




## รายงานการวิจัย

เรื่อง

ลักษณะการเปิดรับสารและการเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของนักเรียน  
ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว ในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย  
สายสามัญและสายอาชีพทั่วประเทศ

**Information exposures behavior and pursuing higher education  
in university level for students, parents and counseling teacher  
in secondary schools nationwide**

	302.2308 ก124ล
30A0167577	
Title: ลักษณะการ เปิดรับสารและการ เลือกศึกษาต่อ สถาบัน หอสมุดและศูนย์สนเทศ มหาวิทยาลัยบูรพา ภัณฑิพย์	

นางสาวกนกพร ปิมแปง

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ พ.ศ. 2545

## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

(Executive summary)

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาลักษณะการเปิดรับสารและการเลือกศึกษาคือในสถาบันอุดมศึกษาของนักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว ในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพทั่วประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการเปิดรับสาร และการเลือกสถาบันอุดมศึกษาสำหรับศึกษาคือ ของนักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนวในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพทั่วประเทศ รวมทั้งศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารด้านการศึกษาและเสนอแนะแนวทางการพัฒนารูปแบบการสื่อสาร ลักษณะเนื้อหา ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับผู้รับสารคือ การเลือกสถาบันอุดมศึกษา และการใช้สื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

การศึกษาก็คือการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพทั่วประเทศ จำนวน 1,280 คน ผู้ปกครองจำนวน 512 คน และครูแนะแนว จำนวน 256 คน รวมขนาดกลุ่มตัวอย่าง 2,048 คน จาก 128 โรงเรียน ช่วงเวลาที่ศึกษาคือระหว่างเดือนกรกฎาคม-กันยายน 2546 ส่วนสถิติที่ใช้คือค่าร้อยละ การทดสอบไค-สแควร์ ค่าที่ความแปรปรวน และการวิเคราะห์เนื้อหา

จากผลการศึกษาคือครั้งนี้ค้นพบประเด็นสำคัญคือลักษณะการเปิดรับสารหรือพฤติกรรม การเปิดรับสารของนักเรียน ผู้ปกครองและอาจารย์แนะแนวไม่แตกต่างกันมากนัก ในแง่ของสื่อหลักและเวลาที่เปิดรับ แต่จะแตกต่างกันในแง่ของลักษณะเนื้อหาของสารที่เปิดรับและสื่อรองลงมา เพราะทั้งสามกลุ่มนั้น มีพฤติกรรมการเปิดรับสารผ่านสื่อโทรทัศน์สูงที่สุด โดยเฉพาะช่อง 3, ช่อง 7 ทีวี ไอทีวี โดยดูรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลา 18.01-21.00 น. สิ่งที่มีความแตกต่างกันของกลุ่มเป้าหมายคือ เนื้อหาของสารที่เลือกรับ กล่าวคือ นักเรียนจะชอบดูรายการละคร บ้านเทิง เกมโชว์ ดนตรี ส่วนผู้ปกครองและอาจารย์แนะแนวชอบดูข่าวประจำวันและรายการที่มีสาระมากกว่าความบันเทิง

การวิจัยครั้งนี้ยังพบว่านักเรียนนั้นสะดวกที่จะเปิดรับข่าวสารด้านการศึกษาเป็นการส่วนตัวคือต้องการให้ส่งจดหมายไปที่บ้านหรือส่ง ไปทาง e-mail สำหรับอาจารย์แนะแนวนั้นประสงค์จะให้ส่งข้อมูลทางการศึกษาโดยตรงไปที่โรงเรียน ในขณะที่ผู้ปกครองของนักเรียนนั้นสะดวกที่จะรับข่าวสารด้านการศึกษาทางหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์

เลขที่วิจัย.....	0167577
ชื่อสถาบันวิจัย.....	15 ก.ค. 2547
เลขโรงเรียน/ห้องวิจัย.....	302 2308
	ก129/ค
	ก2

นอกจากนั้นยังพบว่า ข้อมูลที่กลุ่มเป้าหมายต้องการทราบเพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษาได้แก่ หลักสูตรที่สถาบันแต่ละแห่งเปิดสอน แนวทางในการประกอบอาชีพ วิชาที่ใช้สอบคัดเลือกและวันเวลาในการรับสมัคร รายละเอียดของหลักสูตรลักษณะการศึกษาแต่ละคณะ ค่าใช้จ่าย และสิทธิประโยชน์ต่างๆที่ผู้เรียนจะได้รับเป็นหลัก

พฤติกรรมการเลือกสถาบันเพื่อศึกษาต่อของนักเรียนและผู้ปกครองนั้นไม่แตกต่างกัน เพราะต้องการเลือกเรียนในมหาวิทยาลัยของรัฐบาลแบบจำกัดรับเป็นลำดับแรก จากนั้นจึงจะเลือกสถาบันอะไรก็ได้ที่เปิดสอนในวิชาหรือสาขาที่ตนต้องการเรียนและจะคิดถึงมหาวิทยาลัยเอกชนเป็นลำดับต่อมา ส่วนอาจารย์แนะแนวนั้นจะแนะนำให้นักเรียนเลือกสถาบันอะไรก็ได้ที่เปิดสอนในวิชาหรือสาขาที่ตรงตามที่นักเรียนอยากเรียนก่อน แต่ยังคงมุ่งมหาวิทยาลัยของรัฐบาลประเภทจำกัดรับ จากนั้นก็จะแนะนำสถาบันราชภัฏ ราชชมกลมากกว่ามหาวิทยาลัยเอกชน

เหตุผลของการเลือกศึกษาต่อสถาบันการอุดมศึกษาของรัฐบาลสำหรับนักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนวนั้นไม่แตกต่างกัน คือ จะเลือกเพราะชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย สังคมยอมรับ และเปิดสอนสาขาที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน ค่าเล่าเรียนถูก ส่วนเหตุผลที่เลือกสถาบันอุดมศึกษาเอกชนก็ไม่แตกต่างกันเช่นกันคือเป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง สังคมยอมรับ เปิดสอนคณะวิชาที่ตลาดแรงงานต้องการ ที่น่าสนใจคือนักเรียนมีเหตุผลเพิ่มอีกข้อหนึ่งที่ต่างจากการเลือกมหาวิทยาลัยของรัฐคือมหาวิทยาลัยเอกชนมีโอกาสเข้าศึกษาต่อง่าย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ให้กลุ่มตัวอย่างระบุชื่อ 5 อันดับ ของมหาวิทยาลัยของรัฐ และเอกชนที่ต้องการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ผลสรุปว่านักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว มีความคิดเห็นในการเลือกสถาบันการศึกษารัฐบาลไม่แตกต่างกันดังนี้ อันดับหนึ่งคือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อันดับสอง คือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และอันดับสามคือมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ตามด้วยมหาวิทยาลัยมหิดล และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สำหรับอันดับในการเลือกสถาบันอุดมศึกษาเอกชนนั้น นักเรียนและผู้ปกครองมีความคิดเห็นในการเลือกไม่แตกต่างกัน โดยเลือกมหาวิทยาลัยกรุงเทพเป็นอันดับหนึ่ง แต่จะแตกต่างกับอาจารย์แนะแนวที่เลือกมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์เป็นอันดับหนึ่ง โดยในความคิดเห็นของคนทั้งสามกลุ่มในลำดับที่สองสาม และต่อๆมานั้นไม่แตกต่าง คือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

ช่วงเวลาในการคิดหรือวางแผนในการเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญอีกประเด็นหนึ่งที่นักสื่อสารควรจะเข้าใจเพื่อนำมาประกอบการวางแผนให้เหมาะสม ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ทั้งนักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว ต่างวางแผนเรื่องการศึกษาคือในสถาบันอุดม

ศึกษาตั้งแต่เรียนอยู่มัธยมศึกษาปีที่ 4 หรือขณะศึกษาอยู่ระดับ ปวช.1 หรือ ปวส.1 แต่ก็มีส่วนที่เริ่มวางแผนเมื่อเรียนอยู่เทอมสุดท้ายก่อนจบการศึกษาสูงสุดของสถาบันแห่งนั้น

สำหรับบุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษา นักเรียนยังเป็นผู้ตัดสินใจเอง มีผู้ปกครองและอาจารย์แนะแนวมีผลในการช่วยตัดสินใจบ้าง โดยผู้ปกครองมีส่วนช่วยในการตัดสินใจของนักเรียนมากกว่าอาจารย์แนะแนว การที่นักเรียนส่วนใหญ่ตอบว่าตัดสินใจเองอาจเป็นข้อมูลที่วิเคราะห์ได้ว่า ขณะต้องตัดสินใจนั้นนักเรียนคิดด้วยตนเองจริง แต่กระบวนการก่อนการตัดสินใจนั้นอาจได้รับการแนะนำจากอาจารย์แนะแนวมาก่อนหรือเปิดรับสื่อต่างๆ มาก่อน หรือแม้แต่การพูดคุยกับเพื่อนหรือครอบครัวมาก่อนก็เป็นได้ จากนั้นนักเรียนก็ประมวลข้อมูลด้วยตนเองแล้วตัดสินใจ ดังนั้นกระบวนการก่อนการตัดสินใจนั้นเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนมาก ผู้ตัดสินใจเองมักเข้าใจว่าตนเองตัดสินใจด้วยตนเองไม่มีอิทธิพลจากใครทั้งๆ ที่ในความเป็นจริงอาจได้รับอิทธิพลมาแบบไม่รู้ตัว

ในด้านทัศนคติและความเข้าใจเกี่ยวกับการศึกษาระดับอุดมศึกษาไทยและการจัดการสื่อสาร ผู้วิจัยได้สอบถามความคิดเห็นของทั้งนักเรียน ผู้ปกครองและอาจารย์แนะแนวผลการวิจัยสามารถสะท้อนให้เห็นทัศนคติ ความเชื่อ และการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างในปัจจุบันซึ่งอาจจะเป็นความเข้าใจผิดหรือถูกต้องก็ตาม สรุปได้ดังนี้

นักเรียน ผู้ปกครองและอาจารย์แนะแนว เห็น อย่างยิ่งว่าการสอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐเป็นเรื่องยุ่งยากหน่วยงานผู้รับผิดชอบเรื่องการสอบเข้า มหาวิทยาลัยหรือ Entrance ควรมีการพัฒนาระบบการทดสอบที่เหมาะสม รวมทั้งเห็นด้วยอย่าง มหาวิทยาลัยของรัฐบาลควรมีการดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น การที่คนส่วนใหญ่อยาก เรียนมหาวิทยาลัยของรัฐบาลเพราะยังมีค่านิยมนแบบเดิมๆ ทั้งๆที่ เห็นด้วย ว่ามหาวิทยาลัยเอกชนนั้นมีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่พร้อมกว่า

ในด้านคุณภาพการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน นักเรียนและผู้ปกครองแสดงความคิดเห็นในระดับปานกลางว่ามีคุณภาพไม่แตกต่างกันแต่อาจารย์แนะแนวเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าคุณภาพของมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนไม่แตกต่างกันจึงไม่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของบัณฑิตที่จบออกไปมีการรับรู้หลายเรื่องเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเอกชนที่สถาบันเอกชนต่างๆ ไม่ควรมองข้ามเพราะทั้งนักเรียน ผู้ปกครองและอาจารย์แนะแนวยังเห็นด้วยในระดับปานกลางว่ามหาวิทยาลัยเอกชนรับนักศึกษาจำนวนมากทำให้รู้สึกว่ามันแข่งปริมาณมากกว่าคุณภาพการสอบเข้าก็ง่ายไม่ได้มาตรฐานส่งผลให้นักศึกษาที่จบออกไปจึงหางานทำยากและมหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่ทำการประชาสัมพันธ์เกินจริง

ผลการวิจัยในครั้งนี้ จะช่วยให้นักประชาสัมพันธ์สถาบันการศึกษาเข้าใจและรู้จักกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารยิ่งขึ้น รวมทั้งสามารถนำข้อมูลต่างๆ ไปกำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสาร ทั้งการกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมาย และออกแบบข้อความที่จะใช้สื่อสาร รวมทั้งกำหนดสื่อและกิจกรรมที่กลุ่มเป้าหมายเปิดรับมากที่สุด ที่สำคัญสถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนไม่ควรมองข้ามปัญหาและอุปสรรคที่ค้นพบ

## บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาลักษณะการเปิดรับสารและการเลือกศึกษาต่อสถาบันอุดมศึกษา ของนักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว ในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพทั่วประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการเปิดรับสาร และการเลือกสถาบันอุดมศึกษา สำหรับศึกษาต่อของนักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนวในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพทั่วประเทศ รวมทั้งศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารด้านการศึกษาและเสนอแนะแนวทางการพัฒนารูปแบบการสื่อสาร ลักษณะเนื้อหา ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับผู้รับสารต่อการเลือกสถาบันอุดมศึกษา และการใช้สื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด จึงใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ มีขนาดกลุ่มตัวอย่าง 2,048 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS ใช้สถิติเชิงพรรณนา และการทดสอบไค-สแควร์ ค่าที่ความแปรปรวน การวิเคราะห์เนื้อหา ปรากฏผลการศึกษา ดังนี้

ลักษณะการเปิดรับสารของนักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว ผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ลักษณะการเลือกสถาบันการศึกษาของนักเรียนและผู้ปกครองคือ สถาบันการศึกษาของรัฐบาล ประเภทจำกัดรับ ส่วนอาจารย์แนะแนวจะแนะนำสถาบันที่เปิดสอนสาขาที่ตรงกับความต้องการของนักเรียน โดยช่วงเวลาการวางแผนเลือกสถาบันของทั้ง 3 กลุ่ม ต่างวางแผนในช่วงที่นักเรียนเรียนอยู่ ม.4 / ปวช.1 / ปวส.1 ส่วนสถาบันการศึกษาที่นักเรียนและผู้ปกครองเลือกสอบเข้าของรัฐคือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ด้วยเหตุผลที่ว่าเป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง ส่วนมหาวิทยาลัยเอกชน นักเรียน และ ผู้ปกครอง เลือกมหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ตามลำดับ ด้วยเหตุผลที่ว่าเป็นมหาวิทยาลัยที่สังคมยอมรับ ส่วนอาจารย์แนะแนวมีลำดับการแนะนำต่างกันเล็กน้อยแต่อยู่ในกลุ่มมหาวิทยาลัยเดียวกัน ความต้องการข้อมูลการศึกษาของนักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาในระดับสูง โดยต้องการทราบหลักสูตรที่เปิดสอน แนวทางประกอบอาชีพ ค่าใช้จ่าย วิชที่ใช้สอบคัดเลือก และช่วงเวลาการสอบเข้า ตามลำดับ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันอุดมศึกษา ทั้ง 3 กลุ่ม ซึ่งมีความเห็นตรงกันคือ ตัวนักเรียนเอง โดยมีข้อเสนอแนะต่อการจัดการสื่อสารของสถาบันการศึกษา คือ มหาวิทยาลัยของรัฐบาลควรทำประชาสัมพันธ์มากกว่านี้ ทบทวนระบบการจัดการสอบเอ็นทรานซ์ ให้ชัดเจน สถาบันการศึกษาทุกแห่งควรนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาอย่างเพียงพอเพื่อการตัดสินใจ ควรมีการจัดหาอุปกรณ์การสื่อสารที่ทันสมัย มีการสื่อสารโดยตรงกับนักเรียนและผู้ปกครอง สิ่งสำคัญคือ การช่วยเหลือด้านทุนทรัพย์หรือทุนการศึกษาแก่นักศึกษา รวมทั้งสนับสนุนงบประมาณ และอัตราค่าจ้างอาจารย์แนะแนว เพื่อการดูแล ให้คำปรึกษานักเรียน การแสวงหาข้อมูลใหม่ๆ และการะหน้าที่อื่นๆ ด้วย

## ABSTRACT

The Research on Information exposures behavior and pursuing higher education in university level for students, parents and counseling teacher in secondary schools nationwide. The Objective is to study information exposures and choosing the higher educational institutions for students, parents, and counseling teachers. In addition, this research study points out the problems and obstacles in communicating within education and suggestion the development of communication format, content, and crucial information. They contain information, important that effect on decision for continuing study in university level. A survey research has been conducted by using questionnaires as a resrsch tool. A sample group is about 2.048 peoples which is analyzed by using SPSS program. This program uses descriptive statistics, a form of Chi-Square testing, and content analysis, which results to as follow:

Form of information exposure for students, parents, and counseling teachers are mostly by television. The factor for deciding which educational institute to apply for students and parents is mostly the public universih and they have limited space ior new students, whereas the counseling teacher will advise on which schools are suitable for students to graduate. The planning for each group is done by the time the students are in grade 10. The higher educational where institutes students and parents choose to apply for are likely to be the public universities such as Chulalongkorn University, Thammasat University and Kasetsart University. The reason is because those universities are popular. On the other hand, for private universities, students and parents decide to go to Bangkok University, Dhurakijpundit University and Assumption University respectively. The reason for choosing these institutes is because those universities are accepted in the society. The counseling teachers have consulted the students about pursuing their studies differently. If students, parents, and counseling teachers need more information for decision, they likely need to know about the curriculum, career path, tuition and fees, and application period respectively. The most important people who has an effect on decision under those 3 groups is himself / herself.

The suggestion on communication management of educational institution is that the public universities should have more public relations go over the entrance testing system, and each institute should have enough information available for deciding. Besides, there should provide new technology media directing communication through both students and parents. Moreover, the universities must have scholarships and grant providing for their students even more. Beside, the universities should hire more counseling teachers and staffs for counseling in both academic and personal life as well.

## กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยฉบับนี้ได้รับการสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ โดยความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร.ศรัชัช พิศาลบุตร รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนา และผู้ช่วยศาสตราจารย์ สนิธะวา ความดิษฐ์ ในการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ช่วยกรุณาตรวจแก้ไขเพื่อให้งานวิจัยนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอบคุณ นักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว ที่กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถามทุกท่าน รวมทั้งเจ้าหน้าที่ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ นักศึกษาช่วยงานทุกคนที่ทุ่มเทแรงกาย แรงใจในการเดินทางไปทั่วทุกภูมิภาคของ ประเทศจนได้ข้อมูลครบถ้วน

ท้ายที่สุดนี้ขอขอบคุณผู้ช่วยกระตุ้นให้การวิจัยครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ทันเวลา ได้แก่ ม.ร.ว.รมณีย์ฉัตร แก้วกิริยา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กุลทิพย์ ศาตราเจริญ ดร.ภูเบศร์ สมุทรจักร อาจารย์ เบ็ญจมาภรณ์ สุทธิราช นายบรรลือศักดิ์ ศรีระสร และนายเชิงชาย หว่างอุ่น

กนกพร ปิ่นแปง

มีนาคม 2547



## สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร .....	ก
บทคัดย่อ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ช
สารบัญ .....	ซ
สารบัญตาราง .....	ญ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	2
1.3 สมมติฐานการวิจัย .....	3
1.4 นิยามศัพท์ .....	4
1.5 ขอบเขตการศึกษา .....	5
1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ .....	5
<b>บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎี และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร .....	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสาร .....	9
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ .....	11
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด .....	13
2.5 แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร .....	23
2.6 แนวคิดการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อการศึกษา .....	24
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	26
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย</b>	
3.1 ประชากร .....	30
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	31
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	33
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล .....	33

## สารบัญ (ต่อ)

หน้า

<b>บทที่ 4</b>	<b>ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	
ตอนที่ 1	ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารและเลือกศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษาของนักเรียน.....	35
ตอนที่ 2	ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารและเลือกศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษาของผู้ปกครอง.....	60
ตอนที่ 3	ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารและเลือกศึกษา ในสถาบันอุดมศึกษาของอาจารย์แนะแนว .....	90
ตอนที่ 4	เปรียบเทียบการเปิดรับสาร และการเลือกศึกษาคือในสถาบัน อุดมศึกษาระหว่างนักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว.....	110
<b>บทที่ 5</b>	<b>สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	
	สรุปผลการวิจัย .....	115
	อภิปรายผล.....	121
	ข้อเสนอแนะจากการวิจัย .....	125
	ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	126
<b>บรรณานุกรม</b>	.....	129
<b>ภาคผนวก</b>		
ผนวก ก	รายละเอียดและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง.....	131
wuan ข	ลักษณะการเปิดรับสารและการเลือกศึกษาคือในสถาบันอุดมศึกษา ของนักเรียน .....	138
wuan ค	ลักษณะการเปิดรับสารและการเลือกศึกษาคือในสถาบันอุดมศึกษา ของผู้ปกครอง.....	154
wuan 4	ลักษณะการเปิดรับสารและการเลือกศึกษาคือในสถาบันอุดมศึกษา ของอาจารย์แนะแนว.....	167
ผนวก จ	แบบสอบถาม.....	179

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับลักษณะการเปิดรับสาร .....	35
2	ความสัมพันธ์ระหว่างสาขาวิชาที่ศึกษากับลักษณะการเปิดรับสาร.....	36
3	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพผู้ปกครองกับลักษณะการเปิดรับสาร .....	37
4	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ครอบครัวกับลักษณะการเปิดรับสาร .....	38
5	ความสัมพันธ์ระหว่างที่มาค่าเล่าเรียนกับลักษณะการเปิดรับสาร .....	39
6	ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนาเดิมกับลักษณะการเปิดรับสาร.....	40
7	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกสถาบันกับเพศ .....	41
8	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกสถาบันกับสาขาวิชาที่ศึกษาอยู่.....	41
9	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกสถาบันกับอาชีพผู้ปกครอง.....	42
10	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกสถาบันกับรายได้ของครอบครัว .....	43
11	ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันที่เลือกเรียนกับที่มาค่าเล่าเรียน .....	44
12	ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันที่เลือกเรียนกับภูมิลำเนาเดิม .....	45
13	ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาที่วางแผนเลือกสถาบันกับเพศ .....	46
14	ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาที่วางแผนเลือกสถาบันกับสาขาวิชาที่ศึกษาอยู่ .....	46
15	ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาที่วางแผนการเลือกสถาบันกับอาชีพผู้ปกครอง.....	47
16	ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาที่วางแผนเลือกสถาบันกับรายได้ของครอบครัว ...	48
17	ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาที่วางแผนเลือกสถาบันกับที่มาค่าเล่าเรียน .....	48
18	ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาที่วางแผนเลือกสถาบันกับภูมิลำเนาเดิม.....	49
19	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษา ที่เลือกศึกษาคู่ระหว่างนักเรียนชายและหญิง.....	50
20	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับสถาบันการศึกษาที่เลือกศึกษาต่อ ระหว่างนักเรียนที่เรียน ในสาขาวิชาต่างกัน .....	50
21	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันที่เลือก ศึกษาต่อ ระหว่างนักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพต่างกัน.....	51
22	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันที่เลือก ศึกษาต่อ ระหว่างนักเรียนที่มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่างกัน .....	51

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
23	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันที่เลือก ศึกษาต่อระหว่างนักเรียนที่มีที่มาของค่าเล่าเรียนต่างกัน .....	52
24	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันที่เลือก ศึกษาต่อระหว่างนักเรียนที่ภูมิสำเนาเดิมต่างกัน .....	52
25	การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างภูมิสำเนาเดิม ด้วย Scheffe' Test .....	53
26	จำนวนและร้อยละของประเภทมหาวิทยาลัยหรือสถาบันที่นักเรียนต้องการ สมัครเข้าศึกษาต่อ .....	54
27	จำนวนและร้อยละของสถาบันอุดมศึกษาจำกัดรับที่นักเรียนต้องการ สมัครเข้าศึกษาต่อ .....	54
28	จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่นักเรียนต้องการสมัครเข้าศึกษาต่อใน สถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาล .....	55
29	จำนวนและร้อยละของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่นักเรียนต้องการเข้า สมัครศึกษาต่อ .....	55
30	จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่นักเรียนต้องการเข้าศึกษาในสถาบัน อุดมศึกษาเอกชน .....	56
31	จำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่นักเรียนวางแผนการศึกษาต่อระดับ อุดมศึกษา .....	56
32	จำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีส่วนช่วยนักเรียนในการตัดสินใจเลือก สถาบันอุดมศึกษาเพื่อศึกษาต่อ .....	57
33	จำนวนและร้อยละระดับความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการและการสื่อสาร ของสถาบันการศึกษาของรัฐและเอกชน .....	58
34	ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการเปิดรับข่าวสารกับกลุ่มอายุ .....	60
35	ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการเปิดรับข่าวสารกับวุฒิการศึกษา .....	61
36	ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการเปิดรับข่าวสารกับอาชีพ .....	62
37	ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการเปิดรับข่าวสารกับจำนวนบุตร .....	63
38	ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการเปิดรับข่าวสารกับภูมิสำเนา .....	64

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
39	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกประเภทสถาบันอุดมศึกษา กับกลุ่มอายุ.....	65
40	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกประเภทสถาบันการศึกษา กับวุฒิการศึกษา.....	66
41	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกประเภทสถาบันอุดมศึกษา กับอาชีพ.....	67
42	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกประเภทสถาบันการศึกษา กับจำนวนบุตร.....	68
43	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกประเภทสถาบันการศึกษา กับภูมิลำเนา.....	69
44	ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลการเลือกสถาบันศึกษากับอายุ.....	70
45	ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลการเลือกสถาบันศึกษากับวุฒิการศึกษา.....	71
46	ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลการเลือกสถาบันศึกษากับอาชีพ.....	72
47	ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลการเลือกสถาบันศึกษากับจำนวนบุตร.....	73
48	ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลการเลือกสถาบันกับภูมิลำเนา.....	74
49	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการวางแผนเพื่อศึกษาต่อกับอายุ.....	76
50	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการวางแผนเพื่อศึกษาต่อกับวุฒิการศึกษา.....	77
51	ความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนเพื่อศึกษาต่อกับอาชีพ.....	78
52	เปรียบเทียบระหว่างระยะที่วางแผนเพื่อศึกษาต่อกับจำนวนบุตร.....	79
53	เปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาที่วางแผนเพื่อศึกษาต่อกับภูมิลำเนา.....	80
54	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษา ที่เลือกศึกษาต่อระหว่างผู้ปกครองที่มีอายุต่างกัน.....	81
55	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษา ที่เลือกศึกษาต่อระหว่างผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน.....	81
56	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษา ที่เลือกศึกษาต่อระหว่างอาชีพที่ต่างกัน.....	82

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
57	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษา ที่เลือกศึกษาต่อระหว่างจำนวนบุตรที่ต่างกัน .....	82
58	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษา ที่เลือกศึกษาต่อระหว่างภูมิภาคที่ต่างกัน .....	83
59	จำนวนและร้อยละประเภทของสถาบันที่ผู้ปกครองต้องการให้บุตรหลาน สมัครเข้าศึกษาต่อ .....	84
60	จำนวนและร้อยละสถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่ผู้ปกครองต้องการให้ บุตรหลานสมัครเข้าศึกษาต่อ .....	84
61	จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ผู้ปกครองต้องการให้บุตรหลานสมัคร เข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ .....	85
62	จำนวนและร้อยละสถาบันอุดมศึกษาของเอกชนที่ผู้ปกครองต้องการให้ บุตรหลานสมัครเข้าศึกษาต่อ .....	85
63	จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ผู้ปกครองต้องการให้บุตรหลานสมัคร เข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน .....	86
64	จำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่ผู้ปกครองใช้ในการวางแผนการศึกษา ของบุตรหลานต่อระดับอุดมศึกษา .....	86
65	จำนวนและร้อยละของระดับความคิดเห็นของผู้ปกครองเกี่ยวกับบุคคล ที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกสถาบันเพื่อศึกษาต่อของบุตรหลาน .....	87
66	จำนวนและร้อยละระดับความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อการจัดการ และการสื่อสารของสถาบันการศึกษาของรัฐและเอกชน .....	88
67	ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่อาจารย์เปิดรับสารกับระดับชั้นที่สอน .....	90
68	ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่อาจารย์แนะนำเปิดรับสารกับสาขาวิชาที่สอน .....	91
69	ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่อาจารย์แนะนำเปิดรับสารกับระยะเวลา ที่อยู่ในตำแหน่ง .....	91
70	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเลือกสถาบันอุดมศึกษากับระดับ ชั้นที่สอน .....	92

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
71	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกสถาบันอุดมศึกษากับสาขาวิชา ที่สอน .....	93
72	เปรียบเทียบระหว่างพฤติกรรมการเลือกสถาบันอุดมศึกษากับระยะเวลาที่ อยู่ในตำแหน่ง .....	94
73	ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุการณ์การเลือกสถาบันการศึกษากับระดับชั้นที่สอน.....	95
74	ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุการณ์การเลือกสถาบันกับสาขาวิชาที่สอน.....	96
75	ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุการณ์การเลือกสถาบันการศึกษากับระยะเวลาที่ อยู่ในตำแหน่ง.....	97
76	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่วางแผนการเลือกสถาบันการศึกษากับระดับ ชั้นที่สอน.....	98
77	ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่วางแผนการเลือกสถาบันการศึกษากับ สาขาวิชาที่สอน.....	99
78	เปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาที่วางแผนเลือกสถาบันกับระยะเวลาที่ อยู่ในตำแหน่ง.....	100
79	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบัน การศึกษาเพื่อแนะแนวการศึกษา ระหว่างอาจารย์แนะแนวที่ สอนในระดับชั้นต่างๆ .....	101
80	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการ ศึกษาเพื่อแนะแนวการศึกษาต่อระหว่างอาจารย์แนะแนวที่สอนใน สาขาวิชาต่างกัน.....	101
81	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการ ศึกษาเพื่อแนะแนวทางการศึกษาต่อระหว่างอาจารย์แนะแนวที่มี ระยะเวลาที่อยู่ในตำแหน่งต่างกัน .....	102
82	จำนวนและร้อยละประเภทของมหาวิทยาลัยหรือสถาบันที่อาจารย์ แนะแนวต้องการแนะนำให้นักเรียนสมัครเข้าศึกษาต่อ .....	103
83	จำนวนและร้อยละของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาลที่อาจารย์แนะแนว ต้องการแนะนำให้นักเรียนสมัครเข้าศึกษาต่อ .....	103

