



การเปิดรับและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์บริการ
ของหอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Student's Exposure and Satisfaction with Media
at the Thammasat University Libraries

พิมพ์ชนก สิริพงศ์ทักษิณ และ อ.ดร.โมไนยพล วัฒนเวช

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระในการศึกษาหลักสูตรวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์บริการ และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์บริการของหอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผลการศึกษาพบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์บริการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์บริการ โดยนักศึกษาที่มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์บริการ ระดับสูง จะมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์บริการ อยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะในสื่อออนไลน์ รองลงมา คือ สื่อบุคคล สื่อโซเชียลมีเดีย สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อกิจกรรม ตามลำดับ

คำสำคัญ: การเปิดรับสื่อ, สื่อประชาสัมพันธ์บริการ, ความพึงพอใจต่อสื่อ, หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ABSTRACT

Quantitative research was conducted on student's exposure and satisfaction with media at the Thammasat University Libraries. Results were that Media exposure at the Thammasat University Libraries was positively correlated to media

satisfaction at a high level for online media, followed by personal, audiovisual, print, and activity media, in decreasing order of consequence.

Keywords: Media exposure, Media satisfaction, Thammasat University Libraries.

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มีวิสัยทัศน์ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย คือ “เป็นห้องสมุดชั้นนำในเอเชีย เพื่อการเรียนรู้ การวิจัย และการแบ่งปัน” มีภารกิจหลักคือส่งเสริมการเรียนการสอน และสนับสนุนการวิจัยของมหาวิทยาลัย มุ่งเน้นให้บริการสารสนเทศแก่นักศึกษา อาจารย์ นักวิจัย และบุคลากรเป็นสำคัญ

ปัจจุบันบริการของหอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์หลากหลายมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการทรัพยากรสารสนเทศของนักศึกษาเป็นสำคัญผ่านบริการต่าง ๆ เช่น บริการตอบคำถาม บริการยืม-คืนหนังสือ ฯลฯ รวมถึงการอบรมการส่งเสริมการรู้สารสนเทศ เช่น ระบบ MyCat หรือระบบบริหารจัดการวิทยานิพนธ์ระบบใหม่ที่เรียกว่า “TU e-Thesis” โปรแกรมตรวจสอบการคัดลอกผลงานการเขียนทางวิชาการ (Turnitin) โปรแกรมจัดการบรรณานุกรมและอ้างอิง (EndNote) บริการเข้าถึงฐานข้อมูลออนไลน์นอกเครือข่ายมหาวิทยาลัยด้วยระบบ (EZproxy) บริการยืมหนังสือระหว่างห้องสมุดทั่วโลก (WorldShare ILL) ฯลฯ ดังนั้นสื่อประชาสัมพันธ์จึงจะต้องเข้ามามีบทบาทที่สำคัญที่จะเป็นตัวกลางของห้องสมุดและนักศึกษาในการเข้าถึงบริการที่มีประโยชน์ทั้งหลาย

ทั้งนี้ทางหอสมุดฯ ยังพบว่านักศึกษาส่วนใหญ่ยังไม่ทราบข่าวสารหรือบริการของหอสมุดที่มีอยู่หรือบริการที่เพิ่มเข้ามาใหม่อันเกิดมาจากความแตกต่างในการเปิดรับและการรับรู้ข่าวสาร บริการต่าง ๆ ของนักศึกษาแต่ละคน และขึ้นอยู่กับปัจจัยสถานะแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร กล่าวคือบุคคลที่มีระดับการศึกษาที่เหมือนกันจะเปิดรับข่าวสารที่คล้ายคลึงกันมาก และบุคคลที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันก็จะมี การเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน (Schramm, Wilbur, 1973, pp.121-124) นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ของหอสมุดที่ยังไม่ทั่วถึงและตรงจุดของผู้รับสารหรือสื่อประชาสัมพันธ์บริการอาจไม่น่าสนใจและดึงดูดใจ ซึ่งเกศินี จุฑาวิจิตร (2540, น. 135) ได้กล่าวถึงรูปแบบของการจัดกิจกรรมที่สำคัญ ได้แก่

1. การจัดวันและสัปดาห์พิเศษ (Special Days and Weeks) การเลือกกำหนดวันหรือสัปดาห์สำคัญขึ้นมา เพื่อจัดกิจกรรม เช่น วันสถาปนามหาวิทยาลัย วันครบรอบวันชาติกาลของบุคคลสำคัญภายในองค์กร เป็นต้น

