

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ แต่ละประเภทที่มีต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อซึ่งแบ่งสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อบุคคล และสื่อกิจกรรม เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ มีลักษณะปลายปิด (Closed-Ended Questionnaires) มีลักษณะแบบปลายปิด (Closed-Ended Questionnaires) ประเภทมาตร ประมาณค่า 5 ระดับ ตามวิธีของ Likert และเป็นการศึกษาเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ ควรเพิ่มสื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทใดนอกเหนือจากที่ทางมหาวิทยาลัยฯ ใช้อยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักเรียนที่จะตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ โดยผู้วิจัยมุ่งศึกษาความเป็นเหตุและผลของการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาโดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะของประชากรกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ ได้มาจากแบบสอบถามของของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี จำนวน 253 ชุด

5.1 วิธีดำเนินการวิจัย

5.1.1 การวิจัยครั้งนี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเองเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยดำเนินการศึกษาวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

- 1) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมาเป็นขอบเขตในการศึกษาค้นคว้า
- 2) สร้างแบบสอบถาม แล้วนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาความครอบคลุมเนื้อหา และความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ของการวิจัย
- 3) นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขแล้วนำไปทดลองใช้
- 4) นำแบบสอบถามมาหาความเชื่อมั่น
- 5) ปรับปรุงเป็นครั้งสุดท้ายก่อนนำไปใช้จริง

5.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

5.2.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักศึกษาที่เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ภาคปกติทุกสาขาวิชาของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ ในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2557 จำนวน 685 คน

5.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักศึกษาที่เข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ภาคปกติทุกสาขาวิชาของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ ในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2557 จำนวน 685 คน ซึ่งได้จากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ประเภทแบบเชิงชั้น (Stratified Random-Sampling) โดยแบ่งตามสาขาวิชาที่นักศึกษากำลังศึกษาอยู่ จำนวน 19 สาขาวิชา และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากวิธีการหาค่าสูตร Taro Yamane (ปรีดา ศรีหะรัญ, 2553) หลังจากนั้นได้กำหนดขนาดการสุ่มตัวอย่างในแต่ละชั้นหรือสาขาวิชาที่ศึกษาได้จากการเปรียบเทียบสัดส่วนกับขนาดประชากร จึงได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 253 คน

5.2.3 ลักษณะของเครื่องมือวิจัย ชนิดแบบสอบถาม (questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ โรงเรียนที่จบการศึกษา เกรดเฉลี่ย GPA ที่จบการศึกษา ภูมิลำเนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว และคณะวิชาที่ท่านกำลังศึกษาอยู่ จำนวน 6 ข้อ โดยเป็นการตรวจสอบรายการ (Check Lists)

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ แต่ละประเภท ที่มีต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ซึ่งแบ่งสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อบุคคล และสื่อกิจกรรม จำนวน 23 ข้อ มีลักษณะแบบปลายปิด (Closed-Ended Questionnaires) ประเภทมาตร ประมาณค่า 5 ระดับ ตามวิธีของ Likert's Rating Scale (Anderson, 1988)

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ จำนวน 20 ข้อ มีลักษณะปลายปิด (Closed-Ended Questionnaires) ประเภทมาตร ประมาณค่า 5 ระดับ ตามวิธีของ Likert's Rating Scale (Anderson, 1988)

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามที่เป็นข้อคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ ควรเพิ่มสื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทใดนอกเหนือจากที่ทางมหาวิทยาลัยฯ ใช้อยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักเรียนที่จะตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ

5.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา (descriptive research) เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) แบบเก็บรวบรวมข้อมูลเพียงครั้งเดียว (one-shot case study) โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) จำนวน 253 ชุด โดยผู้วิจัยวางแผนการเก็บข้อมูล ดังนี้

5.3.1 ทำหนังสือขออนุญาตผู้อำนวยการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีสมุทรปราการ ในการขอความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถามกับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ภาคปกติทุกสาขาวิชา