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
84	จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่อาจารย์แนะแนวแนะนำให้นักเรียนสมัครเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาล.....	104
85	จำนวนและร้อยละของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่อาจารย์แนะแนวต้องการแนะนำให้นักเรียนสมัครเข้าศึกษาต่อ .....	105
86	จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่อาจารย์แนะแนวต้องการแนะนำให้นักเรียนสมัครเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน .....	105
87	จำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่อาจารย์แนะแนวแนะนำการวางแผนการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาให้นักเรียน .....	106
88	จำนวนและร้อยละของอาจารย์แนะแนวที่เห็นว่าบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกสถาบันอุดมศึกษาเพื่อศึกษาต่อ .....	106
89	จำนวนและร้อยละระดับความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการและการสื่อสารของสถาบันการศึกษาของรัฐและเอกชน .....	107
90	เปรียบเทียบลักษณะการเปิดรับสาร .....	110
91	เปรียบเทียบสถานีโทรทัศน์ที่เปิดรับ.....	110
92	เปรียบเทียบสื่อหนังสือพิมพ์ที่เปิดรับ .....	110
93	เปรียบเทียบสื่อที่สะดวกในการเปิดรับข่าวสาร .....	111
94	เปรียบเทียบการเลือกสถาบัน .....	111
95	เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกสถาบันการศึกษาของรัฐบาล.....	112
96	เปรียบเทียบเหตุผลการเลือกสถาบันของรัฐบาล.....	112
97	เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกสถาบันการศึกษาของเอกชน .....	112
98	เปรียบเทียบเหตุผลการเลือกสถาบันของเอกชน .....	113
99	เปรียบเทียบช่วงเวลาในการวางแผนศึกษาต่อ.....	113
100	เปรียบเทียบผู้ที่มีส่วนช่วยตัดสินใจเลือกสถาบัน .....	113
101	เปรียบเทียบข้อมูลที่ต้องการเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือก.....	114
102	ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการและการสื่อสารของสถาบันอุดมศึกษา.....	114



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์แห่งยุคโลกาภิวัตน์ มีอิทธิพลอย่างกว้างขวางทำให้เกิด “สภาพไร้พรมแดน” หรือความเป็นสากล การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วที่เกิดขึ้นและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล คือ พัฒนาการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้รูปแบบของให้ข้อมูลข่าวสารเปลี่ยนไปจากเดิม ทั้งในเรื่องวิธีการ ขอบเขต ความสะดวก ความรวดเร็ว และเนื้อหาของข้อมูลข่าวสาร ดังนั้นการได้มาและกระจายของข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นในสภาพไร้พรมแดน ได้ก่อให้เกิดวิธีการมากมายที่บุคคลจะสามารถแสวงหาความรู้ ซึ่งแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีผลเกี่ยวข้องต่อการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองอีกด้วย จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการพัฒนาทักษะความรู้ให้เท่าทันทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อนำไปสู่การพัฒนาด้านอื่นๆ ต่อไป

จากกระแสการเปลี่ยนแปลงได้ส่งผลกระทบต่อมาสู่สังคมไทย ทำให้ประเทศไทยต้องเร่งพัฒนาโดยมุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่กำหนดแผนพัฒนาระดับชาติให้ “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9, 2544: 3) ซึ่งการพัฒนานคนที่มีประสิทธิภาพที่สุดคือ “การศึกษา” เพราะการศึกษามีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนานคนให้มีศักยภาพเผชิญกับสังคมที่เปลี่ยนแปลงได้ นอกจากนี้ระดับการศึกษาที่สูงขึ้นของประชากรยังมีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพชีวิตที่สูงขึ้น ประชากรที่มีความสามารถในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความเข้าใจสถานการณ์ของสังคม และนำข้อมูลไปสู่การพัฒนาทั้งในระดับบุคคลและระดับที่สูงขึ้นไปได้

นโยบายการปฏิรูปศึกษาของรัฐบาลเป็นอีกแนวทางการพัฒนาขั้นพื้นฐานที่สำคัญ ดังนั้นการให้ข้อมูลข่าวสารการศึกษาจึงเป็นการสนับสนุนการศึกษาที่มีความสำคัญมากด้วยเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม หากการให้ข้อมูลข่าวสารปราศจากความรู้ความเข้าใจ ความต้องการที่แท้จริง หรือไม่ทราบลักษณะการเปิดรับสารของผู้รับที่ถูกต้อง นอกจากจะทำให้เกิดความสิ้นเปลืองแล้ว ยังเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนานคนซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาด้านอื่นๆ อีกด้วย แต่หากได้รับรู้ถึงลักษณะการเปิดรับสาร ความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านการศึกษาที่ใช้เพื่อการตัดสินใจเลือกในสิ่งที่ถูกต้องตรงตามลักษณะความรู้ความสามารถของปัจเจกบุคคล ถือได้ว่าเป็นการพัฒนาขั้นพื้นฐานที่แท้จริง

ในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศไร้พรมแดน ประกอบกับเป็นช่วงปฏิรูปการศึกษาของประเทศ ข้อมูลข่าวสารด้านการศึกษาจึงทวีความสำคัญเป็นเท่าตัว ประสิทธิภาพการสื่อสารที่มีความชัดเจน รวดเร็ว ตรงกับความต้องการ ในช่วงเวลาที่เหมาะสม และข้อมูลที่ได้รับจะต้องมีคุณภาพสามารถใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษาของนักเรียน โดยเฉพาะนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพ ซึ่งเป็นช่วงสำคัญของการตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษา ต่อ อันจะมีผลเกี่ยวเนื่องถึงการประกอบอาชีพในอนาคตด้วย อาจกล่าวได้ว่าการเลือกหลักสูตรที่จะศึกษาต่อในสถาบันระดับอุดมศึกษาทั้งภาครัฐหรือเอกชน ถือได้ว่าเป็นเลือกแนวทางการประกอบอาชีพไปพร้อมกันด้วย การสื่อสารที่มีประสิทธิผลต่อสถานการณ์ดังกล่าวนี้ จำเป็นต้องอาศัยสื่อรูปแบบต่างๆ รวมถึงสื่อบุคคลก็มีส่วนสำคัญต่อนักเรียนด้วย นั่นก็คือ ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว เนื่องจากเป็นบุคคลที่มีความใกล้ชิด มีประสบการณ์ สามารถรับข้อมูลข่าวสารและเป็นผู้ที่มีส่วนช่วยในการให้คำปรึกษาแนะนำ ซึ่งนอกจากจะทำให้ให้นักเรียนสามารถสำเร็จการศึกษาได้ตามวัตถุประสงค์แล้วยังเป็นผู้เห็นถึงศักยภาพ บุคลิก หรือทักษะความสามารถในการประกอบอาชีพอย่างเหมาะสมของนักเรียนด้วย

การศึกษาลักษณะการเปิดรับสารและการเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของนักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว ในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพทั่วประเทศ จะทำให้เข้าใจและทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับสาร สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ ตรงกับความต้องการของผู้รับสาร ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ เป็นแนวทางที่สามารถนำข้อมูลนั้นไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษาต่อได้ตรงกับบุคลิกลักษณะของนักเรียน และเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการปฏิรูปการศึกษา รวมถึงเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการสื่อสารด้านการศึกษาให้เป็นรูปธรรมและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษามากที่สุด ตลอดจนการมีส่วนช่วยลดงบประมาณของผู้ส่งสารและช่วยประหยัดเวลาของผู้รับสารอีกด้วย

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ สนับสนุนทุนวิจัยตลอดการวิจัยครั้งนี้ เพื่อนำผลการศึกษาใช้เป็นประโยชน์ในสื่อสารด้านการศึกษาของเยาวชน และเป็นพื้นฐานการศึกษาต่อยอดในด้านที่เกี่ยวข้องต่อไป

## 1.2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(1) เพื่อศึกษาลักษณะการเปิดรับสาร และการเลือกสถาบันอุดมศึกษาสำหรับศึกษาต่อของนักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพทั่วประเทศ

(2) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารด้านการศึกษา

(3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนารูปแบบการสื่อสาร ลักษณะเนื้อหา ข้อมูลที่จำเป็น สำหรับผู้รับสารต่อการเลือกสถาบันอุดมศึกษา และการใช้สื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

### 1.3 สมมติฐานการวิจัย

(1) awa สายวิชา อาชีพของผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว แหล่งที่มาของ ค่าเล่าเรียน ของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพ ที่แตกต่างกันมีผล ให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

(2) เพศ สายวิชา อาชีพของผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว แหล่งที่มาของ ค่าเล่าเรียน ของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพ ที่แตกต่างกันทำให้มีความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาแตกต่างกัน

3 เพศ สายวิชา อาชีพของผู้ปกครอง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว แหล่งที่มาของ ค่าเล่าเรียน ของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพ ที่แตกต่างกันมีผล ทำให้พฤติกรรมการเลือกสถาบันเพื่อศึกษาค่อแตกต่างกัน

(4) อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ จำนวนบุตร ภูมิภาคที่อาศัยอยู่ และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ใน ภูมิภาคของผู้ปกครองของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

(5) อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ จำนวนบุตร ภูมิภาคที่อาศัยอยู่ และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ใน ภูมิภาคของผู้ปกครองของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาแตกต่างกัน

(6) อายุ วุฒิการศึกษา oiiw จำนวนบุตร ภูมิภาคที่อาศัยอยู่ และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ใน ภูมิภาคของผู้ปกครองของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมการเลือกสถาบันเพื่อการศึกษาต่อให้แก่บุตรหลานแตกต่างกัน

(7) ระดับชั้นที่สอน สายวิชาที่สอน ระยะเวลาที่อยู่ในตำแหน่งอาจารย์แนะแนว ของ อาจารย์แนะแนวของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน

(8) ระดับชั้นที่สอน สายวิชาที่สอน ระยะเวลาที่อยู่ในตำแหน่งอาจารย์แนะแนว ของ อาจารย์แนะแนวของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพที่แตกต่างกัน 4 ความต้องการข้อมูลการแนะแนวการศึกษาที่ต่างกัน

(9) ระดับชั้นที่สอน สาขาวิชาที่สอน ระยะเวลาที่อยู่ในตำแหน่งอาจารย์แนะแนว ของ อาจารย์แนะแนวของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาปลายสายสามัญและสายอาชีพที่แตกต่างกัน มี พฤติกรรมการช่วยในการตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษาแตกต่างกัน

(10) ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว มีอิทธิพลต่อการเลือกสถาบันการศึกษาของนักเรียน ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพ

(11) นักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญ และสายอาชีพมีความคิดต่อเห็นทั่วไปต่อสถาบันการศึกษาแตกต่างกัน

#### 1.4 นิยามศัพท์

**การเปิดรับสาร** หมายถึง พฤติกรรมการรับข้อมูลข่าวสาร การแสวงหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการ ศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของนักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว ในระดับมัธยมศึกษา ตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพ

**การเลือกศึกษาต่อ** หมายถึง การพิจารณาของนักเรียน การให้ความเห็นจากผู้ปกครอง การ ให้ข้อมูลและคำปรึกษาจากอาจารย์แนะแนว เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกสถาบันเข้าศึกษาต่อใน สถาบันอุดมศึกษา

**ระดับอุดมศึกษา** หมายถึง การศึกษาหลังระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย แบ่งเป็น 3 ระดับคือ การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี การศึกษาระดับปริญญาตรี ระดับสูงกว่าปริญญาตรี เป็นการ ศึกษาที่มุ่งส่งเสริมให้ผู้เรียนได้พัฒนาความรู้ ความสามารถในการพัฒนาทางวิชาการและวิชาชีพ

**มัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญ** หมายถึง ระดับการศึกษาที่มุ่งส่งเสริมให้ผู้เรียนได้พัฒนา ความรู้ความสามารถในเชิงวิชาการหรือทฤษฎีเพื่อเป็นพื้นฐานการศึกษาไปสู่การศึกษาในระดับที่ สูงขึ้น

**มัธยมศึกษาตอนปลายสายอาชีพ** หมายถึง เป็นการศึกษาที่มุ่งส่งเสริมให้ผู้เรียนได้พัฒนา ความรู้และทักษะวิชาชีพในระดับต้นเพื่อให้ผู้เรียนมีความสามารถในการริเริ่มประกอบอาชีพ

**นักเรียน** หมายถึง เด็กที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ปีที่ 5 และปีที่ 6 ใน โรงเรียน มัธยมศึกษาประเภทสามัญ ทั้งภาครัฐและเอกชน และนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นมัธยมศึกษา ตอนปลายปีที่ 1 ปีที่ 2 และปีที่ 3 ในโรงเรียน ประเภทอาชีวศึกษา ทั้งภาครัฐและเอกชน

**ผู้ปกครอง** หมายถึง ผู้ให้การอุปการะหรืออุปถัมภ์ ผู้มีบทบาทควบคุมดูแลให้การศึกษาของ นักเรียนให้ได้รับการศึกษาสูงสุด

อาจารย์แนะแนว หมายถึง ผู้ที่ปฏิบัติที่ให้การแนะนำ แนะนำแนวทางการศึกษาและอาชีพแก่นักเรียนประจำในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา และกรมอาชีวศึกษา

## 1.5 ขอบเขตการศึกษา

(1) ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนวระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพทั่วประเทศ คือ เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร แบ่งตามเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร 50 เขต สุ่มเขตการปกครองใน 10 เขต แต่ละเขตเลือกสุ่มโรงเรียนสายสามัญ 2 แห่ง สายอาชีพ 2 แห่ง แต่ละโรงเรียนเลือกสุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่มัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพแห่งละ 10 คน และในส่วนภูมิภาคใช้แบ่งตามเขตพื้นที่การศึกษา 12 เขต แต่ละเขตเลือกโรงเรียนสายสามัญและสายอาชีพทั้งของภาครัฐและเอกชน อย่างละ 2 โรงเรียน เลือกสุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่มัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพแห่งละ 10 คน ส่วนผู้ปกครองจะเก็บข้อมูลจากผู้ปกครองของนักเรียนในโรงเรียนที่กำหนด (128 โรงเรียน) โรงเรียนละ 4 คน และอาจารย์แนะแนวจะเก็บข้อมูลจากอาจารย์แนะแนวที่อยู่ในโรงเรียนที่กำหนด (128 โรงเรียน) เช่นเดียวกัน โรงเรียนละ 2 คน รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 2,048 คน

(2) ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการนำเสนอผลการศึกษา และการวิเคราะห์ผลเพื่อฉายภาพลักษณะการเปิดรับสารและการเลือกสถาบันการศึกษาของนักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนวในระดับมัธยมศึกษาปลายสายสามัญและสายอาชีพทั่วประเทศ พร้อมทั้งปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารด้านการศึกษา ตลอดจนข้อเสนอแนะจากการวิจัย เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการสื่อสารด้านการศึกษา

(3) ขอบเขตด้านระยะเวลา ใช้เวลาศึกษาวิจัยรวม 6 เดือน ธันวาคม 2545 - สิงหาคม 2546

## 1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ

(1) สามารถออกแบบ และ พัฒนารูปแบบการสื่อสาร ลักษณะเนื้อหา ขอบเขตของข้อมูลข่าวสารด้านการศึกษา ได้ตรงกับความต้องการของนักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว

(2) ทำให้การเลือกใช้สื่อสอดคล้อง เหมาะสมกับข้อมูลและลักษณะการเปิดรับสื่อของนักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว และการรับสารมีความสะดวก รวดเร็ว ทั้งถึง

(3) ทำให้การแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารด้านการศึกษาได้ตรงจุด

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาลักษณะการเปิดรับสารและการเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของนักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว ในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสาย อาชีพ ทั่วประเทศ เป็นการศึกษเกี่ยวกับลักษณะการเปิดรับสารของกลุ่มเป้าหมายซึ่งหมายถึงการ วิเคราะห์ผู้รับสารตามกระบวนการสื่อสาร นอกจากนี้ยังศึกษาถึงพฤติกรรมการเลือกศึกษาต่อใน สถาบันอุดมศึกษาซึ่งเป็นลักษณะการศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคเพื่อให้เกิดประโยชน์ ต่อการวางแผนการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอันเป็นแนวทางใน การวิจัยดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสาร
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด
- 2.5 แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร
- 2.6 แนวคิดการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์สถาบันอุดมศึกษา
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร

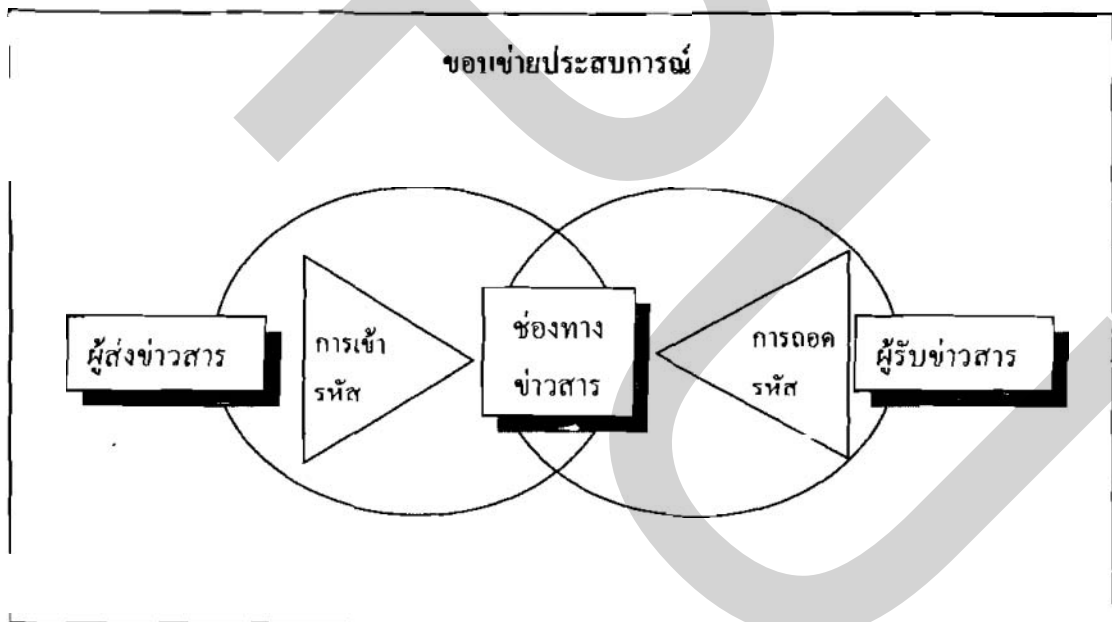
ในปัจจุบัน คำว่า การสื่อสาร ได้แพร่หลายเป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นแวดวง อาชีพใดก็ตาม มักจะกล่าวถึงความจำเป็นในการนำเอาการสื่อสาร ไปใช้อย่างแพร่หลายและอาจใช้ สำหรับหลายๆ ความหมายได้ เมื่อดำบุคคล ต่างวาระ ต่างก็ใช้ในความหมายที่ตนเห็นว่าเหมาะสม รศ.ดร.บุบผา เบญจรงค์กิจ กล่าวถึงความหมายของการสื่อสารว่า คำว่า สื่อสาร มีความหมายตรงกับ คำในภาษาอังกฤษว่า To communicate หมายถึง การถ่ายทอด ความหมายจากบุคคลหนึ่งมายังอีก บุคคลหนึ่ง เพื่อให้ได้ในความหมายนั้นเป็นอย่างเดียวกัน

Cherry (1978) กล่าวว่า การสื่อสารของมนุษย์กระทำเพื่อแบ่งปันข่าวสาร (An act of Sharing) การแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันจะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจ และกระทำกิจกรรมที่ประสานสอดคล้องกัน

### กระบวนการสื่อสาร (The communication process)

ในปัจจุบันมีมุมมองใหม่เกี่ยวกับการสื่อสารว่าเป็นการสนทนาโต้ตอบระหว่างองค์กรกับลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งเกิดขึ้นทั้งในช่วงก่อนการขาย ระหว่างการขาย การบริโภค และหลังการบริโภค คำถามที่สถาบันหรือองค์กรจะต้องถามจะไม่จำกัดอยู่เพียงแค่ “ทำอย่างไรเราจึงจะเข้าถึงกลุ่มลูกค้า” แต่ยังคงตั้งคำถามว่า “ทำอย่างไรลูกค้าจึงจะเข้าถึงเรา” ด้วย การที่ผู้ส่งสารจะส่งสารไปยังผู้รับสารให้เกิดประสิทธิภาพอย่างที่ตั้งเป้าหมายไว้ จำเป็นต้องเข้าใจกระบวนการสื่อสารทั้งระบบซึ่งมีองค์ประกอบหลายอย่างที่อาจส่งผลให้การสื่อสารล้มเหลวหรือประสบความสำเร็จได้ โดยสามารถสรุปเป็นแบบจำลองการสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

แบบจำลองกระบวนการสื่อสารจะช่วยอธิบายการเปิดรับสาร สิ่งที่ควรปฏิบัติของผู้อยู่ในกระบวนการสื่อสาร มีองค์ประกอบหลักสำคัญในกระบวนการสื่อสารคือ ผู้ส่งข่าวสาร กับผู้รับข่าวสาร โดยมีเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญคือ ข่าวสาร และช่องทางข่าวสาร และมีกระบวนการที่เกิดขึ้นในขณะที่ทำการสื่อสารคือ การเข้ารหัส การถอดรหัส การตอบสนอง และข้อมูลย้อนกลับ ดังแผนภาพ



แผนภาพ แบบจำลองกระบวนการสื่อสาร

ที่มา: George E. Belch and Michael A. Belch, *Introduction to Advertising and Promotion*. 2nd ed. (Boston, Mass. : Richard D. Irwin, Inc., 1993), p.190.

(1) ผู้ส่งข่าวสาร (Sender) หมายถึง บุคคลหรือองค์กร ซึ่งมีข้อมูลข่าวสารที่จะส่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง ผู้ส่งสารต้องรู้ว่า กลุ่มใดที่เป็นเป้าหมายของการสื่อสารและต้องการการตอบรับแบบใด ผู้ส่งสารจะต้องเข้ารหัสการสื่อสารในวิธีที่เป็นที่เข้าใจว่ากลุ่มเป้าหมายจะใช้วิธีใดในการถอดรหัสออกมา ผู้ส่งสารจะต้องส่งสารผ่านสื่อที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและพัฒนาช่องทางของการสะท้อนกลับเพื่อสังเกตการตอบรับ

(2) ผู้รับข่าวสาร (Receiver) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลผู้ซึ่งผู้ส่งสารต้องการส่งข่าวสารไปถึง เพื่อให้เกิดการรับรู้ร่วมกัน ผู้รับข่าวสารจะเป็นผู้อ่าน ผู้ฟัง หรือผู้เห็นข่าวสารผ่านทางช่องทางต่างๆ

(3) ข่าวสาร (Message) หมายถึง ข้อความหรือสัญลักษณ์ต่างๆ ที่จัดทำขึ้น เพื่อที่จะไปยังผู้รับข่าวสาร อาจอยู่ในลักษณะคำพูด ข้อเขียน รูปภาพ สัญลักษณ์ ตามความเหมาะสมกับสื่อหรือช่องทางข่าวสารที่นำมาใช้ สำหรับข้อความที่จะสื่อให้มีประสิทธิภาพนั้น กระบวนการเข้ารหัสของผู้ส่งสารจะต้องประสานกันกับกระบวนการถอดรหัสของผู้รับสาร ยิ่งผู้ส่งสารมีประสบการณ์ภาคสนามที่ซับซ้อนกับของผู้รับสารมากเท่าไร ข้อความการสื่อสารก็จะยิ่งมีประสิทธิภาพมากเท่านั้น

(4) ช่องทางข่าวสาร/สื่อ (Channels / Media) หมายถึง ตัวกลางหรือสื่อที่นำมาใช้เป็นช่องทางเพื่อส่งข่าวสารจากผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับ ซึ่งมี 2 ประเภท คือ สื่อประเภทที่ใช้บุคคล (ผู้ปกครอง ครูแนะแนว ญาติมิตร) และสื่อประเภทที่ไม่ใช้บุคคล (โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ)

(5) การเข้ารหัส (Encoding) หมายถึง การส่งข้อมูล ความคิดเห็นความรู้สึก หรือสัญลักษณ์แสดงความหมาย (Symbolic Form) โดยถือหลักว่าผู้รับสารจะสามารถถอดรหัสหรือเข้าใจความหมายได้ตรงกัน

(6) การถอดรหัส (Decoding) หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดหรือแปลข่าวสารที่ได้รับจากผู้ส่งข่าวสาร เป็นการรับรู้หรือความเข้าใจ

(7) การตอบสนอง (Response) หมายถึง ปฏิกริยาที่ผู้รับข่าวสารแสดงออกมาภายหลังจากการได้รับข่าวสาร (ได้ยิน ได้เห็น ได้ฟัง ได้อ่าน) การตอบสนองอาจมีลักษณะทั้งที่เป็นพฤติกรรมที่เปิดเผยสังเกตเห็นได้ หรืออาจมีพฤติกรรมที่ไม่สามารถสังเกตได้

(8) ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) หมายถึง ปฏิกริยาตอบสนองของผู้รับข่าวสารที่ส่งกลับคืนมายังผู้ส่งข่าวสาร

(9) สิ่งรบกวน (Noise) หมายถึง สิ่งใดๆ ที่เข้ามาแทรกซ้อนในช่วงใดช่วงหนึ่งในกระบวนการสื่อสาร อันเป็นปัญหาและอุปสรรคที่ทำให้การสื่อสารไม่ประสบความสำเร็จ



## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสาร

ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตมนุษย์ รวมถึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อนมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารจะยิ่งมากขึ้นเท่านั้น มนุษย์จึงมีการแสวงหาหรือเปิดรับข้อมูลข่าวสาร โดยมีกระบวนการเลือกรับข่าวสาร (Selective Process) หลายลักษณะ (Klapper, 1960) ดังนี้

(1) การเลือกรับหรือการเลือกใช้ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่างๆ ตามความสนใจและความต้องการเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน

(2) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับ ที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้นๆ ในขณะที่เดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติหรือความคิดดั้งเดิม ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกของเขาก็จะทำให้เกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ

(3) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความสารที่ได้รับตามประสบการณ์ของแต่ละคน ผู้รับสารจะมีการตีความข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ความเชื่อ ความต้องการ และแรงจูงใจของตนในขณะนั้น

(4) การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้ และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนเองแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจดจำไว้เป็นประสบการณ์ ในขณะที่เดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตน

### อุปสรรคในการสื่อสาร

ในการสื่อสารแต่ละครั้งนั้นมีโอกาสเกิดทั้งความสำเร็จและล้มเหลว ผลของการสื่อสารอาจเกิดขึ้นตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ แต่บ่อยครั้งก็เกิดความล้มเหลวในการสื่อสารซึ่งมีหลายๆ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในทุกองค์ประกอบ ดังนี้

(1) อุปสรรคที่เกิดจากผู้ส่งสาร โดยจุดเริ่มต้นของการสื่อสารอยู่ที่ผู้ส่งสาร ถ้าผู้ส่งสารขาดความรู้ความเข้าใจในกระบวนการสื่อสาร การสื่อสารก็จะขาดประสิทธิผล ดังนั้นผู้ส่งสารต้องเป็นผู้มีความพร้อมในการสื่อสาร มีความรู้ความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร มีทัศนคติที่ในการสื่อสาร

(2) อุปสรรคที่เกิดจากผู้รับสาร โดยจุดมุ่งหมายสุดท้ายของการสื่อสารอยู่ที่ผู้รับสาร ซึ่งมีปัจจัยในตัวของผู้รับสาร เช่น การเลือกรับสาร การเลือกเปิดรับสาร การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้ การตีความ การเลือกจดจำ ตลอดจนพื้นฐานความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ ความพร้อม อารมณ์ของผู้รับสาร ก็มีผลต่อการสื่อสารด้วย และเนื่องจากผู้รับสารแต่ละคนมีภูมิหลังส่วนตัวและวิชาชีพที่แตกต่างกันก็ทำให้มีความคิดเห็นแตกต่างกันด้วย

(3) อุปสรรคที่เกิดจากสาร เป็นอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากตัวสาร เช่น ปริมาณข่าวสารมากเกินไป เนื้อหาของข่าวสารไม่มีความเหมาะสม ขาดความต่อเนื่อง การจัดลำดับและประเภทของข่าวสารไม่เหมาะสม รวมทั้งขาดความแน่นอนชัดเจน ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้รับสารเกิดความสับสน สงสัย และลังเลที่จะปฏิบัติตามสารที่ได้รับ

