

การตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

The Decision to Further Study for a Bachelor's Degree of Students at Kanchanaburi Rajabhat University.

Received 9 August 2021
Revised 16 August 2021
Accepted 25 August 2021

พัชรินทร์ บุญสมธป,
ติกาหลัง สุขกุล, พชรณัฐ ไคนุ่นภา,
ธนภรณ์ เพชรินทร์ และฉวีพร ไตวนิช
มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

Patcharin Boonsomthop,
Tikalang Sukkun, Natdanai Kainunpa,
Thanaporn Petcharin and Thaweporn Towanit
Kanchanaburi Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่เลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี 2) ศึกษาการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี และ 3) เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีจำแนกตามคุณลักษณะทั่วไป เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2563 มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) จำนวน 292 คน ใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารการรับสมัครนักศึกษาใหม่ผ่านสื่อบุคคลมากที่สุด (ร้อยละ 41.1) มีระดับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำแนกตามคุณลักษณะทั่วไป พบว่า นักศึกษาที่มีเพศ อายุ คณะที่ศึกษา สถาบันการศึกษาเดิม ภูมิลำเนา อาชีพผู้ปกครอง และรายได้เฉลี่ยของครอบครัวแตกต่างกันจะมีการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ($p > .05$)

คำสำคัญ: การตัดสินใจ ศึกษาต่อ ระดับปริญญาตรี

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the exposure of public relations media of first-year students who chose to study for bachelor's degree at Kanchanaburi Rajabhat University, 2) to study the decision to study for bachelor's degree of first-year students at Kanchanaburi Rajabhat University, and 3) to compare the decision to study for a bachelor's degree of first-year students at Kanchanaburi Rajabhat University classified by general characteristics. It was a quantitative research by collecting secondary data from first-year students of the academic year 2020, Kanchanaburi Rajabhat University. Using multi-stage sampling to collect 292 students and using descriptive statistics and inferential statistics to analyze the data. The results showed that most of the students were exposed to the newest admissions information through personal media (percentage 41.1). There was a high level of decision-making to pursue a bachelor's degree at Kanchanaburi Rajabhat University (mean 4.16). When comparing the decision to pursue a bachelor's degree of first-year students classified by general characteristics, it was found that students of gender, age, faculty studied, former educational institution, domicile, occupation of parents and the average family income was different, the decision to study for a bachelor's degree was not different at a significant level .05 ($p > .05$).

Keywords: decision, further study, bachelor's degree

บทนำ

การประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบการสื่อสารความคิดเห็น ข่าวสาร ข้อเท็จจริง ไปยังกลุ่มประชาชนเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มประชาชนเป้าหมาย เพื่อหวังผลในความร่วมมือจากประชาชนและช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน (สุปรیتی สุวรรณบุรณ์, 2558) สำหรับเครื่องมือที่หน่วยงานใช้ในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายนิยมใช้สื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารเนื่องจากสื่อประชาสัมพันธ์เป็นหนทางหรือวิถีทางในการนำที่ต้องการประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารในปัจจุบันสื่อสำหรับการประชาสัมพันธ์มีมากมายและหลากหลาย อันเป็นผลมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีการสื่อสารของโลก (ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 2 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2562) ทำให้สื่อประชาสัมพันธ์ไม่จำกัดเพียงแต่สื่อแบบดั้งเดิมอย่าง โทรทัศน์ โทรสาร วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร เพียงเท่านั้น แต่ปัจจุบันยังครอบคลุมไปถึงสื่อใหม่อย่างสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีความสามารถในการติดต่อสื่อสารกับมนุษย์ทั่วทุกมุมโลกได้เพียงปลายนิ้วสัมผัส จึงทำให้หลายหน่วยงานนิยมใช้ทั้งสื่อประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิมและสื่อประชาสัมพันธ์แบบใหม่ควบคู่กันไปเพื่อให้ครอบคลุมและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากในระยะเวลานับวันได้

มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีดำเนินการตามพันธกิจของสถาบันอุดมศึกษามุ่งพัฒนาเพื่อท้องถิ่น ด้วยการเป็นแหล่งเรียนรู้ เป็นหลักทางวิชาการให้กับบุคคล หน่วยงาน องค์กรในท้องถิ่นรวมถึงการสร้างเครือข่ายทางวิชาการกับองค์กรต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก (มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี, 2562) ปัจจุบันมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี มีนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ระดับปริญญาตรีทั้งภาคปกติและภาคพิเศษประมาณหนึ่งพันคน (สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน, 2563) จึงมีรูปแบบการส่งข่าวสารเพื่อประชาสัมพันธ์เรื่องต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย ผ่านทางสื่อ สื่อสิ่งพิมพ์ วารสารภายในองค์กร เสียตามสาย โทรศัพท์วงจรปิดภายใน บ้ายอิเล็กทรอนิกส์ (จอ LED) นอกจากนี้มหาวิทยาลัยยังมีช่องทางการติดต่อสื่อสารและประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับการรับสมัครนักศึกษาใหม่ประจำปีการศึกษา 2563 กับนักศึกษาใหม่ผ่านเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ยูทูป เว็บไซต์หรือเฟซบุ๊กของแต่ละหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย รวมถึงผ่านโปรแกรมสนทนาแอปพลิเคชันไลน์ซึ่งสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ฉับไว และทันต่อเหตุการณ์ แต่ในปัจจุบันเป็นที่ทราบกันว่าจำนวนนักเรียนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาลดจำนวนลงเรื่อย ๆ อันเนื่องมาจากอัตราการเกิดที่น้อยลงของประชากรในปัจจุบันส่งผลให้สถาบันการศึกษาต่าง ๆ มีจำนวนนักศึกษาเข้าใหม่ในอัตราที่ลดลงจึงจำเป็นต้องมีการแข่งขันกันในแต่ละสถาบันการศึกษาเพื่อรักษาจำนวนยอดนักศึกษาในแต่ละปีการศึกษาให้คงที่หรือไม่น้อยไปกว่าเดิมมากนัก จึงทำให้การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเข้ามามีบทบาทในการเป็นตัวกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารแก่หน่วยงานหรือองค์กรที่ต้องการรับสมัครนักศึกษาใหม่ โดยหนึ่งในรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุก คือ การดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เน้นการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ เช่น การเตรียมตัวสำหรับการสมัครเรียน ข้อมูลหลักสูตรที่เปิดสอน ระยะเวลาในการเปิดรับสมัคร เอกสารที่ต้องนำมาสำหรับวันสมัคร ค่าสมัครเรียน ข้อมูลเกี่ยวกับวันสอบสัมภาษณ์ ขั้นตอนการสมัคร ฯลฯ ซึ่งจำเป็นต้องเผยแพร่ผ่านทางสื่อประชาสัมพันธ์ช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้นักเรียนที่สนใจข้อมูลต่าง ๆ สามารถสืบค้นหรือแสวงหาได้อย่างสะดวกและถูกต้องแม่นยำ สืบเนื่องจากความหลากหลายของสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่ใช้สำหรับสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักศึกษาใหม่นี้เองหน่วยงานจะทราบได้อย่างไรว่าสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้นสามารถเข้าถึงและเหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์เรื่องนั้นจริง คณะผู้วิจัยเห็นความสำคัญดังกล่าวจึงได้ทำการวิจัยเรื่อง “การตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี” ขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่เลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
3. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีจำแนกตามคุณลักษณะทั่วไป

สมมติฐาน

นักศึกษาที่มีคุณลักษณะแตกต่างกันจะมีการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีไม่แตกต่างกัน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบถึงการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาที่เลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
2. ทราบการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
3. ทราบผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีจำแนกตามคุณลักษณะทั่วไป
4. ผลการวิจัยสามารถนำไปปรับปรุงช่องทางประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้
5. ช่วยให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์สามารถกำหนดรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ในการรับนักศึกษาได้
6. เป็นแนวทางในการเพิ่มจำนวนนักศึกษาให้แก่มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

คณะผู้วิจัยกำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย โดยแบ่งเป็นหัวข้อ ได้แก่ ประชากรและตัวอย่าง เครื่องมือ และการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดแต่ละหัวข้อ ดังนี้

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2563 ทั้ง 5 คณะ ที่เลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี จำนวน 1,074 คน (สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน, 2563) คณะผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน $\pm 5\%$ จำนวน 292 คน

คณะผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนโดยมีขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. คณะผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็นแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) โดยแยกตามคณะทั้ง 5 คณะที่เปิดสอนระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี (มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี, 2563) ได้แก่ 1) คณะครุศาสตร์ 2) คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 3) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 4) คณะวิทยาการจัดการ และ 5) คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

2. เมื่อแบ่งชั้นภูมิเป็นที่เรียบร้อยแล้ว คณะผู้วิจัยใช้การคำนวณตัวอย่างแบบเป็นสัดส่วนกับขนาดในแต่ละชั้นภูมิ โดยแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละชั้นภูมิ ดังนี้ 1) คณะครุศาสตร์ จำนวน 59 คน 2) คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 58 คน 3) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 58 คน

4) คณะวิทยาการจัดการ จำนวน 59 คน และ 5) คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม จำนวน 58 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 292 คน

