &= \frac{933}{1 + 2.3325} \\
 &= \frac{933}{3.3325} \\
 &= 279.96 \approx 280
 \end{aligned}$$

เพื่อให้จำนวนตัวอย่างครอบคลุมประชากรของงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้สำรองตัวอย่างไว้จำนวน 20 ตัวอย่าง รวมจำนวนตัวอย่างทั้งหมดเท่ากับ 300 ตัวอย่าง

#### การสุ่มตัวอย่าง

ในงานวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่างดังนี้

#### ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

1.1 จาก 3 คณะในวิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่) เลือก คณะเทคโนโลยีการจัดการ เนื่องจากเป็นคณะที่มีจำนวนนักศึกษามากที่สุด

1.2 จาก 4 สาขา กำหนดตามอัตราส่วนตามจำนวนนักศึกษาใหม่ ประจำปีการศึกษา 2553 ตารางที่ 4 แสดงอัตราส่วนการสุ่มตัวอย่าง

สาขา	จำนวน น.ศ ใหม่ (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
-สาขาการจัดการ	306	98
-สาขาการตลาด	168	54
-สาขาระบบสารสนเทศ	242	78
-สาขาการบัญชี	217	70
รวม	933	300

ที่มา : ฝ่ายวิชาการคณะเทคโนโลยีการจัดการ 7 มิถุนายน 2553

**ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)** เป็นการเลือกตัวอย่างโดยการเก็บข้อมูลจากนักศึกษาใหม่จากคณะเทคโนโลยีการจัดการ ตามอัตราส่วนที่กำหนด เพื่อรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามตามสะดวก ให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง

### **การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

#### **1. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ดำเนินการสร้างตามขั้นตอนดังนี้**

- 1.1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)
- 1.2 วิเคราะห์กรอบแนวคิด และจุดมุ่งหมายของการวิจัย รวมทั้งศึกษาและทบทวนแนวคิด ทฤษฎีจากตำรา เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 1.3 จากการศึกษาดังกล่าวข้างต้น ได้นำมาสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในการศึกษาในแต่ละด้าน จะเป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน มีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)

1.4 นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย พร้อมปรับปรุงแก้ไข

1.5 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับนักศึกษาเก่าในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) จำนวน 50 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีการของครอนบาค (Cronbach) ที่เรียกว่า “สัมประสิทธิ์แอลฟา” ( $\alpha$ -Coefficient) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา” ( $\alpha$ -Coefficient) = 0.8928

1.6 นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

**2. ลักษณะของเครื่องมือ** เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยคำถามในแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ตอน คือ

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม** มีจำนวน 6 ข้อ ได้แก่

ข้อ 1 เพศ มีลักษณะคำถามแบบให้เลือก 2 คำตอบ (Dichotomous) มีระดับการวัดเป็นข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อ 2 อายุ มีลักษณะคำถามแบบให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) มีระดับการวัดเป็นข้อมูลเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อ 3 หลักสูตรที่ศึกษา มีลักษณะคำถามแบบให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) มีระดับการวัดเป็นข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อ 4 สาขาที่ศึกษา มีลักษณะคำถามแบบให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice)

มีระดับการวัดเป็นข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 5 ภาคการเรียน มีลักษณะคำถามแบบให้เลือก 2 คำตอบ (Dichotomous)

มีระดับการวัดเป็นข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 6 สถานที่สำเร็จการศึกษา มีลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open Question)

มีระดับการวัดเป็นข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

**ตอนที่ 2 ข้อมูลการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) มีจำนวน 6 ข้อ ได้แก่**

ข้อ 1 ประเภทสื่อที่รับข่าวสารเป็นประจำ มีลักษณะคำถามแบบให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) มีระดับการวัดเป็นข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อ 2 แหล่งที่มาของข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) มีลักษณะคำถามแบบให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) มีระดับการวัดเป็นข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อ 3 การรู้จักมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ก่อนสมัครเรียน มีลักษณะคำถามแบบให้เลือก 2 คำตอบ (Dichotomous) มีระดับการวัดเป็นข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อ 4. การรู้จักคณะเทคโนโลยีการจัดการ ก่อนสมัครเรียน มีลักษณะคำถามแบบให้เลือก 2 คำตอบ (Dichotomous) มีระดับการวัดเป็นข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อ 5. การรับรู้การจำหน่ายใบสมัครของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) มีลักษณะคำถามแบบให้เลือก 2 คำตอบ (Dichotomous) มีระดับการวัดเป็นข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Nominal Scale)

ข้อ 6. ระดับการรับรู้แยกตามประเภทของสื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ของสื่อแต่ละประเภท โดยมีลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ จำนวน 10 ข้อ โดยมีการให้คะแนนรวมแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ข้อ 7. ความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) โดยมีลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ จำนวน 2 ข้อ โดยมีการให้คะแนนรวมแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ข้อ 8. ปัญหา และอุปสรรคในการรับรู้สื่อ เป็นคำถามปลายเปิด

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาใหม่ ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ในช่วงเดือนมิถุนายน 2553

## การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

### 1. การจัดกระทำข้อมูล

- 1.1 นำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
- 1.2 นำแบบสอบถามที่ได้มาลงรหัส (Coding) ตามที่ได้กำหนดรหัสไว้
- 1.3 การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วนำมาบันทึกโดยใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS For Windows

### การวิเคราะห์ข้อมูล มีวิธีการดังนี้

1. นำแบบสอบถามตอนที่ 1 ซึ่งเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม, แบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อ 1-5 มาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าความถี่และค่าร้อยละ เพื่อทำการแปลความหมายของข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม

2. นำแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อ 6-7 มาวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อวัดค่ากลางของข้อมูล และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อหาความแตกต่างของข้อมูลในการวัดค่ากระจายของข้อมูล

3. นำแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อ 6-7 มาตรวจให้คะแนนในแต่ละข้อ โดยมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ตอนที่ 2 ข้อ 6 ระดับการรับรู้แยกตามประเภทของสื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ของสื่อแต่ละประเภท มีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	ระดับการรับรู้มากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	ระดับการรับรู้มาก
ระดับ 3	หมายถึง	ระดับการรับรู้ปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	ระดับการรับรู้น้อย
ระดับ 1	หมายถึง	ระดับการรับรู้น้อยที่สุด

การกำหนดคะแนนเฉลี่ยและใช้สูตรเพื่อกำหนดระดับการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ดังนี้ (ถวัลย์ วานิชย์บัญชา, 2546 : 45)

$$\begin{aligned}
 1. \text{พิสัย} &= \text{ค่าสูงสุดของข้อมูล} - \text{ค่าต่ำสุดของข้อมูล} \\
 &= 5 - 1 \\
 &= 4
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2. \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \text{พิสัย/จำนวนชั้น} \\
 &= 4/5 \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

แสดงคะแนนเฉลี่ยได้ดังนี้

4.21 – 5.00	แสดงว่า	อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด
3.41 – 4.20	แสดงว่า	อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก
2.61 – 3.40	แสดงว่า	อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง
1.81 – 2.60	แสดงว่า	อยู่ในระดับความพึงพอใจเล็กน้อย
1.00 – 1.80	แสดงว่า	อยู่ในระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 2 ข้อที่ 7 ความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สวทช.) มีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	พึงพอใจมาก
ระดับ 3	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	พึงพอใจน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด

และมีการกำหนดคะแนนเฉลี่ยเพื่อกำหนดระดับความพึงพอใจ ดังนี้

แสดงคะแนนเฉลี่ยได้ดังนี้

4.21 – 5.00	แสดงว่า	อยู่ในระดับการรับรู้มากที่สุด
3.41 – 4.20	แสดงว่า	อยู่ในระดับการรับรู้มาก
2.61 – 3.40	แสดงว่า	อยู่ในระดับการรับรู้ปานกลาง
1.81 – 2.60	แสดงว่า	อยู่ในระดับการรับรู้เล็กน้อย
1.00 – 1.80	แสดงว่า	อยู่ในระดับการรับรู้ต่ำที่สุด

4. นำแบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อ 8 นำมาหาค่าความถี่ ของปัญหา และอุปสรรคในการรับรู้สื่อ และนำมาบรรยายประกอบข้อมูล

5. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาใหม่ ได้แก่ เพศ อายุ หลักสูตรที่ศึกษา สาขาที่ศึกษา ภาคการเรียน สถานที่สำเร็จการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้สื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยวิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ต่างกันใช้สถิติ

- ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยที่ทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สูตร t – test Independent (เฉพาะ ข้อที่ 1 เพศ)
- ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป คือ อายุ หลักสูตรที่ศึกษา สาขาที่ศึกษา ภาคการเรียน สถานที่สำเร็จการศึกษา โดยใช้สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) หรือ One – Way ANOVA

## 2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

### 2.1 สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม

2.1.1 การหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีของครอนบัค (Cronbach) ที่เรียกว่า “สัมประสิทธิ์แอลฟา” ( $\alpha$  - Coefficient) โดยใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2543 : 174)