(4) อุปสรรคที่เกิดจากช่องทางการสื่อสาร แม้ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร และเนื้อหาของสารมีความเหมาะสมถูกต้องดีเพียงใดก็ตาม หากมีการใช้ช่องทางการสื่อสารที่ไม่ถูกต้องหรือไม่เหมาะสม ซึ่งอาจจะเกิดจากสภาพแวดล้อมหรือสถานการณ์ในขณะที่ทำการสื่อสารไม่ดี ก็ทำให้มีผลกระทบต่อผลของการสื่อสารได้เช่นกัน

นอกจากนี้ **and** และอาร์ตเลย์ ได้สรุปปัจจัยต่างๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารดังนี้

- ยิ่งแหล่งที่มาของการสื่อสารมีการผูกขาดต่อผู้รับมากเท่าไร ผู้รับก็จะเกิดผลในทางบวกต่อแหล่งที่มา นั้นมากยิ่งขึ้น

- การสื่อสารจะเกิดผลดีที่สุดเมื่อข้อความที่จะสื่อเป็นไปในทางเดียวกับความเห็น ทศนคติ หรือความเชื่อที่ผู้รับสารมีอยู่แล้ว

- การสื่อสารสามารถเคลื่อนย้ายเรื่องราวที่คุณแปลก ไม่คุ้นเคย ซึ่งไม่อยู่ในศูนย์กลางระบบค่านิยมของผู้รับสาร ออกไปอย่างมีประสิทธิภาพ

- การสื่อสารดูเหมือนจะได้ผลดีเมื่อเกิดความเชื่อว่า แหล่งที่มาของการสื่อสารนั้นมีความเชี่ยวชาญ มีระบบสถานภาพสูง มีความเป็นรูปธรรม เป็นที่น่าชื่นชอบ โดยเฉพาะเมื่อแหล่งที่มา นั้นมีพลังอำนาจและสามารถจำแนกออกจากแหล่งที่มาอื่นได้

- กลุ่มที่มีพลังทางสังคม หรือกลุ่มอ้างอิงจะเป็นตัววัดการสื่อสารนั้น และมีอิทธิพลต่อคนอื่นในสังคม ว่าการสื่อสารนั้นจะได้รับการยอมรับหรือไม่

## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses and Gratification Theory) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร เป็นการมองมนุษย์ในแง่จิตวิทยาสังคม เน้นค่านิยม ความเชื่อ ทักษะคิดและความคิดเห็นส่วนบุคคล ทฤษฎีนี้จึงเน้นความต้องการและสาเหตุของความต้องการของประชาชนผู้ใช้สื่อมวลชน เพื่ออธิบายให้เห็นความต้องการบุคลิกภาพ องค์ประกอบทางด้านสังคมอื่นๆ

การส่งข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ ต้องคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสาร ได้แก่

### 1. ความต้องการของผู้รับสาร ประกอบด้วย

- 1.1 ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน
- 1.2 ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทักษะคิด และค่านิยมของตน
- 1.3 ต้องการประสบการณ์ใหม่
- 1.4 ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการรับข่าวสาร

### 2. ความแตกต่างของผู้รับสาร

2.1 อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งทำให้คนมีความแตกต่างในเรื่องความคิดและพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย โดยทั่วไปคนที่อายุน้อยมักมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ ยึดถือการปฏิบัติ รั้มัตระวังและมองโลกในแง่ร้าย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากคนที่มีอายุมากมักมีประสบการณ์ในชีวิต ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนาน ดังนั้นอายุน่าจะเป็นตัวกำหนดทัศนคติ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน

2.2 เพศ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียว แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย

แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาท และกิจกรรมของหญิงทั้ง 2 เพศ ไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงมักมีจิตใจอ่อนไหว เจ้าอารมณ์ถูกชักจูงได้ง่าย ผู้ชายให้เหตุผลและผลจกข่าวสารได้มากกว่าเพศหญิง

2.3 สถานะทางสังคม หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว

จึงกล่าวได้ว่า สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม  
ของผู้รับสาร

2.4 การศึกษา คนที่มีการศึกษาจะมีความกว้างขวางในหลายเรื่อง สามารถเข้าใจ  
สารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักจะไม่ใช่อะไรง่ายๆ สารที่ไม่มีหลักฐาน หรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ  
มักจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้ ดังนั้นผู้ส่งสารจึงต้องตระหนักและระมัดระวังว่าในการให้ข่าวสารนั้น  
ผู้รับสารมีการศึกษาอยู่ในระดับใด เพื่อจะได้เสนอข่าวสาร คำแนะนำและบริการให้เหมาะสมกับผู้  
รับสาร

3. ความตั้งใจและประสบการณ์เดิม กล่าวกันว่า เราเห็นในสิ่งที่อยากเห็น และได้ยิน  
ในสิ่งที่เราต้องการได้ยิน ดังนั้น ความตั้งใจและประสบการณ์เดิมของผู้รับสารจึงมีความสำคัญต่อ  
การรับข่าวสารเช่นกัน

4. ความคาดหวังและความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการ  
ของคนในการที่จะตีความต่อสภาพแวดล้อม เพื่อให้ได้มาในสิ่งที่คนต้องการ ความพึงพอใจในการ  
ติดต่อสื่อสาร คือความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจ การ  
ปฏิบัติงานต่างๆ ให้สำเร็จ ผู้ส่งสารจึงควรคำนึงถึงข่าวสารต่างๆ ว่ามีความสอดคล้องกับความ  
ต้องการของผู้รับสาร และความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสารได้

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ เปลี่ยนความสนใจจากความตั้งใจของ  
ผู้สร้างสาร มาเป็นความต้องการของผู้ใช้สาร ทฤษฎีอธิบายว่า นอกจากความต้องการขั้นพื้นฐาน 5  
อย่างที่มาสโลว์กล่าวไว้ว่า มนุษย์ยังมีความต้องการอีกอย่างหนึ่ง คือความต้องการมีความรู้ความเข้าใจ  
เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เราเรียนรู้มาจากการอยู่ในสังคม การศึกษาแบบนี้เป็นการยอมรับว่ามนุษย์  
เราสนใจแสวงหาข่าวสารต่างๆ จากสื่อมวลชนไม่ใช่ถูกยัดเยียดข่าวสาร

การศึกษาสื่อมวลชนตามแนวของทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ มี  
ข้อสรุปดังนี้

1. มนุษย์สนใจและแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดูหรือฟัง มนุษย์มีการ  
เลือกและการหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย หรือเป้าหมาย (Goal-Directed)
3. สื่อมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่นๆ อีกหลายอย่างที่อาจตอบสนองความต้องการ  
รับรู้ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเองจากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นใน  
กรณีต่างๆ กัน

แมคคอมบส์ และเบคเกอร์ (McCombs and Becker, 1979) ได้กล่าวไว้ในเรื่องการใช้สื่อตามความพอใจและความต้องการว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการ ดังต่อไปนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยสังเกตการณ์ติดตามความเคลื่อนไหวจากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันเหตุการณ์ให้ทันสมัย รู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้
2. ต้องการตัดสินใจ (Decision) ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของคนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบๆ ตัว
3. ความต้องการข้อมูลเพื่อการพูดคุย หรือสนทนา (Discussions) โดยการรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถนำข้อมูลเหล่านั้นไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่น
4. ความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์
5. ความต้องการเสริมความเห็น การสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)
6. ความต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

## 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาด

การสื่อสารการตลาดเป็นการรวมศาสตร์ทางการสื่อสารในสาขาต่างๆ เข้ามาเพื่อทำงานสนับสนุนซึ่งกันและกัน อันประกอบด้วยวิธีการในการสื่อสาร 5 ประเภทใหญ่ๆ ซึ่งแต่ละชนิดมีลักษณะเฉพาะตัวและต้นทุนที่ต่างกันไป ดังนี้

1. *Advertising*: การโฆษณา การโฆษณานั้นสามารถปรับเปลี่ยนและนำไปใช้ได้หลายรูปแบบ ดังนั้นการจะทำโฆษณาให้ครอบคลุมได้ทุกแบบจึงเป็นเรื่องยาก การโฆษณาควรมีคุณสมบัติเด่นเช่น

- Public presentation (การนำเสนอต่อสาธารณชน) โดยธรรมชาติแล้วผลิตภัณฑ์ควรมีการโฆษณาออกสู่สาธารณชน เพื่อแสดงให้เห็นถึงมาตรฐานของสินค้าด้วย เพราะคนจำนวนมากจะได้รับสารเดียวกัน สร้างการรับรู้ในหมู่ผู้บริโภคถึงแรงจูงใจในการซื้อสินค้านั้น ๆ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในหมู่คนทั่วไป

- Pervasiveness (การครอบคลุม) การโฆษณาเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตได้ส่งสารที่คนต้องการได้หลายครั้ง และยังทำให้ผู้ซื้อได้รับสารและนำไปเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่นได้ด้วย การโฆษณาแบบ Large-scale จะนำเสนอข้อมูลทางบวกเกี่ยวกับขนาด, ความสามารถและความสำเร็จขององค์กร

- Amplified expressiveness (การขยายตัวของการแสดงออก) การโฆษณานำเสนอโอกาสที่จะทำให้บริษัทและผลิตภัณฑ์น่าสนใจมากขึ้นโดยใช้ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ เสียง และสีอันเหมาะสม

Impersonality (การขาดอารมณ์เกี่ยวเนื่อง) ผู้ชมมักจะไม่รู้สึกรู้ว่าสนใจหรือตอบรับกับโฆษณาเท่าไรนัก เพราะการโฆษณาเป็นการแสดงออกทางเดียวต่อผู้ชมไม่ใช่การโต้ตอบกับผู้ชม

การโฆษณาสามารถนำมาใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ระยะยาวของผลิตภัณฑ์ เช่น โฆษณาของ Coca-Cola หรือสร้างยอดขายอย่างรวดเร็ว เช่น โฆษณาของ Sears ที่เน้นการลดราคาช่วงวันหยุด และการโฆษณายังเข้าถึง กลุ่มผู้ซื้อจำนวนมากได้ด้วย

รูปแบบของการโฆษณาที่เจาะกลุ่มเป้าหมายได้แน่นอน อาทิ โฆษณาทางโทรทัศน์ มักจะต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก ในขณะที่โฆษณาแบบอื่น เช่น โฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ทำได้ในงบประมาณที่ไม่สูงนักและการโฆษณายังสามารถสร้างยอดขายได้ง่ายดาย เพราะผู้บริโภคมักจะเชื่อว่า แบรินด์ที่มีงบกระหน่ำโฆษณาอย่างหนักมักเป็นแบรนด์ “คุณภาพดี”

สื่อโฆษณาแนวใหม่ 3 ชนิดที่น่าจับตามอง คือ

- Advertorials เป็นโฆษณาสิ่งพิมพ์ซึ่งมีเนื้อหาเป็นบทความและยากในการแบ่งแยกจากเนื้อหาของหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร

- Infomercials เป็นโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ผลิตออกมาในรูปแบบของรายการโทรทัศน์ ความยาว 30 นาทีโดยมีการสาธิตและบรรยายถึงผลิตภัณฑ์นั้นๆ ผู้ชมสามารถโทรศัพท์เข้าไปสั่งซื้อสินค้าในรายการได้ ดังนั้นการผลิตรายการแบบ Infomercials จึงสามารถวัดผลตอบรับได้โดยตรง

- Banners เป็นการโฆษณาผลิตภัณฑ์หรือข้อเสนอขายในหน้าเว็บไซต์ และยังสามารถคลิกเข้าไปที่เว็บไซต์ของบริษัทได้โดยคลิกผ่านแบนเนอร์ชิ้นนั้น

2. **Promotion:** การส่งเสริมการขาย เครื่องมือส่งเสริมการขาย อาทิ ฎูปอง การจัดประกวด การแจกของ และกลวิธีอื่น ๆ ที่ได้ผลนั้นก่อให้เกิดผลประโยชน์ 3 ประการ ได้แก่

- Communication บริษัทได้รับความสนใจและสามารถนำเสนอข้อมูลซึ่งจูงใจลูกค้าไปสู่ผลิตภัณฑ์ได้

- Incentive มีการรวบรวมความเห็น คำแนะนำ หรือ การสนับสนุนซึ่งทำให้ลูกค้าพึงพอใจ

- Invitation ใช้การเชิญชวนที่แตกต่างเพื่อผสมผสานกับธุรกิจ

บริษัทใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการขายเพื่อสร้างกระแสตอบรับที่แน่นแฟ้นและรวมเร็ว จากลูกค้าและการส่งเสริมการขาย ยังสามารถใช้เพื่อให้เกิดผลกระทบระยะสั้น เช่น การสร้างข้อเสนอที่น่าสนใจและกระตุ้นยอดขายที่กำลังตกต่ำ

**3. Public Relations & Publicity** (การประชาสัมพันธ์และการออกข่าวเผยแพร่) กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์และการออกข่าวเผยแพร่ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติ 3 ประการคือ

- มีความน่าเชื่อถือ เนื้อหาสาระในข่าวและสารคดีมักจะเป็นที่เชื่อถือสำหรับผู้่านมากกว่าโฆษณา

- สามารถจับกลุ่มลูกค้าที่เข้าถึงได้ยาก การประชาสัมพันธ์สามารถเข้าถึงกลุ่มที่น่าจะเป็นลูกค้าซึ่งมักจะหลีกเลี่ยงพนักงานขายและโฆษณา

- นำทั้ง การประชาสัมพันธ์สามารถทำให้บริษัทหรือผลิตภัณฑ์ดูน่าสนใจขึ้นได้ นักการสื่อสารยังใช้การประชาสัมพันธ์ไม่มากนัก แต่ว่าการใช้โปรแกรมที่ใครครวญมาอย่างดีแล้วผสมกับกลยุทธ์โปร โมชั่นอื่นก็สามารถสร้างผลสำเร็จได้อย่างมาก

**4. Personal Selling** (การขายโดยบุคคล) การขายโดยบุคคลเป็นกลยุทธ์ที่ได้ผลที่สุดในขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการซื้อ-ขาย โดยเฉพาะในการสร้างความประทับใจให้เกิดกับลูกค้า การทำให้ลูกค้าเชื่อถือและเพื่อให้เกิดการซื้อสินค้า การขายโดยบุคคลมีคุณสมบัติ 3 ประการคือ

- การเผชิญหน้าของบุคคล การขายโดยบุคคลรวมถึงการสร้างสัมพันธ์อย่างทันที และมีการโต้ตอบกันระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่านั้น แต่แต่ละฝ่ายมีโอกาสที่จะสังเกตปฏิกิริยาโต้ตอบจากฝ่ายตรงข้ามโดยใกล้ชิด

- การผูกมิตร การขายโดยบุคคลทำให้ความสัมพันธ์ทุกประเภทงอกงามขึ้นได้ ตั้งแต่ความสัมพันธ์ระหว่างการซื้อ-ขายกับลูกค้าใกล้เคียงไปจนถึงกลายเป็นเพื่อนกับลูกค้าซึ่ง พนักงานขายจึงควรมีความใส่ใจในตัวลูกค้าโดยเนื้อแท้การสนองตอบ การขายโดยบุคคลทำให้ผู้ซื้อรู้สึกว่าตนต้องตั้งใจฟังพนักงานขายพูด

**5. Direct Marketing** (การตลาดทางตรง) แม้ว่าจะมีการทำการตลาดทางตรงในหลายรูปแบบก็ตาม ไม่ว่าจะเป็น การขายสินค้าทางไปรษณีย์ การขายสินค้าทางโทรศัพท์ การตลาดทางอินเทอร์เน็ต กลวิธีเหล่านี้ล้วนแต่มีลักษณะเฉพาะ 4 ประการร่วมกันดังนี้

- Nonpublic สารนั้นต้องส่งไปถึงกลุ่มคนเฉพาะเจาะจง
- Customized สารนั้นจะต้องเตรียมการเพื่อกระตุ้นลูกค้าแต่ละบุคคลได้
- Up-to-date สารนั้นจะต้องมีการเตรียมพร้อมอย่างรวดเร็ว ทันสมัย
- Interactive สารสามารถปรับเปลี่ยนได้ขึ้นอยู่กับปฏิกิริยาโต้ตอบจากลูกค้าแต่ละคน

## การพัฒนาการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

ฟิลิป คอเคลอร์ ได้ให้หลักการเอาไว้ในตำราที่มีการเรียนการสอนอยู่ที่ Kellogg เกี่ยวกับการพัฒนาการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพนั้นมีอยู่ด้วยกัน 8 ขั้นตอนที่นักสื่อสารจะต้องรู้ได้แก่

1. กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อ
2. กำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร
3. ออกแบบข้อความที่ต้องการสื่อ
4. เลือกช่องทางการสื่อสาร
5. จัดทำงบประมาณการสื่อสารทั้งหมด
6. ทำการตัดสินใจว่าจะเลือกใช้การสื่อสารผสมผสานแบบใดบ้าง
7. ทำการวัดผลของการสื่อสารที่ได้กระทำไป
8. บริหารจัดการกระบวนการการสื่อสารทางการตลาดโดยรวม

### 1. กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อ

กระบวนการจะต้องเริ่มต้นด้วยกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนไว้ใจไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีอำนาจในการซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท ลูกค้าปัจจุบัน ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ รวมทั้งกลุ่มหรือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อสาธารณชนทั่วไป กลุ่มเป้าหมายนี้มีอิทธิพลสำคัญต่อการตัดสินใจของนักการสื่อสารว่าจะพูดอะไร เมื่อไหร่ ที่ไหน และกับใคร ที่สำคัญควรมีการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ขององค์กรที่สะท้อนความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มเป้าหมาย บางองค์กรหรือสถาบันอาจต้องการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ ซึ่งต้องใช้ความอดทนสูงมากเพราะภาพลักษณ์นั้นอยู่คงทนฝังแน่นซึ่งสามารถอธิบายได้จากความจริงที่ว่า เมื่อประชาชนได้รับภาพลักษณ์อย่างหนึ่งแล้ว ก็จะสังเกตเห็นเฉพาะสิ่งที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์นั้นๆ เท่านั้นจะต้องใช้ข้อมูลและความพยายามเป็นอย่างสูงที่จะเปิดใจของคนเหล่านี้ให้กว้างขึ้น โดยเฉพาะเมื่อประชาชนไม่ติดตามหรือไม่สัมผัสกับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ

### 2. กำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

หลังจากที่ได้มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายและการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายแล้ว สถาบันหรือนักสื่อสารการตลาดต้องตัดสินใจว่าจะให้ผู้รับสารนั้นตอบสนองอย่างไร อาจจะใช้วิธีการตอบสนองแบบรับรู้ แสดงความรู้สึกหรือพฤติกรรมการแสดงออก นั่นคือ การสื่อสารอาจต้องการที่จะใส่บางสิ่งลงไปใจของผู้บริโภค เปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งตามขั้นตอนดังต่อไปนี้



ลำดับที่ 1 “learn-feel-do” หรือลำดับของ “เรียนรู้-รู้สึก-กระทำ” นี้จะเป็นประโยชน์ก็ต่อเมื่อผู้รับสารมีความสนใจอย่างสูงกับผลิตภัณฑ์ และรับรู้ถึงความแตกต่างสูง เป็นต้นว่า การซื้อรถจักรยานยนต์

ลำดับที่ 2 “กระทำ-รู้สึก-เรียนรู้” หรือ do-feel-learn จะนำไปใช้เมื่อผู้รับสารมีความสนใจสูงแต่รับรู้ถึงความแตกต่างน้อยในสินค้าประเภทนั้นๆ เช่น การซื้อสินค้าประเภทลูมิเนียม

ลำดับที่ 3 “เรียนรู้-กระทำ-รู้สึก” หรือ learn-do-feel จะใช้เมื่อผู้รับสารมีความสนใจในตัวสินค้าต่ำ และสังเกตเห็นความแตกต่างน้อย เช่น การซื้อเกลือ เมื่อเลือกลำดับที่ถูกต้อง นักการตลาดก็จะสามารถวางแผนการสื่อสาร ได้ดียิ่งขึ้น

### 3. การออกแบบข้อความ

ขั้นตอนต่อไปนักสื่อสารจะต้องพัฒนาข้อความให้มีประสิทธิภาพ ข้อความนั้นควรจะสร้างจุดสนใจ และคงความสนใจ จนกระทั่งกลายเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการซื้อในที่สุด แต่ในทางปฏิบัติมีข้อความน้อยมากที่จะสามารถดึงดูดผู้บริโภคไว้ได้ตลอด นับจากการรับรู้ไปจนกระทั่งตัดสินใจซื้อ ตามลักษณะ AIDA framework คือ Attention → Interest → Desire → Action แนะนำถึงคุณภาพของการสื่อสารต่างๆ คือการจัดทำรูปแบบข้อความจำเป็นต้องแก้ปัญหา 4 ข้อต่อไปนี้

1. จะพูดอะไร (สาระของข้อความ)
2. พูดให้มีตรรกะอย่างไร (โครงสร้างของข้อความ)
3. พูดโดยใช้สัญลักษณ์อย่างไร (รูปแบบของข้อความ)
4. ใครควรเป็นคนพูด (แหล่งที่มาของข้อความ)

#### 3.1 สาระของข้อความ (Message Content)

ในการกำหนดสาระสำคัญของข้อความ ทีมบริหารจะลงมือศึกษาถึงความดึงดูดใจแก่นของข้อความ แนวคิด หรือแผนการขายที่โดดเด่น สำหรับความดึงดูดใจนั้นมีอยู่ 3 ประการได้แก่

1. Rational (เหตุผล)
2. Emotional (ความรู้สึก)
3. Moral (คุณธรรม)

**Rational appeals** – ทำให้เกิดความสนใจด้วยตนเอง ตัวอย่างก็คือข้อความที่แสดงให้เห็นถึงคุณภาพ ความประหยัด คุณค่า หรือผลงานของผลิตภัณฑ์ เป็นที่เชื่อกันทั่วไปว่า ผู้ซื้อส่วนมากจะตอบรับต่อแรงดึงดูดใจด้านเหตุผลนี้ พวกเขามีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ได้รับการสั่งสอนมาเพื่อให้ตระหนักถึงคุณค่าและรวมทั้งคำอธิบายด้านอื่นๆ เพื่อทำการเลือก เมื่อผู้บริโภคซื้อสินค้าที่มีราคาแพงก็มีแนวโน้มที่จะสืบค้นข้อมูลและประเมินคุณภาพประโยชน์ก่อนเช่นกัน

**Emotional appeals** – พยายามที่จะกระตุ้นความรู้สึกด้านลบ หรือด้านบวก ซึ่งจะ เป็นแรงขับให้เกิดการซื้อ นักสื่อสารทำการศึกษาค้นคว้าให้ Emotional selling proposition (ESP) หรืออารมณ์ในการเสนอขายที่ถูกต้อง บางครั้งสินค้าอาจเหมือนกับคู่แข่ง แต่มีความโดดเด่นซึ่ง สามารถโปรโมทได้ ตัวอย่างเช่น โรลส์-รอยซ์ ฮาร์เลย์-เดวิดสัน และ โรเล็กซ์

นอกจากนี้นักสื่อสารยังต้องศึกษาถึงแรงกระตุ้นในทางลบ เป็นต้นว่า ความกลัว ความรู้สึกผิด และความอาย เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนกระทำบางสิ่ง เช่น การแปรงฟัน หรือการ ตรวจเช็คสุขภาพทุกปี หรือข้อความกระตุ้นเพื่อรณรงค์ให้ประชาชนออกกำลังกายตามแนวทางดูแลสุขภาพเชิงรุกของกระทรวงสาธารณสุขหรือหยุดกระทำในบางสิ่ง เช่น หยุดสูบบุหรี่ ดังจะเห็นได้จากโฆษณาชุดหนึ่งที่เสนอภาพเด็กชายตัวน้อยร้องไห้คิดถึงความสุขครั้งเมื่อพ่อยังมีชีวิตอยู่ แต่สุดท้ายก็ต้องจากลูกไปก่อนวัยอันควรเพราะพ่อเป็นสิงห์อมควันขนานแท้ หรือเรื่องการหยุดดื่มสุรา หรือ การรณรงค์โครงการเมาไม่ขับ เนื่องจากความกลัวเป็นแรงดึงดูดได้ดีที่สุดหากไม่รุนแรงจนเกินไป

ข้อมูลจากงานวิจัยชี้ให้เห็นว่าแรงกระตุ้น โดยใช้ความกลัวทั้งที่รุนแรงเกินไปหรืออ่อนมากเกินไป ต่างก็ไม่ได้ผลดีเท่ากับแบบปานกลาง นอกจากนี้แรงดึงดูดด้วยความกลัวยังจะใช้ ได้ดีกว่า เมื่อแหล่งที่มาที่มีความน่าเชื่อถือสูง และเมื่อการสื่อสารได้ยืนยันถึงความผ่อนคลาย uon จากนั้นนักการสื่อสารยังสามารถใช้แรงดึงดูดด้านความรู้สึกในทางบวก เป็นต้นว่า ความขบขัน ความรัก ความภาคภูมิใจ และความสนุกสนาน อย่างไรก็ตามไม่ได้หมายความว่า ข้อความที่มีอารมณ์ขัน จะมีประสิทธิภาพมากกว่าข้อความธรรมดาๆ เพราะอารมณ์ขันสามารถดึงดูดความสนใจได้มากกว่า แต่ในมุมมองกลับกันอารมณ์ขันอาจทำลายความเข้าใจ และบดบังรัศมีของตัวสินค้า

ดังนั้นนักการสื่อสารจึงต้องระมัดระวังในการควบคุมโทนความรู้สึกของข้อความ และรูปแบบการสื่อสารออกไปด้วยอย่างเคร่งครัด

**Moral appeals** – การส่งสารตรงไปยังกลุ่มเป้าหมายว่าจะไร้อะไรคือสิ่งที่ถูกต้องและเหมาะสม แรงดึงดูดด้านคุณธรรมนี้ มักถูกใช้บ่อยครั้งในการแนะนำให้ประชาชน สนับสนุนกิจการงานสังคม ตัวอย่างเช่น "Silence = Death" ซึ่งเป็นสโลแกนของ Act-Up ขององค์กรต่อต้านโรคเอดส์

### 3.2 โครงสร้างของข้อความ (Message Structure)

ความมีประสิทธิภาพนั้นขึ้นอยู่กับโครงสร้างเช่นเดียวกับสาระ งานวิจัยของฮอฟ แลนด์ ที่มหาวิทยาลัยเยล ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากต่อเนื้อหาสาระของข้อความ และการศึกษา ก่อนหน้านี้ก็ดูจะสนับสนุนข้อความที่บรรยายสรุปให้กับผู้รับสารเลย มากกว่าการเปิดให้ผู้รับสาร ได้คิดและสรุปเอาเอง อย่างไรก็ตามงานวิจัยในระยะหลังชี้ว่า โฆษณาที่ดีที่สุดคือการตั้งคำถาม และเปิดโอกาสให้ผู้อ่านและผู้ชมได้คิดข้อสรุปด้วยตนเอง การบรรยายสรุปอาจเป็นสาเหตุให้เกิด

ปฏิริยาโต้ตอบที่เป็นลบถ้าหากนักการสื่อสารถูกมองว่าเป็นผู้ที่เชื่อถือไม่ได้ หรือไม่ข้อความนั้นก็อาจถูกมองว่าธรรมดาจนเกินไปหรือเป็นส่วนตัวเกินไป

นอกจากนี้การบรรยายสรุปมากเกินไปยังจะเป็นการลดความน่าสนใจและการยอมรับลง หากค่าขรถฟอร์ดทำการตอกย้ำว่า มัสมงคลีอร์ดสำหรับคนรุ่นเยาว์ การชี้ชัดเช่นนี้อาจเป็นการปิดกั้นกลุ่มคนที่สูงวัยกว่าในการซื้อรถรุ่นดังกล่าว ในบางครั้งการใช้ข้อความที่คลุมเครือมาเป็นเครื่องกระตุ้น สามารถนำไปสู่ทิศทางของตลาดที่กว้างกว่าและทำให้เกิดการซื้อแบบทันทีทันใดมากกว่า

บางคนอาจคิดว่าการนำเสนอแบบข้างเดียว (One-sided presentations) ที่สรรเสริญสรรพคุณของผลิตภัณฑ์หนึ่ง ๆ อาจได้ผลดีกว่าการนำเสนอให้เห็นทั้ง 2 ด้านที่ขัดแย้งกัน (two-sided argument) ซึ่งจริง ๆ แล้วการนำเสนอแบบ 2 ด้านอาจจะเหมาะสมกว่า โดยเฉพาะเมื่อจำเป็นต้องแก้ปัญหาองค์ประกอบด้านลบ

### 3.3 รูปแบบของข้อความ (Message format)

นักสื่อสารต้องพัฒนารูปแบบข้อความที่ชัดเจน ในการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ซึ่งต้องพิจารณาทั้งในส่วนของพาดหัว ก๊อปปี้ (ข้อความที่ใช้สื่อผ่านคำโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์) ภาพประกอบ และสีสันหากเป็นข้อความทางวิทยุ นักการสื่อสารการตลาดต้องเลือกถ้อยคำ เป็นคันท่าเสียงของผู้ประกาศ โฆษณารถยนต์มือสอง ย่อมแตกต่างจากเสียงผู้ประกาศโฆษณารถยนต์บีเอ็มดับเบิลยูใหม่ถ้าเป็นข้อความทางโทรทัศน์ ส่วนประกอบที่กล่าวมาทั้งหมด รวมทั้งกายภาพ ก็จะต้องมีการวางแผนล่วงหน้า ฟรีเซ็นเซอร์ต้องใส่ใจต่อการแสดงออกทางใบหน้า การยิ้มหรือขมขื่น การแต่งกาย ท่าทาง และทรงผม หากข้อความถูกนำเสนอบนกล่องบรรจุผลิตภัณฑ์ นักสื่อสารต้องคำนึงถึงสีสัน ใจความสำคัญ กลิ่น ขนาด และรูปทรง