3. เมื่อได้จำนวนตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิแล้ว คณะผู้วิจัยกำหนดโควตา โดยใช้เพศเป็นเกณฑ์ ได้จำนวนตัวอย่าง ดังนี้ 1) คณะครุศาสตร์ เพศชาย จำนวน 29 คน เพศหญิงจำนวน 30 คน 2) คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพศชาย จำนวน 29 คน เพศหญิงจำนวน 29 คน 3) คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เพศชาย จำนวน 29 คน เพศหญิงจำนวน 29 คน 4) คณะวิทยาการจัดการ เพศชาย จำนวน 30 คน เพศหญิงจำนวน 29 คน และ 5) คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม เพศชาย จำนวน 29 คน เพศหญิงจำนวน 29 คน รวมทั้งสิ้น 292 คน

4. หลังจากนั้นคณะผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่กำหนดไว้ในขั้นตอนที่ 3 โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ แจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างแต่ละคณะ ในช่วงเวลาสิงหาคม - ธันวาคม 2563

เครื่องมือ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามทั้งชนิดปลายปิดแบบมีตัวเลือก และชนิดปลายเปิด โดยข้อมูลในแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลคุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ส่วนที่ 3 การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ส่วนที่ 4 ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การหาความเที่ยงตรง (Validity)

นำแบบสอบถามที่เรียบเรียงแล้วไปทดลองใช้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาข้อบกพร่องของคำถามและให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่านตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาและความชัดเจนของคำถาม ความเหมาะสมของคำถามที่ใช้ แล้วนำมาหาค่าดัชนีความเหมาะสมระหว่างข้อคำถามกับลักษณะเฉพาะของเนื้อหา (Index of Consistency: IC) พิจารณาข้อคำถามที่มีค่า IC ไม่น้อยกว่า .60 หากข้อคำถามใดมีค่าต่ำกว่า .60 นำมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง

การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

นำแบบสอบถามไปทดสอบกับนักศึกษาจำนวน 30 คน โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540, น. 125-126) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นด้านการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี เท่ากับ .971

การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยใช้ร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ คณะที่สังกัด

สถาบันการศึกษาเดิม ภูมิลำเนา อาชีพของผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยฯ การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี นำเสนอรูปแบบตาราง

นอกจากนี้ใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สถิติ F-test วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way analysis of variance (ANOVA) การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ โดยการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อ ดังนี้

1. คุณลักษณะทั่วไป

นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด อายุระหว่าง 18-20 ปี กำลังศึกษาอยู่คณะครุศาสตร์และคณะวิทยาการจัดการมากที่สุด โดยกว่า 3 ใน 4 ของกลุ่มตัวอย่างจบการศึกษาจากสายสามัญศึกษา และมีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดกาญจนบุรี ส่วนใหญ่ผู้ปกครองประกอบอาชีพรับจ้าง และผู้ปกครองมีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

2. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่เลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อประชาสัมพันธ์ที่เปิดรับข่าวสารการรับสมัครนักศึกษาใหม่ ปีการศึกษา 2563*

| สื่อประชาสัมพันธ์ที่เปิดรับข่าวสารฯ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--|---------------|--------------|
| สื่อบุคคล (เช่น เพื่อน/ครู/ศิษย์เก่า/บุคคลในครอบครัว ฯลฯ) | 167 | 41.1 |
| สื่อสิ่งพิมพ์ (เช่น หนังสือพิมพ์/แผ่นพับ/ใบปลิว/โปสเตอร์ ฯลฯ) | 35 | 8.6 |
| สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (เช่น ช่องเคเบิล/วิทยุชุมชน/ป้าย LED ฯลฯ) | 36 | 8.9 |
| สื่อกิจกรรม (เช่น การประชาสัมพันธ์เชิงรุก/ออกบูธงานต่าง ๆ ฯลฯ) | 30 | 7.4 |
| สื่อใหม่ (เช่น อีเมล/เว็บไซต์/ยูทูป/อินสตาแกรม ฯลฯ) | 138 | 34.0 |
| รวม | | 100.0 |

*กลุ่มตัวอย่างตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 1 พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารการรับสมัครนักศึกษาใหม่ ปีการศึกษา 2563 ผ่านสื่อบุคคล (เช่น เพื่อน/ครู/ศิษย์เก่า/บุคคลในครอบครัว ฯลฯ) มากที่สุด ร้อยละ 41.1 รองลงมาเปิดรับ

ข่าวสารผ่านสื่อใหม่ (เช่น อีเมล/เว็บไซต์/ยูทูป/อินสตาแกรม ฯลฯ) ร้อยละ 34.0 โดยเปิดรับสื่อกิจกรรม (เช่น การประชาสัมพันธ์เชิงรุก/ออกบูธงานต่าง ๆ ฯลฯ) น้อยที่สุด ร้อยละ 7.4

3. การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

| กระบวนการตัดสินใจ | ระดับตัดสินใจศึกษาต่อ | | |
|--|-----------------------|--------------|------------|
| | \bar{x} | SD | ความหมาย |
| ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร | 4.12 | 0.620 | มาก |
| 1. เมื่อพบเห็นสื่อประชาสัมพันธ์รับสมัครนักศึกษาใหม่ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น โปสเตอร์, เว็บไซต์, ข่าวโทรทัศน์, ฯลฯ | 4.16 | 0.677 | มาก |
| 2. เมื่อได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการรับสมัครนักศึกษาใหม่จากสื่อบุคคล เช่น คุณครูที่โรงเรียน, ผู้ปกครอง, รุ่นพี่, อาจารย์มหาวิทยาลัย, ทีมแนะแนว ฯลฯ | 4.24 | 0.675 | มากที่สุด |
| 3. เมื่อได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการรับสมัครนักศึกษาใหม่จากสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ, ใบปลิว, เว็บไซต์, ฯลฯ | 4.04 | 0.796 | มาก |
| 4. เมื่อพบเห็นหรือได้เข้าร่วมกิจกรรมแนะแนวเชิงรุกที่โรงเรียน/สถานที่อื่น ๆ | 4.05 | 0.763 | มาก |
| ด้านการค้นหาข้อมูล | 4.12 | 0.611 | มาก |
| 1. ท่านมีการสอบถามบุคคลในครอบครัว ครูแนะแนว และ/หรือจากบุคคลอื่นที่รู้จักเพื่อตัดสินใจ | 4.18 | 0.675 | มาก |
| 2. ท่านได้สอบถามข้อมูลจากรุ่นพี่ เจ้าหน้าที่/อาจารย์ของมหาวิทยาลัย | 4.10 | 0.781 | มาก |
| 3. ท่านมีการหาข้อมูลการสมัครจากแหล่งต่าง ๆ เช่น โทรติดต่อสอบถาม, สืบค้นจากอินเทอร์เน็ต, ฯลฯ | 4.21 | 0.698 | มากที่สุด |
| 4. ท่านเคยมาสำรวจสถานที่จริงก่อนสมัครเรียน | 4.01 | 0.927 | มาก |
| ด้านการประเมินทางเลือก | 4.18 | 0.565 | มาก |
| 1. ภาพบรรยากาศการเรียนการสอน ความทันสมัยของ | 4.20 | 0.705 | มาก |

| กระบวนการตัดสินใจ | ระดับตัดสินใจศึกษาต่อ | | |
|--|-----------------------|--------------|------------|
| | \bar{x} | SD | ความหมาย |
| ห้องเรียน อุปกรณ์การเรียนและสิ่งอำนวยความสะดวก | | | |
| 2. อัตราค่าเล่าเรียน/ทุนการศึกษา | 4.14 | 0.719 | มาก |
| 3. ข้อมูลการเดินทาง | 4.12 | 0.753 | มาก |
| 4. แหล่งที่ตั้ง/ความปลอดภัย/ ภูมิทัศน์ | 4.16 | 0.731 | มาก |
| 5. บริการต่าง ๆ เช่น สนามกีฬา, หอพักนักศึกษา, ห้องฟิตเนส, ห้อง Theater, ฟรี wi-fi, ฯลฯ | 4.25 | 0.709 | มากที่สุด |
| 6. ภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ประวัติของมหาวิทยาลัย | 4.23 | 0.707 | มากที่สุด |
| 7. อาจารย์ผู้สอน/คณะผู้บริหารมหาวิทยาลัย | 4.27 | 0.661 | มากที่สุด |
| 8. รายวิชาที่ต้องศึกษาในหลักสูตรนั้น ๆ | 4.22 | 0.657 | มากที่สุด |
| 9. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ | 4.16 | 0.682 | มาก |
| 10. ได้รับคำแนะนำจากบุคคล เพื่อน คนรู้จัก | 4.14 | 0.764 | มาก |
| ด้านการตัดสินใจใช้บริการ | 4.13 | 0.655 | มาก |
| 1. ตนเองและครอบครัวมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการศึกษาต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี | 4.22 | 0.729 | มากที่สุด |
| 2. เพื่อน/ครู-อาจารย์/รุ่นพี่ มีส่วนร่วมในการตัดสินใจให้ศึกษาต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี | 4.06 | 0.841 | มาก |
| 3. ตัดสินใจศึกษาต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี เนื่องจากชื่อเสียงและการเป็นมหาวิทยาลัยของท้องถิ่น | 4.05 | 0.840 | มาก |
| 4. ตัดสินใจศึกษาต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี เนื่องจากต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย | 4.23 | 0.737 | มากที่สุด |
| 5. ตัดสินใจศึกษาต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี เนื่องจากเห็นผลงานความสำเร็จของรุ่นพี่-ศิษย์เก่า | 4.04 | 0.896 | มาก |
| 6. ตัดสินใจศึกษาต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี เนื่องจากมีสาขาวิชาที่สนใจทำงานเมื่อจบการศึกษา | 4.21 | 0.723 | มากที่สุด |

