

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียน  
ต่อการอาชีวศึกษาของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1  
วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู

Online Public Relations Affects the First Year Vocational Education Students'  
Decision in Nongbualamphu Technical College

ศิวกร อินภูษา<sup>1</sup>,  
กิติมา สุรสอนธิ<sup>2</sup> และ ตรัยรัตน์ ปลื้มปิติชัยกุล<sup>3</sup>  
มหาวิทยาลัยศรีปทุม<sup>1,2,3</sup>  
Siwakorn Inphusa<sup>1</sup>,  
Kitima Surasondhi<sup>2</sup> and Trirath Pluempitichaikul<sup>3</sup>  
Sripatum University<sup>1,2,3</sup>  
Corresponding Author, Email: siwakornin@gmail.com

\*\*\*\*\*

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการรับรู้ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภูที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ของการอาชีวศึกษา และ 2) ศึกษาผลของการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ของการอาชีวศึกษาที่มีต่อการตัดสินใจในการเลือกเรียนต่อการอาชีวศึกษาของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัย เชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู ที่เข้าศึกษาในปีการศึกษา 2566 จำนวนทั้งสิ้น 425 คน การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากรกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t-test

---

\* ได้รับบทความ: 29 พฤษภาคม 2566; แก้ไขบทความ: 29 พฤศจิกายน 2566; ตอปรับตีพิมพ์: 14 ธันวาคม 2566  
Received: 29 May 2023; Revised: 29 November 2023; Accepted: 14 December 2023

independence) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) และ ใช้ค่าสถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า

1) การรับรู้ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู ที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ของการอาชีวศึกษา พบว่า นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการรับรู้เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ของวิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภูโดยรวมและทุกด้าน มีความแตกต่างกัน

2) ผลของการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ของการอาชีวศึกษาที่มีต่อการตัดสินใจในการเลือกเรียนต่อการศึกษาของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู พบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์การรับรู้เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ทุกด้านมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจในการเลือกเรียนต่อวิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู มีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ ด้านการประกอบอาชีพ ด้านค่าใช้จ่าย และด้านภาพลักษณ์การอาชีวศึกษา ตามลำดับ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านสถานที่ และด้านการศึกษาต่อ ทุกด้าน มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน

**คำสำคัญ:** การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์; การรับรู้; การตัดสินใจ

## Abstract

The purpose of this research are: 1) study the perception of students at the first year of vocational certificate level at Nongbualamphu Technical College in relation to online public relations of vocational education and 2) study the effect of online public relations of vocational education on the decision to study vocational education of students at the first year of Nongbualamphu Technical College. The research is quantitative research. The sample population used in the study was students at the first-year vocational certificate level. 1 Nongbualamphu Technical College, which entered the study in the academic year 2566, total 425 students. This study used a questionnaire as a tool to collect data. Statistics used in data analysis include frequency distribution, percentage, average deviation, and mean comparison for two independent sample populations (t-test dependence). One-way analysis of variance and using Pearson's Correlation Statistics to test the relationship

The research found that

1) study the perception of first-year vocational certificate students at Nongbualamphu Technical College on the online media of vocational education. It was found that the first-year vocational certificate students with different demographic characteristics. The overall and all aspects of Nongbualamphu Technical College's online publications are different.

2) To study the effect of online public relations of vocational education on student's choice of vocational certificate at the first year of Nongbualamphu Technical College, it was found that analysis of online public relations has a correlation with decision to choose Nongbualamphu Technical College. There are high-level relationships, such as Occupation, Cost, and Vocational Education Image, respectively. There are moderate relationships as follows: In terms of Course of Instruction, teaching, Place, and Further Study, all aspects are related in the same direction.