5.3.2 แจกแบบสอบถามก่อนเข้าห้องเรียนและเก็บแบบสอบถามหลังชั่วโมงการเรียนในแต่ละรายวิชา

5.3.3 รวบรวมและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้คืนมา จำนวน 253 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100

5.4 เครื่องมือรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นแล้วดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือและความถูกต้องในการวิจัย ดังนี้

5.4.1 การหาค่าความถูกต้อง (Validity) ผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่านพิจารณาตรวจสอบเนื้อหาและความถูกต้องด้าน โครงสร้าง (construct validity) ของแบบสอบถาม ดังนี้

ดร.พรศิริ กองนวล

ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

นายวีรชัย คำธ

รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิกษก บรรลือฤทธิ์

ผู้อำนวยการสำนักศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

5.4.2 ทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน หลังจากนั้นนำมาทดสอบหาความเชื่อถือได้ (reliability) โดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (cronbach's alpha coefficient) ที่ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .05

5.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างมาประมวลผลตามระเบียบวิธีทางสถิติ เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ในการอธิบายข้อมูลลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง เพศ โรงเรียนที่จบการศึกษา ภูมิลำเนา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation SD.) ซึ่งนำเสนอข้อมูลเป็นตารางแบบรายชื่อ รายด้านและโดยรวม มีการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างลักษณะประชากร กับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ และความแตกต่างระหว่างการรับรู้ต่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท แตกต่างกันทำให้การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way Anova)

และทดสอบว่าการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกันทำให้การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ใช้ค่าสถิติทดสอบที่ (t-test)

สำหรับข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามที่เป็นข้อความปลายเปิด ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ของคำตอบแล้วจัดหมวดของคำตอบที่เหมือนหรือคล้ายกันให้เป็นประเด็นสำคัญ จากนั้นนำเสนอเป็นความเรียง

5.6 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

5.6.1 สรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษา พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 58.90 ทางด้านโรงเรียนที่จบการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่จบจากโรงเรียนสายสามัญรัฐบาล จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 78.30 และน้อยสุดคือ กศน. จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.40 ทางด้านเกรดเฉลี่ย GPA ที่จบการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่มีเกรดเฉลี่ย GPA ที่จบการศึกษาระหว่าง 2.51 – 3.00 จำนวน 93 คน และเกรดเฉลี่ยต่ำสุดระหว่าง 1.00 – 1.50 จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 ทางด้านภูมิลำเนาพบว่าใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 71.50 และภาคใต้น้อยสุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.20 ส่วนสาขาวิชาที่กำลังศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เลือกเรียนสาขาการจัดการโลจิสติกส์ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 14.60 อันดับ และสาขาที่นักศึกษาเลือกเรียนน้อยที่สุดคือสาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และสาขาวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60 เท่ากัน ทางด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว พบว่าส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 25.30 และน้อยสุดมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80

5.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ แต่ละประเภท ที่มีต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อทั้ง 5 ประเภท สรุปผลได้ดังนี้

ความคิดเห็นด้านการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ แต่ละประเภท ที่มีต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อโดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง โดยจำแนกประเภทของสื่อที่มีความเห็นจากปานกลางไปหาน้อยได้แก่ สื่อออนไลน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง สื่อบุคคล โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง สื่อสิ่งพิมพ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง สื่อกิจกรรมโดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง และน้อยสุดคือ สื่อมวลชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย โดยจำแนกประเภทของสื่อมีรายละเอียดดังนี้

1) สื่อออนไลน์ ภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง จำแนกเป็นรายประเภทของสื่อที่มีความเห็นด้วยอย่างมากคือเว็บไซต์มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี และน้อยสุดคือซีดี (CD) แนะนำมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

2) สื่อบุคคล ภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง จำแนกเป็นรายประเภทของสื่อที่มีความเห็นด้วยปานกลาง คือ ครูแนะแนว โรงเรียนที่ท่านศึกษาและอาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี เท่ากัน และน้อยสุดผู้ปกครอง/ญาติ และเพื่อนบ้าน