| กระบวนการตัดสินใจ | ระดับตัดสินใจศึกษาต่อ | | |
|--|-----------------------|--------------|------------|
| | \bar{x} | SD | ความหมาย |
| ด้านการประเมินหลังการตัดสินใจ (พฤติกรรมหลังเข้ามาเรียน) | 4.27 | 0.610 | มากที่สุด |
| 1. ท่านจะศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีไปจนจบการศึกษา | 4.36 | 0.686 | มากที่สุด |
| 2. ท่านจะแนะนำมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีให้แก่คนรู้จัก รุ่นน้อง มาสมัครเรียนต่อ | 4.28 | 0.695 | มากที่สุด |
| 3. เมื่อพบปัญหาระหว่างการเรียนที่นี้ ท่านจะติดต่อกับผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรง | 4.23 | 0.686 | มากที่สุด |
| 4. ท่านจะเป็นกระบอกเสียงหนึ่งในการสร้างชื่อเสียงที่ดีให้แก่มหาวิทยาลัย | 4.22 | 0.714 | มากที่สุด |
| 5. ท่านภาคภูมิใจที่ได้เป็นคนของพระราชา | 4.29 | 0.835 | มากที่สุด |
| รวมทุกด้าน | 4.16 | 0.555 | มาก |
| เกณฑ์การให้คะแนน ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 เท่ากับ มีระดับการตัดสินใจศึกษาต่ออยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 เท่ากับ มีระดับการตัดสินใจศึกษาต่ออยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 เท่ากับ มีระดับการตัดสินใจศึกษาต่ออยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 เท่ากับ มีระดับการตัดสินใจศึกษาต่ออยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 เท่ากับ มีระดับการตัดสินใจศึกษาต่ออยู่ในระดับน้อยที่สุด (Fisher, 1958 อ้างถึงในชัชวาลย์ เรื่องประพันธ์, 2539, น. 15) | | | |

จากตารางที่ 2 พบว่า โดยรวมนักศึกษาที่มีกระบวนการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) โดยให้ความสำคัญกับระดับการตัดสินใจด้านการประเมินหลังการตัดสินใจ (พฤติกรรมหลังเข้ามาเรียน) อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.27)

3. ด้านการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีจำแนกตามคุณลักษณะทั่วไป

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี จำแนกตามเพศ

| เพศ | N | \bar{x} | SD | F | p |
|-------------|-----|-----------|------|------|------|
| ชาย | 140 | 4.15 | .634 | .202 | .818 |
| หญิง | 146 | 4.18 | .514 | | |
| เพศทางเลือก | 6 | 4.05 | .542 | | |

จากตารางที่ 3 พบว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีการตัดสินใจศึกษาต่อฯ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ($p > .05$)

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี จำแนกตามอายุ

| อายุ | N | \bar{x} | SD | F | p |
|---------------|-----|-----------|------|-------|------|
| ต่ำกว่า 18 ปี | 3 | 4.18 | .947 | 1.644 | .179 |
| 18-20 ปี | 262 | 4.16 | .547 | | |
| 21-23 ปี | 26 | 4.24 | .575 | | |
| 24 ปี ขึ้นไป | 1 | 3.00 | - | | |

จากตารางที่ 4 พบว่า นักศึกษาที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีการตัดสินใจศึกษาต่อฯ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ($p > .05$)

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี จำแนกตามคณะที่ศึกษา

| คณะที่ศึกษา | N | \bar{x} | SD | F | p |
|---------------------------|----|-----------|------|------|------|
| ครุศาสตร์ | 59 | 4.19 | .550 | .095 | .984 |
| วิทยาการจัดการ | 59 | 4.16 | .500 | | |
| วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี | 58 | 4.16 | .549 | | |
| มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ | 58 | 4.14 | .580 | | |
| เทคโนโลยีอุตสาหกรรม | 58 | 4.13 | .620 | | |

จากตารางที่ 5 พบว่า นักศึกษาที่เรียนอยู่คณะต่างกัน จะมีการตัดสินใจศึกษาต่อๆ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ($p > .05$)

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี จำแนกตามสถาบันการศึกษาเดิม

| สถาบันเดิม | N | \bar{x} | SD | F | p |
|-----------------|-----|-----------|------|-------|------|
| สายสามัญศึกษา | 253 | 4.15 | .551 | 1.734 | .160 |
| สายอาชีวศึกษา | 30 | 4.17 | .571 | | |
| การศึกษานอกระบบ | 8 | 4.60 | .549 | | |
| อื่น ๆ | 1 | 4.00 | .555 | | |

จากตารางที่ 6 พบว่า นักศึกษาที่มีสถาบันการศึกษาเดิมต่างกัน จะมีการตัดสินใจศึกษาต่อๆ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ($p > .05$)