**Keywords:** Online Public Relations; Perception; Decision

## บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของสังคมในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้การจัดการศึกษาไทยต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขของ การแข่งขันและความมุ่งมั่นตามความคาดหวังของสังคม (ศศลักษณ์ บุญยรักษ์, 2565 : 1) การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อออนไลน์มีบทบาท ความสำคัญและมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อหน่วยงานหรือองค์กรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงประชาชนทั่วไปนำมาใช้เป็นเครื่องมือการสื่อสารได้ทุกที่ทุกเวลา โดยมีเนื้อหาทั้งการให้ข้อมูลข่าวสาร ให้ข้อเท็จจริงในแง่มุมต่างๆ เพื่อให้ผู้รับสารหรือผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันได้เกิดการรับรู้ การยอมรับ เป็นที่ รู้จัก ภายใต้บริบทในยุคของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ที่อาศัยการเชื่อมต่อแบบไร้สาย ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต นำมาซึ่งการสื่อสารในรูปแบบใหม่เรียกว่า สื่อใหม่ (New Media) เป็นช่องทางการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ผ่านอุปกรณ์สื่อสารประเภทต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์แบบพกพา (แท็บเล็ต) เป็นต้น โดยมีการใช้กันอย่างแพร่หลาย และมีแนวโน้มจะกลายเป็นสื่อหลักสำหรับคนในโลกอนาคต (พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์, 2553 : 99) ทั้งนี้ พฤติกรรมในชีวิตประจำวันของเด็กรุ่นใหม่ก็ปรับเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยีสมัยใหม่ การรับรู้และการเลือกรับรู้ข้อมูลข่าวสารจึงไม่เป็นเรื่องยากเหมือนสมัยก่อน เพราะปัจจุบันช่องทางการสื่อสารของข้อมูลต่าง ๆ

มีมากมายเกินความจำเป็น ผู้รับข้อมูลจะเลือกรับข้อมูลที่ตอบสนองความต้องการและความสนใจของตนเอง ดังนั้น การสร้างการรับรู้ด้วยการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อทำให้กลุ่มคนเกิดการเข้าใจ สร้างความน่าเชื่อถือ และส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีจากการสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดีต่อการยอมรับ ในกิจกรรมต่าง ๆ ของสถานศึกษา ซึ่งการรับรู้นี้นำไปสู่กระบวนการตัดสินใจ (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2546 : 154)

จำนวนสถานศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษามีจำนวนทั้งสิ้นแห่ง 971 แห่ง ประกอบด้วยสถานศึกษาของรัฐ จำนวน 433 แห่ง และสถานศึกษาของเอกชน จำนวน 538 แห่ง (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2566) จากจำนวนสถานศึกษาที่เพิ่มจำนวนมากขึ้น ในการทำงานที่จะทำให้เป็นที่ยอมรับและมีผู้เลือกเข้าศึกษานั้น จำเป็นต้องใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่ไม่มีขอบเขตหรือข้อจำกัดในเรื่องเวลาหรือสถานที่ทำให้สามารถเข้าถึงรับรู้ และเรียนรู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา

การประชาสัมพันธ์ข่าวสารทางด้านการศึกษาของแต่ละสถานศึกษามีการแข่งขันกันอย่างสูง โดยเฉพาะการรับเข้าศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) แต่ละสถานศึกษาได้มีกลยุทธ์เพื่อจะเป็นแรงจูงใจให้นักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นได้มีความสนใจและตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ประการสำคัญ คือ การใช้สื่อออนไลน์ และเนื้อหา การประชาสัมพันธ์ เช่น ภาพลักษณ์การอาชีวศึกษา หลักสูตรการเรียนการสอนที่หลากหลายรองรับความต้องการของผู้เรียน สถานศึกษาอำนวยความสะดวกสบายภายในสถานศึกษา ค่าใช้จ่าย การประกอบอาชีพในอนาคต และการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น ดังนั้น การเปิดรับต่อข่าวสารด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยตามกระแสสังคมยุคใหม่เพื่อสร้างการรับรู้ให้นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นที่กำลังมองหาที่ศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) เกิดความเชื่อมั่นและตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในวิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภูต่อไป

การตัดสินใจเป็นเรื่องสำคัญที่มนุษย์ทุกคนเลือกและได้สิ่งต่าง ๆ ที่คิดว่าเหมาะสมกับตนเองมากที่สุดตามทฤษฎีการตัดสินใจของ George, R.T. (1949 : 35) ซึ่งได้กล่าวว่าเป็นทฤษฎีที่แสดงถึงวงจรกระบวนการตัดสินใจ โดยเริ่มจากจุดหมายหรือวัตถุประสงค์ และเมื่อบุคคลมีความประสงค์ที่ต้องการจะตัดสินใจบุคคลนั้นประสงค์จะได้รับข้อมูลสารสนเทศ โดยจะรวบรวมข้อมูลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการตัดสินใจของตน ต่อจากนั้นบุคคลจะพิจารณาข้อมูลที่ได้และพยายามนำมาประยุกต์ให้สอดคล้องกับการเลือกพิจารณา ความเป็นไปได้ของทางเลือกสำหรับการทำนายผลอาจจะขึ้นอยู่กับความสำเร็จของประสบการณ์ในอดีตและระดับความปรารถนาของบุคคลนั้น ซึ่งการทำนายผลจะมีประสิทธิภาพหรือไม่เพียงใดจะขึ้นอยู่กับสิ่งสองประการ คือ ข้อมูลที่รวบรวมได้และน้ำหนักในการคาดคะเนอย่างเหมาะสมหรือไม่เหมาะสม สำหรับลำดับขั้นต่อไปเป็นระบบค่านิยมในขั้นนี้บุคคลจะพิจารณาถึงผลที่พึงปรารถนา เขาจะเปรียบเทียบผลที่ได้รับจากลำดับขั้นของค่านิยม เช่น ถ้าเขาเลือกวิชาชีพนี้ เพื่อต้องการเงินเดือนมาก

หรือคาดได้ว่าเขาต้องการเรียนจบในสาขาวิชานี้ได้ และจะได้มีโอกาสศึกษาต่อเขาอาจจะต้องตั้งคำถามว่า ค่านิยมของเขานั้นคืออะไร ทั้งนี้เพื่อให้การตัดสินใจเลือกของเขาเหมาะสมยิ่งขึ้น (ณัฐจิตติ บุญทรง และ ประภัสสร สมสถาน, 2565 : 173)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษา เรื่อง การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนต่อ การอาชีวศึกษาของนักเรียนระดับ ปวช. 1 วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู เพื่อนำผลของการวิจัยไปประยุกต์และพัฒนากิจการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ของวิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภูในอนาคต

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ของนักเรียนระดับ ปวช.1 วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู ที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ของการอาชีวศึกษา
2. เพื่อศึกษาผลของการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ของการอาชีวศึกษาที่มีต่อการตัดสินใจในการเลือกเรียนต่อ การอาชีวศึกษาของนักเรียนระดับ ปวช.1 วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบปริมาณ (Quantitative Research Methodology) ประชากรกลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนระดับนักเรียนระดับ ปวช.1 วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู ที่ลงทะเบียนเข้าศึกษา ในปีการศึกษา 2566 จำนวน 425 คน และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูล เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

### ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง “การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนต่อ การอาชีวศึกษาของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู” ผู้วิจัยดำเนินงานวิจัยตามกรอบแนวคิด พบว่าบรรลุและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อยืนยันความสอดคล้องดังกล่าวและเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจได้กระจ่างขึ้นสามารถสรุปผลได้ ดังต่อไปนี้

#### 1. การรับรู้ของนักเรียนระดับ ปวช. 1 วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู ที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ของการอาชีวศึกษา

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้เนื้อหา การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ของนักเรียนระดับ ปวช.1 วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู แตกต่างกันไป มีรายละเอียด ดังนี้



แตกต่างกัน การเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ของนักเรียน ระดับ ปวช.1 พบว่า การรับรู้เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ สำหรับโดยรวมด้านภาพลักษณ์การอาชีวศึกษา ด้านค่าใช้จ่าย ด้านการประกอบอาชีพ และด้านการศึกษาต่อ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน และด้านสถานที่ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 2. ผลของการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ของการอาชีวศึกษาที่มีต่อการตัดสินใจในการเลือกเรียนต่อการศึกษาของนักเรียนระดับ ปวช.1 วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ต่อสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเรียนต่อวิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู การวิเคราะห์ความสัมพันธ์การรับรู้เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ทุกด้าน มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจในการเลือกเรียนต่อวิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภูมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ได้แก่ ด้านการประกอบอาชีพ ด้านค่าใช้จ่าย และด้านภาพลักษณ์การอาชีวศึกษา ตามลำดับ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านสถานที่ และด้านการศึกษาต่อ ทุกด้านมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง “การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเรียนต่อการศึกษาของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู” ผู้วิจัยดำเนินงานวิจัยตามกรอบแนวคิด พบว่าบรรลุและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อยืนยันความสอดคล้องดังกล่าวและเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจได้กระจ่างขึ้นสามารถอภิปรายผลได้ ดังต่อไปนี้

### 1. การรับรู้ของนักเรียนระดับ ปวช.1 วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภูที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ของการอาชีวศึกษา

นักเรียน ระดับ ปวช.1 เปิดรับข้อมูลการเรียนต่อการศึกษาผ่านช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจวิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู มีความถี่ในการเข้าใช้สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ 1-5 ครั้งต่อวัน เปิดรับข้อมูลทางสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์โดยใช้สมาร์ตโฟน เข้าใช้สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ที่บ้าน มีประสบการณ์ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี และเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์เนื่องจากข้อมูลทางสื่อออนไลน์มีความสะดวก/รวดเร็ว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊กเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมในกลุ่มนักเรียน อีกทั้งเฟซบุ๊กมีรูปแบบของกิจกรรมที่หลากหลาย ผู้ใช้สามารถเลือกทำกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านเฟซบุ๊กได้ตามที่ตนเองสนใจ มีการเข้าใช้สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ 1-5 ครั้งต่อวัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า กิจกรรมต่าง ๆ ที่ปรากฏบนสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะเฟซบุ๊กนั้น ผู้ใช้สามารถแสดงความชื่นชอบ มีการสนทนา การแสดงข้อความ และ

ภาพรวมทั้งมีการติดตามอ่านข่าวที่น่าสนใจ ทำให้ผลิตเพลลิ่ง เปิดรับข้อมูลทางสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ โดยใช้สมาร์ตโฟน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในปัจจุบันได้มีการพัฒนาให้โทรศัพท์มือถือสามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ซึ่งเรารู้จักกันในชื่อ สมาร์ตโฟน ซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพาที่สามารถใช้ติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตได้และเมื่อโทรศัพท์มือถือสามารถใช้เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้จึงทำให้ทุกวันนี้เห็นผู้คนใช้เวลาพกสมาร์ตโฟนส่วนตัวกันตลอดเวลา ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ที่บ้านมีประสบการณ์ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1 ปี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะที่บ้านคือ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สะดวกสบาย ไม่เหมือนกับการเข้าถึงสื่อออนไลน์จากสถานที่อื่น ๆ ที่ผู้ใช้ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของสถานที่ เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ เนื่องจากข้อมูลทางสื่อออนไลน์มีความสะดวก/รวดเร็ว สอดคล้องกับแนวคิดของ ธิดาพร ชนะชัย (2550) และขวัญฤทัย สายประดิษฐ์ (2551 : 50-51) กล่าวว่า สื่อออนไลน์สามารถให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายกลุ่มเป้าหมาย เผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้ในระยะเวลาพร้อม ๆ กัน

นักเรียน ระดับ ปวช.1 มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการรับรู้เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่ามีการรับรู้เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ด้านภาพลักษณ์ การอาชีวศึกษามากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการประกอบอาชีพ ด้านการศึกษาต่อ ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านค่าใช้จ่ายและด้านสถานที่ โดยอภิปรายผลแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านภาพลักษณ์การอาชีวศึกษา เป็นการสร้างความเข้าใจอันดีเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของสถานศึกษาในการพัฒนาผู้เรียนแต่ละสาขาวิชาชีพ การส่งเสริมการสร้างผลงานของผู้เรียนให้สังคมได้รับรู้เพื่อการยอมรับและความศรัทธาต่อสถานศึกษา ซึ่งนักเรียนให้ความสำคัญต่อการเลือกเรียนต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของวิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่นักเรียนให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ วิทยาลัย/สาขาวิชาเป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงในระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับชาติ รองลงมา คือ รางวัลจากผลงาน ด้านวิชาการ ประกวดสิ่งประดิษฐ์ การแข่งขันทักษะพื้นฐาน และทักษะวิชาชีพ และความภาคภูมิใจในการเป็นนักเรียนอาชีวศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ เจริญขวัญ ด้านพัฒนานุรักษ์ และคณะ (2565) ได้ศึกษาการวิเคราะห์องค์ประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อสายอาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรม พบว่า ด้านภาพลักษณ์ของสถานศึกษาคือวิทยาลัยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของสังคม วิทยาลัยมีความเก่าแก่มีประสบการณ์ และมีการเรียนการสอนที่ดีได้มาตรฐาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของนลินรัตน์ อ่ำช้าง (2564 : 122-124) ได้ศึกษาการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยบูรพาในมุมมองนิสิต พบว่า นิสิตที่จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยเป็นที่ยอมรับของตลาดงานและสังคมมหาวิทยาลัยมีความพร้อมทางด้านสื่อการเรียนการสอน วัสดุอุปกรณ์ และ