3) สื่อสิ่งพิมพ์ ภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง จำแนกเป็นรายประเภทของสื่อที่มีความเห็นด้วยปานกลาง คือ ไปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ และในระดับเห็นด้วยน้อย คือ จดหมายตรงไปบ้านนักศึกษา (Direct mail)

4) สื่อกิจกรรม ภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง จำแนกเป็นรายประเภทของสื่อที่มีความเห็นด้วยปานกลาง คือ ทำกิจกรรมร่วมกับโรงเรียนของท่าน และในระดับเห็นด้วยน้อย คือ ตลาดนัดการศึกษา

5) สื่อมวลชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย จำแนกเป็นรายประเภทของสื่อที่มีความเห็นด้วยน้อย คือ นิตยสาร และสถานีวิทยุกระจายเสียง (Radio)

5.6.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง จำแนกเป็นรายด้านที่มีความเห็นด้วยอย่างมากมีดังนี้ ค่าเรียน ไม่แพงมากเมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันอื่นอยู่ในระดับมาก และในระดับเห็นด้วยน้อยคือความสะดวกสบายในการเดินทาง

5.6.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐานของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีถึงลักษณะประชากรที่แตกต่างกันได้แก่ เพศ โรงเรียนที่จบการศึกษาเกรดเฉลี่ย GPA ที่จบการศึกษา ภูมิภาค สาขาวิชาที่กำลังศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว และด้านการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ แต่ละประเภท ที่มีต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อทั้ง 5 ประเภทคือ สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อบุคคล และสื่อกิจกรรมดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันทำให้นักศึกษาตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการแตกต่างกัน

การวิจัยสรุปได้ว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทแตกต่างกัน ทำให้นักศึกษาตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการแตกต่างกัน

การวิจัยสรุปได้ว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี รับรู้สื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.6.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปลายเปิดของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากแบบสอบถามของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความเห็นตรงกันหรือมีความใกล้เคียงกันจากคำถาม ท่านคิดว่ามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ ควรเพิ่มสื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทใด นอกเหนือจากที่ทางมหาวิทยาลัยฯ ใช้อยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักเรียน ที่จะตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเห็นว่าควรเข้าแนะแนวตามสถานศึกษาให้มากขึ้น และควรเพิ่มสื่อออนไลน์ให้มีความหลากหลายมากกว่าปัจจุบัน ด้านบริการผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยากให้ปรับปรุงระบบการเดินทางเข้า ออกให้มีความสะดวกมากขึ้น รถรับส่งยังไม่เพียงพอ ปรับปรุงอินเทอร์เน็ต และโรงอาหารให้ดีขึ้น

5.7 อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่องการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ สามารถนำมาอภิปรายผลดังนี้

จากการศึกษา พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จบจากโรงเรียนสายสามัญรัฐบาล เกรดเฉลี่ย GPA ที่จบการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่มีเกรดเฉลี่ย GPA ที่จบการศึกษาระหว่าง 2.51 – 3.00 ด้านภูมิลำเนาพบว่าส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง และสาขาวิชาที่กำลังศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เลือกเรียนสาขาการจัดการ โลจิสติกส์ ทางด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว พบว่าส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท แสดงให้เห็นว่าพื้นฐานทางครอบครัวของนักศึกษามาจากผู้มีรายได้ปานกลาง มีการศึกษาที่ดี หากวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ แต่ละประเภท ที่มีต่อการตัดสินใจเข้าศึกษา โดยภาพรวม สื่อออนไลน์ จะมีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายประเภทของสื่อออนไลน์ที่มีความเห็นด้วยอย่างมาก คือ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี รองลงมา คือ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของพิมลพรรณ ปัญญา มา (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การรับรู้สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเนชั่น พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 1 อาชีพของบิดาส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวและรับจ้างมากที่สุด อาชีพของมารดาส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวและรับจ้างมากที่สุด รายได้โดยรวมของครอบครัว อยู่ที่ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาทต่อเดือน ในด้านภูมิลำเนาที่นักศึกษาส่วนใหญ่อยู่ที่จังหวัดลำปาง และเขตโรงเรียนที่จบในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายอยู่ที่จังหวัดลำปาง รองลงมา คือ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำพูน และจังหวัดเชียงใหม่ ขณะที่นักศึกษากำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยเนชั่นมากที่สุด คือ สาขานิเทศศาสตร์มากที่สุด รองลงมา คือ คณะบริหารธุรกิจ และคณะ