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี จำแนกตามภูมิภาค

| ภูมิภาค | N | \bar{x} | SD | F | p |
|---------------|-----|-----------|------|-------|------|
| กาญจนบุรี | 227 | 4.14 | .547 | 1.978 | .098 |
| สุพรรณบุรี | 38 | 4.33 | .522 | | |
| ราชบุรี | 1 | 3.47 | - | | |
| นครปฐม | 1 | 5.00 | - | | |
| จังหวัดอื่น ๆ | 25 | 4.10 | .625 | | |

จากตารางที่ 7 พบว่า นักศึกษาที่มีภูมิภาคต่างกัน จะมีการตัดสินใจศึกษาต่อๆ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ($p > .05$)

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี จำแนกตามอาชีพผู้ปกครอง

| อาชีพผู้ปกครอง | N | \bar{x} | SD | F | p |
|------------------------------|----|-----------|------|------|------|
| รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 23 | 3.93 | .613 | .908 | .500 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 11 | 4.38 | .447 | | |
| ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | 50 | 4.19 | .544 | | |

| | | | | | |
|-------------------|-----|------|------|--|--|
| อาชีพอิสระ | 24 | 4.14 | .663 | | |
| รับจ้าง | 100 | 4.16 | .526 | | |
| เกษตรกร | 66 | 4.19 | .504 | | |
| พ่อบ้านแม่บ้าน | 9 | 4.23 | .587 | | |
| ไม่ได้ประกอบอาชีพ | 9 | 4.12 | .864 | | |

จากตารางที่ 8 พบว่า นักศึกษาที่มีอาชีพผู้ปกครองต่างกัน จะมีการตัดสินใจศึกษาต่อฯ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ($p > .05$)

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรี จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครอบครัว

| รายได้เฉลี่ย | N | \bar{x} | SD | F | p |
|--------------------------------|-----|-----------|------|------|------|
| น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท | 149 | 4.15 | .520 | .385 | .819 |
| 15,001-25,000 บาท | 98 | 4.18 | .538 | | |
| 25,001-35,000 บาท | 34 | 4.13 | .692 | | |
| 35,001-45,000 บาท | 5 | 4.21 | .696 | | |
| มากกว่า 45,001 บาท ขึ้นไป | 6 | 4.42 | .802 | | |

จากตารางที่ 9 พบว่า ครอบครัวของนักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่างกัน จะมีการตัดสินใจศึกษาต่อฯ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ($p > .05$)

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

คณะผู้วิจัยแบ่งการสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัยออกเป็น 3 ด้านเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่เลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารฯ ผ่านสื่อบุคคล ได้แก่ เพื่อน ครู ศิษย์เก่า รวมถึงบุคคลในครอบครัว ทั้งนี้อาจเนื่องจากการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีเป็นการตัดสินใจเลือกทางเดินในอนาคตของนักศึกษาเองจึงจำเป็นต้องอาศัยกลุ่มบุคคลอ้างอิงที่มีความรู้ ประสบการณ์ในการดำเนินชีวิตมาช่วยในการชี้แนะ บอกกล่าว หรือแนะนำนักเรียนนักศึกษาเหล่านี้ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการสื่อสารสองจังหวะ หรือทฤษฎีการสื่อสารแบบสองขั้นตอน (two - step flow) ซึ่งพอล ลาซาร์สเฟลด์ (Lazarsfeld, 1949) กล่าวว่า การกระจายข่าวสารนั้นเกิดขึ้นเป็น 2 จังหวะ คือ จากสื่อมวลชนไปถึงผู้นำความคิดเห็นจังหวะหนึ่ง และจากผู้นำความคิดเห็นไปถึงประชาชนทั่วไปอีกจังหวะหนึ่ง ดังนั้น ข่าวสารของสื่อมวลชนจึงมิได้เข้าถึงและมีอิทธิพล

โดยตรงต่อผู้รับเสมอไป องค์ประกอบที่สำคัญ คือ อิทธิพลของบุคคล (personal influence) หรือความเป็นผู้นำความคิดเห็น ซึ่งมีความเชื่อว่าข่าวสารจะไปถึงผู้นำความคิดบางคนในชุมชนก่อน จากนั้นจึงถูกถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นในกลุ่ม และผู้นำความคิดจะเป็นผู้นำข่าวสารที่ได้รับมาจากแหล่งต่าง ๆ ไปเล่าให้บุคคลอื่นฟัง โดยอาจมีการเปลี่ยนแปลงข่าวสารให้เป็นไปตามความคิดของตน และในขณะเดียวกันบุคคลที่ได้ฟังส่วนใหญ่มักจะเป็นบุคคลที่ถูกใจได้ง่าย ดังนั้นข่าวสารจากสื่อมวลชนจึงไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อผู้รับส่วนใหญ่ (เอสนามิกิ, 2563) ซึ่งจากผลการวิจัยที่นักศึกษาส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารจากการบอกกล่าวของสื่อบุคคลซึ่งมีอิทธิพลต่อความคิดของนักเรียนในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ณ ขณะนั้น ทำให้นักศึกษาเชื่อถือข่าวสารที่ได้รับการบอกกล่าวจากสื่อบุคคล ได้แก่ เพื่อน ครู ศิษย์เก่า รวมถึงบุคคลในครอบครัว ทำให้กลุ่มผู้นำทางความคิดมีอิทธิพลต่อการเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาเช่นกัน ดังนั้น หากมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีต้องการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการรับสมัครนักศึกษาในปีการศึกษาถัดไป ควรมุ่งการสื่อสารไปยังกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลเหล่านี้ด้วยเช่นกันเพื่อให้กลุ่มผู้นำทางความคิดนำข่าวสารไปบอกต่อ ประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลแก่กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ที่ต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีต่อไป

2. ด้านการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี พบว่า นักศึกษามีระดับการตัดสินใจศึกษาต่อภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจากกระบวนการตัดสินใจรายด้าน ตามแนวคิดทฤษฎีการตัดสินใจและกระบวนการตัดสินใจที่ว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการ (process) ที่ต้องผ่านกระบวนการคิด พิจารณา ไตร่ตรอง วิเคราะห์แล้วค่อยตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด โดยต้องมีการเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสาร (search) การออกแบบ (design) และการเลือก (choice) เพื่อให้สามารถเลือกทางเลือกได้ดีที่สุด (ศศิมา สุขสว่าง, 2563) พบว่า ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ผลการศึกษาสอดคล้องกับข้อมูลด้านการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กล่าวคือ นักศึกษาส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการรับสมัครนักศึกษาใหม่จากสื่อบุคคล ได้แก่ คุณครูที่โรงเรียน, ผู้ปกครอง, รุ่นพี่, อาจารย์มหาวิทยาลัย, ทีมแนะแนว ฯลฯ มากที่สุด โดยเมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารแล้วจะค้นหาข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเพิ่มเติมจากแหล่งต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์ติดต่อสอบถาม, สืบค้นจากอินเทอร์เน็ต, ฯลฯ ซึ่งเป็นสื่อบุคคลและสื่อใหม่ที่นักศึกษาสามารถค้นหาข้อมูลได้โดยง่าย อีกทั้งนักเรียนนักศึกษาจะมีการประเมินทางเลือกในการเลือกสถาบันการศึกษาต่อระดับปริญญาตรีจากองค์ประกอบอื่นเพิ่มเติม ได้แก่ อาจารย์ผู้สอนหรือคณะผู้บริหารของมหาวิทยาลัย รองลงมาเป็นการบริการต่าง ๆ เช่น สนามกีฬา, หอพักนักศึกษา, ห้องฟิตเนส, ห้อง Theater, ฟรี wi-fi, ฯลฯ รวมถึงภาพลักษณ์ ชื่อเสียง ประวัติความเป็นมาของมหาวิทยาลัย และรายวิชาที่นักศึกษาต้องศึกษาในหลักสูตรนั้นประกอบด้วย เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจของนักศึกษา โดยเมื่อพิจารณาเหตุผลประกอบต่าง ๆ แล้ว ทำให้นักศึกษาตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีที่มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีโดยตัวนักศึกษาและครอบครัวมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย และเนื่องจากมหาวิทยาลัยมีสาขาวิชาที่สอดคล้องกับความสนใจทำงานเมื่อจบการศึกษา เมื่อนักศึกษาตัดสินใจเข้าศึกษาต่อที่นี้แล้วจึงทำให้

นักศึกษาให้ความสำคัญกับชั้นประเมินหลังการตัดสินใจ (พฤติกรรมหลังเข้ามาเรียน) มากกว่าชั้นตอนอื่น ๆ ทำให้ผลการศึกษาระดับการตัดสินใจด้านการประเมินหลังการตัดสินใจ (พฤติกรรมหลังเข้ามาเรียน) อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของฟิลลิปส์ คอตเลอร์ และเควิน เคลเลอร์ (Kotler & Keller, 2006, pp. 181-189 อ้างถึงใน ฤทัยภัทร ทำว่อง, 2557) ซึ่งนักศึกษามีกระบวนการตัดสินใจที่ละขั้นตอนและนักศึกษาได้ทำการไตร่ตรองจากกระบวนการตัดสินใจมาเป็นลำดับขั้นแล้ว โดยชั้นการประเมินหลังการตัดสินใจ (พฤติกรรมหลังเข้ามาเรียน) นั้น เป็นความรู้สึกหลังจากที่นักเรียนตัดสินใจเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีว่า จะตั้งมั่นที่จะศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีไปจนจบการศึกษาเกิดความภาคภูมิใจที่ได้เป็นคนของพระราชา จะมีการแนะนำมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีให้แก่คนรู้จัก รุ่นน้อง มาสมัครเรียนต่อ โดยเมื่อพบปัญหาระหว่างการเรียนที่นี้ นักศึกษาจะติดต่อกับผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรง และจะเป็นกระบอกเสียงหนึ่งในการสร้างชื่อเสียงที่ดีให้แก่มหาวิทยาลัยด้วย