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ  $\alpha$  แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

k แทน จำนวนข้อของคำถามในแบบสอบถาม

$\sum S_i^2$  แทน ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

$S_t^2$  แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวม

### 2.2 สถิติพื้นฐาน มีดังนี้

2.2.1 ค่าร้อยละ ใช้สูตรดังนี้ (พิชิต ฤทธิ์จรูญ. 2544 : 293)

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{ความถี่ที่ต้องการเปรียบเทียบ}}{\text{จำนวนรวมทั้งหมด}} \times 100$$

### 2.2.2 ค่าเฉลี่ย ใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544 : 35)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$	แทน	ตัวกลางเลขคณิตหรือค่าเฉลี่ย
$\sum X$	แทน	ผลรวมทั้งหมดของข้อมูล
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

### 2.2.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สูตร (ชัยสิทธิ์ เถลิงมีประเสริฐ. 2544 : 93)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
$X_i$	แทน	คะแนนข้อมูลดิบแต่ละตัว
$(\sum X_i)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
$\sum X_i^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
n	แทน	จำนวนข้อมูลทั้งหมด

2.3 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานในการวิจัย เพื่อสรุปผลอ้างอิงไปยังประชากรของการศึกษาคั้งนี้ โดยสถิติที่นำมาทดสอบสมมติฐานมีดังต่อไปนี้

2.3.1 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 (เฉพาะเพศ) ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สูตร t – test Independent (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544 : 170)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

$$df = \frac{\left[ \frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left[ \frac{S_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[ \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}}$$

$\bar{t}$	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - distribution
$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
$S_1^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
$S_2^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
$n_1$	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
$n_2$	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
df	แทน	ชั้นความเป็นอิสระ

2.3.2 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 (ยกเว้นเพศ) ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มมีความเป็นอิสระต่อกัน ใช้สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) หรือ One -Way ANOVA โดยหากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบรายคู่โดยวิธีของ LSD (Least Significant Difference)

2.3.2.1 One-Way ANOVA ใช้สูตรดังนี้ (พิชิต ฤทธิ์จรูญ. 2544 : 345)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

$$df_b = k - 1, df_w = N - k$$



เมื่อ	F	แทน	สถิติที่จะใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ F เมื่อทราบนัยสำคัญ
	$MS_b$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม $= \frac{SS_b}{k - 1}$
	$SS_b$	แทน	ผลรวมของกำลังสองค่าเบี่ยงเบนระหว่างกลุ่ม
	$MS_w$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม $= \frac{SS_w}{N - k}$
	$SS_w$	แทน	ผลรวมของกำลังสองของค่าเบี่ยงเบนภายในกลุ่ม
	$df_b$	แทน	ชั้นความเป็นอิสระระหว่างกลุ่ม
	$df_w$	แทน	ชั้นความเป็นอิสระภายในกลุ่ม
	N	แทน	จำนวนข้อมูลทั้งหมด
	K	แทน	จำนวนกลุ่ม

2.3.2.2 การทดสอบแบบ LSD (Least Significant Difference) ใช้สูตรดังนี้  
(ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2545 : 201)

$$LSD(\alpha) = t_{\alpha, r} * S_d \text{ โดยที่ } S_d = \sqrt{MSE \left[ \frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

$n_i \neq n_j$  และ  $r = n - k$

LSD( $\alpha$ )	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณสำหรับการทดสอบประชากรกลุ่มที่ i และ j
MSE	แทน	ค่า Mean Square Error ที่ได้จากรายวิเคราะห์ความแปรปรวน
k	แทน	ค่าจำนวนกลุ่มทั้งหมดที่ใช้ทดสอบ
n	แทน	ค่าจำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด $= n_1 + n_2 + n_3 + \dots + n_k$
$t_{\alpha, r}$	แทน	ค่าสถิติจากรายมาตรฐาน t โดยใช้ค่าของ $df = n - k$
df	แทน	ชั้นความเป็นอิสระ

ทดสอบสมมติฐานสำหรับผลต่างของค่าเฉลี่ยทุกคู่ที่เป็นไปได้ มีข้อกำหนดดังนี้

$$H_0 : \mu_1 = \mu_2$$

$$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2 \text{ (} i \neq j \text{)}$$

จะปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$  เมื่อ  $|\bar{X}_i - \bar{X}_j| > LSD_\alpha$  สำหรับประชากรที่ i และ j

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัย เรื่อง “การรับรู้ต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่ เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)” ผู้วิจัย จึงได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล ดังต่อไปนี้

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้จากกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
$\chi^2$	แทน	ค่าสถิติที่คำนวณได้ที่ $df = (r-1)(c-1)$ เพื่อนำไปเปรียบเทียบกับค่า $\chi^2$ ที่ได้จากตาราง
*	แทน	ค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	ค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

### การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เรื่อง “การรับรู้ต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)” ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

**ตอนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

- 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาใหม่
- 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)

**ตอนที่ 2** การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอ้างอิง เพื่อทดสอบสมมติฐาน และสรุปผลอ้างอิงไปยังประชากร โดยการนำเสนอผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

2.1. ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาใหม่ ได้แก่ เพศ อายุ หลักสูตรที่ศึกษา สาขาที่ศึกษา ภาคการเรียน สถานที่สำเร็จการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยวิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) แตกต่างกัน

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 1.1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาใหม่

ตาราง 5 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของนักศึกษาใหม่ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ หลักสูตรที่ศึกษา สาขาที่ศึกษา ภาคการเรียน สถานที่สำเร็จการศึกษา

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	37	12.3
1.2 หญิง	263	87.7
รวม	300	100
2. อายุ		
2.1 ต่ำกว่า 20 ปี	123	41.0
2.2 20-23 ปี	170	56.7
2.3 23 ปีขึ้นไป	7	2.3
รวม	300	100
3. สาขาเรียน		
3.1 สาขาการจัดการ	119	39.7
3.2 สาขาการตลาด	76	25.3
3.3 สาขาระบบสารสนเทศ	50	16.7
3.4 สาขาการบัญชี	55	18.3
รวม	300	100
4. ภาคการเรียน		
4.1 ภาคปกติ	276	92.0
4.2 ภาคสมทบ	24	8.0
รวม	300	100
5. สถานที่สำเร็จการศึกษา		
5.1 โรงเรียนก้างปลาวิทยาคม	2	.7
5.2 โรงเรียนจรัสพิชากรอาชีวศึกษา	2	.7
5.3 โรงเรียนชะอวด	2	.7
5.4 โรงเรียนชะอวดวิทยาคาร	2	.7
5.5 โรงเรียนคอนสาณานำวิทยา	1	.3
5.6 โรงเรียนทรายขาววิทยา	1	.3

ตาราง 5 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
5. สถานที่สำเร็จการศึกษา		
5.7 โรงเรียนทุ่งสง	6	2.0
5.8 โรงเรียนทุ่งสงวิทยา	7	2.3
5.9 โรงเรียนทุ่งใหญ่พณิชยการ	2	.7
5.10 โรงเรียนเทคนิคพณิชยการกระบี่	2	.7
5.11 โรงเรียนเทคโนโลยีทักษิณพณิชยการ	1	.3
5.12 โรงเรียนเทคโนโลยีภาคใต้	25	8.3
5.13 โรงเรียนเทคโนโลยีและการจัดการสิงหนคร	1	.3
5.14 โรงเรียนนครพณิชยการ	4	1.3
5.15 โรงเรียนนราวิทยาลัย	1	.3
5.16 โรงเรียนบริหารธุรกิจวิทยาสงขลา	1	.3
5.17 โรงเรียนปากพนัง	1	.3
5.18 โรงเรียนปากพนังพณิชยการ	1	.3
5.19 โรงเรียนพงษ์สวัสดิ์พณิชยการ	1	.3
5.20 โรงเรียนพณิชยการทุ่งสง	23	7.7
5.21 โรงเรียนพนมเบญจา	1	.3
5.22 โรงเรียนพ่วงพรมครวิทยา	1	.3
5.23 โรงเรียนพรุพิพิทยาคม	1	.3
5.24 โรงเรียนพะเยาพณิชยการเทคโนโลยี	1	.3
5.25 โรงเรียนพัทลุงบริหารธุรกิจ	2	.7
5.26 โรงเรียนมัธยมสุไหงปาดี	1	.3
5.27 โรงเรียนร่อนพิบูลย์เกียรติวสุนทรากิวิฬ์	2	.7
5.28 โรงเรียนระโนดวิทยา	1	.3
5.29 โรงเรียนรัชฎา	5	1.7
5.30 โรงเรียนราชประชานุเคราะห์ 19	2	.7
5.31 โรงเรียนศรีธรรมราชศึกษา	1	.3
5.32 โรงเรียนศึกษาสงเคราะห์พัทลุง	1	.3
5.33 โรงเรียนสงขลาเทคโนโลยี	1	.3
5.34 โรงเรียนส่งเสริมศาสตร์	1	.3
5.35 โรงเรียนสตรีทุ่งสง	2	.7