วิทยาศาสตร์สุขภาพ ในภาพรวมของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลทำให้การรับรู้สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเนชั่น ทำให้ทราบการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์กับสื่อบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อมากที่สุด ส่วนสื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อเฉพาะกิจทั้ง 2 อันดับที่รองลงมา ก็มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ แต่อยู่ในระดับกลางๆ แสดงได้ว่าประชากรที่มีการศึกษาที่ดีจะมีการเลือกรับสื่อประชาสัมพันธ์ โดยสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท สื่อออนไลน์ จะเข้าถึงผู้รับสารได้มาก เพราะเป็นสื่อทางตรง สามารถให้ข้อมูลข่าวสารได้มาก มีภาพ เสียงสามมิติ มีการเคลื่อนไหว มีภาพเสมือนจริง มีลูกเล่นมาก ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อกิจกรรม ก็ยังมีความสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ ให้ข้อมูลข่าวสาร และทำให้เกิดการตัดสินใจได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับการวิจัยของ อัญญา กุติยารังสิทธิ (2551) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันการศึกษานานาชาติ พบว่า นักศึกษาเป็รับสื่อดังต่อไปนี้ จำนวน 1-5 ครั้งต่อเดือน สื่อสิ่งพิมพ์พิเศษประเภทแผ่นพับและแผ่นปลิว สื่อแผ่นป้ายโฆษณา สื่อกิจกรรมพิเศษประเภทการเข้าเยี่ยมชมวิทยาลัย การแนะแนวทางการศึกษาและการจัดนิทรรศการร่วมกับโรงเรียนจากวิทยาลัย การทัศนศึกษาภายในวิทยาลัย สื่อเว็บไซต์ของวิทยาลัย สื่อบุคคลประเภทการให้บริการข้อมูล การรับสมัครสอบของวิทยาลัย การได้รับข้อมูลวิทยาลัยจากคนในครอบครัวและญาติ จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มาก

ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ พบว่า ค่าเรียนไม่แพงมากเมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันอื่น เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ รองลงมา คือ มีโอกาสสำเร็จการศึกษาค่อนข้างสูง สาขาวิชาที่เปิดสอนตรงกับความต้องการ มีอาจารย์ที่มีคุณภาพ มีห้องสมุดและแหล่งเรียนรู้ทันสมัย และยังสอดคล้องกับการวิจัยของ อัญญา กุติยารังสิทธิ (2551) ที่บอกว่า ข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดลที่อยู่ในระดับมาก มี 12 ด้าน ได้แก่ หลักสูตร คณะ สาขาวิชาที่เปิดสอน ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียง มีความเป็นสถาบันการศึกษานานาชาติเต็มรูปแบบ มีคณาจารย์ที่มีคุณภาพ สื่อการเรียนการสอน เครื่องมือ และอุปกรณ์ ทันสมัย มีศูนย์ฝึกปฏิบัติ งานที่ทันสมัย วิธีการสอนและบรรยากาศของการเรียนการสอน นักศึกษามีโอกาสสำเร็จการศึกษาค่อนข้างสูง ผลงานดีเด่นของบัณฑิตที่จบการศึกษา การได้งานทำของบัณฑิตหลังสำเร็จการศึกษา การส่งเสริมให้นักศึกษามีความรอบรู้ โครงการความร่วมมือระหว่างวิทยาลัยกับมหาวิทยาลัยชั้นนำในต่างประเทศ เพียงแต่นักศึกษาที่ตัดสินใจเลือกเรียนต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการนั้น มาจากประชากรที่มีรายได้ไม่มากนัก ค่าใช้จ่ายในการศึกษาจึงเป็นตัวเลือกสำคัญในการตัดสินใจ หากนำจุดเด่นนี้ไปใช้เป็นข้อมูลหลักในการสื่อสาร จะเป็นการบอกข้อมูลที่ตรงจุดกับกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งในปัจจัยข้ออื่นๆ ยังสามารถนำมาใช้สร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อวางวัตถุประสงค์ และสร้างภาพลักษณ์ได้อีกด้วย