### 3.4 แหล่งที่มาของข้อความ (Message source)

ข้อความที่ถ่ายทอดจากแหล่งที่มา ที่ดึงดูดใจ และเป็นที่ยอมรับ มักได้รับความสนใจและมีการพูดถึงมากกว่า สิ่งนี้คือเหตุผลว่า ทำไมนักโฆษณาจึงมักจะใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็นฟรีเซ็นเซอร์ ความมีชื่อเสียงจะใช้ได้ผลดีก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นมีบุคลิกที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

อย่างไรก็ตามสิ่งที่มีความสำคัญทุกอย่างก็คือ ความน่าเชื่อถือของฟรีเซ็นเซอร์ ข้อความที่ถูกนำเสนอจากแหล่งที่มาที่น่าเชื่อถือ จะมีความดึงดูดใจมากกว่า ตัวอย่างเช่น บริษัทผลิตยาต้องการหมอมาทดสอบคุณสมบัติประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เป็นเพราะหมอมีความน่าเชื่อถือสูง หรือกลุ่มปราบปรามยาเสพติดจะใช้ผู้ซึ่งเคยตกเป็นทาสยาเสพติดมาเป็นฟรีเซ็นเซอร์ เพราะมีความน่าเชื่อถือสูงในหมู่นักเรียนมากกว่าการใช้ครูมาพูด ปัจจัยที่อยู่ภายใต้ความน่าเชื่อถือของผู้พูดแนะนำสินค้ามี 3 ประการที่ถูกกล่าวถึงอยู่บ่อยๆ ได้แก่ ความเป็นผู้ชำนาญการ เชื่อถือได้และความน่าชื่นชอบ

ความชำนาญการ คือความรู้เฉพาะด้านซึ่งนักสื่อสารต้องใช้ในการอ้างอิง ขณะที่ความน่าเชื่อถือ นั้นมีความสัมพันธ์กันระหว่างตัวสินค้ากับความซื่อสัตย์ของฟรีเซ็นเตอร์ เพื่อให้มีความน่าไว้วางใจว่าคนแปลกหน้าหรือพนักงานขาย และบุคคลซึ่งไม่ได้รับเงินมาเพื่อให้การรับรองผลิตภัณฑ์หนึ่ง จะถูกมองว่ามีความน่าเชื่อถือมากกว่าบุคคลซึ่งถูกจ่ายเงินมาเพื่อให้พูด

สรุปได้ว่า ความน่าชื่นชอบ อธิบายถึงการดึงดูดของผู้พูดหรือฟรีเซ็นเตอร์ต่อผู้รับสาร ตัวอย่างเช่น การทำโฆษณารถยนต์โตโยต้าโคโรล่า อัลติส ที่ใช้ดาราสอลลิวิต แบรด พิตท์ มาเป็นฟรีเซ็นเตอร์เพื่อบ่งบอกบุคลิกของคนหนุ่มยุคใหม่โฉบเฉี่ยวฉับไว มีความคล่องตัวสูง และเป็นบุคคลที่มีบุคลิกออกไปทางเซ็กซี่มากๆ จนทำให้ผู้บริโภคหลายคนตัดสินใจซื้อหรือเปลี่ยนรถมาเป็นรถยนต์รุ่นนี้ด้วยเหตุผลว่า ชอบและอยากมีบุคลิกเช่นเดียวกับแบรด พิตท์ แต่ขณะเดียวกันโฆษณาดูเดียวกันนี้กับโดนต่อต้านจากทางรัฐบาลมาเลเซียด้วยเหตุผลว่าใช้คนตะวันตกมาเป็นฟรีเซ็นเตอร์ ทั้งนี้อ้างว่าคนเอเชียที่มีบุคลิกเช่นเดียวกับแบรด พิตท์ก็มีให้เลือกมากพอ และระบุว่าโฆษณาดูนี้เป็น การดูหน้าเหยียดผิวก่อนเอเชียด้วยกัน (เพราะสินค้าเป็นของเอเชีย) อย่างนี้ก็ถือว่าแคมเปญโฆษณาเกิดมีอุปสรรคที่ไม่คาดฝันอันเกิดมาจากการขัดแย้งทางวัฒนธรรมและความคิดซึ่งนักการสื่อสารอาจไม่ได้มองเป็นประเด็นสำคัญในขณะที่กำลังดำเนินการสร้างกระบวนการสื่อสาร

#### 4. การเลือกช่องทางการสื่อสาร

นักสื่อสารต้องเลือกช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อนำเสนอข้อความที่

ช่องทางการสื่อสารนั้นมีอยู่ 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ Personal และ Nonpersonal ซึ่งในแต่ละประเภทก็จะมีช่องทางแยกย่อยออกไป ดังนี้

##### ช่องทางการสื่อสารผ่านบุคคล (Personal Communication Channels)

ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล รวมการสื่อสารโดยทางตรงระหว่างบุคคล 2 คนขึ้นไป เป็นการสื่อสารแบบตัวต่อตัว การพูดต่อหน้าชุมชน การพูดคุยทางโทรศัพท์ หรือผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ช่องทางนี้จะได้ผลดีก็ต่อเมื่อมีโอกาสในการนำเสนอ และมีการโต้ตอบกลับมาเป็นการเฉพาะบุคคล

ลักษณะของช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลประเภทอื่นๆ ยังรวมไปถึง Advocate channels ได้แก่การที่พนักงานขายทำการติดต่อกับลูกค้าในตลาดที่เป็นเป้าหมาย Expert channels คือการที่บรรดาผู้เชี่ยวชาญอิสระกล่าวปราศรัยกับผู้ซื้อเป็นกลุ่มเป้าหมาย และ Social channels หมายถึง กลุ่มเพื่อน เพื่อนบ้าน และสมาชิกในครอบครัวได้พูดจากับกลุ่มเป้าหมาย

Personal influence หรือการใช้สื่อบุคคลเป็นตัวเผยแพร่ นั้นจะได้ผลดีใน 2 สถานการณ์ ได้แก่ สถานการณ์แรก คือ สินค้าที่มีราคาแพง มีความเสี่ยง หรือต้องซื้อบ่อยๆ ผู้ซื้อมักจะหา

ข้อมูลสนับสนุนอย่างละเอียด และสถานการณ์ที่สองก็คือเมื่อผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับสถานภาพและรสนิยมของผู้ใช้ บรรดาผู้ซื้อก็จะปรึกษากับคนอื่นๆ เพื่อหลีกเลี่ยงความอับอายขายหน้า บริษัทต่างๆ อาจทำตามขั้นตอนต่อไปนี้เพื่อกระตุ้นช่องทางการสื่อสารผ่านบุคคลซึ่งมีอิทธิพล ให้ทำการสื่อสารด้วยตนเองดังนี้

- กำหนดตัวบุคคลและบริษัทที่มีอิทธิพล และให้ความสนใจเป็นพิเศษต่อบุคคลกลุ่มนี้ เช่น ธุรกิจต่างๆ มักทำตามผู้นำตลาดในการนำนวัตกรรมมาใช้
- สร้างผู้นำความคิดเห็นโดยการสนับสนุนบุคคลเฉพาะกลุ่มด้วยผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เพื่อให้เกิดความสนใจ เช่น บริษัทผลิตอุปกรณ์เทนนิสสิ่งใหม่ อาจให้สิทธิแก่สมาชิกทีมเทนนิสในโรงเรียนมัธยมในการซื้อไม้เทนนิสด้วยราคาที่ต่ำกว่าปกติ
- ทำงานผ่านผู้ซึ่งมีอิทธิพลต่อชุมชน เช่น ดิเจทอลถิ่น ประธานชั้นเรียนและประธานองค์กรสตรีต่างๆ อาทิ เมื่อฟอร์ดเปิดตัวรถรุ่น Thunderbird ฟอร์ดได้ส่งบัตรเชิญไปยังบรรดาผู้บริหาร โดยเอื้อเฟื้อรถฟรีในวันนั้น ในจำนวน 15,000 คน ที่ใช้บริการดังกล่าว 10% ยืนยันว่าเขาจะซื้อรถรุ่นนี้ ขณะที่ 84% กล่าวว่าจะแนะนำให้เพื่อนซื้อ
- ใช้บุคคลซึ่งมีอิทธิพลหรือเป็นที่เชื่อถือในการโฆษณา เช่น เคเวกเกอร์ ไอ้ดัสท์ ช้างไมเคิล จอร์แดน ด้วยจำนวนเงินหลายล้านดอลลาร์ ในการทำโฆษณา Gatorade จอร์แดนถูกมองว่าเป็นนักกีฬาระดับแนวหน้า ดังนั้นเครื่องดื่มน้ำที่เขาโฆษณาให้ก็จะได้รับความเชื่อถือไปด้วย เช่นเดียวกับความสามารถของเขาในการเชื่อมต่อกับผู้บริโภค โดยเฉพาะเด็ก ๆ ในประเทศไทยบุคคลที่เป็นที่เชื่อถือในการโฆษณาก็อย่างเช่น ชงไชย แมคอินไตย์ ภราดร ศรีชาพันธุ์ เป็นต้น
- พัฒนาการโฆษณาที่มี "Conversation value" สูง โฆษณาที่มี conversation value มักจะมีสโลแกนที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวันทั่วไป เป็นต้นว่าโฆษณา "Just do it" ของไนกี้ ได้สร้างคำสั่งซึ่งเป็นที่นิยมมาก สำหรับคนที่ไม่กล้าตัดสินใจในการกระทำบางอย่าง
- พัฒนาช่องทางการอ้างอิงด้วยคำพูดเพื่อสร้างธุรกิจ บรรดาผู้เชี่ยวชาญบ่อยครั้งมักจะชักชวนให้ลูกค้าแนะนำบริการของเขา เช่น ทันตแพทย์สอบถามความพึงพอใจจากคนไข้ \$6 แนะนำเพื่อนฝูงและคนคุ้นเคย
- จัดทำ Electronic forum ยกตัวอย่าง เจ้าของรถโตโยต้าผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต เช่น อเมริกานออนไลน์ สามารถเข้าสู่การสนทนาออนไลน์เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับเจ้าของรถคนอื่นๆ ได้ ในเมืองไทยเว็บไซต์ที่เขย่งลงทำและประเมินผลที่ดีคือ eotoday.com ของบริษัท จีเอ็มเอ็มแกรมมี่ที่เริ่มดำเนินการสนทนาระหว่างกลุ่มแฟนคลับของศิลปินนักร้องยอดนิยมของค่ายแกรมมี่แนวทางเช่นนี้สามารถใช้ได้กับเว็บไซต์ที่อิงกลุ่มมวลชนได้เช่น pantip.com ซึ่งกลายเป็นเว็บยอดนิยมสำหรับการพบปะและอัปเดตข้อมูลของสังคมประจำวัน

### ช่องทางการสื่อสารที่ไม่ใช่บุคคล (Non-personal Communication Channels)

ช่องทางการสื่อสารที่ไม่ใช่บุคคลประกอบด้วย

**สื่อ (Media)** ประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร จดหมายตรง) สื่อแพร่ภาพกระจายเสียง (วิทยุ โทรทัศน์) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (เทปบันทึกเสียง วิดีโอเทป วิดีโอดีสก์ ซีดี-รอม เว็บเพจ) และสื่อนิทรรศการหรือสื่อการแสดง (บิลบอร์ด ป้ายสัญลักษณ์ ไปรษณีย์)

**สภาพบรรยากาศ (Atmosphere)** คือ กลุ่มของสภาพแวดล้อมที่สร้างหรือเป็นแรงผลักดันให้ผู้ซื้อทำการซื้อสินค้า สำนักงานกฎหมายถูกตกแต่งด้วยพรมจากตะวันออกและเฟอร์นิเจอร์โอ๊คเพื่อสื่อถึง “ความมั่นคง” และ “ความสำเร็จ” หรือโรงแรมสุดหรู มักใช้โคมไฟระย้าราคาแพงมาประดับเพื่อเป็นสัญลักษณ์ของความหรูหรา

**การจัดเหตุการณ์สำคัญ (Event)** คือการจัดงานเพื่อสื่อข้อความเฉพาะไปยังกลุ่มเป้าหมาย แผนกประชาสัมพันธ์จัดให้มีการแถลงข่าว มีพิธีเปิดงานที่ยิ่งใหญ่ และเป็นสปอนเซอร์การแข่งขันกีฬา เพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย

#### 5. จัดทำงบประมาณการสื่อสารทางการตลาดทั้งหมด

หนึ่งในการตัดสินใจทางการตลาดที่ยากที่สุดก็คือ ควรจะจ่ายเท่าไรในการทำโปรโมชันและกระตุ้นการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าบริการองค์การกำหนดงบประมาณต้องรวมค่าใช้จ่ายในทุกด้านทั้งค่าความคิด ค่าผลิต ค่าซื้อเวลา รวมทั้งค่าใช้จ่ายบุคลากร เทคโนโลยีต่างๆ ด้วย

#### 6. การตัดสินใจใช้การสื่อสารการตลาดผสมร่วมกัน

บริษัทจะต้องเคลื่อนย้ายงบประมาณการทำส่งเสริมการขายไปให้ทั่วทั้งเครื่องมือในการโปรโมททั้ง 5 ประเภท ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การทำประชาสัมพันธ์ การผลักดันการขายหรือส่งเสริมการขาย และการทำการตลาดทางตรง คู่ตัวอย่างเอวอน มุ่งมั่นที่จะใช้งบประมาณส่งเสริมการขายไปกับการขายระหว่างบุคคล ขณะที่เรฟลอนจ่ายมากเพื่อการโฆษณา

บริษัทมักศึกษาถึงหนทางที่จะใช้เครื่องมือในการส่งเสริมการขายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ หลายบริษัทลดกิจกรรมการขายลงแล้วแทนที่ด้วยการโฆษณา จดหมายตรง และเทคโนโลยีการตลาดที่ก้าวล้ำ การสับเปลี่ยนระหว่างเครื่องมือในการส่งเสริมการขายสินค้าอธิบายได้ว่า ทำไมการทำตลาดสินค้าจึงต้องการความร่วมมือ

#### 7. การประเมินผลการสื่อสารที่ได้กระทำไป

หลังจากที่มีการส่งเสริมแผนงาน ส่งเสริมการขายแล้ว นักสื่อสาร ต้องมีการประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย สมาชิกของกลุ่มเป้าหมายจะถูกตั้งคำถามว่าพวกเขาจำ

สารที่ส่งออกไปได้บ้างหรือไม่ พวกเขาเห็นมันกี่ครั้ง จุดไหนที่พวกเขาจำได้ พวกเขารู้สึกอย่างไร กับสารที่ได้รับและทัศนคติที่พวกเขามีต่อผลิตภัณฑ์ และบริษัททั้งก่อนหน้าและในปัจจุบัน นักการตลาดมีหน้าที่รวบรวมการประเมินผลของกระแสตอบรับของผู้ชม เช่น ผู้ชมซื้อสินค้ามากเท่าไร ชอบหรือไม่และบอกต่อคนอื่น ๆ เกี่ยวกับสินค้าว่าอย่างไร

#### 8. การบริหารกระบวนการสื่อสารทางการตลาดโดยรวม

บริษัทหลายแห่งยังคงพึ่งพากลยุทธ์การสื่อสารแบบหนึ่งหรือสองทาง เพื่อให้เป้าหมายทางการสื่อสารบรรลุผล วิธีปฏิบัติเช่นนี้ยังฝังแน่นอยู่แทนที่จะแยกการตลาดแบบมวลชน ออกเป็นการตลาดเล็กๆ หลายตลาด ซึ่งแต่ละตลาดก็ต้องใช้กลยุทธ์ในการเข้าถึงในแบบเฉพาะตัว การแพร่หลายของสื่อชนิดใหม่ และการเติบโตของผู้บริโภคสมัยใหม่ จำนวนของเครื่องมือในการสื่อสารที่มีอยู่มากมาย ข้อความที่จะสื่อ และผู้รับสาร ทำให้เป็นการหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่บริษัทจะต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่ Integrated Marketing Communications (IMC)

### 2.5 แนวคิดการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร

#### Integrated Marketing Communication (IMC)

IMC คือการวางแผนการสื่อสารทางการตลาดโดยคำนึงถึงมูลค่าเพิ่มของแผนการกว้างๆ ที่ประเมินบทบาทเชิงกลยุทธ์ของกฎเกณฑ์การสื่อสารหลากหลายประเภท ตัวอย่างเช่น การโฆษณา ทั่วไประดับการโต้ตอบโดยตรง โปรโมชันการขายและการประชาสัมพันธ์ และผสมผสานกฎเกณฑ์เหล่านี้เพื่อจัดการสื่อสารที่ชัดเจน เข้มข้น และเกิดผลสูงสุด ผ่านการรวมตัวกันอย่างสนิทของ messages ที่แยกกัน และนี่คือตัวอย่างที่ฟิลิป คอตเลอร์ ยกมาให้ศึกษาในเรื่องของการสื่อสารทางการตลาดแบบรวมศูนย์สื่อสารรอบด้าน ซึ่งในตลาดเมืองไทยก็มีสินค้าหลายแบรนด์ที่ใช้กลยุทธ์ดังกล่าวนี้อย่างต่อเนื่องและประสบความสำเร็จในด้านการตลาดเป็นอย่างดี

วอร์เนอร์-แลมเบิร์ต ผู้ผลิต Benadryl ต้องการที่จะโปรโมทยาแก้แพ้ บริษัทใช้การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มการรับรู้ในตราสินค้าแก่ประชาชนในพื้นที่ที่กำหนดไว้รับตัวอย่าง สินค้าฟรี คู่มือลดราคา และได้รับเอกสารอธิบายในเชิงลึกถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ประชาชนยังจะได้รับจดหมายข่าวต่อเนื่อง ซึ่งรวมถึงคำแนะนำในการแก้ปัญหาภูมิแพ้

การสื่อสารการตลาดแบบองค์รวม ได้สร้างข้อความการสื่อสารที่มีความแข็งแกร่ง เข้มข้น และมีอิทธิพลต่อการขายที่กว้างขวางกว่า ในการสร้างความสอดคล้องกันให้กับภาพพจน์ของแบรนด์สินค้าและข้อความในการสื่อสาร IMC จะปรับปรุงประสิทธิภาพของบริษัทในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้องด้วยข้อความที่เหมาะสม ในช่วงเวลาที่เหมาะสม และในสถานที่ที่ถูกต้อง

## 2.6 แนวคิดการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อการศึกษา

ในอดีตหากจะมีการกล่าวคำว่า "การตลาด" กับผู้บริหารการศึกษาระดับอุดมศึกษาหรือมหาวิทยาลัยต่างๆ ในประเทศไทยจะเป็นเรื่องแปลก เพราะต่างก็คิดว่าสถานการศึกษาเป็นองค์กรไม่แสวงผลกำไรจึงไม่มีความจำเป็นต้องพูดถึงเรื่องของการตลาด โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยของรัฐบาล ส่วนมหาวิทยาลัยเอกชนนั้นต้องหารายได้จากค่าลงทะเบียนเรียนของนักศึกษาเองซึ่งน่าจะชอบด้วยเหตุผลที่จะใช้หลักการตลาดมาเกี่ยวข้อง แต่ในทางปฏิบัติก็มิให้เห็นไม่มากนัก

แต่สิ่งที่ทุกคนประจักษ์อยู่ในปัจจุบันคือมหาวิทยาลัยหรือสถาบันการศึกษาเอกชนให้ความสำคัญกับการวางกลยุทธ์ทางการตลาดและการสื่อสารการตลาดมากยิ่งขึ้นเพราะต้องชิงความเป็นผู้นำทางการตลาดการศึกษาระดับอุดมศึกษาเอกชนด้วยกัน ภาวะเช่นนี้กำลังจะเกิดขึ้นกับสถานการศึกษาของรัฐเช่นกัน อันเป็นผลมาจากการปฏิรูปการศึกษาซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมหลายอย่าง อาทิ การออกนอกระบบของมหาวิทยาลัยของรัฐเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ มีมหาวิทยาลัยใหม่เกิดขึ้นหลายแห่ง รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงที่จะให้สถาบันการศึกษาแต่ละแห่งสามารถพิจารณาอนุมัติการเปิดสอนหลักสูตรใหม่ได้อิสระยิ่งขึ้น การปรับเปลี่ยนสถานะยกระดับสถาบันราชภัฏเป็นมหาวิทยาลัย เป็นต้น เหล่านี้ส่งผลให้ภาวะการแข่งขันของการศึกษาระดับอุดมศึกษาทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น ถึงแม้จะมีสถิตินักเรียนที่จบมัธยมศึกษาตอนปลายทั่วประเทศสูงขึ้นทุกปีก็ตาม

มหาวิทยาลัยต้องหาทางอยู่รอด ด้วยการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดมาช่วยในการบริหาร ต้องกำหนดเอกลักษณ์ของตนเองที่ชัดเจน ต้องจัดการการศึกษาและการบริหารให้มีคุณภาพ นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยเอกชนยังต้องต่อสู้กับค่านิยมแบบเดิมๆ ที่มองว่าการเรียนในมหาวิทยาลัยของรัฐย่อมมีภาษีดีกว่า รวมถึงการต้องรณรงค์ให้นักเรียนมาสมัครสอบเข้าอีกด้วย เหล่านี้ทำให้สถาบันการศึกษาหันมาให้ความสำคัญกับการวางแผนการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารการตลาดอย่างจริงจัง เพื่อสร้างสรรรฐา การรับรู้ การยอมรับ และภาพลักษณ์ที่ดีของสถาบันต่อสาธารณชน พยายามใช้การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเลือกสถาบันแห่งนั้น

ความท้าทายของนักสื่อสารการตลาด หรือ นักประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษาอยู่ที่การกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารที่แบบคล มุ่มนวลและแนบเนียน เพราะสถานศึกษาคือองค์กรไม่แสวงผลกำไรในระบบธุรกิจและในความคิดของคนในสังคม หากจะดำเนินการที่แปลกไปจากวัฒนธรรมเดิม อาจจะได้ผลลบแทนผลบวกก็เป็นได้ ด้วยเหตุนี้นักประชาสัมพันธ์ นักสื่อสารการตลาดสถานศึกษาในยุคนี้จึงต้องทำการศึกษา วิจัย ไม่ใช่แค่การนั่งเขียนข่าวกิจกรรมต่างๆ



สื่อมวลชน คัดข่าว ตรวจสอบ หรือจัดกิจกรรมเยี่ยมชม เน้นว่าเท่านั้น หากแต่ต้องทำทุกขั้นตอน  
ในกระบวนการกำหนดกลยุทธ์วางแผนการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์

เริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์สถานการณ์สิ่งแวดล้อมทุกด้านที่เกี่ยวข้อง การทำวิจัยเพื่อให้ได้  
ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและมองกลุ่มเป้าหมายอย่างทะลุแบบ  
มองค้ำจู้ใจ เข้าใจพฤติกรรมการเปิดรับสารของเขาเหล่านั้น ในด้านคู่แข่งในตลาดก็ต้องรู้เขา รู้เรา  
โดยกำหนดคู่แข่งที่เป็นคู่แข่งที่สมน้ำสมเนื้อกันแล้วศึกษาหา ข้อมูลของเขาในทุกด้านเพื่อประกอบ  
การวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ จากนั้นก็เริ่มวางแผนด้วยการกำหนดเป้าหมายหลักที่ชัดเจนตรงตาม  
สถานการณ์ที่ผ่านการวิเคราะห์และสรุปผล เห็นถึงจุดที่จะมุ่งไปสู่ร่วมกัน(AIMS) ขององค์กร เมื่อ  
เข้าใจเป้าหมายหลักที่จะเป็นทิศทางในการดำเนินงานแล้วควรที่จะกำหนดเป้าหมายที่ละเอียดยิ่งขึ้น

สิ่งที่นักสื่อสารของสถาบันอุดมศึกษาต้องพิจารณาอย่างรอบคอบคือการกำหนดวัตถุประสงค์  
ประสงค์ในการสื่อสาร ข้อมูลที่เผยแพร่ออกไปผ่านสื่อต่างๆในแต่ละครั้งเพื่ออะไร (Informational  
Objectives) คงไม่ใช่เพียงเพื่อเผยแพร่ชื่อเสียงขององค์กรเท่านั้น หากแต่ควรมีหลายวัตถุประสงค์ อาทิ  
เพื่อให้ความรู้ในด้านที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับองค์กร เพื่อหล่อหลอมความเป็นหนึ่งเดียว เพื่อให้ข้อ  
มูลที่ถูกต้องในการประกอบการตัดสินใจหรืออื่นๆ นอกจากนี้ผู้วางแผนควรต้องกำหนดวัตถุประสงค์  
ประสงค์เชิงการกระตุ้นให้เกิดการกระทำ (Motional Objectives) โดยปกติเป็นวัตถุประสงค์ที่ต้องวัด  
ได้ ระบุเป็นตัวเลข ร้อยละอย่างชัดเจนในระดับที่วัดได้ด้วย ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริหารสูงสุดเห็นถึงสิ่งที่  
จะได้กลับคืนมาเมื่อสิ้นสุดแผนอย่างเป็นทางการนั่นเอง

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย( Target Publics) ควรกำหนดไว้ให้เห็นภาพที่ชัดเจน เป็นใคร อยู่  
ที่ไหน ทำอะไร อายุเท่าไร มีพฤติกรรมการเปิดรับสารอย่างไร วิธีชีวิตเป็นแบบไหน ระดับความรู้  
รายได้ ทุกอย่างต้องออกมาให้เห็นภาพทันที ไม่ใช่ระบุเพียง ประชาชนทั่วไป หรือ สาธารณชน  
อย่างนี้่างไกลความสำเร็จมากเพราะคุณไม่รู้แม้แต่กลุ่มคนที่คุณต้องการส่งสารถึง วิธีการคือคุณ  
ต้องถามตัวเองว่าคุณกำลังจะสื่อสารกับใคร ใครคือคนที่คุณจะพูดด้วย ยิ้มด้วย ทักทายด้วย และที่  
สำคัญเราต้องออกแบบสารให้เหมาะสมกับผู้รับสารเพื่อให้เขารับสารง่ายขึ้น ทำความเข้าใจได้ทันที  
และชอบที่จะสื่อสารหรือมีประสบการณ์ร่วมกับองค์กรของเรา

เมื่อกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมายได้แล้ว เรื่องอื่นๆจะง่ายขึ้นเพราะจะ  
สอดคล้องกับสิ่งที่กำหนดไว้แล้ว การออกแบบสาร การกำหนดสื่อ และแผนปฏิบัติการโดยใช้  
เครื่องมือสื่อสารในรูปแบบที่เหมาะสมจะโยงไปถึงงบประมาณที่ต้องใช้ทั้งหมด และแน่นอนที่สุด  
วิธีการประเมินผลต้องระบุให้ชัดในแผนนี้ ความผิดพลาดที่พบเห็นบ่อยๆของนักประชาสัมพันธ์หรือ

นักสื่อสารการตลาดสถาบันการศึกษาคือขาดการประเมินผลที่เป็นระบบ น่าเชื่อถือ ทั้งๆที่สามารถทำได้ง่ายๆ เพราะหลายสถาบันมีศูนย์วิจัยที่ช่วยเหลือได้ในขั้นต้นแถมยังช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายด้วย

การคิดกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดหรือการประชาสัมพันธ์สถาบันการศึกษาที่แบบขบถ มีความแปลกใหม่ นำเทคนิคการสร้างความจริงรักภักดีต่อตราสินค้า เน้นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในอดีตเพื่อแนะนำไปสู่ลูกค้าใหม่ รวมทั้งการสร้างและขยายเครือข่ายการสื่อสารและอีกหลายกลยุทธ์ควรถูกนำมาใช้ เพื่อผลสำเร็จทางการตลาดของสถาบันอุดมศึกษาไทยยุคใหม่

## 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุนิสา เนียมเปรม (2529) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน โดยใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจาก นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2529 ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน 8 แห่ง ในกรุงเทพฯ จำนวน 443 คน เป็นการศึกษาถึงความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นลักษณะของสถาบัน เช่น คณะ สาขา คณาจารย์ บัณฑิต ฯลฯ จากความเห็นนักศึกษาในแต่ละสถาบัน ปรากฏว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกเรียนคณะ/สาขา ที่ต้องการได้ตามที่ตนชอบ และอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจคือ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีอาจารย์ที่ทรงคุณวุฒิเป็นจำนวนมาก และในด้านเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อสถาบันที่ตนศึกษาอยู่ในด้านต่างๆ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่า สถาบันอุดมศึกษาได้จัดสิ่งต่างๆ ให้กับนักศึกษาอย่างเป็นที่น่าพอใจคือ สถาบันอุดมศึกษาเอกชนมีอาจารย์ที่มีความรู้ความสามารถในการสอน