## ตาราง 5 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
5. สถานที่สำเร็จการศึกษา		
5.36 โรงเรียนส่องแสงพาณิชย์การ	1	.3
5.37 โรงเรียนสามตำบลวิทยาประชาสรรค์	1	.3
5.38 โรงเรียนสิรินธรราชวิทยาลัย	1	.3
5.39 โรงเรียนโสภณเทคโนโลยี	3	.3
5.40 โรงเรียนหาดใหญ่บริหารธุรกิจสากล	3	1.0
5.41 โรงเรียนหาดใหญ่รัฐประชาสรรค์	1	1.0
5.42 โรงเรียนหาดใหญ่อำนวยวิทย์พาณิชย์การ	2	.7
5.43 โรงเรียนอาชีพศึกษาวิจิตรศิลป์	3	1.0
5.44 โรงเรียนอุดมศึกษาพาณิชย์การ	1	.3
5.55 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่)	42	14.0
5.56 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาลัยรัตภูมิ	2	.7
5.57 ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนอำเภอทุ่งสง	1	.3
5.58 ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนอำเภอบางขัน	1	.3
5.59 ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนอำเภอหนองคูศรี	1	.3
5.60 วิทยาลัยการอาชีพคลองท่อม	1	.3
5.61 วิทยาลัยการอาชีพควนขนุน	1	.3
5.62 วิทยาลัยการอาชีพนครศรีธรรมราช	2	.7
5.63 วิทยาลัยการอาชีพนาทวี	3	1.0
5.64 วิทยาลัยการอาชีพพรหมคีรี	1	.3
5.65 วิทยาลัยการอาชีพเวียงสระ	2	.7
5.66 วิทยาลัยการอาชีพสมเด็จพระเจ้าพะโคะ	1	.3
5.67 วิทยาลัยการอาชีพห้วยยอด	1	.3
5.68 วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีกระบี่	1	.3
5.69 วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีนครศรีธรรมราช	4	1.3
5.70 วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีสตูล	2	.7
5.71 วิทยาลัยเทคนิคกระบี่	1	.3
5.72 วิทยาลัยเทคนิคตรัง	8	2.7

ตาราง 5 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
5. สถานที่สำเร็จการศึกษา		
5.73 วิทยาลัยเทคนิคทุ่งสง	45	15.0
5.74 วิทยาลัยเทคนิคนครศรีธรรมราช	4	1.3
5.75 วิทยาลัยเทคนิคป่าพะยอม	1	.3
5.76 วิทยาลัยเทคนิคพังงา	2	.7
5.77 วิทยาลัยเทคนิคพัทลุง	15	5.0
5.78 วิทยาลัยเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมการต่อเรือ	6	2.0
5.79 วิทยาลัยศิลปหัตถกรรมนครศรีธรรมราช	7	2.3
5.80 วิทยาลัยอาชีวศึกษานครศรีธรรมราช	9	3.0
5.81 วิทยาลัยอาชีวศึกษาภูเก็ต	1	.3
5.82 วิทยาลัยอาชีวศึกษาสงขลา	7	2.3
5.83 วิทยาลัยอาชีวศึกษาเอี่ยมละออ	1	.3
5.84 โรงเรียนสงขลาวิทยาคม	1	.3
5.85 วิทยาลัยสารพัดช่างนครศรีธรรมราช	1	.3
รวม	300	100

จากตาราง 5 แสดงให้เห็นว่า ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาใหม่ที่ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน สามารถอธิบายผลได้ดังนี้

เพศ นักศึกษาใหม่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 87.7 และนักศึกษาเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 12.3

อายุ นักศึกษาใหม่ส่วนใหญ่มีอายุ 20-23 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.0 และที่น้อยที่สุดคือ อายุ 23 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.3

สาขาเรียน นักศึกษาใหม่ส่วนใหญ่เรียนสาขาการจัดการ คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมาคือ สาขาการตลาด คิดเป็นร้อยละ 25.3 และที่น้อยที่สุดคือ สาขาระบบสารสนเทศ คิดเป็นร้อยละ 16.7

ภาคการเรียน นักศึกษาใหม่ส่วนใหญ่เรียน ภาคปกติ คิดเป็นร้อยละ 92.0 และภาคสมทบ คิดเป็นร้อยละ 8.0

สถานที่สำเร็จการศึกษา นักศึกษาใหม่ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาจาก วิทยาลัยเทคนิคทุ่งสง คิดเป็นร้อยละ 15.0 รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) คิดเป็นร้อยละ 14.0

ตอนที่ 1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่)”

ตาราง 6 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ของนักศึกษาใหม่ที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรับรู้ต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่)

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ประเภทสื่อที่รับข่าวสารเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
1.1 โทรทัศน์	150	50.0
1.2 วิทยุ	78	26.0
1.3 หนังสือพิมพ์	75	25.0
1.4 แผ่นพับ	21	7.0
1.5 เอกสารจัดส่งทางไปรษณีย์	9	3.0
1.6 ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	63	21.0
1.7 เว็บไซต์	160	53.3
1.8 สื่ออื่นๆ	33	11.0
2. แหล่งที่มาของข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อ ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
2.1 แผ่นพับ	56	18.7
2.2 โปสเตอร์	56	18.7
2.3 ประกาศรับสมัครและทุนการศึกษา	74	24.7
2.4 คลื่น FM 104.5	19	6.3
2.5 คลื่น FM 102.5	18	6.0
2.6 ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	71	23.7
2.7 www.rmutsv.ac.th	187	62.3
2.8 <a href="http://mgttech.rmutsv.ac.th">http://mgttech.rmutsv.ac.th</a>	68	22.7
2.9 การแนะนำการศึกษา	77	25.7
2.10 การจัดนิทรรศการของมหาวิทยาลัย	20	6.7

ตาราง 6 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. การรู้จักมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ก่อนสมัครเรียน		
3.1 รู้จัก	269	89.7
3.2 ไม่รู้จัก	31	10.3
รวม	300	100
4. การรู้จักคณะเทคโนโลยีการจัดการก่อนมาสมัครเรียน		
4.1 รู้จัก	235	78.3
4.2 ไม่รู้จัก	65	21.7
รวม	300	100
5. การรับทราบช่องทางการจำหน่ายใบสมัครมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)		
5.1 ทราบ	229	76.3
5.2 ไม่ทราบ	71	23.7
รวม	300	100

จากตาราง 6 แสดงให้เห็นว่า ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน สามารถอธิบายผลได้ดังนี้

ประเภทสื่อที่รับข่าวสารเป็นประจำ นักศึกษาใหม่ส่วนใหญ่รับข่าวสารจากสื่อเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมา คือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 50 และรับข่าวสารจากสื่อ น้อยที่สุด คือ เอกสารจัดส่งทางไปรษณีย์ คิดเป็นร้อยละ 3

แหล่งที่มาของข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) นักศึกษาใหม่ส่วนใหญ่รับข่าวสารจากสื่อเว็บไซต์ [www.rmuts.ac.th](http://www.rmuts.ac.th) คิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมา คือ การแนะนำการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 25.7 และรับข่าวสารจากคลื่น FM 102.5 น้อยที่สุด คือ คิดเป็นร้อยละ 6

การรู้จักมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ก่อนสมัครเรียน ส่วนใหญ่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 89.7 และไม่รู้จัก 10.3



การรู้จักคณะเทคโนโลยีการจัดการก่อนมาสมัครเรียน ส่วนใหญ่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 78.3 และ  
ไม่รู้จัก 21.7

การรับทราบช่องทางการจำหน่ายใบสมัครมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขต  
นครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ส่วนใหญ่ทราบ คิดเป็นร้อยละ 76.3 และไม่ทราบ 23.7

ตาราง 7 แสดงจำนวน ค่าคะแนนเฉลี่ย  $\bar{x}$  ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และเกณฑ์กำหนดระดับ  
การรับรู้ แยกตามประเภทของสื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี  
ราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ของสื่อแต่ละประเภท