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันทำให้นักศึกษาตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการแตกต่างกัน การวิจัยสรุปได้ว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราช

ภักฐานบุรี สมุทรปราการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสมมติฐานที่ 2 การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทแตกต่างกัน ทำให้นักศึกษาตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการแตกต่างกัน การวิจัยสรุปได้ว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทแตกต่างกัน มีการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

จากแบบสอบถามของผู้ตอบแบบสอบถามในส่วนที่ 3 ที่เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้นักศึกษาแนะนำเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการนั้น มีผู้กรอกข้อมูลมาว่า มหาวิทยาลัยฯ ควรเข้าแนะแนวตามสถานศึกษาให้มากขึ้น และควรเพิ่มสื่อออนไลน์ให้มีความหลากหลายมากกว่าปัจจุบัน อยากจะให้ปรับปรุงระบบการเดินทางเข้า-ออกมหาวิทยาลัยฯ ให้มีความสะดวกมากขึ้น รถรับ-ส่งยังไม่เพียงพอ ปรับปรุงอินเทอร์เน็ต และโรงอาหารให้ดีขึ้น

5.8 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.8.1 ผลการวิจัยประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เพศ โรงเรียนที่จบการศึกษา เกรดเฉลี่ย GPA ที่จบการศึกษา ภูมิภาค รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว และสาขาวิชาที่กำลังศึกษาอยู่ ทำให้เห็นถึงความแตกต่างของสถานภาพทั่วไปทางครอบครัว

5.8.2 ผลการวิจัยการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ในแต่ละประเภทที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 นั้นทำให้เห็นถึงการที่จะนำสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทมาใช้จะต้องพิจารณาให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายในแต่ละสาขาวิชาจึงจะทำให้เกิดประสิทธิผล

5.8.3 การรับรู้เนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทที่ส่งผลให้นักศึกษาคัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ ทำให้เห็นถึงการพิจารณาวัตถุประสงค์ และการวางแผนในการประชาสัมพันธ์รับสมัครนักศึกษาใหม่ได้ชัดเจนมากขึ้น

5.8.4 การรับรู้วิธีการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ที่ตัดสินใจเข้าต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ ทำให้สามารถเลือกสรรวิธีการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน

5.9 ข้อเสนอแนะเพื่อทำวิจัยครั้งต่อไป

5.9.1 ควรมีการวิจัยในเรื่องเดียวกันนี้อีกต่อเนื่อง เป็นระยะๆ เนื่องจากงานประชาสัมพันธ์เป็นงานเชิงรุกที่จะต้องเป็นผู้นำเสนอข้อมูลใหม่ๆ เพื่อให้ผู้บริหารองค์กรได้ทำการวางแผนการปฏิบัติงานได้ถูกทิศทาง

5.9.2 ควรมีการเปลี่ยนประชากรเป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.ในพื้นที่
กลุ่มเป้าหมายของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ

5.9.3 ควรมีการเจาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสื่อบุคคล ได้แก่ ผู้ปกครอง ครูแนะแนวในพื้นที่บริเวณ
ใกล้เคียงกับมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ

5.9.4 ควรมีการเปรียบเทียบประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในสถาบันอุดมศึกษาอื่นๆ ที่
อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกับมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี