

วิทยานิพนธ์เรื่อง	ปัจจัยและการประชาสัมพันธ์เพื่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
คำสำคัญ	การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ ระดับอุดมศึกษา การประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
นักศึกษา	วีระชัย ตระหง่านกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา มีศิลป์วิภักย์
หลักสูตร	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ปีการศึกษา	2560

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยและการประชาสัมพันธ์เพื่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยเกี่ยวกับตนเองและสังคมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม 2) ปัจจัยเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม และ 3) การประชาสัมพันธ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม โดยใช้นักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 400 คน เป็นกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) และไค-สแควร์ (Chi - Square test) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยเกี่ยวกับตนเองและสังคมในด้านความคาดหวังเป็นปัจจัยที่นักศึกษาเลือกศึกษาต่อมากที่สุด โดยพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านคณาจารย์มีความรู้ความสามารถเป็นลำดับแรก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=4.05$ ) สำหรับด้านปัจจัยเกี่ยวกับสถาบันอุดมศึกษา พบว่า ด้านหลักสูตร ได้แก่ มีหลักสูตรตามที่ต้นตองการเป็นลำดับแรก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.93$ ) และในด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า นักศึกษารับการประชาสัมพันธ์จากเว็บไซต์มหาวิทยาลัยเป็นลำดับแรก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}=3.60$ ) โดยใช้เพื่อสืบค้นข้อมูลการรับสมัคร

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยเกี่ยวกับตนเองและสังคม ได้แก่ สถานะทางครอบครัวและตนเอง มีผลกับปัจจัยเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

THESIS TITLE	FACTORS AND PUBLIC RELATIONS FOR DECISION MAKING IN BACCALAUREATE LEVEL : CASE STUDY CHANDRAKASEM RAJABHAT UNIVERSITY
KEYWORD	DECISION MAKING, BACCALAUREATE LEVEL, PUBLIC RELATIONS, CHANDRAKASEM RAJABHAT UNIVERSITY
STUDENT	WEERACHAI TRANGANKIT
THESIS ADVISOR	ASSISTANT PROFESSOR DR. KANCHANA MEESILAPAVIKKAI
LEVEL OF STUDY	MASTER OF COMMUNICATION ARTS
FACULTY	COMMUNICATION ARTS SRIPATUM UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR	2017

### ABSTRACT

This present study entitled Factors and Public Relations for Decision Making in Baccalaureate Level: Case Study Chandrakasem Rajabhat University was conducted to examine the following aspects: 1) individual and social factors which influenced decision making of students who selected to study at Chandrakasem Rajabhat University; 2) factors regarding Chandrakasem Rajabhat University which affected decision making of students who selected to study at this university; 3) factors regarding public relations which affected decision making of students who selected to study at this university. The sample consisted of 400 first year students. The following Descriptive Statistical Analyses were employed to analyse the data: Frequency, Percentage, Mean, Standard Deviation, Correlation, and Chi-Square Test. The findings reveal that individual and social factors were the most influencing factors leading them to select to study at this university. In addition it could be observed that knowledge and expertise of lecturers was at the highest

rank ( $\bar{x} = 4.05$ ). Further the most influencing factor concerning university appeared to be based on curriculum that matched with their needs ( $\bar{x} = 3.93$ ). Regarding public relations factors, it was found that the participants mainly obtained information from the university's website ( $\bar{x} = 3.60$ ).

In addition to major findings, it could also be observed that following particular individual and social factors could influence their decision making family and individual economic status concerning Chandrakasem Rajabhat University with Statistic Significance value of .05.