ประเภทของสื่อ	$\bar{x}$	S.D.	แปลความหมาย
<b>สื่อสิ่งพิมพ์</b>			
1. แผ่นพับ	2.91	1.07	รับรู้ปานกลาง
2. โปสเตอร์	3.17	1.02	รับรู้ปานกลาง
3. ประกาศรับสมัครและทุนการศึกษา	3.23	1.05	รับรู้ปานกลาง
<b>รวมปัจจัยด้านการรับรู้สื่อสิ่งพิมพ์</b>	<b>3.10</b>	<b>.853</b>	<b>รับรู้ปานกลาง</b>
<b>สื่อกระจายเสียง</b>			
4. คลื่น FM 104.5	2.68	1.09	รับรู้ปานกลาง
5. คลื่น FM 102.5	2.68	1.11	รับรู้ปานกลาง
<b>รวมปัจจัยด้านการรับรู้สื่อกระจายเสียง</b>	<b>2.68</b>	<b>1.08</b>	<b>รับรู้ปานกลาง</b>
<b>สื่อกลางแจ้ง</b>			
6. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	3.42	1.07	รับรู้มาก
<b>รวมปัจจัยด้านการรับรู้สื่อกลางแจ้ง</b>	<b>3.42</b>	<b>1.07</b>	<b>รับรู้มาก</b>
<b>สื่อ Internet</b>			
7. <a href="http://www.rmutsv.ac.th">www.rmutsv.ac.th</a>	4.20	.892	รับรู้มาก
8. <a href="http://mgtech.rmutsv.ac.th">http://mgtech.rmutsv.ac.th</a>	3.94	.964	รับรู้มาก
<b>รวมปัจจัยด้านการรับรู้สื่อ Internet</b>	<b>4.07</b>	<b>.841</b>	<b>รับรู้มาก</b>
<b>สื่อบุคคล</b>			
9. การแนะนำการศึกษา	3.08	1.12	รับรู้ปานกลาง
10. การจัดนิทรรศการของมหาวิทยาลัยฯ	2.90	1.10	รับรู้ปานกลาง
<b>รวมปัจจัยด้านการรับรู้สื่อบุคคล</b>	<b>2.99</b>	<b>.101</b>	<b>รับรู้ปานกลาง</b>
<b>รวม</b>	<b>3.22</b>	<b>.680</b>	<b>รับรู้ปานกลาง</b>

จากตาราง 7 แสดงให้เห็น ประเภทของสื่อที่ทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่ เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน มีการรับรู้ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.22$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่นักศึกษาใหม่มีระดับการรับรู้มากที่สุด คือ ด้านการรับรู้สื่อ Internet ( $\bar{x} = 4.07$ ) รองลงมาคือ ด้านการรับรู้สื่อกลางแจ้ง ( $\bar{x} = 3.42$ ) และน้อยที่สุด คือ ด้านการรับรู้สื่อกระจายเสียง ( $\bar{x} = 2.68$ )

ตาราง 8 แสดงจำนวน ค่าคะแนนเฉลี่ย  $\bar{x}$  ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และเกณฑ์กำหนดระดับความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)

ความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	แปลความหมาย
7.1 ความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ	3.61	.808	พึงพอใจมาก
7.2 ความพึงพอใจต่อสื่อที่ใช้ในการให้ข้อมูล	3.61	.845	พึงพอใจมาก
รวม	3.61	.781	พึงพอใจมาก

จากตาราง 8 แสดงให้เห็น ระดับความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน มีความพึงพอใจในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.61$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.61$ ) และความพึงพอใจต่อสื่อที่ใช้ในการให้ข้อมูล มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.61$ )

#### สรุปปัญหา และอุปสรรคในการรับสื่อของนักศึกษาใหม่ ประจำปีการศึกษา 2553

1. ข่าวสารที่ได้รับไม่ทั่วถึงทุกพื้นที่การศึกษา
2. ต้องการให้มีการแนะนำการศึกษาเพื่อรับรู้ข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้น
3. ต้องการให้มีป้ายโฆษณาครอบคลุมพื้นที่ให้มากขึ้น
4. ข่าวสารที่ได้รับล่าช้า
5. การดาวน์โหลดข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตล่าช้า

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอ้างอิง เพื่อทดสอบสมมติฐาน และสรุปผลอ้างอิงไปยัง  
ประชากร โดยการนำเสนอผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาใหม่ ได้แก่ เพศ อายุ หลักสูตรที่ศึกษา สาขาที่ศึกษา ภาค การเรียน สถานที่สำเร็จการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้สื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อ ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยวิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สไใหญ่) แตกต่างกัน

$H_0$  : นักศึกษาใหม่ที่มีข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ หลักสูตรที่ศึกษา สาขาที่ศึกษา ภาคการเรียน สถานที่สำเร็จการศึกษา แตกต่างกัน มีการรับรู้สื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยวิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สไใหญ่) ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : นักศึกษาใหม่ที่มีข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ หลักสูตรที่ศึกษา สาขาที่ศึกษา ภาคการเรียน สถานที่สำเร็จการศึกษา แตกต่างกัน มีการรับรู้สื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยวิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สไใหญ่) แตกต่างกัน

ตาราง 9 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อ ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สไใหญ่) จากสื่อแต่ละประเภท โดยจำแนกตามเพศ

การรับรู้สื่อ	เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	Prob.
แผ่นพับ	ชาย	37	3.00	.79528	.546	.586
	หญิง	263	2.90	1.027		
โปสเตอร์	ชาย	37	3.24	1.038	.466	.641
	หญิง	263	3.16	1.018		
ประกาศรับสมัครและทุนการศึกษา	ชาย	37	3.16	.986	-.440	.660
	หญิง	263	3.24	1.060		
คลื่น FM 104.5	ชาย	37	2.78	1.158	.598	.550
	หญิง	263	2.67	1.081		
คลื่น FM 102.5	ชาย	37	2.84	1.280	.944	.346
	หญิง	263	2.65	1.083		
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	ชาย	37	3.57	.987	.895	.372
	หญิง	263	3.40	1.083		
<a href="http://www.rmutsv.ac.th">www.rmutsv.ac.th</a>	ชาย	37	4.11	.906	-.669	.504
	หญิง	263	4.21	.891		

ตาราง 9 (ต่อ)

การรับรู้สื่อ	เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	Prob.
<a href="http://mggtech.rmutsv.ac.th">http://mggtech.rmutsv.ac.th</a>	ชาย	37	3.86	.918	-.528	.598
	หญิง	263	3.95	.972		
การแนะแนวการศึกษา	ชาย	37	3.46	.836	2.202	.028*
	หญิง	263	3.03	1.142		
การจัดนิทรรศการของ						
มหาวิทยาลัยฯ	ชาย	37	3.19	1.151	1.693	.092
	หญิง	263	2.86	1.090		

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 9 ผลการทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่) จากสื่อแต่ละประเภท โดยจำแนกตามเพศ พบว่า มีค่า Prob. เท่ากับ .028 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 ( $.028 < .05$ ) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  หมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่) ด้านสื่อการแนะแนวการศึกษาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตาราง 10** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่) โดยจำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจ	เพศ	n	X	S.D.	t	Prob.
ความพึงพอใจต่อข้อมูล	ชาย	37	3.57	.835	-.367	.714
	หญิง	263	3.62	.805		
ข่าวสารที่ได้รับ	ชาย	37	3.73	.902	.921	.358
	หญิง	263	3.59	.837		

จากตาราง 10 ผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่) โดยจำแนกตามเพศ พบว่า เพศ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่) ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 11 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่) จากสื่อแต่ละประเภท โดยจำแนกตามอายุ

การรับรู้สื่อ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
แผ่นพับ	ระหว่างกลุ่ม	2	2.466	1.233	1.077	.342
	ภายในกลุ่ม	297	340.104	1.145		
	รวม	299	342.570			
โปสเตอร์	ระหว่างกลุ่ม	2	.498	.249	.239	.788
	ภายในกลุ่ม	297	309.832	1.043		
	รวม	299	310.330			
ประกาศรับสมัครและทุนการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	2	.279	.140	.126	.882
	ภายในกลุ่ม	297	329.388	1.109		
	รวม	299	329.667			
คลื่น FM 104.5	ระหว่างกลุ่ม	2	2.344	1.172	.987	.374
	ภายในกลุ่ม	297	352.572	1.187		
	รวม	299	354.917			
คลื่น FM 102.5	ระหว่างกลุ่ม	2	4.021	2.010	1.642	.195
	ภายในกลุ่ม	297	363.616	1.224		
	รวม	299	367.637			
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	ระหว่างกลุ่ม	2	1.626	.813		
	ภายในกลุ่ม	297	341.454	1.150	.707	.494
	รวม	299	343.080			

ตาราง 11 (ต่อ)

การรับรู้สื่อ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
<a href="http://www.rmutsv.ac.th">www.rmutsv.ac.th</a>	ระหว่างกลุ่ม	2	.151	.076	.094	.910
	ภายในกลุ่ม	297	237.849	.801		
	รวม	299	238.000			
<a href="http://mgttech.rmutsv.ac.th">http://mgttech.rmutsv.ac.th</a>	ระหว่างกลุ่ม	2	.263	.131	.140	.869
	ภายในกลุ่ม	297	277.774	.935		
	รวม	299	278.037			
การแนะแนวการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	2	.042	.021	.017	.984
	ภายในกลุ่ม	297	372.875	1.255		
	รวม	299	372.917			
การจัดนิทรรศการของมหาวิทยาลัยฯ	ระหว่างกลุ่ม	2	4.034	2.017	1.673	.190
	ภายในกลุ่ม	297	358.163	1.206		
	รวม	299	362.197			

จากตาราง 11 ผลการทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สไใหญ่) จากสื่อแต่ละประเภท โดยจำแนกตามอายุ พบว่า อายุ ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สไใหญ่) จากสื่อแต่ละประเภท ไม่แตกต่างกัน

**ตาราง 12** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สไใหญ่) โดยจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
ความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	2	.083	.042	.063	.939
	ภายในกลุ่ม	297	195.063	.657		
	รวม	299	195.147			
ความพึงพอใจต่อสื่อที่ใช้ในการให้ข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	2	.650	.325	.454	.636
	ภายในกลุ่ม	297	212.720	.716		
	รวม	299	213.370			

จากตาราง 12 ผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สไใหญ่) โดยจำแนกตามอายุ พบว่า อายุ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สไใหญ่) ไม่แตกต่างกัน

**ตาราง 13** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สไใหญ่) จากสื่อแต่ละประเภท โดยจำแนกตามสาขาที่ศึกษา

การรับรู้สื่อ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
แผ่นพับ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.124	.708	.616	.605
	ภายในกลุ่ม	296	340.446	1.150		
	รวม	299	342.570			
โปสเตอร์	ระหว่างกลุ่ม	3	1.834	.611	.587	.624
	ภายในกลุ่ม	296	308.496	1.042		
	รวม	299	310.330			

ตาราง 13 (ต่อ)

การรับรู้สื่อ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
ประกาศรับสมัครและทุนการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	3	6.867	2.289	2.099	.100
	ภายในกลุ่ม	296	322.799	1.091		
	รวม	299	329.667			
คลื่น FM 104.5	ระหว่างกลุ่ม	3	1.367	.456	.382	.766
	ภายในกลุ่ม	296	353.550	1.194		
	รวม	299	354.917			
คลื่น FM 102.5	ระหว่างกลุ่ม	3	1.911	.637	.516	.672
	ภายในกลุ่ม	296	365.726	1.236		
	รวม	299	367.637			
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	ระหว่างกลุ่ม	3	4.913	1.638	1.434	.233
	ภายในกลุ่ม	296	338.167	1.142		
	รวม	299	343.080			
<a href="http://www.rmutsv.ac.th">www.rmutsv.ac.th</a>	ระหว่างกลุ่ม	3	4.977	1.659	2.107	.099
	ภายในกลุ่ม	296	233.023	.787		
	รวม	299	238.000			
<a href="http://mggtech.rmutsv.ac.th">http://mggtech.rmutsv.ac.th</a>	ระหว่างกลุ่ม	3	2.062	.687	.737	.531
	ภายในกลุ่ม	296	275.975	.932		
	รวม	299	278.037			
การแนะแนวการศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	3	1.524	.508	.405	.750
	ภายในกลุ่ม	296	371.393	1.255		
	รวม	299	372.917			
การจัดนิทรรศการของมหาวิทยาลัยฯ	ระหว่างกลุ่ม	3	7.656	2.552	2.131	.096
	ภายในกลุ่ม	296	354.540	1.198		
	รวม	299	362.197			

จากตาราง 13 ผลการทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) จากสื่อแต่ละประเภท โดยจำแนกตามสาขาที่เรียน พบว่าสาขาที่เรียน ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) จากสื่อ แต่ละประเภท ไม่แตกต่างกัน



**ตาราง 14** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) โดยจำแนกตามสาขาที่เรียน

ความพึงพอใจ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
ความพึงพอใจต่อ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	3	2.189	.730	1.119	.341
	ภายในกลุ่ม	296	192.958	.652		
	รวม	299	195.147			
ความพึงพอใจต่อสื่อ ที่ใช้ในการให้ข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	3	4.896	1.632	2.317	.076
	ภายในกลุ่ม	296	208.474	.704		
	รวม	299	213.370			

จากตาราง 14 ผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) โดยจำแนกตามสาขาที่เรียน พบว่า สาขาที่เรียน ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ไม่แตกต่างกัน

**ตาราง 15** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) จากสื่อแต่ละประเภท โดยจำแนกตามภาคการเรียน

การรับรู้สื่อ	ภาคการเรียน	n	$\bar{X}$	S.D.	t	Prob.
แผ่นพับ	ภาคปกติ	276	2.92	1.070	.365	.715
	ภาคสมทบ	24	2.83	1.090		
โปสเตอร์	ภาคปกติ	276	3.17	1.006	-.192	.848
	ภาคสมทบ	24	3.21	1.179		
ประกาศรับสมัคร	ภาคปกติ	276	3.24	1.055	.324	.746
	ภาคสมทบ	24	3.17	1.007		
คลื่น FM 104.5	ภาคปกติ	276	2.69	1.094	.273	.785
	ภาคสมทบ	24	2.63	1.056		

ตาราง 15 (ต่อ)

การรับรู้สื่อ	ภาคการเรียน	n	X	S.D.	t	Prob.
คลื่น FM 102.5	ภาคปกติ	276	2.67	1.104	-.337	.736
	ภาคสมทบ	24	2.75	1.189		
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	ภาคปกติ	276	3.41	1.080	-.579	.563
	ภาคสมทบ	24	3.54	.977		
<a href="http://www.rmutsv.ac.th">www.rmutsv.ac.th</a>	ภาคปกติ	276	4.22	.881	1.386	.167
	ภาคสมทบ	24	3.96	.999		
<a href="http://mgttech.rmutsv.ac.th">http://mgttech.rmutsv.ac.th</a>	ภาคปกติ	276	3.97	.955	1.468	.143
	ภาคสมทบ	24	3.67	1.049		
การแนะแนวการศึกษา	ภาคปกติ	276	3.09	1.131	.190	.849
	ภาคสมทบ	24	3.04	.955		
การจัดนิทรรศการ ของมหาวิทยาลัยฯ	ภาคปกติ	276	2.89	1.107	-.641	.522
	ภาคสมทบ	24	3.04	1.042		

จากตาราง 15 ผลการทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) จากสื่อแต่ละประเภท โดยจำแนกตามภาคการเรียน พบว่า ภาคการเรียน ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) จากสื่อ แต่ละประเภท ไม่แตกต่างกัน

**ตาราง 16** แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) โดยจำแนกตามภาคการเรียน

ความพึงพอใจ	ภาคการเรียน	n	X	S.D.	t	Prob.
ความพึงพอใจต่อ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ	ภาคปกติ	276	3.61	.809	-.600	.549
	ภาคสมทบ	24	3.71	.806		
ความพึงพอใจต่อสื่อ ที่ใช้ในการให้ข้อมูล	ภาคปกติ	276	3.62	.843	.413	.680
	ภาคสมทบ	24	3.54	.884		

จากตาราง 16 ผลการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สไใหญ่) โดยจำแนกตาม ภาคการเรียน พบว่า ภาคการเรียนที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สไใหญ่) ไม่แตกต่างกัน



## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การรับรู้ต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)” ของนักศึกษาใหม่ ประจำปี การศึกษา 2553 เพื่อต้องการทราบถึงการรับรู้ต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ซึ่งผลของการวิจัย จะเป็นประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ใน ส่วนของการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่ ในปีต่อไป

#### สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การรับรู้ต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)” ของนักศึกษาใหม่ ประจำปี การศึกษา 2553 โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน สามารถสรุปผลการ วิเคราะห์ข้อมูลและอธิบายได้ดังนี้

**ตอนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

**ตอนที่ 1.1** ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาใหม่

นักศึกษาใหม่ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 87.7 และนักศึกษา เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 12.3 ส่วนใหญ่มีอายุ 20-23 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 20 ปีคิดเป็นร้อยละ 41.0 และที่น้อยที่สุดคือ อายุ 23 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.3 ส่วนใหญ่เรียนสาขาการ จัดการ คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมาคือ สาขาการตลาด คิดเป็นร้อยละ 25.3 และที่น้อยที่สุดคือ สาขาระบบสารสนเทศ คิดเป็นร้อยละ 16.7 ส่วนใหญ่เรียน ภาคปกติ คิดเป็นร้อยละ 92.0 และภาค สมทบ คิดเป็นร้อยละ 8.0 ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาจาก วิทยาลัยเทคนิคทุ่งสง คิดเป็นร้อยละ 15.0 รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) คิดเป็น ร้อยละ 14.0

**ตอนที่ 1.2** ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)”

นักศึกษาใหม่ส่วนใหญ่รับข่าวสารเป็นประจำจากสื่อเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมา คือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 50 โดยส่วนใหญ่รับข่าวสารการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อใน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) จากสื่อเว็บไซต์

www.rmutsv.ac.th คิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมา คือ การแนะแนวการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 25.7 ซึ่งนักศึกษาใหม่ส่วนใหญ่รู้จักมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ก่อน คิดเป็นร้อยละ 89.7 และรู้จักคณะเทคโนโลยีการจัดการก่อนมาสมัครเรียน คิดเป็นร้อยละ 78.3 และส่วนใหญ่รับทราบช่องทางการจำหน่ายใบสมัครมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) คิดเป็นร้อยละ 76.3

**ตอนที่ 2** การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอ้างอิง เพื่อทดสอบสมมติฐาน และสรุปผลอ้างอิงไปยังประชากร

**สมมติฐานที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาใหม่ ได้แก่ เพศ อายุ หลักสูตรที่ศึกษา สาขาที่ศึกษา ภาคการเรียน สถานที่สำเร็จการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) แตกต่างกัน

1. การทดสอบความแตกต่างของการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) จากสื่อแต่ละประเภทกับข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาใหม่ พบว่า

นักศึกษาใหม่ที่มี เพศ ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักศึกษาใหม่ที่มี อายุ ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ไม่แตกต่างกัน

นักศึกษาใหม่ที่มี หลักสูตรที่ศึกษา ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ไม่แตกต่างกัน

นักศึกษาใหม่ที่มี สาขาที่ศึกษา ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ไม่แตกต่างกัน

นักศึกษาใหม่ที่มี ภาคการเรียน ที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ไม่แตกต่างกัน

2. การทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) กับข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาใหม่ พบว่า ไม่แตกต่างกัน

## อภิปรายผล

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร นั่นคือ ลักษณะทางเพศ เป็นลักษณะทางประชากรที่บุคคลได้รับมาแต่กำเนิด ในประชากรกลุ่มใดๆ ก็ตามจะประกอบด้วยประชากรเพศชาย (Male) และ ประชากรเพศหญิง (Female) ซึ่งโดยปกติแล้วจะมีจำนวนที่ใกล้เคียงกันเพราะธรรมชาติได้สร้างความสมดุลทาง เพศมาให้กับประชากรทุกกลุ่มเพศ เป็นปัจจัยพื้นฐานด้านร่างกายที่แตกต่างกันของบุคคล เป็นสถานภาพที่มีมาแต่กำเนิดของบุคคล เมื่อเป็นสมาชิกของกลุ่ม เพศจะเป็นตัวกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคคล ตลอดจนพัฒนาการต่างๆ ในแต่ละช่วงวัยก็มีความแตกต่างกันด้วย ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่ต่างกันไป กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารแต่เพียงอย่างเดียว เท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดจากการรับข่าวสารนั้น ด้วย (Wilo Goidhaborsadore and Yates, 2002 :114 อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546)

## ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง “การรับรู้สื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. การรับรู้สื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ผลการวิจัยพบว่า สื่อ Internet ทำให้นักศึกษาใหม่เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากที่สุด แต่จากการรวบรวมปัญหาและอุปสรรค พบว่า การดาวน์โหลดข้อมูลทาง Internet ยังล่าช้า ทางผู้วิจัย จึงขอเสนอแนะให้ทางมหาวิทยาลัยได้มีการพัฒนาระบบให้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น

2. การรับรู้สื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ผลการวิจัยพบว่า สื่อบุคคล คือด้านการแนะนำการศึกษา ทำให้นักศึกษาใหม่เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารรองลงมา นั่นคือ มหาวิทยาลัยควรมีการส่งเสริมให้การแนะนำมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจาก การแนะนำการศึกษาสามารถให้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาได้เป็นอย่างดี แต่จากการรวบรวมปัญหาและอุปสรรค พบว่า นักศึกษาบางคน อยากให้มีการแนะนำในพื้นที่การศึกษาของตนด้วยเช่นกัน ทางผู้วิจัย จึงขอเสนอแนะให้ทางมหาวิทยาลัยได้มีการออกแนะนำให้ครอบคลุมพื้นที่การศึกษามากขึ้นกว่าเดิม

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาการรับรู้สื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ในแต่ละปี เนื่องจาก นักศึกษาแต่ละปีมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป
2. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของนักศึกษา เนื่องจากเป็นสื่อที่ใช้มากที่สุด เพื่อให้เกิดการพัฒนาสื่อทางอินเทอร์เน็ตของมหาวิทยาลัย และคณะ ต่อไป



### บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 9  
กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- \_\_\_\_\_. 2547. การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7  
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- \_\_\_\_\_. 2546. การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6  
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. 2546. จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร : ไทยเจริญการพิมพ์
- ชัยสิทธิ์ เถлимมีประเสริฐ. 2544. สถิติเพื่อนักบริหาร. กรุงเทพมหานคร : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2544. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ:  
เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ไชยยศ เรืองสุวรรณ. 2533. เทคโนโลยีการศึกษา. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์
- ดวงเพ็ญ สำเนียง. 2547. การนำเสนอภาพโฆษณาในท่าอากาศยานกรุงเทพ การเปิดรับ การรับรู้และ  
การจำได้ของผู้ใช้บริการ. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- ดวงฤดี ปลอดภัย และคณะ. 2549. การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขนาดใหญ่ ของนักเรียนใน  
พื้นที่ 8 จังหวัดภาคใต้.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2540. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ:  
ไทยวัฒนาพานิช.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2543. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร : ชมรมเด็ก
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 9 กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์  
\_\_\_\_\_. (2529). หลักทฤษฎีทางสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : สาขานิเทศศาสตร์  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- พิชิต ฤทธิงูญ. 2544. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : สถาบันราชภัฏ  
พระนคร
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. 2529. ผู้รับสาร หน่วยที่ 6 ในเอกสารการสอนชุดวิชาหลักและ  
ทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- พัชรี หล้าแหล่ง. 2547. พฤติกรรมการรับรู้สื่อโฆษณาของผู้บริโภคในเขตพื้นที่จังหวัดตรัง ที่มีต่อการ  
โฆษณาของห้างสรรพสินค้าเทสโก้ โลตัสตรัง. สารนิพนธ์ บช.ม. (บริหารธุรกิจ). สงขลา :  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์



### บรรณานุกรม (ต่อ)

- วันทสิริ ประเสริฐกุล. 2547. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวทางหนังสือพิมพ์ของประชาชน ตำบลคลอง  
ท่อมใต้ อำเภอลองท่อม จังหวัดกระบี่. สารนิพนธ์ บช.ม. (บริหารธุรกิจ). สงขลา :  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2545. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์  
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศศิวิมล ตามไท. 2542. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคข้างก້อง  
ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ)  
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ถ่ายเอกสาร.
- สุมน อยู่สิน. 2545. การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ สถาบันบริการสารสนเทศ. นนทบุรี :  
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- เสรี วงษ์มณฑา. 2546. สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : บริษัท ธนรัชการพิมพ์ จำกัด.
- สมมาตร คงชื่นสิน. 2539. การเปิดรับและความต้องการรายการโทรทัศน์ของผู้สูงอายุใน  
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การโฆษณา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย,  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ถ่ายเอกสาร.
- สุภาพร ไชยรัตน์. 2552. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี  
ราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล  
ศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่)
- อรุณีประภา หอมเศรษฐี. 2531. การสื่อสารมวลชนเบื้องต้น พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร :  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- อภิชาติ หนูน้อย. 2544. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของ  
ประชาชน : กรณีศึกษา อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง.
- ธีระภัทร์ เอกผาชัยสวัสดิ์. 2551. ประชากรศึกษา. วันที่เข้าถึง 20/03/2553  
เข้าถึงได้จาก <http://computer.pcru.ac.th/emoodldata/19/>

<http://www.novabizz.com/NovaAce/Behavior/Perception.htm>

<http://www.nsruc.ac.th/e-learning/advertising/chapter5.htm>

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

“การรับรู้ต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย  
วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (สไใหญ่)”





### แบบสอบถาม

เรื่อง “การรับรู้สื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย  
วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)” ของนักศึกษาใหม่ ประจำปีการศึกษา 2553

แบบสอบถามฉบับนี้ จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้สื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่  
เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ของ  
นักศึกษาใหม่ ประจำปีการศึกษา 2553 ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามจะใช้เป็นประโยชน์เพื่อ  
การศึกษาเท่านั้น และจะเก็บรักษาไว้เป็นความลับ

แบบสอบถามมี 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้สื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย  
เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)”

ขอขอบคุณที่เสียสละเวลาในการกรอกแบบสอบถาม

คณะนักวิจัย

คณะเทคโนโลยีการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

แบบสอบถาม

เรื่อง “การรับรู้ต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี  
ราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่)”

\*\*\*\*\*

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่อง  ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี

20 – 23 ปี

23 ปี ขึ้นไป

3. หลักสูตรที่ศึกษา

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

ปริญญาตรี 4 ปี (เทียบโอน)

ปริญญาตรี 4 ปี

4. สาขาที่ศึกษา

สาขาการจัดการ

สาขาการตลาด

สาขาระบบสารสนเทศ

สาขาการบัญชี

5. ภาคการเรียน

ภาคปกติ

ภาคสมทบ

6. สถานที่สำเร็จการศึกษา

สถานศึกษา.....จังหวัด.....

**ตอนที่ 2 การรับรู้สื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)**

1. ประเภทสื่อที่ท่านรับข่าวสารเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1.โทรทัศน์ โปสเตอร์บรูชชิ่ง.....
- 2.วิทยุ โปสเตอร์บุคลิกวิทยุ.....
- 3.หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์บรูชชิ่งหนังสือพิมพ์.....
- 4.แผ่นพับ โปสเตอร์บรูชชิ่งหน่วยงานที่จัดส่ง.....
- 5.เอกสารจัดส่งทางไปรษณีย์ โปสเตอร์บรูชชิ่งหน่วยงานที่ส่งเอกสาร.....
- 6.ป้ายโฆษณากลางแจ้ง โปสเตอร์บรูชชิ่งสถานที่.....
- 7.เว็บไซต์ โปสเตอร์บรูชชิ่งเว็บไซต์.....
- 8.สื่ออื่น ๆ (โปสเตอร์บรูชชิ่ง).....

2. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) มาจากสื่อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1.แผ่นพับ
- 2.โปสเตอร์
- 3.ประกาศรับสมัครและทุนการศึกษา
- 4.คลื่น FM 104.5 MHz นครศรีธรรมราช
- 5.คลื่น FM 102.5 MHz นครศรีธรรมราช
- 6.ป้ายโฆษณากลางแจ้ง
- 7. www.rmutsv.ac.th
- 8. http://mgttech.rmutsv.ac.th
- 9. การแนะนำการศึกษา
- 10. การจัดนิทรรศการของมหาวิทยาลัยฯ

3. ท่านรู้จักมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ก่อนที่จะตัดสินใจมาสมัครเรียนหรือไม่

- 1. รู้จัก
- 2. ไม่รู้จัก

4. ท่านรู้จักคณะเทคโนโลยีการจัดการ ก่อนที่จะตัดสินใจมาสมัครเรียนหรือไม่

- 1. รู้จัก
- 2. ไม่รู้จัก

5. ท่านทราบหรือไม่ว่ามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) มีการจำหน่ายใบสมัครผ่านช่องทางใดบ้าง

- 1. ไม่เคยทราบข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายใบสมัคร
- 2. ทราบข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายใบสมัคร

6. สื่อดังต่อไปนี้ทำให้ท่านรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ในระดับใด

ประเภทของสื่อ	ระดับการรับรู้				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>สื่อสิ่งพิมพ์</b>					
1. แผ่นพับ					
2. โปสเตอร์					
3. ประกาศรับสมัครและทุนการศึกษา					
<b>สื่อกระจายเสียง</b>					
4. คลื่น FM 104.5 MHz					
5. คลื่น FM 102.5 MHz					
<b>สื่อกลางแจ้ง</b>					
6. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง					
<b>สื่อ Internet</b>					
7. <a href="http://www.rmuts.ac.th">www.rmuts.ac.th</a>					
8. <a href="http://mgtech.rmuts.ac.th">http://mgtech.rmuts.ac.th</a>					
<b>สื่อบุคคล</b>					
9. การแนะนำการศึกษา					
10. การจัดนิทรรศการของมหาวิทยาลัยฯ					

7. ความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
5.1 ความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ					
5.2 ความพึงพอใจต่อสื่อที่ใช้ในการให้ข้อมูล					

8. ท่านมีปัญหา และอุปสรรคในการรับสื่อหรือไม่ อย่างไร .....

.....

.....

.....

ภาคผนวก





ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

“การรับรู้ต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใต้ใหญ่)”



## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การรับรู้ต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)” ของนักศึกษาใหม่ ประจำปีการศึกษา 2553 เพื่อต้องการทราบถึงการรับรู้ต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ซึ่งผลของการวิจัย จะเป็นประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่ ในปีต่อไป

#### สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การรับรู้ต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)” ของนักศึกษาใหม่ ประจำปีการศึกษา 2553 โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 คน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอธิบายได้ดังนี้

**ตอนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

**ตอนที่ 1.1** ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาใหม่

นักศึกษาใหม่ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 87.7 และนักศึกษาเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 12.3 ส่วนใหญ่มีอายุ 20-23 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 20 ปีคิดเป็นร้อยละ 41.0 และที่น้อยที่สุดคือ อายุ 23 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.3 ส่วนใหญ่เรียนสาขาการจัดการ คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมาคือ สาขาการตลาด คิดเป็นร้อยละ 25.3 และที่น้อยที่สุดคือ สาขาระบบสารสนเทศ คิดเป็นร้อยละ 16.7 ส่วนใหญ่เรียน ภาคปกติ คิดเป็นร้อยละ 92.0 และภาคสมทบ คิดเป็นร้อยละ 8.0 ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาจาก วิทยาลัยเทคนิคทุ่งสง คิดเป็นร้อยละ 15.0 รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) คิดเป็นร้อยละ 14.0

**ตอนที่ 1.2** ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)”

นักศึกษาใหม่ส่วนใหญ่รับข่าวสารเป็นประจำจากสื่อเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมา คือ โทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 50 โดยส่วนใหญ่รับข่าวสารการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) จากสื่อเว็บไซต์

# บทที่ 1

## บทนำ

### หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันในโลกแห่งการสื่อสารที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ที่เรียกว่าโลกแห่งการสื่อสารแบบไร้พรมแดน เนื่องด้วยระบบเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น ทำให้หน่วยงาน องค์กร และบริษัทผู้ประกอบการต่าง ๆ จะต้องมีการพัฒนาข้อมูลข่าวสารมากยิ่งขึ้นจึงทำให้การประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่จะเข้ามาช่วยให้หน่วยงาน องค์กรและบริษัทผู้ประกอบการต่าง ๆ ได้มีการสื่อสารได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง ดังที่คุณพงษ์ศักดิ์ เลิศฤดีวัฒนวงศ์ ผู้ดูแลงานการประชาสัมพันธ์ ได้กล่าวในการอบรมเรื่อง **เหลียวมองการประชาสัมพันธ์เชิงธุรกิจอย่างมืออาชีพ เพื่อองค์กรก้าวสู่ความสำเร็จเหนือระดับ** ว่า “เรื่องของการเปลี่ยนแปลงและทิศทางของสื่อมวลชนในประเทศไทย เป็นเรื่องที่นักประชาสัมพันธ์ต้องศึกษา เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์ ศึกษากฎหมาย ระเบียบ ศึกษาความต้องการของลูกค้าเฉพาะราย ศึกษาการรวมกันของอุตสาหกรรมและธุรกิจ ฯลฯ ในการจัดการแถลงข่าวของ Honda นอกจากจะเชิญสื่อมวลชนทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ TV วิทยุแล้วต้องเชิญ สื่อ Online ด้วย การประชาสัมพันธ์ ในองค์กรธุรกิจในยุคหลังๆ นี้ จะเน้นบทบาทงานประชาสัมพันธ์ โดยจะจัดให้เป็นหน่วยงานสำคัญหน่วยหนึ่งในโครงสร้างองค์กร เพราะจะช่วยให้เกิดความสนใจ และความต้องการ ช่วยในการสร้าง Brand ขององค์กร ช่วยการจัดการเมื่อเกิดวิกฤติ เป็นเครื่องมือที่ช่วยชีวิตผลตอบแทนในการลงทุน และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร นอกจากนี้งานประชาสัมพันธ์ยังช่วยสนับสนุนให้กิจการสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อชุมชน ต่อสื่อมวลชน ในองค์กรธุรกิจสมัยใหม่ยังให้ความสำคัญกับการบริหารงาน Website มีการกำหนดเนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการมากขึ้น”

เช่นเดียวกับการที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่) จะต้องมีการพัฒนาสื่อในด้านต่าง ๆ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เพื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่ ในการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่) มีจำนวนนักศึกษาใหม่ที่เพิ่มมากขึ้น ด้วยข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่สื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย อันจะส่งผลให้เกิดความคุ้มค่ากับงบประมาณที่จะลงทุนในการจัดการสื่อในด้านต่าง ๆ มากขึ้น

จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง การรับรู้สื่อเพื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่) เพื่อจะได้วัดความสามารถของสื่อประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่) และเป็นแนวทางในพัฒนาสื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่ ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น ต่อไป

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

#### การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาใหม่ ที่ศึกษาทั้งในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และปริญญาตรี จากคณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาใหม่ ที่ศึกษาทั้งในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.)และปริญญาตรี จากคณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างในกรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ตามวิธีของยามานะ (Taro Yamane, 1973 p.125) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) และการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยมีค่าความเชื่อมั่นทางสถิติที่ 95 % และมีค่าความคลาดเคลื่อน 5 % ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 280 คน เพื่อป้องกันความผิดพลาดของแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงขอเก็บแบบสอบถามเป็นจำนวน 300 ชุด โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่างตามขั้นตอน ดังนี้

การกำหนดขนาดตัวอย่างในกรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ตามวิธีของยามานะ (Taro Yamane, 1973 p.125)

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากร

e แทน ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสาร
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ
5. ข้อมูลทั่วไปของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
6. ข้อมูลเกี่ยวกับคณะเทคโนโลยีการจัดการ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร

สื่อมวลชน (Mass Communication) คือรูปแบบของการสื่อสารที่กลุ่มผู้รับสารจะต้องเป็นกลุ่มชนขนาดใหญ่ ที่มีความหลากหลายและไม่จำเป็นต้องเคยรู้จักอยู่ในสังคมเดียวกัน หรือมีประสบการณ์ร่วมกันมาก่อน ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา และสถานทางเศรษฐกิจและสังคม โดยผู้รับข่าวสารที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรม ความสนใจ ในการรับข่าวสารแตกต่างกันไป ด้วย การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลักษณะทาง ประชากรศาสตร์เพื่อทำความเข้าใจความเกี่ยวพันระหว่างลักษณะทางประชากร ศาสตร์กับการรับสาร มีรายละเอียดดังนี้

**อายุ**  
เป็นคุณลักษณะทางประชากรอีกลักษณะหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาของ การมีชีวิตอยู่หรือตามวัยของบุคคล เป็นลักษณะประจำตัวบุคคลที่สำคัญมากในการศึกษาและวิเคราะห์ทางประชากร ศาสตร์ โดยอายุจะแสดงถึงวุฒิของบุคคล และเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสามารถในการทำความเข้าใจใน เนื้อหาและข่าวสารรวม ถึงการรับรู้ต่างๆ ได้มากน้อยต่างกัน การมีประสบการณ์ในชีวิตที่ผ่านมาแตกต่างกัน หรืออีกประการหนึ่งคืออายุจะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสนใจในประเด็นต่างๆ เช่น เรื่องการเมือง ความ สนุกสนาน การเตรียมตัวสร้างอนาคต เป็นต้น นอกจากนั้นก็จะชี้ให้เห็นอารมณ์ที่แตกต่างออกไปในกลุ่ม คนที่มีวัยต่างกัน อันเนื่องมาจากกระบวนการคิดและตัดสินใจที่ผ่านการกลั่นกรองจากประสบการณ์ของ ช่วงวัย ที่จะส่งผลต่อกระบวนการคิดและการควบคุมทางอารมณ์ของแต่ละช่วงอายุของ บุคคล

#### **เพศ**

ลักษณะทางเพศ เป็นลักษณะทางประชากรที่บุคคลได้รับมาแต่กำเนิด ในประชากรกลุ่มใดๆ ก็ตาม จะประกอบด้วยประชากรเพศชาย (Male) และ ประชากรเพศหญิง (Female) ซึ่งโดยปกติแล้วจะมีจำนวนที่

--	--	--

แบบสอบถาม

เรื่อง “การรับรู้สื่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี  
ราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใสใหญ่)”

\*\*\*\*\*

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ในช่อง  ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี

20 – 23 ปี

23 ปี ขึ้นไป

3. หลักสูตรที่ศึกษา

ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.)

ปริญญาตรี 4 ปี (เทียบโอน)

ปริญญาตรี 4 ปี

4. สาขาที่ศึกษา

สาขาการจัดการ

สาขาการตลาด

สาขาระบบสารสนเทศ

สาขาการบัญชี

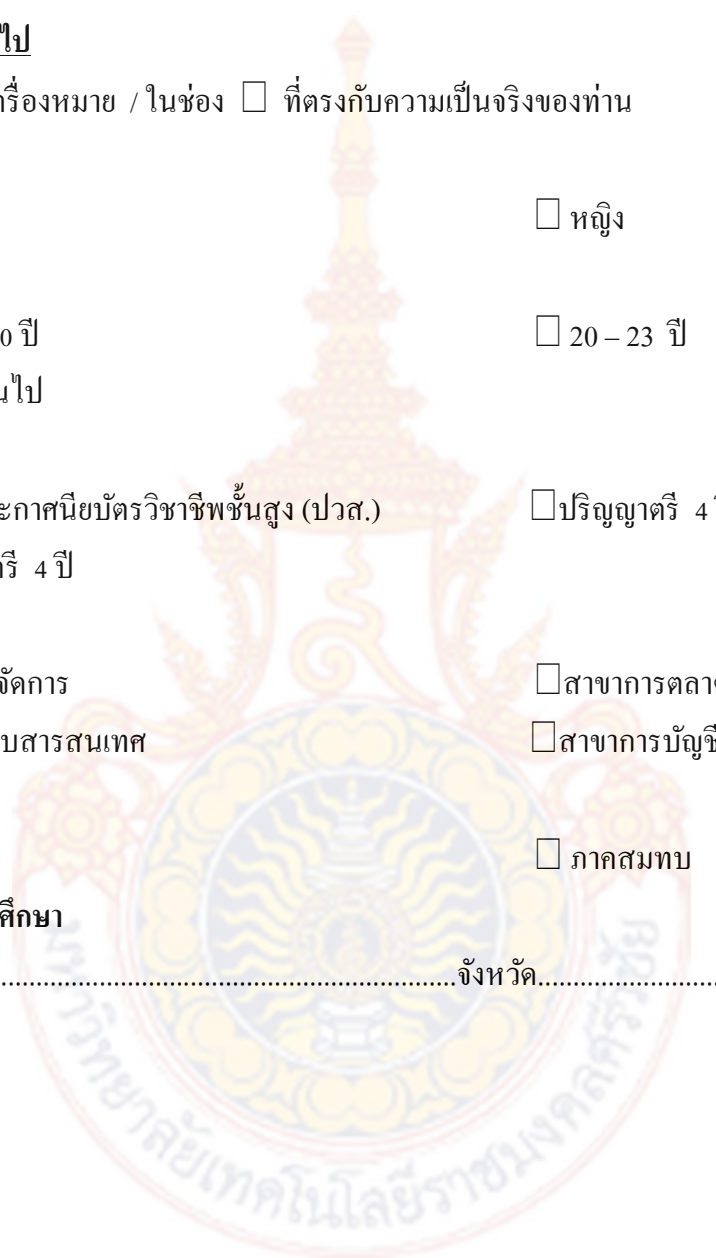
5. ภาคการเรียน

ภาคปกติ

ภาคสมทบ

6. สถานที่สำเร็จการศึกษา

สถานศึกษา.....จังหวัด.....



**ตอนที่ 2 การรับรู้ต่อการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่)”**

1. ประเภทสื่อที่ท่านรับข่าวสารเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1.โทรทัศน์ โปรตระบุช่อง.....
- 2.วิทยุ โปรตระบุคลื่นวิทยุ.....
- 3.หนังสือพิมพ์ โปรตระบุชื่อหนังสือพิมพ์.....
- 4.แผ่นพับ โปรตระบุหน่วยงานที่จัดส่ง.....
- 5.เอกสารจัดส่งทางไปรษณีย์ โปรตระบุหน่วยงานที่ส่งเอกสาร.....
- 6.ป้ายโฆษณากลางแจ้ง โปรตระบุสถานที่.....
- 7.เว็บไซต์ โปรตระบุเว็บไซต์.....
- 8.สื่ออื่น ๆ (โปรตระบุ).....

2. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) มาจากสื่อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1.แผ่นพับ
- 2.โปสเตอร์
- 3.ประกาศรับสมัครและทุนการศึกษา
- 4.คลื่น FM 104.5 MHz นครศรีธรรมราช
- 5.คลื่น FM 102.5 MHz นครศรีธรรมราช
- 6.ป้ายโฆษณากลางแจ้ง
- 7.www.rmutsv.ac.th
- 8.http://mgttech.rmutsv.ac.th
- 9.การแนะแนวการศึกษา
- 10.การจัดนิทรรศการของมหาวิทยาลัยฯ

3. ท่านรู้จักมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) ก่อนที่จะตัดสินใจมาสมัครเรียนหรือไม่

- 1.รู้จัก
- 2.ไม่รู้จัก

4. ท่านรู้จักคณะเทคโนโลยีการจัดการ ก่อนที่จะตัดสินใจมาสมัครเรียนหรือไม่

- 1.รู้จัก
- 2.ไม่รู้จัก

5. ท่านทราบหรือไม่ว่ามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ไสใหญ่) มีการจำหน่ายใบสมัครผ่านช่องทางใดบ้าง

- 1.ไม่เคยทราบข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายใบสมัคร
- 2. ทราบข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่จำหน่ายใบสมัคร

6. สื่อดังต่อไปนี้ทำให้ท่านรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใส่ใหญ่) ในระดับใด

ประเภทของสื่อ	ระดับการรับรู้				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>สื่อสิ่งพิมพ์</b>					
1. แผ่นพับ					
2. โปสเตอร์					
3. ประกาศรับสมัครและทุนการศึกษา					
<b>สื่อกระจายเสียง</b>					
4. คลื่น FM 104.5 MHz					
5. คลื่น FM 102.5 MHz					
<b>สื่อกลางแจ้ง</b>					
6. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง					
<b>สื่อ Internet</b>					
7. <a href="http://www.rmutsv.ac.th">www.rmutsv.ac.th</a>					
8. <a href="http://mgtech.rmutsv.ac.th">http://mgtech.rmutsv.ac.th</a>					
<b>สื่อบุคคล</b>					
9. การแนะนำการศึกษา					
10. การจัดนิทรรศการของมหาวิทยาลัยฯ					

7. ความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลการรับสมัครนักศึกษาใหม่เพื่อศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใส่ใหญ่)

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
5.1 ความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ					
5.2 ความพึงพอใจต่อสื่อที่ใช้ในการให้ข้อมูล					

8. ท่านมีปัญหา และอุปสรรคในการรับสื่อหรือไม่ อย่างไร .....

.....  
 .....  
 .....

ขอบคุณ