3. ด้านการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีจำแนกตามคุณลักษณะทั่วไป สรุปได้ว่า นักศึกษาที่มีเพศ อายุ คณะที่ศึกษา สถาบันการศึกษาเดิม ภูมิลำเนา อาชีพผู้ปกครอง และรายได้เฉลี่ยของครอบครัวแตกต่างกันจะมีการตัดสินใจศึกษาต่อระดับปริญญาตรีไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ($p > .05$) สอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่อง การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ ของณัฐวัฒน์ คณารักษ์สมบัติ (2560) ที่พบว่า 1) ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ โรงเรียนที่จบการศึกษาก่อนเรียนต่อในระดับปริญญาตรี เกรดเฉลี่ย ภูมิลำเนา สาขาวิชาที่กำลังศึกษา รายได้เฉลี่ยของครอบครัว ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ แต่กลับพบว่า 1) เพศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้สื่อต่างกัน ทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อแตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยด้านการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อฯ แสดงให้เห็นว่าการตัดสินใจศึกษาต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีนั้นข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับคุณลักษณะทั่วไปไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาที่นี้ แต่บริบทความเป็นมหาวิทยาลัยทั้งชื่อเสียง ภาพลักษณ์ สภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก การรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะสื่อบุคคลมีส่วนช่วยทำให้นักศึกษาตัดสินใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีง่ายมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจนำผลการวิจัยไปกำหนดนโยบายหรือกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียน นักศึกษาในพื้นที่เพื่อปลูกฝังความรักความผูกพันแก่ท้องถิ่นไม่ให้นักเรียนไปเรียนในที่ไกลบ้านเกิด

2. หน่วยงานรวมถึงสถาบันการศึกษาอื่น ๆ สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางการประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักศึกษาใหม่ในปีการศึกษาต่อ ๆ ไปได้

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีที่ให้ทุนอุดหนุนประจำปีงบประมาณ 2563 โดยได้รับการอนุเคราะห์ช่วยเหลือจากคณะวิทยาการจัดการ และหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรีเป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

- ชัชวาลย์ เรื่องประพันธ์. (2539). *สถิติพื้นฐาน*. ขอนแก่น: คลังนานาวิทยา.
- ณัฐวัฒน์ คณารักษ์สมบัติ. (2560). การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 6(1), 55-66.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี. (2562). *ประวัติความเป็นมา*. สืบค้น 27 พฤศจิกายน 2562, จาก https://www.kru.ac.th/kru/about_kru.php?id=43
- หน่วยงาน. (2563). สืบค้น 17 ธันวาคม 2563, จาก <https://www.kru.ac.th/kru/department.php>
- กัญญาภัทร คำว่อง. (2557). *การตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของลูกค้าธนาคารออมสิน ในเขตลำปาง 1. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตศึกษา, มหาวิทยาลัยเนชั่น*.
- ศศิมา สุขสว่าง. (2563). *5 ขั้นตอนการตัดสินใจที่ดี (Decision Making)*. สืบค้น 17 ธันวาคม 2563, จาก <https://www.sasimasuk.com/17026107/5-ขั้นตอนการตัดสินใจที่ดี-decision-making>
- ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 2 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2562). *คู่มือการทำสื่อประชาสัมพันธ์*. สืบค้น 25 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://www.stou.ac.th/offices/Oce/เอกสารค้นคว้าเพิ่มเติม.pdf>
- สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน. (2563). *รายงานการประชุมคณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี*. กาญจนบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.
- สุปรีย์ สุวรรณบุรณ์. (2558). *การประชาสัมพันธ์*. สืบค้น 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558, จาก <http://www.ipesp.ac.th/learning/thai/chapter7-5.html>
- เอสนามิกิ. (2563). *หลักและทฤษฎีการสื่อสาร (หลักนิเทศศาสตร์)*. สืบค้น 17 ธันวาคม 2563, จาก <https://snamiki.wordpress.com/2011/09/24/commart/>

- Fisher, R. A. (1958). *The genetical theory of natural selection*. 2nd Edition. NY: Dover Publications.
- Kotler, P. & Kevin, K. (2006). *Marketing management*. 12th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Lazarsfeld, P., F. (1949). The American solidier—An expository review. *Public Opinion Quarterly*, 13(3), 377–404.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. 3rdEd. NY: Harper and Row Publications.