เทคโนโลยีสารสนเทศ ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่มีความชัดเจน และเป็นมหาวิทยาลัยที่มีระบบบริหารจัดการที่ดี

ด้านการประกอบอาชีพ ตลาดแรงงานมีความต้องการกำลังคนสายอาชีพ เนื่องจากสายอาชีพเป็นระบบการศึกษาที่เปิดโอกาสให้นักเรียนได้ปฏิบัติจริงเน้นการฝึกทักษะวิชาชีพหลากหลายสาขาเป็นที่ยอมรับของสถานประกอบการ ซึ่งนักเรียนให้ความสำคัญต่อการเลือกเรียนต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของวิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ข้อที่นักเรียนให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ฝึกงานทวิภาคีมีรายได้ระหว่างเรียน รองลงมาคือ เห็นแนวทางในการประกอบอาชีพในอนาคต และจบแล้วมีงานทำแน่นอน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กอบเกียรติ ยังเจริญ (2563 : 112-115) ได้ศึกษาการพัฒนาแนวทางประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมความต้องการเลือกเข้าศึกษาต่อในวิทยาลัยการอาชีพไชยาของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า ปัจจัยที่ทำให้นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีความต้องการเพื่อประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อมากที่สุดคือเมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถประกอบอาชีพอิสระ สามารถหารายได้ระหว่างเรียน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนวรรณ สอ้าง และ ธนภพ โสทรโยม (2561 : 121-126) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกเรียนประเภทวิชาคหกรรมในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงของผู้เรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษาสิงห์บุรี พบว่า ผู้เรียนให้ความสำคัญต่อการเลือกเรียนประเภทวิชาคหกรรมเนื่องจากเป็นวิชาชีพที่สามารถประกอบอาชีพส่วนตัวได้ เป็นวิชาชีพที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน และเป็นวิชาชีพที่มีรายได้สูง

ด้านการศึกษาต่อ ตามที่พระราชบัญญัติการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2551 มาตรา 9 ให้จัดตามหลักสูตรที่คณะกรรมการการอาชีวศึกษากำหนด ดังนี้ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง และปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ มาตรา 13 สถานศึกษาอาชีวศึกษาสามารถรวมกันเป็นสถาบันได้ โดยวิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภูเป็นสถานศึกษาในสถาบันการอาชีวศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 ซึ่งนักเรียนให้ความสำคัญต่อการเลือกเรียนต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของวิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากนักเรียนมีความคาดหวังว่าจะศึกษาต่อในระดับ ปวส. และปริญญาตรี ต่อไป และเห็นแนวทางการศึกษาต่อ เป็นความภาคภูมิใจของนักเรียนและครอบครัวในการสนับสนุนการศึกษาตั้งแต่ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และระดับปริญญาตรีสายเทคโนโลยีหรือสายปฏิบัติการ (ทล.บ.) สอดคล้องกับคู่มือนักศึกษา วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู (2566) ได้สรุปรายละเอียดการจัดการเรียนการสอนในสายอาชีพเมื่อผู้เรียนสำเร็จการศึกษาแล้วสามารถศึกษาต่อ (Further Study) หรือประกอบอาชีพได้ตามสาขาวิชาชีพที่ได้ศึกษามา

ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญเปรียบ เสมือนเข็มทิศ ในการผลิตผู้เรียนให้มีศักยภาพ ดังนั้นสถานศึกษาจะต้องจัดทำหลักสูตรจากมวลประสบการณ์ในสาขา วิชาชีพนั้น ๆ และจัดกระบวนการเรียนการสอนที่ยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ ซึ่งนักเรียนให้ความสำคัญต่อ การเลือกเรียนต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของวิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู โดยเฉลี่ยรวมอยู่ใน ระดับมาก ได้แก่ เนื้อหาและรายวิชาของหลักสูตร และรูปแบบและวิธีการจัดการเรียนการสอนวิทยาลัย เปิดสอนหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ทั้งหมด 10 สาขาวิชา โดยหลักสูตรการเรียน การสอนมีความหลายหลายตามบริบทของสถานประกอบการและตามความสนใจของนักเรียน สอดคล้อง กับงานวิจัยของ พัชณี เพชรอาวุธ และคณะ (2561 : 24-34) ได้ศึกษาปัจจัยการบริหารสถานศึกษา ภาพลักษณ์สถานศึกษาและการตัดสินใจศึกษาต่อในสถานศึกษาสายอาชีพ พบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตร การเรียนการสอนเป็นข้อมูลที่ต้องนำเสนอเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับผู้เรียน และผู้เรียนจะเลือกศึกษาต่อ ในสถาบันการศึกษาที่มีภาพลักษณ์ดี มีชื่อเสียงดีมีระบบการสื่อสารดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐจิตติ บุญทรง และ ประภัสสร สมสถาน (2565 : 178-179) ได้ศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่อ อาชีวศึกษาระบบทวิภาคีของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยการอาชีพศรีสำโรง พบว่า ปัจจัยด้านหลักสูตร มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ เนื่องจากวิทยาลัยการอาชีพศรีสำโรง เปิดหลักสูตร อาชีวศึกษาระบบทวิภาคีอย่างหลากหลาย ระบบทวิภาคีเกิดจากข้อตกลงของสถานศึกษากับสถานประกอบการ สอดคล้องกับความสามารถและความต้องการของนักเรียนจึงทำให้การตัดสินใจศึกษาต่ออาชีวศึกษาระบบ ทวิภาคี

ด้านค่าใช้จ่าย คือความคุ้มค่าในการเรียน เพื่อให้ผู้เรียนได้รับความรู้ ทักษะและความสามารถ ตามเป้าหมายของหลักสูตร เช่น ค่าลงทะเบียนเรียน ค่าธรรมเนียม ค่าอุปกรณ์การเรียน รวมทั้งค่าใช้จ่าย ส่วนตัว ซึ่งนักเรียนให้ความสำคัญต่อการเลือกเรียนต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของวิทยาลัยเทคนิค หนองบัวลำภู โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่นักเรียนให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ค่าใช้จ่ายของหลักสูตร รองลงมาคือ สวัสดิการ และทุนการศึกษาอื่นๆ สอดคล้องกับคู่มือนักศึกษา วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู (2566) ได้สรุปรายละเอียดการจัดการเรียนการสอนในสายอาชีพ เมื่อผู้เรียน สำเร็จการศึกษาแล้วสามารถศึกษาต่อ (Further Study) หรือประกอบอาชีพได้ตามสาขาวิชาชีพที่ได้ ศึกษา

ด้านสถานที่เป็นองค์ประกอบสำคัญเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ ซึ่งนักเรียนให้ ความสำคัญต่อการเลือกเรียนต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของวิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อที่นักเรียนให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ เครื่องมือ ห้องปฏิบัติการ และโรงฝึกงานที่ทันสมัย รองลงมาคือ ความพร้อมของโรงฝึกงาน และ ความพร้อมของห้องปฏิบัติการ

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนวรรณ สอ้าง และ ธนภพ โสทรโยม (2561 : 121-126) ได้ศึกษาปัจจัยที่มี ความสัมพันธ์ต่อการเลือกเรียนประเภทวิชาคหกรรมในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ และระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงของผู้เรียนวิทยาลัยอาชีวศึกษาสิงห์บุรี ด้านสภาพแวดล้อมของวิทยาลัย พบว่า บริเวณสถานที่ภายในสถานศึกษา อาคาร ห้องเรียนมีความสะอาด เรียบร้อยเป็นส่วน ถูกสุขลักษณะ สถานศึกษา มีบรรยากาศแห่งความอบอุ่นปลอดภัยและสถานศึกษามีอุปกรณ์การเรียน การสอนและการปฏิบัติอย่างเพียงพอ