2. การจัดการแสดงและนิทรรศการ (Displays and Exhibition) โดยจัดแสดงผลงานดีเด่นขององค์กร ความก้าวหน้าโครงการต่าง ๆ หรือจัดแสดงนิทรรศการเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมายซึ่งการจัดกิจกรรมการแสดงและนิทรรศการจะต้องมีความน่าสนใจและดึงดูดใจให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความต้องการที่จะเข้ามาสัมผัส เช่น กิจกรรมเสวนานักเขียนที่มีผลงานที่น่าสนใจหรือการจัดนิทรรศการในเรื่องที่ได้รับความสนใจในขณะนั้น เป็นต้น

3. การพบปะและการประชุม (Meeting and Conference) โดยเปิดโอกาสให้บุคคลหลายฝ่ายได้มีโอกาสพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ปัญหา และอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกัน เช่น การจัดประชุมวิชาการ การสัมมนา เป็นต้น

4. การจัดประกวด (Contest) เป็นการเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วมกับองค์กรเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี และเพื่อหาโอกาสในการเข้าร่วม

5. การจัดขบวนแห่ (Parade and Pageants) เป็นการจัดกิจกรรมที่เพิ่มสีสันและบรรยากาศที่ดึงดูด ระวังใจและน่าสนใจ

นอกจากนี้ในผลการวิจัยของเคท และคณะนั้น ยูบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534, น.61) ได้อธิบายว่าสภาวะทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ทำให้บุคคลมีความต้องการแตกต่างกัน ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่า สื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจได้ต่างกันออกไปด้วย ดังนั้น ลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันจะแตกต่างกันออกไปขั้นสุดท้ายคือ ความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะต่างกันออกไปด้วย

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์บริการของหอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์” เพื่อต้องการทราบว่านักศึกษาที่มีการเปิดรับบริการประชาสัมพันธ์บริการของหอสมุดฯ ผ่านทางช่องทางใดบ้าง มีความเข้าใจในสารที่ส่งไปหรือไม่ และมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์บริการที่ได้เผยแพร่ออกไปหรือไม่ อย่างไรก็ตามซึ่งทางผู้วิจัยจะนำไปปรับปรุงแก้ไขอันจะส่งผลให้หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์สามารถให้ตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์บริการของหอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์บริการของหอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

3. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์กับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์บริการของหอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

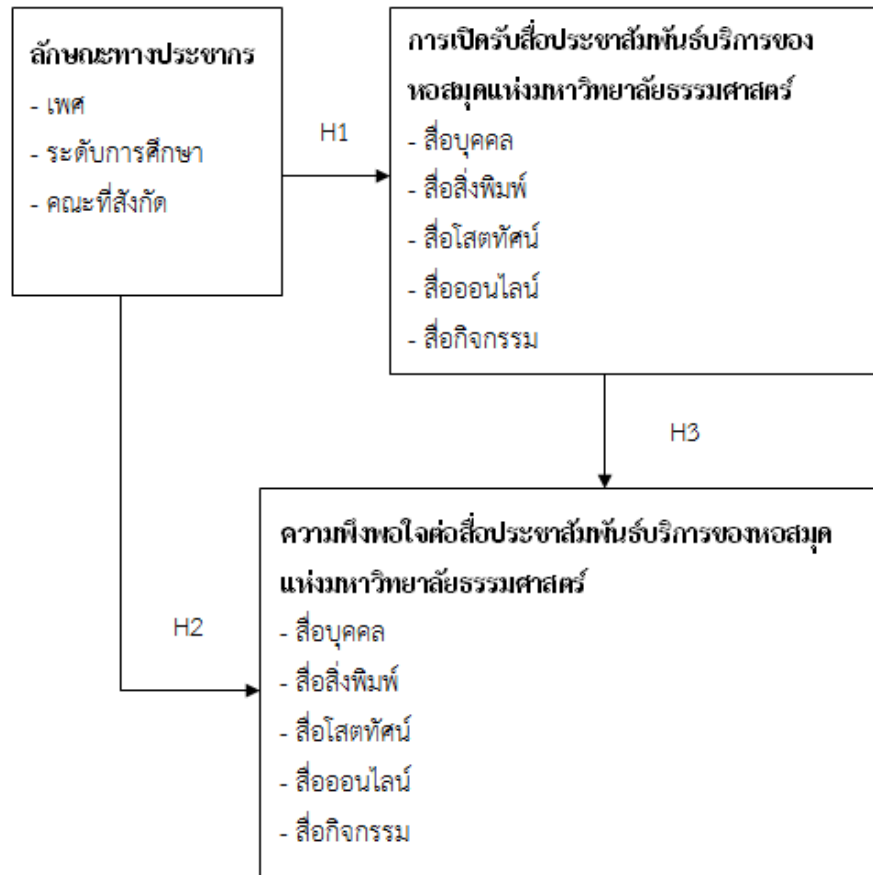
4. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์กับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์บริการของหอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์บริการของหอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์กับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์บริการของหอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "การเปิดรับและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์บริการของหอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์" เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์ การวิจัยนี้ใช้ขนาดตัวอย่าง 300 คน โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ One-way ANOVA และ Pearson Correlation ในการทดสอบสมมติฐานในงานวิจัย

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ผลการวิจัยและอภิปราย

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์บริการฯ ประเภทสื่อออนไลน์มากที่สุด รองลงมา คือ สื่อบุคคล สื่อโซเชียลมีเดีย สื่อกิจกรรม และสื่อสิ่งพิมพ์ ตามลำดับ ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อสื่อออนไลน์มากที่สุด อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกิจกรรม และสื่อโซเชียลมีเดีย ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1 พบว่า นักศึกษาที่มีเพศและระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์บริการฯ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กิติมา สุรสนธิ (2557, น.29) ที่ว่า วัตถุประสงค์ทั่วไปที่ผู้รับสารต้องการจะเปิดรับข่าวสารแต่ละเรื่อง

นั้น ส่วนหนึ่งเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในเนื้อหาสาระ ความรู้ต่าง ๆ ในเรื่องที่น่าสนใจจะเพิ่มพูนความรู้

ขณะที่นักศึกษาที่มีคณะที่สังกัดแตกต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อบุคคลที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. < .05) โดยคณะนิติศาสตร์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน และคณะรัฐศาสตร์จะมีการเปิดรับสื่อบุคคลมากกว่าคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี แสดงให้เห็นว่าคณะทั้งสามนั้นมีเปิดรับสื่อบุคคลมากที่สุด เนื่องมาจากในห้องสมุดสาขาของทั้งสามคณะนั้น ต่างเป็นห้องสมุดเฉพาะสาขาวิชา และนักศึกษานั้นมีความสนใจที่จะเปิดรับสื่อจากสื่อบุคคลในการสอบถามเรื่องที่เกี่ยวข้องกับหอสมุดฯ เช่น คณะนิติศาสตร์มักมีการสอบถามบรรณารักษ์หรือเจ้าหน้าที่ห้องสมุดบ่อยครั้ง เรื่อง การใช้งานข้อมูลกฎหมาย คลังข้อสอบต่าง ๆ ส่วนคณะวารสารศาสตร์เนื่องจากเป็นห้องสมุดที่ค่อนข้างใหม่ จึงทำให้นักศึกษาอาจสับสนในการสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศ จึงทำให้นักศึกษามีการพูดคุย และมีปฏิสัมพันธ์กับบรรณารักษ์และเจ้าหน้าที่ห้องสมุด และคณะรัฐศาสตร์นั้น นักศึกษาส่วนใหญ่จะเข้ามาใช้ห้อง Study Room ของห้องสมุดติดิเรก ชัยนามอยู่บ่อยครั้ง เนื่องจากเจียบสงบ และการใช้ห้อง Study Room เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้นักศึกษามีปฏิสัมพันธ์กับบรรณารักษ์สอดคล้องกับงานวิจัยของแซม บรูคส์ (Sam Brooks, 2006, p.1-4) ที่ว่าอย่างไรก็ตาม บรรณารักษ์ผู้ให้บริการและผู้รับบริการนั้นมีความสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลซึ่งกันและกัน ในการจัดหาบริการที่ดีที่สุด ให้แก่ผู้รับบริการ และสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งคือการรับฟังการตอบกลับ (feedback) ของผู้รับบริการทุกคน

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2 พบว่านักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์บริการฯ ไม่แตกต่างกัน แต่นักศึกษาที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจสื่อออนไลน์และสื่อกิจกรรมที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. > .05) โดยนักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาโทจะมีความพึงพอใจต่อสื่อออนไลน์และสื่อกิจกรรมมากกว่านักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาโทขึ้นไป แสดงให้เห็นว่า สื่อออนไลน์และสื่อกิจกรรมของหอสมุดฯ ในปัจจุบัน มุ่งเน้นและพยายามเข้าถึงนักศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาโทมากขึ้น แทนที่จะเป็นเรื่องหนักๆ อย่างฐานข้อมูลเกือบทั้งหมดสอดคล้องกับแนวคิดของโจเซฟ ทีแคลปเปอร์ (Klapper, J. T., 1960, pp.19-25) ที่ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการในการเลือกรับข่าวสารของมนุษย์ว่าบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อหรือข่าวสารที่ตรงกับความคิดเห็นหรือความถนัดที่มีอยู่ก่อนแล้ว และเลือกพิจารณาที่จะสนใจในเรื่องที่จะตอบสนองความต้องการของตน และนักศึกษาที่มีคณะที่สังกัดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อสื่อบุคคลแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 (Sig. > .05) โดยคณะนิติศาสตร์ จะมีความพึงพอใจต่อสื่อบุคคลมากกว่าคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน คณะรัฐศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ และคณะอื่นๆ แสดงให้เห็นว่า คณะนิติศาสตร์เป็น