สุเทพ พันประสิทธิ์ และ ยงยุทธ นาคแดง (2531) ได้ทำการวิจัยเชิงสำรวจเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานคร 2531 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะภูมิหลังของผู้สมัคร และลักษณะของมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพฯ ว่ามีความสัมพันธ์กับการเลือกศึกษาหรือไม่เพียงใด ประการที่สองเพื่อเป็นการศึกษาประเภทของข่าวสาร ในการได้รับข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย และประการสุดท้าย เพื่อหาจุดเด่นและจุดด้อยของมหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งประชากรที่ศึกษาได้แก่ ผู้สมัครเรียนต่อในมหาวิทยาลัยเอกชนได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยหอการค้า และมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยการเลือกตัวอย่างมาเป็นจำนวนทั้งสิ้น 450 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบ Quota Sampling เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และใช้ ไคสแควร์ (Chi-Square) และค่าสถิติ Cramer' V ในการทดสอบ สำหรับผลการวิจัยพบว่า ประการแรก ลักษณะภูมิหลังที่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาต่อ ในมหาวิทยาลัยเอกชน มีด้วยกัน 6 ลักษณะเรียงตามลำดับดังนี้ คือ สาขาที่เลือกศึกษา อายุของผู้สมัคร เกรดเฉลี่ย เขตที่อยู่อาศัยเมื่อเข้ารับการศึกษา ระดับการศึกษาที่

ใช้สมัครและเพศของผู้สมัคร ส่วนลักษณะอีก 2 ประการ do ภูมิฐานะการศึกษาที่จบกับรายได้ของผู้ปกครอง ไม่พบความสัมพันธ์ คือ ไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน ผู้สมัครให้ความสำคัญกับลักษณะของสถาบัน ในเรื่อง สาขาที่มีการเปิดให้ศึกษา และคุณภาพของบัณฑิตที่จบออกไปมากที่สุด รองลงมา คือ ระยะเวลาในการสำเร็จการศึกษา และสุดท้าย การมีความสัมพันธ์เป็นพิเศษกับสถาบัน ด้านประเภทของข่าวสาร และสื่อที่ทำให้ผู้สมัครได้รับข่าวสารจากมหาวิทยาลัยเอกชน พบว่า ข่าวสารที่ผู้สมัครให้ความสนใจคือ ข่าวสารประเภทการศึกษา และสื่อที่ทำให้ผู้สมัครสนใจข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชน ได้แก่ สื่อประเภทหนังสือพิมพ์ และผู้คนที่คุ้นเคย ประการสุดท้าย จุดเด่นของมหาวิทยาลัยเอกชน do คณาจารย์ในสถาบันเป็นผู้ทรงคุณวุฒิทางวิชาการ

**อมรรัตน์ ภาสิน** (2544) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสาร ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมของนักเรียน-นักศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อโครงการรวมพลังหาร 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารโดยทั่วไปและข่าวสารการประหยัดพลังงานจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ วิทยุและหนังสือพิมพ์ และพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในข่าวสารเกี่ยวกับการประหยัดน้อยมาก แต่จะมีทัศนคติที่คิดต่อการประหยัดพลังงานและโครงการรวมพลังหาร 2 รวมถึงการมีส่วนร่วมในการประหยัดพลังงาน อยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการประหยัดพลังงานของโครงการรวมพลังหาร 2 มีเพียงบางสื่อที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการประหยัดพลังงาน ได้แก่ สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ สื่อรายการทางโทรทัศน์ สื่อโฆษณาทางวิทยุ สื่อป้ายโฆษณา และสติ๊กเกอร์ สื่อที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการประหยัดพลังงาน ได้แก่ รายการทางวิทยุ/สารคดี ข่าวหรือบทความจากหนังสือพิมพ์ ข่าวหรือบทความจากนิตยสาร เอกสารเผยแพร่ต่างๆเกี่ยวกับการประหยัดพลังงาน ไปสเคอร์ นิทรรศการสัญจรของโครงการรวมพลังหาร 2 เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์โครงการ เพื่อน ญาติพี่น้อง และกิจกรรมรณรงค์ไทยช่วยไทยร่วมใจประหยัดพลังงาน ส่วนทัศนคติต่อการใช้พลังงานอย่างประหยัดของนักเรียน-นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการประหยัดพลังงาน

**วิโรจน์ สิริเศรพ** (2544) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคข่าวสารจากสื่อในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาพบว่า 1) นิสิตนักศึกษามีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น 2) นิสิตนักศึกษามีบริโภคข่าวสารด้านความเคลื่อนไหวทางเศรษฐกิจมากขึ้นจากช่วงก่อนวิกฤติเศรษฐกิจ 3) นิสิตนักศึกษาให้น้ำหนักกับปัจจัยที่เป็นค่านิยมเชิงสัญชาตญาณน้อยกว่าปัจจัยเชิงอรรถประโยชน์ในการเลือกเปิดรับสื่อ 4) นิสิตนักศึกษาที่มาจากพื้นฐานครอบครัว และชั้นปีการศึกษาต่างกัน จะมีพฤติกรรมและค่านิยมในการ

บริโภคและใช้ประโยชน์ข่าวสารไม่ต่างกัน 5) นิสิตนักศึกษาเปิดรับข่าวสารที่มีเนื้อหาบันเทิงมากกว่าเนื้อหาอื่น และมีความเชื่อถือในสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น

**เชอร์รี่** (Cherry, 1978) กล่าวว่า การสื่อสารของมนุษย์นั้นจะกระทำเพื่อแบ่งปันข่าวสาร (an age of sharing) และการแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันตามมา และนำไปสู่การตัดสินใจและกระทำกิจกรรมประสานสอดคล้องกันตามมา ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจและกระทำกิจกรรมประสานสอดคล้องกัน การรับข่าวสารนั้นผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกสรร (selective exposure) ซึ่งกระบวนการเลือกรับสารจะเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (filters) ข่าวสารในการรับรู้ ซึ่งแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะคิด ความรู้สึกนึกคิด ของแต่ละบุคคล

**คอตเลอร์ และอาร์มสตรอง** (Kotler and Armstrong 1997: 158 อ้างใน สรัญญา เสรีกุล, 2546: 37-38) ให้แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนเลือก กล่าวคือ การวางแผนเลือกเกิดการสิ่งเร้าสองส่วน ส่วนแรกคือปัจจัยอิทธิพลที่มีต่อการรับรู้ คือ ปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม บุคคล เป็นต้น และส่วนที่สองคือ เมื่อเกิดอิทธิพลใน 5 ขั้นตอน คือ (1) เมื่อเกิดการรับรู้ความต้องการ (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินผลทางเลือก (4) การตัดสินใจ และ (5) พฤติกรรมหลัง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้คือ เมื่อผู้รับสารได้รับรู้ความต้องการข้อมูล และค้นหาข้อมูลแล้ว จะสามารถประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจ อาจรวมถึงการวางแผนการศึกษาต่อได้ด้วย

**อดุลย์ จาตุรงค์กุล** (2539 : 47 อ้างใน ชีระพล ท่วมชุมพร, 2541: 35) กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลและปรับรูปแบบได้โดยปัจจัยและตัวกำหนดหลายอย่าง โดยสิ่งสำคัญประการหนึ่งคือ อิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่มีความซับซ้อนจะกระบวนการตัดสินใจและพฤติกรรมของเขาได้รับวัฒนธรรม ชั้นทางสังคม อิทธิพลจากตัวบุคคล... กระบวนการที่บุคคลแต่ละคนแสดงออกมาด้วยการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการที่แตกต่างกัน การตัดสินใจของแต่ละคนไม่เหมือนกัน มีการแสดงออกทางพฤติกรรมการซื้อ/การบริโภคที่แตกต่างกัน ความแตกต่างกันนี้เกิดขึ้นจากพฤติกรรมมนุษย์ คือ (1) ความต้องการ (Needs) (2) แรงจูงใจ (Motives) (3) การยอมรับหรือการเรียนรู้ (Perception) และ ทักษะคิด (Attitude)

**ธนุพล อุ๋นจินตาวณีย์** (2545) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับการปฏิรูปอุดมศึกษาของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อาจารย์ (สื่อบุคคล) และการประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัย (สื่อเฉพาะกิจ) มีส่วนอย่างมากในการให้ความรู้และสร้างทัศนคติที่ดีต่อการปฏิรูปอุดมศึกษาแก่นิสิตนักศึกษา ทาเวงมหาวิทยาลัยจึงควรให้ความสำคัญต่อการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการปฏิรูปอุดมศึกษากับบรรดาคณาจารย์และหน่วยงานประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัยต่างๆ ซึ่งหากอาจารย์ผู้สอนมีทัศนคติที่ดีต่อการปฏิรูปอุดมศึกษา

และสนับสนุนแนวทางการปฏิรูปอุดมศึกษาแล้วก็มีแนวโน้มที่อาจารย์จะเป็นแนวร่วมในการเผยแพร่ข่าวสารและโน้มน้าวใจให้นิสิตนักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อการปฏิรูปอุดมศึกษาด้วยเช่นกัน โดยผลการศึกษาทางสถิติพบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิรูปการศึกษาผ่านสื่อบุคคลมากที่สุดคือ จากอาจารย์ และได้เสนอแนะไว้ว่า ช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมาทบวงมหาวิทยาลัยจัดทำแผนประชาสัมพันธ์การปฏิรูปอุดมศึกษาตามข้อจำกัดของงบประมาณ จึงไม่ได้จัดทำเป็นแผนระยะยาว ทำให้ขาดความต่อเนื่อง ด้วยเหตุผลนี้ทำให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารจากหน่วยงานของรัฐบาลที่ดูแลด้านการศึกษา

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง ลักษณะการเปิดรับสารและการเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของนักเรียน ผู้ปกครอง และครูแนะแนว ในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพทั่วประเทศ ในครั้งนี้ ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้วิเคราะห์ผลและทดสอบสมมติฐานคือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

#### 3.1 ประชากร

##### ประชากร

เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จึงได้กำหนดประชากรเป้าหมายคือ นักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว ในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพทั่วประเทศ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่มตามพื้นที่ (Area Sampling) คือ กรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และภูมิภาค (ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้) เพื่อให้มีการกระจายของกลุ่มตัวอย่างได้ทั่วถึง โดยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นดังนี้

##### ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งพื้นที่เพื่อการสุ่มตัวอย่างสำหรับเก็บข้อมูลในแต่ละพื้นที่ และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มตามพื้นที่ที่มีจำนวนดังนี้

##### (1) กรุงเทพมหานคร

แบ่งเขตพื้นที่ตามเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 50 เขต โดยมีขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างดังนี้ (โปรดดูภาคผนวกตารางที่ 1)

- 1.1 oin 50 เขต จัดเขตพื้นที่ที่เป็น 10 กลุ่ม แต่ละกลุ่มมี 5 เขต
- 1.2 สุ่มจาก 5 เขตด้วยการจับฉลาก เพื่อเลือกตัวแทนเพียง 1 เขต

1.3 เมื่อได้ตัวแทนทั้งเขต 10 เขตแล้ว จึงสุ่มรายชื่อโรงเรียนประเภทสามัญ และโรงเรียนประเภทอาชีวศึกษาของรัฐและเอกชน ประเภทละ 1 โรงเรียน ด้วยวิธีการจับสลากชื่อโรงเรียน ซึ่งได้โรงเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 4 โรงเรียนต่อ 1 เขต รวมทั้งสิ้น 40 โรงเรียน

1.4 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายให้ได้ นักเรียน 10 คน ผู้ปกครอง 4 คน และครูแนะแนว 2 คน ต่อ 1 โรงเรียน

## (2) เขตปริมณฑล

เขตปริมณฑลมีจังหวัดบริวาร 5 จังหวัด ได้แก่ นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ นครปฐม และสมุทรสาคร โดยสุ่มเลือก 2 จังหวัด แล้วจึงสุ่มตัวเลือกโรงเรียนสายสามัญประเภทรัฐและเอกชน และโรงเรียนสายอาชีพประเภทรัฐและเอกชนอย่างละ 2 โรงเรียน ด้วยวิธีจับสลากเลือกชื่อโรงเรียนเช่นกัน จากนั้นจึงเลือกสุ่มนักเรียน ผู้ปกครอง ครูแนะแนว ในโรงเรียนที่เลือกไว้ โดยมีขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละโรงเรียนคือ นักเรียน 10 nu ผู้ปกครอง 4 nu และครูแนะแนว 2 nu (โปรดดูภาคผนวก ก)

## (3) ภูมิภาค

ผู้วิจัยแบ่งพื้นที่ส่วนภูมิภาคตามการปกครองของกระทรวงมหาดไทย 6 ภาค ได้แก่ (1) ภาคกลาง (2) ภาคเหนือ (3) ภาคใต้ (4) ภาคตะวันออก (5) ภาคตะวันตก และ (6) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยสุ่มเลือกจังหวัดภาคละ 2 จังหวัด แล้วจึงสุ่มตัวเลือกโรงเรียนสายสามัญประเภทรัฐและเอกชน อย่างละ 2 โรงเรียน และโรงเรียนสายอาชีพประเภทรัฐและเอกชนอย่างละ 1 โรงเรียน ด้วยวิธีจับสลากชื่อโรงเรียนเช่นกัน จากนั้นจึงเลือกสุ่มนักเรียน ผู้ปกครอง ครูแนะแนว ในโรงเรียนที่เลือกไว้ โดยมีขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละโรงเรียนคือ นักเรียน 10 คน ผู้ปกครอง 4 คน และครูแนะแนว 2 คน (โปรดดูภาคผนวก ก)

## 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ซึ่งสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดเนื้อหาของคำถามในแบบสอบถามให้ครอบคลุมทุกประเด็นที่ทำการศึกษา และมีลักษณะซึ่งทุกคนสามารถตอบและให้ข้อเท็จจริงได้ แบบสอบถามนี้ได้นำไปทดสอบโดยใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกับนักเรียน ผู้ปกครอง และครูแนะแนว ในโรงเรียนราชวินิตบางเขน ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร นักเรียนจำนวน 30 ราย ผู้ปกครองที่มีบุตรเรียนอยู่ในโรงเรียนที่ไม่อยู่ในรายชื่อกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย และครูแนะแนวในโรงเรียนที่ไม่อยู่ในรายชื่อกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 nu หลังจากเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามฉบับทดสอบแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาคำนวณและวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ดังนี้

ชุดที่ 1 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาที่ต้องการ ใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient of Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ ,9382 แสดงว่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง

ความคิดเห็นทั่วไป ใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient of Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ ,6510 แสดงว่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงพอใช้

ชุดที่ 2 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาที่ต้องการ ใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient of Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ ,9315 แสดงว่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง

ความคิดเห็นทั่วไป ใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient of Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ ,6927 แสดงว่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงพอใช้

ชุดที่ 3 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาที่ต้องการ ใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient of Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ ,9410 แสดงว่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง

ความคิดเห็นทั่วไป ใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient of Alpha) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ ,8000 แสดงว่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง

เกณฑ์การให้คะแนนและเกณฑ์การวัดระดับความต้องการข้อมูลข่าวสาร

เกณฑ์การให้คะแนน แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้คือ

มาก	=	5	คะแนน
ค่อนข้างมาก	=	4	คะแนน
ปานกลาง	=	3	คะแนน
ค่อนข้างน้อย	=	2	คะแนน
น้อย	=	1	คะแนน

เกณฑ์การวัดระดับความต้องการข้อมูลข่าวสาร

ระดับความต้องการ	ช่วงคะแนน
มากที่สุด	4.51-5.00 คะแนน
มาก	3.51-4.50 คะแนน
ปานกลาง	2.51-3.50 คะแนน
น้อย	1.51-2.50 คะแนน
น้อยที่สุด	1.00-1.50 คะแนน



### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารวบรวมข้อมูลทั้งขั้นทุติยภูมิ และขั้นปฐมภูมิ ดังนี้

- 1) ขั้นทุติยภูมิ คือ การรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แหล่งข้อมูลต่างๆ และวิเคราะห์เนื้อหาจากสื่อต่างๆ ที่สถาบันการศึกษาใช้เผยแพร่
- 2) ขั้นปฐมภูมิ คือ การรวบรวมข้อมูลจากประชากร ได้แก่ นักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว ในโรงเรียนที่มีการสอนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญ และสายอาชีพทั่วประเทศ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในส่วนของงานวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ชุด คือ ชุดที่ 1 สำหรับนักเรียน ชุดที่ 2 สำหรับผู้ปกครอง และชุดที่ 3 สำหรับอาจารย์แนะแนว

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ statistic Package Social Science (SPSS for Windows) โดยใช้สถิติวิเคราะห์ดังนี้

- 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อแจกแจงความถี่ ได้แก่ อัตราส่วน ร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)
- 2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่  $\chi^2$ -test, t-Test และ F-Test
- 3) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 4 ตอน คือ

- ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรม的开รับข่าวสารและเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษา  
ของนักเรียน
- ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรม的开รับข่าวสารและเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษา  
ของผู้ปกครอง
- ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรม的开รับข่าวสารและเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษา  
ของอาจารย์แนะแนว
- ตอนที่ 4 เปรียบเทียบการเปิดรับสารและการเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาระหว่าง  
นักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว

## ตอนที่ 1

### ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษา ของนักเรียน

#### 1.1 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักเรียน ปรากฏตามตารางที่ 1-18 ดังนี้

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับลักษณะการเปิดรับสาร

เพศ	สื่อ								รวม
	โทรทัศน์	วิทยุ	อินเทอร์เน็ต	นิตรสาร	หนังสือพิมพ์	แผ่นพับ	บุคคล	ป้ายโฆษณา	
ชาย	252 (55.8)	8 (1.8)	63 (13.9)	12 (2.7)	39 (8.6)	9 (2.0)	49 (10.8)	20 (4.4)	452 (100.0)
หญิง	383 (46.3)	25 (3.0)	104 (12.6)	8 (1.0)	79 (9.5)	33 (4.0)	148 (17.9)	48 (5.8)	828 (100.0)
รวม	635 (49.6)	33 (2.6)	167 (13.0)	20 (1.6)	118 (9.2)	42 (3.3)	197 (17.9)	68 (5.3)	1,280 (100.0)

จากตารางที่ 1 พบว่า สื่อที่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพเปิดรับมากที่สุดคือ โทรทัศน์ รองลงมาคือ สื่อบุคคล และอินเทอร์เน็ต เมื่อพิจารณาแยกตามเพศ wuui เพศชายสื่อที่เปิดรับมากที่สุดคือ โทรทัศน์ รองมาคืออินเทอร์เน็ต และสื่อบุคคล ตามลำดับ ส่วนเพศหญิงเปิดรับสื่อโทรทัศน์ รองลงมาคือ สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต ตามลำดับ และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักเรียนที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ■■■

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างสาขาวิชาที่ศึกษากับลักษณะการเปิดรับสาร

สาขาวิชาที่ศึกษา	สื่อ								รวม
	โทรทัศน์	วิทยุ	อินเทอร์เน็ต	นิตรสาร	หนังสือพิมพ์	แผ่นพับ	บุคคล	ป้ายโฆษณา	
วิทยาศาสตร์	211 (43.7)	9 (1.9)	82 (17.0)	8 (1.7)	51 (10.6)	9 (1.9)	86 (17.8)	27 (5.6)	483 (100.0)
ศิลปศาสตร์	176 (52.7)	11 (3.3)	40 (12.0)	6 (1.8)	30 (9.0)	16 (4.8)	43 (12.9)	12 (3.6)	334 (100.0)
พาณิชยกรรม	180 (51.4)	7 (2.0)	34 (9.7)	4 (1.1)	29 (8.3)	14 (4.0)	58 (16.6)	24 (6.9)	350 (100.0)
วิศวกรรม/ช่าง	45 (61.6)	4 (5.5)	8 (11.0)	1 (1.4)	7 (9.6)	1 (1.4)	5 (6.8)	2 (2.7)	73 (100.0)
คอมพิวเตอร์	13 (59.1)	1 (4.5)	2 (9.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (9.1)	2 (9.1)	2 (9.1)	22 (100.0)
ศิลปกรรม	10 (55.6)	1 (5.6)	1 (5.6)	1 (5.6)	1 (5.6)	0 (0.0)	3 (16.7)	1 (5.6)	18 (100.0)
รวม	635 (49.6)	33 (2.6)	167 (13.0)	20 (1.6)	118 (9.2)	42 (3.3)	197 (15.4)	68 (5.3)	1280 (100.0)

จากตารางที่ 2 นักเรียนที่เรียนอยู่ในทุกสาขาวิชาต่างก็มีลักษณะการเปิดรับสารผ่านสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่นๆ สำหรับสื่อที่เปิดรับมากเป็นอันดับ 2 คือ สื่อบุคคล ได้แก่ สาขาวิทยาศาสตร์ ศิลปศาสตร์ พาณิชยกรรม คอมพิวเตอร์ และศิลปกรรม ในขณะที่สาขาวิศวกรรม/ช่าง เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นอันดับ 2 และสื่อที่เปิดรับเป็นอันดับ 3 ส่วนใหญ่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่ สาขาวิทยาศาสตร์ ศิลปศาสตร์ และพาณิชยกรรม ในขณะที่สาขาวิศวกรรมศาสตร์/ช่าง เปิดรับสื่อบุคคลเป็นอันดับ 3 และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักเรียนที่เรียนในสาขาวิชาต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพผู้ปกครองกับลักษณะการเปิดรับสาร

อาชีพผู้ปกครอง	สื่อ								รวม
	โทรทัศน์	วิทยุ	อินเทอร์เน็ต	นิตรสาร	หนังสือพิมพ์	แผ่นพับ	บุคคล	ป้ายโฆษณา	
ข้าราชการ	161 (45.9)	6 (1.7)	54 (15.4)	9 (2.6)	31 (8.8)	14 (4.0)	56 (16.0)	20 (5.7)	351 (100.0)
พนักงาน/เอกชน	52 (57.1)	2 (2.2)	12 (13.2)	1 (1.1)	7 (7.7)	0 (0.0)	14 (15.4)	3 (3.3)	91 (100.0)
เกษตรกร/ปศุสัตว์	156 (59.3)	8 (3.0)	25 (9.5)	2 (0.8)	16 (6.1)	12 (4.6)	37 (14.1)	7 (2.7)	263 (100.0)
ค้าขาย/อุตสาหกรรมครัวเรือน	204 (46.5)	13 (3.0)	61 (13.9)	8 (1.8)	47 (10.7)	12 (2.7)	69 (15.7)	25 (5.7)	439 (100.0)
รับจ้าง/อาชีพอิสระ	62 (45.6)	4 (2.9)	15 (11.0)	0 (0.0)	17 (12.5)	4 (2.9)	21 (15.4)	13 (9.6)	136 (100.0)
รวม	635 (49.6)	33 (2.6)	167 (13.0)	20 (1.6)	118 (9.2)	42 (3.3)	197 (15.4)	68 (5.3)	1,208 (100.0)

จากตารางที่ 3 wuui นักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพต่างกันมีลักษณะการเปิดรับสารมากเป็นอันดับ I คือ สื่อโทรทัศน์ รองลงมาคือ สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต ตามลำดับ สำหรับสื่อที่เปิดรับเป็นอันดับ 2 คือ สื่อบุคคล ได้แก่ นักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพรับข้าราชการ พนักงาน/องค์กรเอกชน เกษตรกรรม/ปศุสัตว์ ค้าขาย/อุตสาหกรรมครัวเรือน และรับจ้าง/อาชีพอิสระ ส่วนสื่อที่เปิดรับเป็นอันดับ 3 พบว่า นักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพ ข้าราชการ พนักงาน/องค์กรเอกชน เกษตรกรรม/ปศุสัตว์ ค้าขาย/อุตสาหกรรมครัวเรือน ยกเว้นรับจ้าง/อาชีพอิสระ ที่เปิดรับสารเป็นอันดับ 3 คือ สื่อหนังสือพิมพ์ และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับสารไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ครอบครัวกับลักษณะการเปิดรับสาร

รายได้ (บาท/เดือน)	สื่อ								รวม
	โทรทัศน์	วิทยุ	อินเทอร์เน็ต	นิทรรศการ	หนังสือพิมพ์	แผ่นพับ	บุคคล	ป้ายโฆษณา	
10,000 บาทและ น้อยกว่า	283 (55.6)	13 (2.6)	40 (7.9)	6 (1.2)	43 (8.4)	18 (3.5)	76 (14.9)	30 (5.9)	509 (100.0)
10,001-20,000	168 (49.7)	6 (1.8)	34 (0.1)	6 (1.8)	35 (10.4)	17 (5.0)	53 (15.7)	19 (5.6)	338 (100.0)
20,001-30,000	98 (44.7)	8 (3.7)	39 (17.8)	2 (.9)	21 (9.6)	4 (1.8)	36 (16.4)	11 (5.0)	219 (100.0)
มากกว่า30,000 บาทขึ้นไป	86 (40.2)	6 (2.8)	54 (25.2)	6 (2.8)	19 (8.9)	3 (1.4)	32 (15.0)	8 (3.7)	214 (100.0)
รวม	635 (49.6)	33 (2.6)	167 (13.0)	20 (1.6)	118 (9.2)	42 (3.3)	197 (15.4)	68 (5.3)	1,280 (100.0)

จากตารางที่ 4 พบว่า นักเรียนที่มีรายได้ครอบครัวต่างกันมีลักษณะการเปิดรับสารมากเป็นอันดับ 1 คือ สื่อโทรทัศน์ทุกกลุ่มรายได้ ส่วนนักเรียนที่มีรายได้ครอบครัว 10,000 บาทและน้อยกว่า และ 10,001-20,000 บาท เปิดรับสื่อบุคคล แต่นักเรียนที่มีรายได้ครอบครัว 20,001-30,000 บาท และ มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นอันดับ 2 ส่วนนักเรียนที่มีรายได้ครอบครัว 10,000 บาทและน้อยกว่า เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต รายได้ครอบครัว 10,001-20,000 บาท เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ รายได้ครอบครัว 20,001-30,000 บาท และ มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป เปิดรับสื่อบุคคลเป็นอันดับ 3 และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักเรียนที่มีรายได้ครอบครัวต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างที่มาค่าเล่าเรียนกับลักษณะการเปิดรับสาร

ที่มาค่าเล่าเรียน	สื่อ								รวม
	โทรทัศน์	วิทยุ	อินเทอร์เน็ต	นิทรรศการ	หนังสือพิมพ์	แผ่นพับ	บุคคล	ป้ายโฆษณา	
รายได้ผู้ประกอบการ	539 (49.3)	25 (2.3)	141 (12.9)	18 (1.6)	107 (9.8)	32 (2.9)	174 (15.9)	57 (5.2)	1,093 (100.0)
รายได้ตนเอง	9 (45.0)	2 (10.0)	3 (15.0)	1 (5.0)	1 (5.0)	1 (5.0)	3 (15.0)	0 (0.0)	20 (100.0)
ทุนกู้ยืมรัฐบาล	79 (53.7)	6 (4.1)	18 (12.2)	1 (0.7)	6 (4.1)	9 (6.1)	18 (12.2)	10 (6.8)	147 (100.0)
ทุนของสถาบัน	8 (40.0)	0 (0.0)	5 (25.0)	0 (0.0)	4 (20.0)	0 (0.0)	2 (10.0)	1 (5.0)	20 (100.0)
<b>รวม</b>	<b>635 (49.6)</b>	<b>33 (2.6)</b>	<b>167 (13.0)</b>	<b>20 (1.6)</b>	<b>118 (9.2)</b>	<b>42 (3.3)</b>	<b>197 (15.4)</b>	<b>68 (5.3)</b>	<b>1,280 (100.0)</b>

จากตารางที่ 5 พบว่า นักเรียนที่มีที่มาของค่าเล่าเรียนเปิดรับสารผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด โดยเปิดรับสื่ออื่นรองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต ได้แก่ ตนเอง ทุนกู้ยืมรัฐบาล ทุนจากสถาบัน ส่วนผู้ที่มีที่มาค่าเล่าเรียนจากผู้ปกครองเปิดรับสื่อบุคคลเป็นอันดับ 2 และสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นอันดับ 3 โดยที่นักเรียนที่มีที่มาค่าเล่าเรียนจากทุนกู้ยืมรัฐบาล เปิดรับสื่อจากป้ายโฆษณา และทุนสถาบันเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เป็นอันดับสาม และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักเรียนที่มีที่มาค่าเล่าเรียนต่างกันมีลักษณะการเปิดรับสารไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิภาคเฝ้ากับลักษณะการเปิดรับสาร

ภูมิภาคเฝ้า	ถึง								รวม
	โทรศัพท์	วิทยุ	อินเทอร์เน็ต	นิทรรศการ	หนังสือพิมพ์	แผ่นพับ	บุคคล	ป้ายโฆษณา	
กรุงเทพมหานคร	148 (43.3)	9 (2.6)	47 (13.7)	7 (2.0)	40 (11.7)	13 (3.8)	61 (17.8)	17 (5.0)	342 (100.0)
ปริมณฑล	35 (40.2)	3 (3.4)	15 (17.2)	4 (4.6)	6 (6.9)	2 (2.3)	18 (20.7)	4 (4.6)	20 (100.0)
ภาคกลาง	70 (51.1)	1 (0.7)	16 (11.7)	2 (1.5)	19 (13.9)	0 (0.0)	18 (13.1)	11 (8.0)	147 (100.0)
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	78 (45.3)	6 (3.5)	29 (16.9)	3 (1.7)	16 (9.3)	7 (4.1)	20 (11.6)	16 (7.6)	172 (100.0)
ภาคตะวันตก	75 (54.0)	6 (4.3)	17 (12.2)	2 (1.4)	11 (7.9)	5 (3.6)	16 (11.5)	7 (5.0)	139 (100.0)
ภาคเหนือ	87 (62.1)	3 (2.1)	16 (11.4)	0 (0.0)	9 (6.4)	3 (2.1)	17 (12.1)	5 (3.6)	140 (100.0)
ตะวันออกเฉียงเหนือ	72 (54.1)	2 (1.5)	15 (11.3)	1 (0.8)	10 (7.5)	2 (1.5)	26 (19.5)	5 (3.8)	133 (100.0)
ภาคใต้	70 (53.8)	3 (2.3)	12 (9.2)	1 (0.8)	7 (5.4)	10 (7.7)	21 (16.2)	6 (4.6)	130 (100.0)
n u	635 (49.6)	33 (2.6)	167 (13.0)	20 (1.6)	118 (9.2)	42 (3.3)	197 (15.4)	68 (5.3)	1,280 (100.0)

จากตารางที่ 6 พบว่า นักเรียนที่มีภูมิลำเนาทุกแห่งเปิดรับสื่อโทรศัพท์มากที่สุด โดยสื่อบุคคลถูกเปิดรับเป็นอันดับ 2 ได้แก่นักเรียนที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร เขตจังหวัดปริมณฑล ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ โดยที่นักเรียนในภูมิภาคกลางเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ และนักเรียนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันตก เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต ขณะที่ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันตก เปิดรับสื่อบุคคลและนักเรียนที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร และเขตปริมณฑล เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต เป็นอันดับ 3 และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักเรียนที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคเฝ้าต่างกันมีลักษณะการเปิดรับสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



ตารางที่ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกสถาบันกับเพศ

เพศ	ประเภทมหาวิทยาลัย							รวม
	รัฐบาล จำกัดรับ	รัฐบาลไม่ จำกัดรับ	เอกชน	มหาวิทยาลัย ในกำกับ	สถาบันต่าง ประเทศ	ราชภัฏ/ ราชมนกล	สถาบัน ใดก็ได้	
ชาย	225 (49.8)	39 (8.6)	48 (10.6)	22 (4.9)	12 (2.7)	29 (6.4)	77 (17.0)	452 (100.0)
หญิง	465 (56.2)	61 (7.4)	71 (8.6)	28 (3.4)	15 (1.8)	69 (8.3)	119 (14.4)	828 (100.0)
รวม	690 (53.9)	100 (7.8)	119 (9.3)	50 (3.9)	27 (2.1)	98 (7.7)	196 (15.3)	1,280 (100.0)

จากตารางที่ 7 พบว่า ทั้งนักเรียนเพศหญิงและเพศชายมีพฤติกรรมกรรมการเลือกสถาบันการศึกษาต่อมากที่สุด คือ มหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทจำกัดรับ รองลงมาคือ เลือกสถาบันใดก็ได้ที่เปิดสอนในสาขาที่ตรงกับความต้องการ และเลือกมหาวิทยาลัยเอกชน ตามลำดับ และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักเรียนที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการเลือกสถาบันการศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 8 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกสถาบันกับสาขาวิชาที่ศึกษาอยู่

สาขาวิชาที่ศึกษา	ประเภทมหาวิทยาลัย							รวม
	รัฐบาล จำกัดรับ	รัฐบาลไม่ จำกัดรับ	เอกชน	มหาวิทยาลัย ในกำกับ	สถาบันต่าง ประเทศ	ราชภัฏ/ ราชมนกล	สถาบัน ใดก็ได้	
วิทยาศาสตร์	386 (79.9)	14 (2.9)	18 (3.7)	10 (2.1)	10 (2.1)	3 (0.6)	42 (8.7)	483 (100.0)
ศิลปศาสตร์	199 (59.6)	27 (8.1)	25 (7.5)	6 (1.8)	5 (1.5)	28 (8.4)	44 (13.2)	334 (100.0)
พาณิชยกรรม	82 (23.4)	47 (13.4)	71 (20.3)	23 (6.6)	11 (3.1)	49 (14.0)	67 (19.1)	350 (100.0)
วิศวกรรม/ช่าง	16 (21.9)	5 (6.8)	1 (1.4)	10 (13.7)	1 (1.4)	8 (11.0)	32 (43.8)	73 (100.0)
คอมพิวเตอร์	2 (9.1)	4 (18.2)	4 (8.2)	1 (4.5)	0 (0.0)	4 (18.2)	7 (31.8)	22 (100.0)
ศิลปกรรม	5 (27.8)	3 (16.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (33.3)	4 (22.2)	18 (100.0)
รวม	690 (53.9)	100 (7.8)	119 (9.3)	50 (3.9)	27 (2.1)	98 (7.7)	196 (15.3)	1,280 (100.0)

จากตารางที่ 8 พบว่า นักเรียนสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ ศิลปศาสตร์ พาณิชยกรรม เลือกมหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทจำกัดรับ ในขณะที่สาขาวิชาวิศวกรรม/ช่าง และสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ เลือกสถาบันใดก็ได้ที่มีหลักสูตรตรงกับความต้องการ และสาขาวิชาศิลปกรรม เลือกสถาบันราชภัฏ/ราชมนกล ซึ่งถูกเลือกเป็นอันดับ 1 ส่วนนักเรียนสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ และสาขาวิชาศิลปศาสตร์ เลือกสถาบันใดก็ได้ที่มีหลักสูตรตรงกับความต้องการ สาขาวิชาพาณิชยกรรม เลือกมหาวิทยาลัยเอกชน สาขาวิชาวิศวกรรม/ช่าง และสาขาวิชาศิลปกรรม เลือกมหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทจำกัดรับ และสาขาวิชาคอมพิวเตอร์เลือกสถาบันราชภัฏ/ราชมนกล ถูกเลือกเป็นอันดับ 2 โดยที่สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ เลือกมหาวิทยาลัยเอกชน สาขาวิชาศิลปศาสตร์ เลือกสถาบันราชภัฏ/ราชมนกล สาขาวิชาพาณิชยกรรม และสาขาวิชาศิลปกรรม เลือกสถาบันใดก็ได้ที่มีหลักสูตรตรงกับความต้องการ สาขาวิชาวิศวกรรม/ช่าง เลือกมหาวิทยาลัยในกำกับ และสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ เลือกมหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทไม่จำกัดรับ เป็นอันดับ 3 และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักเรียนที่เรียนสาขาวิชาที่ศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกสถาบันการศึกษาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 9 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเลือกสถาบันกับอาชีพผู้ปกครอง

อาชีพผู้ปกครอง	ประเภทมหาวิทยาลัย							รวม
	iguiia จำกัดรับ	รัฐบาลไม่ จำกัดรับ	เอกชน	มหาวิทยาลัย ในกำกับ	สถาบันต่าง ประเทศ	ราชภัฏ/ ราชมนกล	สถาบัน ใดก็ได้	
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	231 (65.8)	16 (4.6)	26 (7.4)	9 (2.6)	7 (2.0)	19 (5.4)	43 (12.3)	351 (100.0)
พนักงานองค์กรเอกชน	36 (39.6)	9 (9.9)	10 (11.0)	5 (5.5)	3 (3.3)	12 (13.2)	16 (17.6)	91 (100.0)
เกษตรกร/ปศุสัตว์	129 (49.0)	30 (11.4)	23 (8.7)	15 (5.7)	3 (1.1)	23 (8.7)	40 (15.2)	263 (100.0)
พาณิชยกรรม/อุตสาหกรรม	235 (53.5)	32 (7.3)	49 (11.2)	15 (3.4)	13 (3.0)	30 (6.8)	65 (14.8)	439 (100.0)
เจ้าของ/กิจการส่วนตัว	59 (43.4)	13 (9.6)	11 (8.1)	6 (4.4)	1 (0.7)	14 (10.3)	32 (23.5)	136 (100.0)
รวม	690 (53.9)	100 (7.8)	119 (9.3)	50 (3.9)	27 (2.1)	98 (7.7)	196 (15.3)	1,280 (100.0)

จากตารางที่ 9 Wuii นักเรียนที่อาชีพของผู้ปกครองทุกอาชีพมีพฤติกรรมการเลือกมหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทจำกัดรับเป็นอันดับ 1 และนักเรียนที่อาชีพของผู้ปกครองทุกกลุ่มอาชีพเลือกมหาวิทยาลัยใดก็ได้ที่ตรงกับความต้องการเป็นอันดับ 2 ในขณะที่นักเรียนที่อาชีพของผู้ปกครองรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และพาณิชย์กรรม/อุตสาหกรรม เลือกมหาวิทยาลัยเอกชน อาชีพพนักงานองค์กรเอกชน และอาชีพเจ้าของ/ประกอบกิจการส่วนตัว เลือกสถาบันราชภัฏ และอาชีพเกษตรกรกรรม/ปศุสัตว์ เลือกมหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทไม่จำกัดรับ เป็นอันดับที่ 3 และจากการทดสอบสมมติฐานพบว่านักเรียนที่อาชีพของผู้ปกครองต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกสถาบันการศึกษาต่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 10 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกสถาบันกับรายได้ของครอบครัว

กลุ่มรายได้	ประเภทมหาวิทยาลัย							รวม
	รัฐบาล จำกัดรับ	รัฐบาลไม่ จำกัดรับ	เอกชน	มหาวิทยาลัย ในกำกับ	สถาบันต่าง ประเทศ	ราชภัฏ/ ราชมนฑล	สถาบัน ใดก็ได้	
10,000 บาทและน้อยกว่า	230 (45.2)	65 (12.8)	34 (6.7)	26 (5.1)	9 (1.8)	49 (9.6)	96 (18.9)	509 (100.0)
10,001-20,000	173 (51.2)	20 (5.9)	40 (11.8)	13 (3.8)	10 (3.0)	37 (10.9)	45 (13.3)	338 (100.0)
20,001-30,000	131 (59.8)	10 (4.6)	23 (10.5)	6 (2.7)	8 (3.7)	9 (4.1)	32 (14.6)	219 (100.0)
30,000 บาทและมากกว่า	156 (72.9)	5 (2.3)	22 (10.3)	5 (2.3)	0 (0.0)	3 (1.4)	23 (10.7)	214 (100.0)
รวม	690 (53.9)	100 (7.8)	119 (9.3)	50 (3.9)	27 (2.1)	98 (7.7)	196 (15.3)	1,290 (100.0)

จากตารางที่ 10 Wuii นักเรียนที่มีรายได้ครอบครัวทุกกลุ่มเลือกมหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทจำกัดรับเป็นอันดับ 1 และทุกกลุ่มรายได้เช่นกันเลือกสถาบันใดก็ได้ที่มีหลักสูตรตรงกับความต้องการเป็นอันดับ 2 ในขณะที่นักเรียนที่มีรายได้ครอบครัว 10,000-20,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป เลือกมหาวิทยาลัยเอกชน และนักเรียนที่มีรายได้ครอบครัว 10,000 บาทและน้อยกว่า เลือกมหาวิทยาลัยรัฐบาลไม่จำกัดรับเป็นอันดับ 3 และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รายได้ครอบครัวต่างกันมีพฤติกรรมการเลือกสถาบันการศึกษาต่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 11 ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันที่เลือกเรียนกับที่มาค่าเล่าเรียน

ที่มาค่าเล่าเรียน	ประเภทมหาวิทยาลัย							รวม
	รัฐบาล จำกัดรับ	รัฐบาลไม่ จำกัดรับ	เอกชน	มหาวิทยาลัย ในกำกับ	สถาบันต่าง ประเทศ	ราชภัฏ/ ราชมนคล	สถาบัน ใดก็ได้	
รายได้ผู้ปกครอง	616 (56.4)	79 (7.2)	93 (8.5)	40 (3.7)	23 (2.1)	163 (14.9)	163 (14.9)	1,093 (100.0)
รายได้ตนเอง	5 (25.0)	3 (15.0)	5 (25.0)	2 (10.0)	0 (0.0)	4 (20.0)	1 (5.0)	20 (100.0)
ทุนกู้ยืมรัฐบาล	57 (58.8)	18 (12.2)	18 (12.2)	8 (5.4)	4 (2.7)	13 (8.8)	29 (19.7)	29 (100.0)
ทุนของสถาบัน	12 (60.0)	0 (0.0)	3 (15.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (10.0)	3 (15.0)	20 (100.0)
รวม	690 (53.9)	100 (7.8)	119 (9.3)	50 (3.9)	27 (2.1)	98 (7.7)	196 (15.3)	1,280 (100.0)

จากตารางที่ 11 พบว่า ที่มาค่าเล่าเรียนทุกแหล่ง เลือกมหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทจำกัดรับเป็นอันดับ 1 โดยนักเรียนที่มีค่าเล่าเรียนจากรายได้ผู้ปกครอง ที่มาค่าเล่าเรียนจากทุนกู้ยืมรัฐบาล และทุนของสถาบัน เลือกสถาบันใดก็ได้ที่มีหลักสูตรตรงกับความต้องการ โดยที่นักเรียนที่มีค่าเล่าเรียนจากรายได้ตนเอง เลือกมหาวิทยาลัยเอกชนเป็นอันดับ 2 ส่วนนักเรียนที่มีค่าเล่าเรียนจากรายได้ผู้ปกครอง และรายได้ตนเอง เลือกสถาบันราชภัฏ/ราชมนคล และที่มาค่าเล่าเรียนจากการกู้ยืมรัฐบาล และทุนของสถาบันเลือกมหาวิทยาลัยเอกชนเป็นอันดับ 3 และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ที่มาค่าเล่าเรียนที่ต่างกันมีการเลือกสถาบันการศึกษาต่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 12 ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันที่เลือกเรียนกับภูมิภาค

ภูมิภาค	ประเภทมหาวิทยาลัย							รวม
	รัฐบาล จำกัดรับ	รัฐบาลไม่ จำกัดรับ	เอกชน	มหาวิทยาลัย ในกำกับ	สถาบันต่าง ประเทศ	ราชภัฏ/ ราชชมงคล	สถาบัน ใดก็ได้	
กรุงเทพมหานคร	183 (53.5)	21 (6.1)	32 (9.4)	16 (4.7)	12 (3.5)	25 (7.3)	53 (15.5)	342 (100.0)
ปริมณฑล	47 (54.0)	3 (3.4)	4 (4.6)	4 (4.6)	1 (1.1)	13 (14.9)	15 (17.2)	20 (100.0)
ภาคกลาง	50 (36.5)	17 (12.4)	21 (15.3)	8 (5.8)	0 (0.0)	23 (16.8)	18 (13.1)	147 (100.0)
ภาคตะวันออก	85 (49.4)	24 (14.0)	12 (7.0)	4 (2.3)	2 (1.2)	8 (4.7)	37 (21.5)	172 (100.0)
ภาคตะวันตก	71 (51.1)	7 (5.0)	25 (18.0)	6 (4.3)	5 (3.6)	10 (7.2)	15 (10.8)	139 (100.0)
ภาคเหนือ	91 (65.0)	9 (6.4)	5 (3.6)	5 (3.6)	3 (2.1)	8 (5.7)	19 (13.6)	140 (100.0)
ตะวันออกเฉียงเหนือ	73 (54.9)	13 (9.8)	14 (10.5)	5 (3.8)	1 (0.8)	10 (7.5)	17 (12.8)	133 (100.0)
ภาคใต้	90 (69.2)	6 (4.6)	6 (4.6)	2 (1.5)	3 (2.3)	1 (0.8)	22 (16.9)	130 (100.0)
รวม	690 (53.9)	100 (7.8)	119 (9.3)	50 (3.9)	27 (2.1)	98 (7.7)	196 (15.3)	1,280 (100.0)

จากตารางที่ 12 พบว่า นักเรียนทุกภูมิภาคเลือกมหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทจำกัดรับเป็นอันดับแรก โดยนักเรียนที่มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพมหานคร เขตปริมณฑล ภาคตะวันออก ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้เลือกสถาบันใดก็ได้ที่มีหลักสูตรตรงกับความต้องการ ขณะที่ภาคกลางเลือกสถาบันราชภัฏ/ราชชมงคล และภาคตะวันตกเลือกมหาวิทยาลัยเอกชนเป็นอันดับ 2 โดยนักเรียนที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เลือกมหาวิทยาลัยเอกชน ภาคตะวันออก ภาคเหนือ ภาคใต้ เลือกมหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทไม่จำกัดรับ และเขตปริมณฑลกับภาคตะวันตกเลือกสถาบันราชภัฏ/ราชชมงคลเป็นอันดับที่ 3 และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ที่มาค่าเล่าเรียนที่ต่างกันมีการเลือกสถาบันการศึกษาต่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 13 ความสัมพันธ์ระหว่างเวลาที่วางแผนเลือกสถาบันกับเพศ

เพศ	ช่วงเวลาที่ยังแผนเลือกสถาบัน				
	ม.4 / ปวช.1 / ปวส.1	ภาคการศึกษาสุด ท้ายของชั้นสูงสุด ของโรงเรียน	ช่วงการสอบ Entrance	ตั้งแต่ ประถมศึกษา	รวม
ชาย	302 (66.8)	88 (19.5)	55 (12.2)	7 (1.5)	452 (100.0)
หญิง	588 (71.0)	159 (19.2)	73 (8.8)	8 (1.0)	828 (100.0)
รวม	890 (69.5)	247 (19.3)	128 (10.0)	15 (1.2)	1280 (100.0)

จากตารางที่ 13 พบว่า นักเรียนชายและนักเรียนหญิงวางแผนการศึกษาในขณะที่เรียนอยู่ชั้น ม.4/ปวช.1/ปวส.1 มากเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ เลือกขณะที่เรียนอยู่ภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน และเลือกในช่วงที่มีการสอบ Entrance เป็นอันดับ 3 ตามลำดับ และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศต่างกันมีการวางแผนเพื่อศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 14 ความสัมพันธ์ระหว่างเวลาที่วางแผนเลือกสถาบันกับสาขาวิชาที่ศึกษาอยู่

สาขาวิชาที่ศึกษา	ช่วงเวลาที่ยังแผนเลือกสถาบัน				
	ม.4 / ปวช.1 / ปวส.1	ภาคการศึกษาสุด ท้ายของชั้นสูงสุด ของโรงเรียน	ช่วงการสอบ Entrance	ตั้งแต่ ประถมศึกษา	รวม
วิทยาศาสตร์	357 (73.9)	73 (15.1)	49 (10.1)	4 (0.8)	483 (100.0)
ศิลปศาสตร์	255 (76.3)	44 (13.2)	32 (9.6)	3 (0.9)	334 (100.0)
พาณิชยกรรม	209 (59.7)	109 (31.1)	25 (7.1)	7 (2.0)	350 (100.0)
วิศวกรรม/ช่าง	46 (63.0)	12 (16.4)	15 (20.5)	0 (0.0)	73 (100.0)
คอมพิวเตอร์	13 (59.1)	4 (18.2)	5 (22.7)	0 (0.0)	22 (100.0)
ศิลปกรรม	10 (55.6)	5 (27.8)	7 (11.1)	1 (5.6)	18 (100.0)
รวม	890 (69.5)	247 (19.3)	128 (10.0)	15 (1.2)	1280 (100.0)

จากตารางที่ 14 พบว่า นักเรียนทุกสาขาวิชา มีการวางแผนเลือกสถาบันการศึกษาต่อ ขณะที่ยังเรียนอยู่ ม.4/ปวช.1/ปวส.1 มากที่สุด ส่วนสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ ศิลปศาสตร์ พาณิชยกรรม และศิลปกรรมที่วางแผนการศึกษาขณะที่ยังเรียนอยู่ภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน แต่สาขาวิชาวิศวกรรม/ช่าง และสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ วางแผนการศึกษาช่วงการสอบ Entrance เป็นอันดับรองลงมา ในขณะที่สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ ศิลปศาสตร์ พาณิชยกรรม และศิลปกรรม วางแผนการศึกษาช่วงการสอบ Entrance แต่สาขาวิชาวิศวกรรม/ช่าง และคอมพิวเตอร์ วางแผนการศึกษาต่อเมื่ออยู่ภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน เป็นอันดับ 3 และจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักเรียนที่เรียนสาขาวิชาต่างกันมีการวางแผนการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 15 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาที่วางแผนการเลือกสถาบันกับอาชีพผู้ปกครอง

อาชีพผู้ปกครอง	ช่วงเวลาการวางแผนการเลือกสถาบัน				รวม
	ม.4 / ปวช.1 / ปวส.1	ภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน	ช่วงการสอบ Entrance	ตั้งแต่ ประถมศึกษา	
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	250 (71.2)	66 (18.8)	31 (8.8)	4 (1.1)	483 (100.0)
พนักงานองค์กรเอกชน	58 (63.7)	25 (27.5)	7 (7.7)	1 (1.1)	334 (100.0)
เกษตรกรรม/ปศุสัตว์	180 (68.4)	54 (20.5)	28 (10.6)	1 (0.4)	350 (100.0)
พาณิชยกรรม/อุตสาหกรรม	313 (71.3)	67 (15.3)	53 (12.1)	6 (1.4)	73 (100.0)
เจ้าของกิจการ/กิจการส่วนตัว	89 (65.4)	35 (25.7)	9 (6.6)	3 (2.2)	22 (100.0)
รวม	890 (69.5)	247 (19.3)	128 (10.0)	15 (1.2)	1280 (100.0)

จากตารางที่ 15 wuii อาชีพผู้ปกครองของนักเรียนทุกอาชีพ มีการวางแผนการศึกษาต่อขณะเรียนอยู่ ม.4 / ปวช.1 / ปวส. 1 เป็นอันดับ 1 และทุกอาชีพวางแผนเมื่ออยู่ภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน เป็นอันดับ 2 เช่นเดียวกันที่ทุกอาชีพวางแผนในช่วงการสอบ Entrance เป็นอันดับ 3 และจากการทดสอบสมมติฐาน wuii นักเรียนที่อาชีพผู้ปกครองต่างกันมีการวางแผนการศึกษาไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 16 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาที่วางแผนเลือกสถาบันกับรายได้ของครอบครัว

รายได้	ช่วงเวลาที่วางแผนเลือกสถาบัน				รวม
	ม.4/ปวช.1/ ปวส.1	ภาคการศึกษาสุดท้าย ของชั้นสูงสุดของ โรงเรียน	ช่วงการสอบ Entrance	ตั้งแต่ ประถมศึกษา	
10,000 บาทและน้อยกว่า	328 (64.4)	127 (25.0)	52 (10.2)	2 (0.4)	509 (100.0)
10,001-20,000	243 (71.9)	53 (15.7)	36 (10.7)	6 (1.8)	338 (100.0)
20,001-30,000	153 (69.9)	40 (18.3)	21 (9.6)	5 (2.3)	219 (100.0)
30,000 บาทและมากกว่า	166 (77.6)	27 (12.6)	19 (8.9)	2 (0.9)	214 (100.0)
<b>รวม</b>	<b>890</b> <b>(69.5)</b>	<b>247</b> <b>(19.3)</b>	<b>128</b> <b>(10.0)</b>	<b>15</b> <b>(1.2)</b>	<b>1280</b> <b>(100.0)</b>

จากตารางที่ 16 พบว่า นักเรียนที่รายได้ของครอบครัวทุกกลุ่ม มีการวางแผนการศึกษาต่อ ขณะเรียนอยู่ ม.4/ปวช.1/ปวส.1 เป็นอันดับ 1 และทุกกลุ่มรายได้วางแผนเมื่ออยู่ภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน เป็นอันดับ 2 รวมทั้งทุกกลุ่มรายได้วางแผนในช่วงการสอบ Entrance เป็นอันดับ 3 และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักเรียนที่รายได้ครอบครัวต่างกันมีการวางแผนการศึกษาไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 17 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาที่วางแผนเลือกสถาบันกับที่มาค่าเล่าเรียน

ที่มาค่าเล่าเรียน	ช่วงเวลาที่วางแผนเลือกสถาบัน				รวม
	ม.4/ปวช.1/ ปวส.1	ภาคการศึกษาสุดท้าย ของชั้นสูงสุดของ โรงเรียน	ช่วงการสอบ Entrance	ตั้งแต่ ประถมศึกษา	
รายได้ผู้ปกครอง	769 (70.4)	193 (17.7)	118 (10.8)	13 (1.2)	1093 (100.0)
รายได้ตนเอง	8 (40.0)	11 (55.0)	1 (5.0)	0 (0.0)	20 (100.0)
ทุนกู้ยืมรัฐบาล	95 (64.6)	41 (27.9)	9 (6.1)	2 (1.4)	147 (100.0)
ทุนของสถาบัน	18 (90.0)	2 (10.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	20 (100.0)
<b>รวม</b>	<b>890</b> <b>(69.5)</b>	<b>247</b> <b>(19.3)</b>	<b>128</b> <b>(10.0)</b>	<b>15</b> <b>(1.2)</b>	<b>1280</b> <b>(100.0)</b>



จากตารางที่ 17 wuii นักเรียนที่มีค่าเล่าเรียนจากรายได้ผู้ปกครอง จากทุนกู้ยืมรัฐบาล และจากทุนของสถาบันมีการวางแผนการศึกษาในขณะที่เรียนอยู่ ม.4/ปวช.1/ปวส.1 ยกเว้นผู้ที่มีค่าเล่าเรียนจากรายได้ตนเองที่วางแผนการศึกษาในภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียนเป็นอันดับ 1 โดยที่ผู้ที่มีค่าเล่าเรียนจากรายได้ผู้ปกครอง จากทุนกู้ยืมรัฐบาล และจากทุนของสถาบัน มีการวางแผนการศึกษาต่อในภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียนเป็นอันดับ 2 ยกเว้นผู้ที่มีที่มามีค่าเล่าเรียนจากรายได้ตนเองที่วางแผนขณะเรียนอยู่ ม.4 / ปวช.1 /ปวส.1 และจากการทดสอบสมมติฐาน wuii นักเรียนที่มีที่มามีค่าเล่าเรียนต่างกันมีการวางแผนการศึกษาไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 18 ความสัมพันธ์ระหว่างช่วงเวลาี่วางแผนเลือกสถาบันกับภูมิลำเนาเดิม

ภูมิลำเนา	ช่วงเวลาี่วางแผนเลือกสถาบัน				
	ม.4 / ปวช.1 / ปวส.1	ภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน	ช่วงการสอบ Entrance	ตั้งแต่ ประถมศึกษา	รวม
กรุงเทพมหานคร	233 (68.1)	67 (19.6)	37 (10.8)	5 (1.5)	342 (100.0)
ปริมณฑล	62 (71.3)	17 (19.5)	6 (6.9)	2 (2.3)	87 (100.0)
ภาคกลาง	82 (59.9)	36 (26.3)	19 (13.9)	0 (0.0)	137 (100.0)
ภาคตะวันออก	110 (64.0)	45 (26.2)	12 (7.0)	5 (2.9)	172 (100.0)
ภาคตะวันตก	95 (68.3)	27 (19.4)	17 (12.2)	0 (๐.0)	139 (10๐.0)
ภาคเหนือ	110 (78.6)	21 (15.7)	7 (5.0)	1 (0.7)	140 (100.0)
ตะวันออกเฉียงเหนือ	94 (70.7)	20 (15.0)	17 (12.8)	2 (1.5)	133 (100.0)
ภาคใต้	104 (80.0)	13 (10.0)	13 (10.0)	0 (0.0)	130 (100.0)
รวม	890 (69.๖)	247 (19.3)	128 (10.0)	15 (1.2)	1280 (100.0)

จากตารางที่ 18 wuii นักเรียนทุกภูมิลำเนาเดิมมีการวางแผนการศึกษาต่อขณะอยู่ชั้น ม.4 / ปวช.1/ ปวส.1 เป็นอันดับ 1 โดยวางแผนการศึกษาต่อขณะอยู่เทอมสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน เป็นอันดับ 2 และวางแผนการศึกษาต่อในช่วงการสอบ Entrance และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักเรียนที่ภูมิลำเนาเดิมต่างกันมีการวางแผนการศึกษาไม่แตกต่างกัน

1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาที่เลือกศึกษาต่อของนักเรียน ปรากฏในตารางที่ 19-25 ดังนี้

ตารางที่ 19 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาที่เลือกศึกษาต่อระหว่างนักเรียนชายและหญิง

เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t
ชาย	3.82	.54	-3.843***
หญิง	3.94	.57	
รวม	3.90	.56	

\*\*\* P < 0.001

จากตารางที่ 19 พบว่า ค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาที่เลือกศึกษาต่อโดยรวมของนักเรียนอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ ) โดยค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารของนักเรียนชายและหญิงต่างก็อยู่ระดับมากเช่นกัน แต่นักเรียนหญิงมีค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารสูงกว่านักเรียนชาย

สำหรับผลการทดสอบทางสถิติพบว่า นักเรียนชายและหญิงมีค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันที่เลือกศึกษาต่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001

ตารางที่ 20 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาที่เลือกศึกษาต่อระหว่างนักเรียนที่เรียนในสายวิชาต่างกัน

สาขาวิชาที่เรียน	$\bar{X}$	S.D.	F
วิทยาศาสตร์	3.92	0.59	1.241
ศิลปศาสตร์	3.88	0.57	
พาณิชยกรรม	3.91	0.53	
วิศวกรรม/ช่าง	3.78	0.48	
คอมพิวเตอร์	3.78	0.45	
ศิลปกรรม	3.78	0.54	
รวม	3.90	0.56	

จากตารางที่ 20 พบว่า ค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาที่เลือกศึกษาต่อของนักเรียนแยกตามสาขาวิชาที่เรียนทุกสาขาวิชา สูงสุดอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ รองลงมาคือ สาขาวิชาพาณิชยกรรม และศิลปศาสตร์ ตามลำดับ