## 2. ผลของการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ของการอาชีวศึกษาที่มีต่อการตัดสินใจ ในการเลือกเรียนต่อการอาชีวศึกษาของนักเรียนระดับ ปวช.1 วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู

นักเรียน ระดับ ปวช.1 มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกเรียนต่อการอาชีวศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ มีผลในการตัดสินใจเลือกเรียนต่อ มากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดของ ธิดาพร ชนะชัย (2550) และ ชวีญุฑทัย สายประดิษฐ์ (2551 : 50-51) กล่าวว่า สื่อออนไลน์สามารถให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลายกลุ่ม เป้าหมาย เผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้ในระยะเวลาพร้อม ๆ กันและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ได้ทั่วประเทศและทั่วโลก รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์เนื้อหาผ่านแฟนเพจวิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู มีผลในการตัดสินใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุวัฒน์ พระงาม (2562 : 56-65) ได้ศึกษาอิทธิพล สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนในสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อ ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ ช่องทางที่สะดวกในการสื่อสาร ข้อมูล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กอบเกียรติ ยังเจริญ (2563 : 112-115) ได้ศึกษาการพัฒนาแนวทาง ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมความต้องการเลือกเข้าศึกษาต่อในวิทยาลัยการอาชีพไชยาของนักเรียนระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า การรับรู้ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่รู้จักและรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับ วิทยาลัยจากเฟซบุ๊กมากที่สุด เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ มีผลในการตัดสินใจ และการประชาสัมพันธ์เนื้อหาผ่านเว็บไซต์วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู มีผลในการตัดสินใจ สอดคล้องกับ แนวคิดของ George, R.T. (1949 : 35) กล่าวว่า การตัดสินใจมีกระบวนการที่เริ่มจากการนิยามปัญหา การค้นหา ข้อมูลข่าวสารในสภาวะแวดล้อมที่ทำให้ต้องมีการตัดสินใจ ต่อจากนั้นเป็นกระบวนการวิเคราะห์ สถานการณ์ แนะแนวทางต่างๆ ที่จะนำไปปฏิบัติในการออกแบบการตัดสินใจ และกระบวนการสุดท้าย คือ เลือกทางที่เหมาะสม (Choice Activity) หลังจากการวิเคราะห์ทางเลือกที่มีอยู่ทั้งหมดเพื่อเป็นการ ตัดสินใจและสามารถนำไปใช้ปฏิบัติในสถานการณ์ได้จริง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ บารมี โคนบาง (2561 : 67-87) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการกับการเปิดรับสื่อ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาที่เข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยนอร์ท กรุงเทพ พบว่า ความคิดเป็น เกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ โดยลำดับความคิดเห็น 3 ลำดับแรก ด้านการประเมินทางเลือก คือ

มีการศึกษาข้อมูลของมหาวิทยาลัยแห่งอื่นเพื่อเปรียบเทียบก่อนการตัดสินใจเข้าศึกษา ด้านการแสวงหาความรู้ คือ การสอบถามข้อมูลจากผู้ที่เคยศึกษาหรือกำลังศึกษาอยู่เพื่อตัดสินใจ และด้านรับรู้ความต้องการ คือ รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากเพื่อน ญาติ รุ่นพี่ หรือคนรู้จักที่เรียนอยู่จึงทำการตัดสินใจ

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับนำผลการศึกษาไปใช้

1.1 งานประชาสัมพันธ์ควรให้ความสำคัญกับเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ด้านภาพลักษณ์วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภูที่ได้รับรางวัลจากผลงานด้านวิชาการ การประกวดสิ่งประดิษฐ์ การแข่งขันทักษะพื้นฐาน และทักษะวิชาชีพ เป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงในระดับจังหวัด ระดับภาค และระดับชาติ

1.2 งานประชาสัมพันธ์ควรให้ความสำคัญกับเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ด้านสถานที่เพื่อสร้างการรับรู้ด้วยสื่อชนิดต่างๆ อาทิเช่น สื่อวิดีโอสั้น (Reels) ที่เผยแพร่ในเฟสบุ๊คแฟนเพจวิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภูเพื่อประสิทธิภาพสูงสุดในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