คณะที่มีนักศึกษาจำนวนมาก และนักศึกษาส่วนใหญ่ นั้น มีการเข้าถึงบรรณารักษ์ เพื่อสอบถามในเรื่องต่าง ๆ ที่ตนสนใจเกี่ยวกับห้องสมุด

ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 3 พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์บริการของหอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์บริการของหอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยนักศึกษาที่มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์บริการฯ ระดับสูง จะมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์บริการฯ อยู่ในระดับสูง ดังนั้น หอสมุดควรมีกิจกรรมเป้าหมายในการรับสาร และทราบว่ากลุ่มเป้าหมายนั้นสนใจสิ่งใด จากนั้นจึงพยายามนำเสนอสิ่งนั้นให้มากขึ้น สอดคล้องกับ ประมะ สตะเวทิน (2529, น.117-121 อ้างถึงใน มน ชนก ชัยแสนยากร, 2557, น.117) ที่ว่า การวิเคราะห์ผู้รับสาร ก็เพื่อทราบว่าใครเป็นผู้รับสาร ผู้รับสารมีลักษณะอย่างไร มีความต้องการ มีความสนใจ มีความรู้ขนาดไหน และจะมีพฤติกรรม การตอบสนองต่อสารนั้นอย่างไร เมื่อทราบกลุ่มเป้าหมายแล้วผู้ส่งสารก็ควรที่จะเตรียมการเพื่อสื่อสารให้เหมาะสมกับผู้รับสาร

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาค่าความสัมพันธ์ พบว่า การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์บริการฯ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์บริการฯ ในสื่อออนไลน์มากที่สุด รองลงมา คือ สื่อบุคคล สื่อสื่อดิจิทัล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อกิจกรรม ตามลำดับ

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษานี้สรุปได้ว่านักศึกษามีเพศและระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์บริการฯ ไม่แตกต่างกัน แต่นักศึกษาที่มีคณะที่สังกัดแตกต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อบุคคลที่แตกต่างกัน และนักศึกษามีเพศแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์บริการฯ ไม่แตกต่างกัน แต่นักศึกษาที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจสื่อออนไลน์และสื่อกิจกรรมที่แตกต่างกัน ส่วนนักศึกษามีคณะที่สังกัดแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อสื่อบุคคลแตกต่างกัน ทั้งนี้ การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์บริการฯ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์บริการฯ โดยนักศึกษาที่มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์บริการฯ ระดับสูง จะมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์บริการฯ อยู่ในระดับสูง

จากผลการศึกษาดังกล่าวผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้ หอสมุดฯ ควรมีการปรับปรุงสื่อออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพและทำให้ทันสมัยอยู่เสมอ เนื่องจากสื่อออนไลน์ เป็นสื่อที่นักศึกษาสามารถสืบค้นทรัพยากรสารสนเทศได้ทุกที่ทุกเวลา และสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักศึกษาในยุคปัจจุบัน

นอกจากนี้ยังควรมีการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์บริการทั้ง 5 ประเภท ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโสตทัศน สื่อออนไลน์ และสื่อกิจกรรม ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากสื่อประเภทต่าง ๆ นี้ จะเป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร บริการหรือนวัตกรรมต่าง ๆ ของหอสมุดฯ ให้แก่ผู้รับบริการเข้ามาใช้บริการมากขึ้น และห้องสมุดแต่ละคณะควรให้บริการในรูปแบบเชิงรุกมากขึ้น เนื่องจากสื่อบุคคลจะเป็นสื่อที่อยู่ใกล้ชิดกับนักศึกษามากที่สุด ซึ่งบรรณารักษ์และเจ้าหน้าที่หอสมุดฯ ควรมีความความรู้ในการใช้ฐานข้อมูลตามสาขาวิชาของคณะที่ตนให้บริการ

เอกสารอ้างอิง

Books

- Klapper, Joseph T. (1960). *The Effect of Mass communication*. New York: Free Press.
- Schramm, Wilbur. (1973). *Channels and Audiences in Handbook of Communication*. Chicago: Roand Mc. Nally College.

Journals

- Brooks, Sam. (2006). The Importance of open communication between libraries and vendors. *Journal of Library Administration*. 44(3/4), 1-4

หนังสือ

- กิติมา สุรสนธิ. (2557). *ความรู้ทางการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. (2540). *การสื่อสารเพื่อพัฒนาท้องถิ่น*. นครปฐม: เพชรเกษมการพิมพ์.
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์* พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2534). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ : ที. พี. พรินท์.

วิทยานิพนธ์

- มนชนก ชัยแสนยากร. (2557). *การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรและความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารของบุคลากรคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล*. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการจัดการการสื่อสารองค์กร.