สำหรับผลการทดสอบทางสถิติ **wuui** นักเรียนที่เรียนในสาขาวิชาต่างกัน มีค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันที่เลือกศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 21 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันที่เลือกศึกษาต่อระหว่างนักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพต่างกัน

อาชีพผู้ปกครอง	$\bar{X}$	S.D.	F
ข้าราชการ	3.91	0.53	
พนักงาน/เจ้าหน้าที่องค์กรเอกชน	3.82	0.46	
เกษตรกรกรม/ปศุสัตว์	3.95	0.60	1.942
พาณิชย์กรรม/อุตสาหกรรมครัวเรือน	3.85	0.58	
เจ้าของกิจการหรือกิจการส่วนตัว	3.93	0.54	
รวม	3.90	0.56	

จากตารางที่ 21 พบว่า ค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันที่เลือกศึกษาต่อของนักเรียนที่อาชีพของผู้ปกครองแตกต่างกัน โดยทุกอาชีพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาแยกตามอาชีพ พบว่า นักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพเกษตรกรกรม/ปศุสัตว์ มีค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารสูงสุด ( $\bar{X} = 3.95$ ) รองลงมา คือ อาชีพเจ้าของกิจการ ( $\bar{X} = 3.93$ ) และข้าราชการ ( $\bar{X} = 3.91$ ) ตามลำดับ ผลการทดสอบทางสถิติ **wuui** นักเรียนที่ผู้ปกครองมีอาชีพต่างกัน มีค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันที่เลือกศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 22 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันที่เลือกศึกษาต่อระหว่างนักเรียนที่มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่างกัน

รายได้ของครอบครัว	$\bar{X}$	S.D.	F
< 10,000	3.93	0.57	
10,001-20,000	3.91	0.55	1.747
20,001-30,000	3.86	0.56	
30,000 >	3.84	0.55	
รวม	3.90	0.56	

จากตารางที่ 22 พบว่า ค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันที่เลือกศึกษาต่อของนักเรียนที่มีรายได้ของครอบครัวแตกต่างกัน โดยทุกกลุ่มรายได้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่มรายได้ พบว่า นักเรียนที่มีรายได้ของครอบครัว น้อยกว่า 10,000 บาท

มีค่าเฉลี่ยความต้องการสูงสุด ( $\bar{X} = 3.93$ ) รองลงมาคือ รายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท ( $\bar{X} = 3.91$ ) และรายได้ 20,001-30,000 บาท ( $\bar{X} = 3.86$ ) ตามลำดับ

สำหรับผลการทดสอบทางสถิติ **wuii** นักเรียนที่มีรายได้ของครอบครัวต่างกัน มีค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับสถาบันที่เลือกศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 22 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันที่เลือกศึกษาต่อระหว่างนักเรียนที่มีที่มาของค่าเล่าเรียนต่างกัน

ที่มาของค่าเล่าเรียน	$\bar{X}$	S.D.	F
รายได้ผู้ปกครอง	3.89	.56	2.025
รายได้ตนเอง	3.72	.51	
ทุนกู้ยืมรัฐบาล	3.99	.57	
ทุนของสถาบัน	3.91	.69	
รวม	3.90	.56	

จากตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาที่เลือกศึกษาต่อของนักเรียนที่มีที่มาของค่าเล่าเรียนต่างกัน **wuii** นักเรียนที่มีแหล่งที่มาของค่าเล่าเรียนจากทุนกู้ยืมรัฐบาล มีค่าเฉลี่ยความต้องการสูงสุด ( $\bar{X} = 3.99$ ) รองลงมา คือ แหล่งทุนของสถาบัน ( $\bar{X} = 3.91$ ) และแหล่งทุนจากรายได้ผู้ปกครอง ( $\bar{X} = 3.89$ ) ตามลำดับ

สำหรับผลการทดสอบทางสถิติ **wuii** นักเรียนที่มีที่มาของแหล่งทุนต่างกัน มีค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันที่ศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 24 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันที่เลือกศึกษาต่อระหว่างนักเรียนที่ภูมิลำเนาเดิมต่างกัน

ภูมิลำเนาเดิม	$\bar{X}$	S.D.	F
กรุงเทพมหานคร	3.79	.55	4.861
ปริมณฑล	3.87	.56	
ภาคกลาง	3.85	.47	
ภาคตะวันออก	3.88	.56	
ภาคตะวันตก	3.86	.54	
ภาคเหนือ	4.01	.54	
ตะวันออกเฉียงเหนือ	4.05	.60	
ภาคใต้	4.00	.59	
รวม	3.90	.56	

จากตารางที่ 24 พบว่า ค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาที่เลือกศึกษาต่อของนักเรียนที่ภูมิภาคต่างกัน พบว่า นักเรียนที่อาศัยอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีค่าเฉลี่ยความต้องการสูงสุด ( $\bar{X} = 4.05$ ) รองลงมาคือ ภาคเหนือ ( $\bar{X} = 4.01$ ) และภาคใต้ ( $\bar{X} = 4.00$ ) ตามลำดับ

สำหรับผลการทดสอบทางสถิติ พบว่า นักเรียนที่มีที่มาของแหล่งทุนต่างกัน มีค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันที่ศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 25 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างภูมิภาคด้วย Scheffe' Test

	ปริมณฑล	ภาคกลาง	ตะวันออกเฉียง	ตะวันตก	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	ใต้
กรุงเทพฯ	7.43	5.68	8.37	7.05	.20	.26*	.21
ปริมณฑล	-	1.74	9.42	3.74	.13	.18	.13
ภาคกลาง	-	-	2.68	1.36	.15	.20	.15
ภาคตะวันออกเฉียง	-	-	-	1.31	.12	.17	.12
ภาคตะวันตก	-	-	-	-	.13	.19	.13
ภาคเหนือ	-	-	-	-	-	5.14	8.73
ตะวันออกเฉียงเหนือ	-	-	-	-	-	-	5.23

\*  $P < 0.05$

จากตารางที่ 25 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วย Scheffe' Test พบว่า นักเรียนที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ที่กรุงเทพมหานครมีความต้องการข้อมูลแตกต่างจากนักเรียนที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนืออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### 1.3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกสถาบันเพื่อศึกษาต่อของนักเรียน ปรากฏในตารางที่ 26-32 ดังนี้

ตารางที่ 26 จำนวนและร้อยละของประเภทมหาวิทยาลัยหรือสถาบันที่นักเรียนต้องการสมัครเข้า  
ศึกษาต่อ

ประเภทของสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยจำกัดรับ	690	53.9
มหาวิทยาลัยไม่จำกัดรับ	100	7.8
มหาวิทยาลัยเอกชน	119	9.3
มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ	50	3.9
สถาบันการศึกษาต่างประเทศ	27	2.1
สถาบันราชภัฏ/ราชมนycl	98	7.7
สถาบันใดก็ได้ที่มีวิชาที่ต้องการเรียน	196	15.3
รวม	1,280	100.0

จากตารางที่ 26 พบว่า สถาบันอุดมศึกษาที่นักเรียนต้องการสมัครเข้าศึกษาต่อมากที่สุด  
คือมหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทจำกัดรับ รองลงมาคือสถาบันใดก็ได้ที่มีวิชาที่ต้องการเรียน และ  
มหาวิทยาลัยเอกชน ตามลำดับ

ตารางที่ 27 จำนวนและร้อยละของสถาบันอุดมศึกษาจำกัดรับที่นักเรียนต้องการสมัครเข้าศึกษาต่อ

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	330	25.8
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	194	15.2
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	110	8.6
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	96	7.5
มหาวิทยาลัยขอนแก่น	51	4.0
อื่นๆ (ตอบกระจายและไม่ตอบ)	499	38.9
รวม	1,280	100.0

จากตารางที่ 27 พบว่า จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาลที่  
นักเรียนต้องการสมัครเข้าศึกษาต่อมากที่สุด รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และ  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ตามลำดับ

ตารางที่ 28 จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่นักเรียนต้องการสมัครเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษา  
ของรัฐบาล

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียง	427	33.4
สังคมยอมรับ	253	19.7
ค่าเล่าเรียนถูก	119	9.3
มีโอกาสเข้าศึกษาได้ง่าย	99	7.7
มีบรรยากาศน่าเรียน	117	9.1
มีทุนการศึกษามาก	12	0.9
เรียนจบง่าย	16	1.3
อยู่ใกล้บ้าน	83	6.5
มีพี่น้อง/ญาติเรียนอยู่	28	2.2
อื่นๆ - เปิดสอนในสาขาที่ต้องการ	11	0.9
- ความไม่ฝัน	8	0.6
- ไม่ตอบ	107	8.4
<b>รวม</b>	<b>1,280</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 28 พบว่า นักเรียนต้องการสมัครเข้าสมัครศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐเพราะเป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงมากที่สุด รองลงมาคือ เป็นที่ยอมรับของสังคม และค่าเล่าเรียนถูก ตามลำดับ

ตารางที่ 29 จำนวนและร้อยละของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่นักเรียนต้องการเข้าสมัครศึกษาต่อ

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	369	28.8
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	161	12.6
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	134	10.5
มหาวิทยาลัยรังสิต	92	7.2
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	63	4.9
อื่นๆ (ตอบกระจาย และไม่ตอบ)	461	36.0
<b>รวม</b>	<b>1,280</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 29 พบว่า มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่นักเรียนต้องการเข้าศึกษาต่อมากที่สุด รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ตามลำดับ

ตารางที่ 30 จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่นักเรียนต้องการเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียง	414	32.3
สังคมยอมรับ	154	12.0
ค่าเล่าเรียนถูก	25	2.0
มีโอกาสเข้าศึกษาได้ง่าย	221	17.3
มีบรรยากาศน่าเรียน	134	10.5
มีทุนการศึกษามาก	20	1.6
เรียนจบง่าย	34	2.7
อยู่ใกล้บ้าน	59	4.6
มีพี่น้อง/ญาติเรียนอยู่	30	2.3
อื่นๆ - เปิดสอนในสาขาที่ต้องการ	12	0.9
- ความใฝ่ฝัน	4	0.3
- ไม่ตอบ	173	13.5
รวม	1,280	100.0

จากตารางที่ 30 พบว่า นักเรียนต้องการสมัครเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน เพราะเป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงมากที่สุด รองลงมาคือ มีโอกาสเข้าศึกษาได้ง่ายและสังคมยอมรับ ตามลำดับ

ตารางที่ 31 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่นักเรียนวางแผนการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา

ช่วงระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
ม.4 / ปวช.1 / ปวส.1	890	69.5
ภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน	247	19.3
ช่วงสอบ Entrance / ช่วงรับสมัครของสถาบันต่างๆ	100	7.8
ตั้งแต่ประถมศึกษา	15	1.2
ไม่ตอบ	28	2.2
รวม	1,280	100.0



จากตารางที่ 31 wuii นักเรียนวางแผนการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในช่วงเวลาที่ศึกษา  
 อยู่ ในระดับ ม.4 / ปวช.1 / ปวส.1 มากที่สุด รองลงมาคือ ช่วงเวลาที่อยู่ในภาคการศึกษาสุดท้ายของ  
 ชั้นสูงสุดของโรงเรียน ๓๓๓ ช่วงสอบ Entrance ตามลำดับ

ตารางที่ 32 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีส่วนช่วยนักเรียนในการตัดสินใจเลือกสถาบันอุดม  
 ศึกษาเพื่อศึกษาต่อ

บุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจ	มาก	ค่อนข้าง มาก	ปานกลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย
ตนเอง	849 (66.3)	307 (24.0)	100 (7.8)	7 (0.5)	17 (1.3)
บิดามารดา/ผู้ปกครอง	374 (29.2)	535 (41.8)	325 (25.4)	35 (2.7)	11 (0.9)
ญาติพี่น้อง	79 (6.2)	261 (20.4)	603 (47.1)	211 (16.5)	126 (9.8)
เพื่อน/รุ่นพี่	114 (8.9)	429 (20.4)	494 (38.6)	166 (13.0)	77 (6.0)
อาจารย์แนะแนว	217 (17.0)	452 (35.3)	441 (34.5)	115 (9.0)	55 (4.3)
รวม	1,633	1,984	1,693	534	286

จากตารางที่ 32 พบว่า บุคคลที่มีส่วนช่วยนักเรียนในการตัดสินใจเลือกสถาบันอุดมศึกษา  
 เพื่อศึกษาต่อ มากที่สุด คือ ตัวนักเรียนหรือตัดสินใจด้วยตนเอง รองลงมาคือ บิดามารดา/ผู้ปกครอง  
 และอาจารย์แนะแนว ตามลำดับ

#### 1.4 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการและการสื่อสารของสถาบันอุดมศึกษา ปรากฏในตารางที่ 33 ดังนี้

ตารางที่ 33 จำนวนและร้อยละระดับความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการและการสื่อสารของสถาบันการศึกษาของรัฐและเอกชน

ความคิดเห็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ทบวงมหาวิทยาลัยควรมีการทบทวนระบบการทดสอบ Entrance	4.30	0.80	มาก
มหาวิทยาลัยของรัฐบาลควรทำประชาสัมพันธ์มากกว่านี้	4.38	0.75	มาก
คนส่วนใหญ่เลือกมหาวิทยาลัยของรัฐเพราะค่านิยมแบบเดิมๆ	3.93	1.00	มาก
การสอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐส่วนใหญ่เป็นเรื่องยุ่งยาก	3.81	1.00	มาก
การเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยรัฐบาลหรือเอกชนมีคุณภาพไม่แตกต่างกัน	3.65	1.09	มาก
การสอบเข้ามหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่ง่ายและไม่ได้มาตรฐาน	3.21	1.05	ปานกลาง
มหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่เน้นปริมาณนักศึกษามากกว่าเน้นคุณภาพ	3.34	1.12	ปานกลาง
มหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่มีการทำประชาสัมพันธ์เกินความเป็นจริง	3.41	1.03	ปานกลาง
บัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่หางานทำยากกว่าบัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยรัฐในสาขาเดียวกัน	3.44	1.14	ปานกลาง
มหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่มีความพร้อมด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน	4.19	0.88	มาก
รวม	3.76	0.51	มาก

จากตารางที่ 33 พบว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักเรียนเกี่ยวกับการจัดการและการสื่อสารของสถาบันอุดมศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.76$ ) เมื่อพิจารณาแยกรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากคือ มหาวิทยาลัยของรัฐบาลควรทำประชาสัมพันธ์มากกว่านี้ ( $\bar{X} = 4.38$ ) รองลงมาคือ ทบวงมหาวิทยาลัยควรมีการทบทวนระบบการทดสอบ Entrance ( $\bar{X} = 4.30$ ) มหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่มีความพร้อมด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน ( $\bar{X} = 4.19$ ) ตามลำดับ

## 1.5 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักเรียนเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารและการเลือกสถาบัน

### (1) ปัญหาและอุปสรรคด้านการสื่อสารเกี่ยวกับศึกษา

นักเรียนส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการรองรับคือ การประชาสัมพันธ์ของสถาบันต่างๆ โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยของรัฐบาลยังไม่ดีพอ ข้อมูลรายละเอียดไม่ครอบคลุมครบถ้วนทำให้เกิดความไม่ชัดเจน นอกจากนี้ยังมีความล่าช้า ไม่ทั่วถึง โดยเฉพาะข้อมูลที่ต้องการทราบเกี่ยวกับการศึกษา อาทิ สถานที่ตั้ง ระบบการเรียนการสอนในแต่ละคณะ/สาขาวิชา ค่าใช้จ่าย การประกอบอาชีพ จึงเสนอแนะให้มีการแนะนำข้อมูลทางการศึกษาให้มากขึ้น

นอกจากนี้ โรงเรียนยังขาดอุปกรณ์การเรียนการสอนและสื่อที่ทันสมัย เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ โทรทัศน์ สื่อมัลติมีเดีย และสิ่งอำนวยความสะดวกในการสื่อสารซึ่งทำให้นักเรียนเข้าถึงข้อมูลที่ทันสมัยได้ยาก ที่สำคัญคือการออกแบบข้อมูลข่าวสารที่ทำให้เข้าใจยาก โดยเฉพาะเรื่องระเบียบการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษา

นักเรียนบางกลุ่มระบุว่าไม่ได้รับการแนะนำที่ดีจากอาจารย์แนะแนวที่โรงเรียน อาจารย์ไม่พร้อมที่จะเป็นที่ปรึกษา ไม่มีสิ่งจูงใจ และการเผยแพร่ข่าวสารในโรงเรียนไม่เต็มที่ สิ่งที่โรงเรียนควรปรับปรุงคือระบบการแนะนำและการให้คำปรึกษาที่มีประสิทธิภาพ

### (2) ปัญหาและอุปสรรคด้านการเลือกสถาบันศึกษา

นักเรียนส่วนใหญ่เห็นว่ามหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง มีคุณภาพ เครื่องมืออุปกรณ์สำหรับการเรียนการสอนที่เพียงพอกับความต้องการและเป็นที่ยอมรับของสังคม จบแล้วมีงานทำ สภาพแวดล้อมดี มักอยู่ในตัวเมืองหรือกรุงเทพมหานคร และมีอัตราค่าหน่วยกิตสูง ที่สำคัญคนที่อยู่ต่างจังหวัดจะต้องค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมด้านที่พักอีกด้วย โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง

ความไม่เข้าใจหลักเกณฑ์การคัดเลือกเพื่อเข้าศึกษาต่อ ทำให้เสียโอกาสในบางครั้ง รวมทั้งไม่มีประสบการณ์ ขาดการวางแผนในอนาคตของตนเอง ไม่รู้จะเลือกอย่างไร สับสนในความรู้ความสามารถของตนเอง ไม่มั่นใจและกลัวสอบเข้าไม่ได้ ทั้งยังมีอุปสรรคมากในการสมัครสอบคัดเลือกในสถาบันต่างๆ รวมไปถึงความต้องการของตนเองและผู้ปกครองที่ไม่ตรงกัน

นักเรียนส่วนใหญ่ขาดทุนการศึกษาทำให้มีปัญหาในการเลือกสถาบัน เพราะอยากเรียนที่ดีๆ แต่ไม่มีทุนทรัพย์เพียงพอ จึงต้องเลือกสถาบันที่มีค่าเล่าเรียนถูกซึ่งไม่มีคณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ อุปกรณ์การสอนไม่ทันสมัยพอ ทำให้เกิดความไม่มั่นใจในอนาคต

## ตอนที่ 2

### ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษา ของผู้ปกครอง

#### 2.1 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้ปกครอง ปรากฏตามตาราง 34-53

ตารางที่ 34 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการเปิดรับข่าวสารกับกลุ่มอายุ

อายุ	สื่อ								
	โทรทัศน์	วิทยุ	อินเทอร์เน็ต	นิทรรศการ	หนังสือพิมพ์	แผ่นพับ	บุคคล	ป้ายโฆษณา	รวม
30ปีและต่ำกว่า	18 (51.4)	2 (5.7)	1 (2.9)	1 (2.9)	5 (14.3)	1 (2.9)	5 (14.3)	2 (5.7)	35 (100.0)
31-40ปี	75 (63.6)	2 (1.7)	4 (3.4)	2 (1.7)	13 (11.0)	2 (1.7)	16 (13.6)	4 (3.4)	118 (100.0)
41-50ปี	176 (64.0)	11 (4.0)	4 (1.5)	7 (2.5)	45 (16.4)	3 (1.1)	26 (9.5)	3 (1.1)	275 (100.0)
มากกว่า 50ปี	50 (59.5)	3 (3.6)	1 (1.2)	1 (1.2)	18 (21.4)	0 (0.0)	10 (11.9)	1 (1.2)	84 (100.0)
รวม	319 (62.3)	18 (3.5)	10 (2.0)	11 (2.1)	81 (15.8)	6 (1.2)	57 (11.1)	10 (2.0)	512 (100.0)

จากตารางที่ 34 พบว่า สื่อที่ผู้ปกครองทุกกลุ่มอายุเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือโทรทัศน์ เมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่มอายุพบว่า ผู้ปกครองอายุ 41ปีขึ้นไปเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์เป็นอันดับ 2 ในขณะที่ผู้ปกครองอายุ 31-40 ปี และ 30 ปีและต่ำกว่า เปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลเป็นอันดับ 2 โดยที่ผู้ปกครองอายุ 41-50 ปี และมากกว่า 50 ปี เปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลเป็นอันดับ 3 ส่วนผู้ปกครองอายุ 31-40 ปี และ 30 ปีและต่ำกว่า เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เป็นอันดับ 3 และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุผู้ปกครองที่ต่างกันมีลักษณะการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 35 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการเปิดรับข่าวสารกับวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา	สื่อ								รวม
	โทรทัศน์	วิทยุ	อินเทอร์เน็ต	นิตยสาร	หนังสือพิมพ์	แผ่นพับ	บุคคล	ป้ายโฆษณา	
ประถมศึกษา	113 (64.9)	9 (5.2)	1 (0.6)	2 (1.1)	14 (8.0)	2 (1.1)	28 (16.1)	5 (2.9)	35 (100.0)
มัธยมศึกษา	87 (72.5)	6 (5.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	15 (12.5)	0 (0.0)	11 (9.2)	1 (0.8)	118 (100.0)
อาชีวศึกษา	33 (64.7)	0 (0.0)	1 (2.0)	0 (0.0)	9 (17.6)	1 (2.0)	4 (7.8)	3 (5.9)	275 (100.0)
ปริญญาตรี	74 (51.0)	3 (2.1)	6 (4.1)	8 (5.5)	37 (25.5)	3 (2.1)	13 (9.0)	1 (0.7)	145 (100.0)
ปริญญาโทขึ้นไป	12 (54.5)	0 (0.0)	2 (9.1)	1 (4.5)	6 (27.3)	0 (0.0)	1 (4.5)	0 (0.0)	84 (100.0)
รวม	319 (62.3)	18 (3.5)	10 (2.0)	11 (2.1)	81 (15.8)	6 (1.2)	57 (11.1)	10 (2.0)	512 (100.0)

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาในทุกระดับมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารโทรทัศน์มากที่สุด เมื่อพิจารณาแยกตามวุฒิการศึกษาพบว่า ผู้ปกครองที่มีการศึกษาปริญญาตรี เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์รองจากโทรทัศน์ แต่วุฒิประถมศึกษาเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลเป็นอันดับ 2 ในขณะที่วุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรีเปิดรับข่าวสารจากบุคคลเป็นอันดับ 3 ในขณะที่ระดับมัธยมศึกษาเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์เป็นอันดับ 3 และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกันมีลักษณะการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 36 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการเปิดรับข่าวสารกับอาชีพ

อาชีพ	สื่อ							ข่าว โฆษณา	รวม
	โทรทัศน์	วิทยุ	อินเทอร์เน็ต	นิตรสาร	หนังสือพิมพ์	แผ่นพับ	บุคคล		
เกษตรกร	53 (75.7)	2 (2.9)	0 (0.0)	1 (1.4)	4 (5.7)	0 (0.0)	7 (10.0)	3 (4.3)	70 (100.0)
พาณิชย์กรรม	27 (62.8)	2 (4.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (11.6)	1 (2.3)	6 (14.0)	2 (4.7)	43 (100.0)
รับราชการ	89 (64.5)	2 (1.4)	3 (2.2)	4 (2.9)	32 (23.2)	2 (1.4)	5 (3.6)	1 (0.7)	138 (100.0)
พนักงานเอกชน	37 (48.1)	2 (2.6)	4 (5.2)	2 (2.6)	2 (2.6)	0 (0.0)	12 (15.6)	3 (3.9)	77 (100.0)
เจ้าของกิจการ	67 (55.8)	7 (5.8)	2 (1.7)	4 (3.3)	18 (15.0)	3 (2.5)	18 (15.0)	1 (0.8)	120 (100.0)
อาชีพอิสระ	26 (66.7)	2 (5.1)	1 (2.6)	0 (0.0)	4 (10.3)	0 (0.0)	6 (15.4)	0 (0.0)	39 (100.0)
ว่างงาน	20 (80.0)	1 (4.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (4.0)	0 (0.0)	3 (12.0)	0 (0.0)	25 (100.0)
<b>รวม</b>	<b>319 (62.3)</b>	<b>18 (3.5)</b>	<b>10 (2.0)</b>	<b>11 (2.1)</b>	<b>81 (15.8)</b>	<b>6 (1.2)</b>	<b>57 (11.1)</b>	<b>10 (2.0)</b>	<b>512 (100.0)</b>

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ปกครองทุกกลุ่มอาชีพเปิดรับสื่อทางโทรทัศน์สูงที่สุด แต่สื่อรองที่เปิดรับต่างกันเมื่อแยกพิจารณาตามอาชีพ wuii อาชีพรับราชการและเจ้าของกิจการ เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ แต่อาชีพเกษตรกรเปิดรับข่าวสารจากบุคคลเป็นอันดับ 2 ในขณะที่อาชีพเจ้าของกิจการและพนักงานเอกชนเปิดรับข่าวสารจากบุคคลเป็นอันดับ 3 และจากบททดสอบสมมติฐาน wuii ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 37 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการเปิดรับข่าวสารกับจำนวนบุตรของกลุ่มผู้ปกครอง

จำนวนบุตร	<i>do</i>								รวม
	โทรศัพท์	วิทยุ	อินเทอร์เน็ต	นิตยสาร	หนังสือ Gun'	แผ่นพับ	บุคคล	ป้าย โฆษณา	
1 คน	208 (66.2)	9 (2.9)	4 (1.3)	10 (3.2)	41 (13.1)	4 (1.3)	34 (10.8)	4 (1.3)	314 (100.0)
2 คน	87 (54.4)	8 (5.0)	5 (3.1)	1 (0.6)	31 (19.4)	1 (0.6)	21 (13.1)	6 (3.6)	160 (100.0)
3 คน	17 (54.8)	1 (3.2)	1 (3.2)	0 (0.0)	9 (29.0)	1 (3.2)	2 (6.5)	0 (0.0)	31 (100.0)
4 คนและมากกว่า	7 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (100.0)
รวม	319 (62.3)	18 (3.5)	10 (2.0)	11 (2.1)	81 (15.8)	6 (1.2)	57 (11.1)	10 (2.0)	512 (100.0)

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรทุกกลุ่ม มีลักษณะการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ และสื่อบุคคล ตามลำดับ และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตรต่างกัน มีลักษณะการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 38 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการเปิดรับข่าวสารกับภูมิภาค

ภูมิภาค	สื่อ								รวม
	โทรทัศน์	วิทยุ	อินเทอร์เน็ต	นิทรรศการ	หนังสือพิมพ์	แผ่นพับ	บุคคล	ป้ายโฆษณา	
กรุงเทพมหานคร	67 (51.9)	7 (5.4)	4 (3.1)	4 (3.1)	31 (24.0)	1 (0.8)	13 (10.1)	2 (1.6)	129 (100.0)
ปริมณฑล	27 (69.2)	1 (2.6)	0 (0.0)	1 (2.6)	4 (11.1)	1 (2.6)	3 (7.7)	0 (0.0)	39 (100.0)
กลาง	57 (58.8)	3 (3.1)	2 (2.1)	3 (3.1)	12 (12.4)	1 (1.0)	16 (16.5)	3 (3.1)	97 (100.0)
ตะวันออก	27 (75.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.8)	4 (11.1)	0 (0.0)	3 (8.3)	1 (2.8)	36 (100.0)
ตะวันตก	25 (37.5)	2 (5.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (8.8)	0 (0.0)	4 (11.8)	0 (0.0)	34 (100.0)
เหนือ	33 (55.9)	2 (3.4)	2 (3.4)	2 (3.4)	11 (18.6)	0 (0.0)	7 (11.9)	2 (3.4)	59 (100.0)
ตะวันออกเฉียงเหนือ	35 (66.0)	2 (3.8)	1 (1.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (7.5)	2 (3.8)	59 (100.0)
ใต้	48 (73.8)	1 (1.5)	1 (1.5)	0 (0.0)	5 (7.7)	3 (4.6)	7 (10.8)	0 (0.0)	65 (100.0)
รวม	319 (62.3)	18 (3.5)	10 (2.0)	11 (2.1)	81 (15.8)	6 (1.2)	57 (11.1)	10 (2.0)	512 (100.0)

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ปกครองที่มีภูมิลำเนาอยู่ในภูมิภาคต่างๆเปิดรับข่าวสารจาก สื่อโทรทัศน์มากที่สุด เมื่อแยกตามภูมิภาคพบว่าผู้ปกครองที่อาศัยใน กรุงเทพมหานคร ปริมณฑล ภาคเหนือ ภาคตะวันออก เปิดรับข่าวสารผ่านสื่อหนังสือพิมพ์รองลงมา ส่วนผู้ปกครองที่อาศัยในภาคกลางและภาคใต้เปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลเป็นสื่อรอง ผู้ที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล ตะวันออกเปิดรับสื่อบุคคลเป็นอันดับ 3 ในขณะที่ภาคภาคกลางและภาคใต้เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เป็นอันดับ 3 และจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ปกครองที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคต่างก็มีลักษณะการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตารางที่ 39 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเลือกประเภทสถาบันอุดมศึกษากับกลุ่มอายุ