1.3 งานประชาสัมพันธ์ควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงเนื้อหาข่าวสารต่าง ๆ จากเว็บไซต์วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู ให้มีความทันสมัยสามารถใช้งานผ่านสมาร์ตโฟนได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

### 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อประเภทอื่น ๆ อาทิเช่น สื่อบุคคลที่เป็นศิษย์ที่ประสบความสำเร็จ สื่ออินโฟกราฟิก (Infographics) ที่มีการออกแบบที่สวยงามเพื่อสร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร อีกทั้งสามารถเผยแพร่ข่าวสารด้วยการแชร์ลิงค์ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

2.2 ควรศึกษากลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเพื่อการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ทำให้มีโอกาที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 ควรศึกษากลุ่มเป้าหมายในเชิงลึกมากขึ้นโดยอาจจะเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์

## องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 1 องค์ความรู้ใหม่

## เอกสารอ้างอิง

กอบเกียรติ ยังเจริญ. (2563). การพัฒนาแนวทางประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมความต้องการเลือกเข้าศึกษาต่อในวิทยาลัยการอาชีพไซยา ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย. (การค้นคว้าอิสระ). สุราษฎร์ธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์. (2551). บทบาทนักประชาสัมพันธ์กับการประชาสัมพันธ์ในสื่อใหม่ ตอนที่ 1. *วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา*, 20(65), 42-51.

เจริญขวัญ ด่านพัฒนานุรักษ์, สุจิตัญญา รุจิเมธธาส และ หยกแก้ว กมลวรเดช. (2565). การวิเคราะห์องค์ประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อสายอาชีพระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพวิทยาลัยเทคโนโลยีอุตรดิตถ์. *Journal of Modern Learning Development*, 7(7), 297-307.

- ณัฐวัฒน์ พระงาม. (2562). อิทธิพลสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนในสถาบันการอาชีวศึกษาภาคเหนือ. *วารสารหาดใหญ่วิชาการ*, 17(1), 50-65.
- ณัฐจิติ บุญทรง และ ประภัสสร สมสถาน. (2565). การศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจศึกษาต่ออาชีวศึกษาระบบทวิภาคีของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยการอาชีพศรีสำโรง จังหวัดสุโขทัย. *วารสารบัณฑิตศึกษาปริทรรศน์ มจร วิทยาเขตแพร่*, 8(2), 170-179.
- ธนวรรณ สอ้าง และ ธนภพ โสทรโยม. (2561). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกเรียน ประเภทวิชา คหกรรมในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพและระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงของผู้เรียน วิทยาลัยอาชีวศึกษาสิงห์บุรี. *วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา*, 31(108), 119-127.
- ธิดาพร ชนะชัย. (2550). สื่อใหม่. สืบค้นเมื่อ 16 เมษายน 2566, จาก [http://athithandesign.blogspot.com/p/blog-page\\_70.html](http://athithandesign.blogspot.com/p/blog-page_70.html).
- นลินรัตน์ อ่ำช้าง. (2564). การรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยบูรพาในมุมมองของนิสิต. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บารมี โคนบาง. (2561). พฤติกรรมการเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการกับการเปิดรับสื่อที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจของนักศึกษาที่เข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- พัชณี เพชรอาวุธ, สิริธร สิ้นจินดาวงศ์ และ วีระ สุภากิจ. (2561). ยุทธศาสตร์การพัฒนาภาพลักษณ์สถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(1), 24-34.
- พิชิต วิจิตรบุญรักษ์. (2553). สื่อสังคมออนไลน์ : สื่อแห่งอนาคต. *วารสารนักบริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*, 3(2), 99-103.
- วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู. (2566). คู่มือนักศึกษา ปีการศึกษา 2566. หนองบัวลำภู: งานประชาสัมพันธ์วิทยาลัยเทคนิคหนองบัวลำภู.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2546). การประชาสัมพันธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศศลักษณ์ บุญรักษ์. (2565). รูปแบบการบริหารการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ของโรงเรียนอนุบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2566). สถานศึกษาในสังกัด สอศ. สืบค้นเมื่อ 26 เมษายน 2566, จาก <https://www.vec.go.th/>
- George, R.T., (1949). *Consumer Behavior*. Chicago: University of Chicago Press.