อายุ	ประเภทสถาบัน							รวม
	มหาวิทยาลัย รัฐบาล จำกัดรับ	มหาวิทยาลัย รัฐบาล ไม่จำกัดรับ	มหาวิทยาลัย เอกชน	มหาวิทยาลัย ในกำกับของ รัฐบาล	สถาบันต่าง ประเทศ	สถาบันราชภัฏ /ราชมงคล	ที่ใดก็ได้	
30 ปีและต่ำกว่า	18 (1.4)	3 (8.6)	4 (11.4)	2 (5.7)	2 (0.0)	1 (2.9)	7 (20.0)	35 (100.0)
31-40 ปี	66 (55.9)	13 (11.0)	9 (7.6)	1 (0.8)	2 (1.7)	6 (5.1)	20 (16.9)	118 (100.0)
41-50 ปี	174 (63.3)	17 (6.2)	15 (5.5)	1 (0.4)	2 (0.7)	5 (2.2)	54 (19.6)	275 (100.0)
50 ปีและมากกว่า	58 (69.0)	9 (10.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.2)	2 (2.4)	14 (16.7)	84 (100.0)
รวม	316 (61.7)	42 (8.2)	28 (5.5)	4 (0.8)	5 (1.0)	15 (2.9)	95 (18.6)	512 (100.0)

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ปกครองที่มีทุกกลุ่มอายุ เลือกมหาวิทยาลัยของรัฐบาล ประเภทจำกัดรับมากที่สุด รองลงมาคือ สถาบันที่มีหลักสูตรเปิดสอนตรงกับความต้องการของบุตรหลาน และมหาวิทยาลัยของรัฐบาลประเภทไม่จำกัดรับ ตามลำดับ เมื่อพิจารณาอายุของผู้ปกครองพบว่า ผู้ปกครองอายุ 30 ปีและต่ำกว่า และอายุ 41-50 ปี เลือกสถาบันที่มีหลักสูตรตรงกับความต้องการของบุตรหลาน เป็นอันดับ 2 ส่วนอายุ 30 ปีและต่ำกว่า เลือกสถาบันการศึกษาของเอกชนเป็นอันดับ 3 ในขณะที่อายุ 31-40 ปี เลือกมหาวิทยาลัยของรัฐบาลประเภทไม่จำกัดรับ เป็นอันดับ 3 และจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ปกครองที่มีอายุต่างกันมีลักษณะการเลือกสถาบันอุดมศึกษาไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 40 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกประเภทสถาบันการศึกษากับวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา	ประเภทสถาบัน							รวม
	มหาวิทยาลัย รัฐบาล	มหาวิทยาลัย รัฐบาล ไม่จำกัดรับ	มหาวิทยาลัย เอกชน	มหาวิทยาลัย ในกำกับของ รัฐบาล	สถาบันต่าง ประเทศ	สถาบันราชภัฏ /ราชวมงคล	ที่ไม่ได้	
	จำกัดรับ	ไม่จำกัดรับ						
ประถมศึกษา	101 (58.0)	20 (11.5)	10 (5.7)	1 (0.6)	1 (0.6)	7 (4.0)	31 (17.8)	174 (100.0)
มัธยมศึกษา	63 (52.5)	12 (10.0)	8 (6.7)	1 (0.8)	0 (0.0)	5 (4.2)	29 (24.2)	120 (100.0)
อาชีวศึกษา	34 (66.7)	4 (7.8)	1 (2.0)	2 (3.9)	0 (0.0)	5 (4.2)	8 (15.7)	51 (100.0)
ปริญญาตรี	103 (71.0)	6 (4.1)	8 (5.5)	0 (0.0)	2 (1.4)	1 (0.7)	25 (17.2)	145 (100.0)
ปริญญาโทขึ้นไป	15 (68.2)	0 (0.0)	1 (4.5)	0 (0.0)	2 (9.1)	0 (0.0)	2 (9.1)	22 (100.0)
รวม	316 (61.7)	42 (8.2)	28 (5.5)	4 (0.8)	5 (1.0)	15 (2.9)	95 (18.6)	512 (100.0)

ตารางที่ 40 พบว่า ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาดั้งแต่ประถมศึกษาจนถึงปริญญาโทและสูงกว่ามีพฤติกรรมกรรมการเลือกสถาบันอุดมศึกษาเพื่อให้บุตรหลานศึกษาต่อการศึกษามากที่สุด คือ มหาวิทยาลัยของรัฐบาลประเภทจำกัดรับ โดยผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษา ปริญญาตรี และอาชีวศึกษา เลือกสถาบันการศึกษาที่มีหลักสูตรตามความต้องการของบุตรหลานเป็นอันดับ 2 ในขณะที่ผู้ปกครองที่วุฒิการศึกษาประถมศึกษาและมัธยมศึกษา เลือกสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาลประเภทไม่จำกัดรับเป็นอันดับ 3 ส่วนผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาอาชีวศึกษา เลือกสถาบันราชภัฏหรือสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วุฒิการศึกษาของผู้ปกครองที่ต่างกันเลือกสถาบันการศึกษาคือให้แก่บุตรหลานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 41 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกประเภทสถาบันอุดมศึกษากับอาชีพ

อาชีพ	ประเภทสถาบัน							รวม
	มหาวิทยาลัย รัฐบาล จำกัดรับ	มหาวิทยาลัย รัฐบาล ไม่จำกัดรับ	มหาวิทยาลัย เอกชน	มหาวิทยาลัย ในกำกับของ รัฐบาล	สถาบันต่าง ประเทศ	สถาบันราชภัฏ /ราชมงกุฎ	ที่ใดก็ได้	
	เกษตรกรรม	43 (61.4)	10 (14.3)	2 (2.9)	1 (1.4)	1 (1.4)	2 (2.9)	
พาณิชยกรรม	22 (51.2)	2 (4.7)	1 (2.3)	2 (4.7)	0 (0.0)	2 (4.7)	14 (32.6)	43 (100.0)
รับราชการ	101 (73.2)	8 (5.8)	5 (3.6)	0 (0.0)	2 (1.4)	0 (0.0)	20 (14.5)	138 (100.0)
พนักงานเอกชน	46 (59.7)	4 (5.2)	7 (9.1)	0 (0.0)	1 (1.3)	4 (5.2)	14 (18.2)	77 (100.0)
เจ้าของกิจการ	69 (57.5)	10 (8.3)	8 (6.7)	0 (0.0)	1 (0.8)	4 (3.3)	25 (20.8)	120 (100.0)
อาชีพอิสระ	25 (64.1)	3 (7.7)	3 (7.7)	1 (2.6)	0 (0.0)	3 (7.7)	4 (10.3)	39 (100.0)
ว่างงาน	10 (40.0)	5 (20.0)	2 (8.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (32.0)	0 (0.0)	25 (100.0)
รวม	316 (61.7)	42 (8.2)	28 (5.5)	4 (0.8)	5 (1.0)	15 (2.9)	95 (18.6)	512 (100.0)

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ปกครองทุกกลุ่มอาชีพ เลือกสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาล ประเภทจำกัดรับ มากที่สุด รองลงมาเป็นสถาบันใดก็ได้ที่เปิดสอนหลักสูตรตรงตามความต้องการของบุตรหลาน เมื่อพิจารณาแยกตามอาชีพพบว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพเกษตรกรรม รับราชการ เจ้าของกิจการ เลือกสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาล ประเภทไม่จำกัดรับ เป็นอันดับสาม และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมการศึกษาของผู้ปกครองที่ต่างกันมีลักษณะการเลือกสถาบันการศึกษาคือให้แก่นุตรหลานไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 42 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเลือกประเภทสถาบันการศึกษา กับจำนวนบุตร

จำนวนบุตร	ประเภทสถาบัน							รวม
	มหาวิทยาลัย รัฐบาล จำกัดรับ	มหาวิทยาลัย รัฐบาล ไม่จำกัดรับ	มหาวิทยาลัย เอกชน	มหาวิทยาลัย ในกำกับของ รัฐบาล	สถาบันต่าง ประเทศ	สถาบันราชภัฏ /ราชมงคณ	ที่ได้ก็ได	
	1 คน	191 (60.8)	25 (8.0)	20 (6.4)	1 (0.3)	5 (1.6)	10 (3.2)	
2 คน	99 (61.9)	14 (8.8)	7 (4.4)	3 (1.9)	0 (0.0)	4 (2.5)	31 (19.4)	160 (100.0)
3 คน	23 (74.2)	2 (6.5)	1 (3.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (3.2)	4 (12.9)	31 (100.0)
4 คนและมากกว่า	3 (42.9)	1 (14.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (28.6)	7 (100.0)
รวม	316 (61.7)	42 (8.2)	28 (5.5)	4 (0.8)	5 (1.0)	15 (2.9)	95 (18.6)	512 (100.0)

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ปกครองเมื่อพิจารณาลักษณะการเลือกสถาบันการศึกษาแยกตามจำนวนบุตร wuii ผู้ปกครองส่วนใหญ่เลือกสถาบันการศึกษาของรัฐจำกัดรับ โดยที่ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตร 1 คน 2 คน และ 3 คน ต่างก็เลือกสถาบันการศึกษาที่มีหลักสูตรตามความต้องการของบุตรหลาน เป็นอันดับ 2 ในขณะที่ผู้ปกครองที่มีบุตร 1 คน 2 คน และ 3 คน เลือกสถาบันการศึกษาของรัฐไม่จำกัดรับเป็นอันดับ 3 ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า จำนวนบุตรที่ต่างกันมีลักษณะการเลือกสถาบันการศึกษาต่อให้แก่บุตรหลานไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 43 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกประเภทสถาบันการศึกษา กับภูมิภาค

ภูมิภาค	ประเภทสถาบัน							รวม
	มหาวิทยาลัย รัฐบาล จำกัดรับ	มหาวิทยาลัย รัฐบาล ไม่จำกัดรับ	มหาวิทยาลัย เอกชน	มหาวิทยาลัย ในกำกับของ รัฐบาล	สถาบันต่าง ประเทศ	สถาบันราชภัฏ ราชชมงคล	ที่ได้ก็ให้	
กรุงเทพมหานคร	76 (58.9)	6 (4.7)	10 (7.8)	0 (0.0)	1 (0.8)	4 (3.1)	27 (20.9)	129 (100.0)
ปริมณฑล	17 (43.6)	2 (5.1)	5 (12.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (7.7)	12 (30.8)	39 (100.0)
กลาง	58 (59.8)	15 (15.5)	3 (3.1)	2 (2.1)	0 (0.0)	14 (14.4)	0 (0.0)	97 (100.0)
ตะวันออก	22 (61.1)	5 (13.9)	1 (2.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.8)	7 (19.4)	36 (100.0)
ตะวันตก	20 (58.8)	4 (11.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.9)	7 (20.6)	34 (100.0)
เหนือ	48 (81.4)	2 (3.4)	2 (3.4)	1 (1.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (10.2)	59 (100.0)
ตะวันออกเฉียงเหนือ	37 (69.8)	3 (5.7)	2 (3.8)	1 (1.9)	1 (1.9)	0 (0.0)	9 (17.0)	53 (100.0)
ใต้	38 (58.5)	5 (7.7)	5 (7.7)	0 (0.0)	3 (4.6)	1 (1.5)	13 (20.0)	65 (100.0)
รวม	316 (61.7)	42 (8.2)	28 (5.5)	4 (0.8)	5 (1.0)	15 (2.9)	95 (18.6)	512 (100.0)

จากตารางที่ 43 เมื่อพิจารณาถึงพฤติกรรมการเลือกสถาบันการศึกษาแยกตามภูมิภาค พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่เลือกสถาบันการศึกษาของรัฐจำกัดรับ โดยผู้ปกครองที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร เขตปริมณฑล และภาคใต้ เลือกสถาบันการศึกษาที่มีหลักสูตรตามความต้องการของบุตรหลาน เป็นอันดับ 2 ในขณะที่ผู้ปกครองที่อาศัยอยู่ในภาคกลางเลือกสถาบันการศึกษาของรัฐไม่จำกัดรับ เป็นอันดับ 2 ตามลำดับ ส่วนผู้ปกครองที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เลือกสถาบันการศึกษาของเอกชน เป็นอันดับ 3 ในขณะที่ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เลือกสถาบันไม่จำกัดรับ เป็นอันดับ 3 เมื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า ภูมิภาคที่ต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการเลือกสถาบันการศึกษาคือให้บุตรหลานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตารางที่ 45 ความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผลการเลือกสถาบันการศึกษากับวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา	เหตุผลการเลือกสถาบันการศึกษา									รวม
	ไม่ตอบ	สถาบันมีชื่อเสียง	สังคมยอมรับ	ค่าเล่าเรียนถูก	ใกล้บ้าน	ที่นั่งเรียนอยู่	มีทุนการศึกษา	เดินทางสะดวก	มีสาขาที่ต้องการ	
ประถมศึกษา	26 (14.9)	37 (21.3)	46 (26.4)	32 (18.4)	16 (9.2)	4 (2.3)	3 (1.7)	6 (3.4)	4 (2.3)	174 (100.0)
มัธยมศึกษา	11 (9.2)	26 (21.7)	41 (34.2)	22 (18.3)	4 (3.3)	6 (5.0)	1 (0.8)	6 (5.0)	3 (2.5)	120 (100.0)
อาชีวศึกษา	3 (5.9)	17 (33.3)	15 (29.4)	7 (13.7)	5 (9.8)	1 (2.0)	0 (0.0)	2 (3.9)	1 (2.0)	51 (100.0)
ปริญญาตรี	5 (3.4)	39 (26.9)	64 (44.1)	7 (4.8)	11 (7.6)	6 (4.1)	1 (0.7)	12 (8.3)	0 (0.0)	145 (100.0)
ปริญญาโทขึ้นไป	0 (0.0)	15 (68.2)	4 (18.2)	0 (0.0)	1 (4.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (9.1)	0 (0.0)	22 (100.0)
รวม	45 (8.8)	134 (26.2)	170 (33.2)	68 (13.3)	37 (7.2)	17 (3.3)	5 (1.0)	28 (5.5)	8 (1.6)	512 (100.0)

ตารางที่ 45 เหตุผลในการเลือกสถาบันการศึกษาจำแนกตามวุฒิการศึกษาของผู้ปกครอง wuui ผู้ปกครองทุกระดับการศึกษามีเหตุผลในการเลือกสถาบันการศึกษาที่สังคมยอมรับเป็นอันดับแรก เมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่มวุฒิการศึกษา wuui ผู้ปกครองที่มีวุฒิปริญญาโทขึ้นไปเลือกสถาบันที่มีชื่อเสียงเป็นอันดับ 1 ในขณะที่วุฒิการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษา อาชีวศึกษา ปริญญาตรีมีเหตุผลเลือกสถาบันที่มีชื่อเสียงเป็นอันดับ 2 แต่วุฒิการศึกษาปริญญาโทขึ้นไปเลือกสถาบันที่สังคมยอมรับเป็นอันดับ 2 ส่วนประถมศึกษา มัธยมศึกษา อาชีวศึกษา เลือกสถาบันการศึกษาที่มีค่าเล่าเรียนถูกเป็นอันดับ 3 แต่ผู้ที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรีเลือกสถาบันใกล้บ้าน และวุฒิปริญญาโทขึ้นไปเลือกสถาบันที่เดินทางสะดวก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า วุฒิการศึกษาต่างกันมีเหตุผลในการเลือกสถาบันการศึกษาต่อให้แก่นุเคราะห์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05





เริ่มปฏิบัติงานเป็นอันดับ 3 และขอพิจารณาการเลื่อนขั้นของตำแหน่งตามลำดับ 3 ผลการทดสอบตอบข้อสอบการเลื่อนขั้นของตำแหน่ง 3 และขอพิจารณาการเลื่อนขั้นของตำแหน่ง  
การศึกษาค้นคว้าในต่างประเทศตามแผนการศึกษาที่เสนอไว้ว่าขอศึกษาค้นคว้าในต่างประเทศตามลำดับ 3 ผลการทดสอบตอบข้อสอบการเลื่อนขั้นของตำแหน่ง 3 และขอพิจารณาการเลื่อนขั้นของตำแหน่งตามลำดับ 3

ตารางที่ 47 ความสัมพันธ์ระหว่างผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการศึกษาค้นคว้าในต่างประเทศ

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการศึกษาค้นคว้า

จำนวนครู	ไม่ตอบ	เกินครึ่ง	ไม่ถึงครึ่ง	ค่าต่ำสุดถึงค่าสูงสุด	ไม่ทราบ	ทั้งหมด	ทั้งหมด	ทั้งหมด	ทั้งหมด	รวม
1 คน	31	84	103	40	20	14	2	13	7	314
2 คน	8	41	53	24	14	3	3	14	0	160
3 คน	2	8	13	4	3	0	0	1	0	31
4 คนและมากกว่า	4	1	1	0	0	0	0	0	1	7
รวม	45	134	170	68	37	17	5	28	8	512
	(8.8)	(26.2)	(32.2)	(13.3)	(7.2)	(3.3)	(1.0)	(5.5)	(1.6)	(100.0)
	(57.1)	(14.3)	(14.3)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(14.3)	(100.0)
	(6.5)	(25.8)	(41.9)	(12.9)	(9.7)	(0.0)	(0.0)	(3.2)	(0.0)	(100.0)
	(5.0)	(25.6)	(33.1)	(15.0)	(8.87)	(1.9)	(1.9)	(8.8)	(0.0)	(100.0)
	(9.9)	(26.8)	(32.8)	(12.7)	(6.4)	(4.5)	(0.6)	(4.1)	(2.2)	(100.0)

ตารางที่ 47 เหนือแสดงถึงผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการศึกษาค้นคว้าในต่างประเทศตามลำดับ 3 และขอพิจารณาการเลื่อนขั้นของตำแหน่งตามลำดับ 3 ผลการทดสอบตอบข้อสอบการเลื่อนขั้นของตำแหน่ง 3 และขอพิจารณาการเลื่อนขั้นของตำแหน่งตามลำดับ 3 และขอพิจารณาการเลื่อนขั้นของตำแหน่งตามลำดับ 3

ตารางที่ 48 ความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งข้อมูลการบริการสุขภาพกับปัญหาสุขภาพ

ปัญหาสุขภาพ	แหล่งการบริการสุขภาพ									
	ไม่ตอบ	สถานบริการสุขภาพ	สถานบริการสุขภาพ	ศูนย์บริการสุขภาพ	โรงพยาบาล	คลินิก	ศูนย์บริการสุขภาพ	ศูนย์บริการสุขภาพ	ศูนย์บริการสุขภาพ	รวม
การขาดแคลนบุคลากร	13	38	43	13	5	2	1	11	3	129
การขาดแคลนงบประมาณ	(10.0)	(29.5)	(33.3)	(0.0)	(3.9)	(1.6)	(0.8)	(8.5)	(2.3)	(100.0)
การขาดแคลนวัสดุอุปกรณ์	3	5	16	6	3	3	1	2	0	39
การขาดแคลนความรู้	(7.7)	(12.8)	(41.0)	(15.4)	(7.7)	(7.7)	(2.6)	(5.1)	(0.0)	(100.0)
การขาดแคลนบุคลากร	13	26	19	16	8	5	2	5	3	97
การขาดแคลนงบประมาณ	(13.4)	(26.8)	(19.6)	(16.5)	(8.2)	(5.2)	(2.1)	(5.2)	(3.1)	(100.0)
การขาดแคลนวัสดุอุปกรณ์	3	10	11	6	2	1	1	1	1	36
การขาดแคลนบุคลากร	(8.3)	(27.8)	(30.6)	(16.7)	(5.6)	(2.8)	(2.8)	(2.8)	(2.8)	(100.0)
การขาดแคลนงบประมาณ	2	4	17	7	0	1	0	3	0	34
การขาดแคลนบุคลากร	(5.9)	(11.8)	(50.0)	(20.6)	(0.0)	(2.9)	(0.0)	(8.8)	(0.0)	(100.0)
การขาดแคลนวัสดุอุปกรณ์	2	14	25	9	6	2	0	1	0	59
การขาดแคลนบุคลากร	(3.4)	(23.7)	(42.4)	(15.1)	(10.2)	(3.4)	(.0)	(1.7)	(0.0)	(100.0)
การขาดแคลนงบประมาณ	6	14	10	8	9	2	0	4	0	53
การขาดแคลนบุคลากร	(11.3)	(26.4)	(18.9)	(15.1)	(17.0)	(3.8)	(0.0)	(7.5)	(0.0)	(100.0)
การขาดแคลนวัสดุอุปกรณ์	3	23	29	3	4	1	0	1	1	65
การขาดแคลนบุคลากร	(4.6)	(35.4)	(44.6)	(4.6)	(6.2)	(1.5)	(0.0)	(1.5)	(1.5)	(100.0)
รวม	45	134	170	68	37	17	5	28	8	512
	(8.8)	(26.2)	(33.2)	(13.3)	(7.2)	(3.3)	(1.0)	(5.5)	(1.6)	(100.0)

ตารางที่ 48 เหตุผลการเลือกสถาบันการศึกษาจำแนกตามภูมิลำเนาของผู้ปกครอง พบว่าผู้ปกครองส่วนใหญ่มีเหตุผลการศึกษาที่สังคมยอมรับ เมื่อพิจารณาแยกตามภูมิลำเนา พบว่า ผู้ปกครองที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเลือกสถาบันที่มีชื่อเสียงเป็นอันดับ 1 ในขณะที่กรุงเทพมหานคร ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคเหนือ ภาคใต้ มีเหตุผลเลือกสถาบันที่มีชื่อเสียงเป็นอันดับ 2 แต่ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตปริมณฑล ภาคตะวันตกเลือกสถาบันที่ค่าเล่าเรียนถูกเป็นอันดับ 2 ส่วนผู้ที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคเหนือเลือกสถาบันที่ค่าเล่าเรียนถูก เป็นอันดับ 3 แต่ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตปริมณฑล ภาคตะวันตก เลือกสถาบันที่มีชื่อเสียงเป็นอันดับ 3 และผู้ที่อาศัยอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้เลือกสถาบันใกล้บ้านเป็นอันดับ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ภูมิภาคที่ต่างกันมีเหตุผลเลือกสถาบันการศึกษาทำให้แก่บุตรหลานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 49 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการวางแผนเพื่อศึกษาต่อกับอายุ

อายุ	การวางแผน					
	ไม่ตอบ	ม.4 / ปวช.1 / ปวส.1	ภาคการศึกษา สุดท้ายของชั้น สูงสุด	ตอนสอบ Entrance	ประถมศึกษา	รวม
30 ปีและต่ำกว่า	2 (5.7)	19 (54.3)	8 (22.9)	5 (14.3)	1 (2.8)	35 (100.0)
31-40 ปี	10 (8.5)	81 (68.5)	12 (10.2)	14 (1.9)	1 (0.8)	118 (100.0)
41-50 ปี	6 (2.2)	195 (70.9)	36 (13.1)	29 (10.5)	9 (3.3)	275 (100.0)
มากกว่า 50 ปี	0 (0.0)	70 (83.3)	6 (7.1)	7 (8.3)	1 (.2)	84 (100.0)
รวม	18 (3.5)	365 (71.3)	62 (12.1)	55 (10.7)	12 (2.3)	512 (100.0)

ตารางที่ 49 พบว่า ผู้ปกครองส่วนใหญ่วางแผนเพื่อการศึกษาต่อให้แก่บุตรหลาน คือ ขณะที่บุตรหลานเรียนอยู่ ม.4 / ปวช.1 / ปวส.1 เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ภาคเรียนสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน ตอนสอบ Entrance และประถมศึกษา เมื่อพิจารณาตามอายุพบว่า ทุกช่วงอายุ วางแผนการศึกษาต่อเมื่อบุตรหลานเรียนอยู่ ม.4 / ปวช.1 / ปวส.1 ส่วนอายุ 30 ปีและต่ำกว่า และอายุ 41-50 ปี วางแผนการศึกษาต่อให้บุตรหลานเมื่อเรียนอยู่ภาคเรียนสุดท้ายของชั้นสูงสุดเป็นอันดับ 2 ในขณะที่อายุ 31-40 ปี และมากกว่า 50 ปี วางแผนการศึกษาต่อในขณะที่จะสอบ Entrance เป็นอันดับสอง โดยที่อายุ 30 ปีและต่ำกว่า และอายุ 41-50 ปี วางแผนการศึกษาต่อให้บุตรหลานตอนสอบ Entrance เป็นอันดับ 3 โดยที่อายุ 31-40 ปี และมากกว่า 50 ปี วางแผนการศึกษาต่อเมื่อเรียนอยู่เทอมสุดท้ายของชั้นสูงสุดเป็นอันดับ 3 และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุผู้ปกครองที่ต่างกันมีการวางแผนการศึกษาต่อให้บุตรหลานไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 50 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการวางแผนเพื่อศึกษาต่อกับวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา	ระยะเวลาที่วางแผน					
	ไม่ตอบ	ม.4 / ปวช.1 / ปวส.1	ภาคการศึกษา สุดท้ายของชั้น สูงสุด	คอนสอบ Entrance	ประถมศึกษา	รวม
ประถมศึกษา	11 (6.3)	110 (63.2)	27 (15.5)	17 (9.8)	9 (5.2)	174 (100.0)
มัธยมศึกษา	0 (0.0)	90 (75.0)	18 (15.0)	10 (8.3)	2 (1.7)	120 (100.0)
อาชีวศึกษา	4 (7.8)	33 (64.7)	4 (7.8)	9 (17.6)	1 (0.0)	51 (100.0)
ปริญญาตรี	2 (1.4)	113 (77.9)	12 (8.3)	18 (12.4)	0 (0.0)	145 (100.0)
ปริญญาโทขึ้นไป	1 (4.5)	19 (86.4)	1 (4.5)	1 (4.5)	0 (0.0)	22 (100.0)
รวม	18 (3.5)	365 (71.3)	62 (12.1)	55 (10.7)	12 (2.3)	512 (100.0)

ตารางที่ 50 พบว่าผู้ปกครองส่วนใหญ่วางแผนการศึกษาต่อให้บุตรหลานขณะที่เรียนอยู่ ม.4 / ปวช.1 / ปวส.1 มากที่สุด โดยที่วุฒิการศึกษาประถมศึกษาและมัธยมศึกษาวางแผนขณะที่บุตรหลานเรียนอยู่ภาคเรียนสุดท้ายชั้นสูงสุดของโรงเรียน เป็นอันดับสอง แต่วุฒิการศึกษาอาชีวศึกษาและปริญญาตรีวางแผนขณะที่บุตรหลานจะสอบ Entrance ส่วนวุฒิการศึกษาประถมศึกษาและมัธยมศึกษาเลือกสถาบันคอนสอบ Entrance เป็นอันดับสาม แต่วุฒิการศึกษาอาชีวศึกษาและระดับปริญญาตรีเลือกสถาบันขณะที่บุตรหลานเรียนอยู่ภาคเรียนสุดท้ายชั้นสูงสุดของโรงเรียน และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีการวางแผนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 51 ความสัมพันธ์ระหว่างการวางแผนเพื่อศึกษาต่อกับอาชีพ

อาชีพ	ระยะเวลาที่วางแผน					
	ไม่ตอบ	ม.4 / ปวช.1 / ปวส.1	ภาคการศึกษา สุดท้ายของชั้น สูงสุด	ตอนสอบ Entrance	ประเมินศึกษา	รวม
เกษตรกรรม	1 (1.4)	53 (75.7)	10 (14.3)	4 (5.7)	2 (2.9)	70 (100.0)
พาณิชยกรรม	1 (2.3)	29 (67.4)	6 (14.0)	5 (11.6)	2 (4.7)	43 (100.0)
รับราชการ	5 (3.6)	111 (80.4)	8 (5.8)	13 (9.4)	1 (0.7)	138 (100.0)
พนักงานเอกชน	1 (1.3)	51 (66.2)	12 (15.6)	13 (16.9)	0 (0.0)	77 (100.0)
เจ้าของกิจการ	8 (6.7)	81 (67.5)	13 (10.8)	13 (10.8)	5 (4.2)	120 (100.0)
อาชีพอิสระ	2 (1.1)	24 (61.5)	8 (20.5)	4 (10.3)	1 (2.6)	39 (100.0)
ว่างงาน	0 (0.0)	16 (64.0)	5 (20.0)	3 (12.0)	1 (4.0)	25 (100.0)
รวม	18 (3.5)	365 (71.3)	62 (12.1)	55 (10.7)	12 (2.3)	512 (100.0)

ตารางที่ 51 พบว่าเหตุผลการเลือกสถาบันอุดมศึกษาของผู้ปกครองทุกกลุ่มอาชีพ dip; การวางแผนขณะที่บุตรหลานเรียนอยู่ ม.4 / ปวช.1 / ปวส.1 มากที่สุด โดยทุกอาชีพเช่นกันที่วางแผนขณะที่บุตรหลานเรียนอยู่ภาคการศึกษาสุดท้ายชั้นสูงสุดของโรงเรียน เป็นอันดับ 2 ในขณะที่เดียวกันทุกอาชีพวางแผนขณะที่บุตรหลานจะสอบ Entrance เป็นอันดับ 3 และจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุผู้ปกครองที่ต่างกันมีการวางแผนไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 52 เปรียบเทียบระหว่างระยะที่วางแผนเพื่อศึกษาต่อกับจำนวนบุตร

จำนวนบุตร	ระยะที่วางแผน					
	ไม่สอบ	ม.4 / ปวช.1 / ปวส.1	ภาคการศึกษา สุดท้ายของชั้น สูงสุด	ตอนสอบ Entrance	ประอมศึกษา	รวม
1 คน	12 (3.8)	229 (72.9)	35 (11.1)	33 (10.5)	5 (1.6)	314 (100.0)
2 คน	2 (1.3)	109 (68.1)	24 (15.0)	19 (11.9)	6 (3.8)	160 (100.0)
3 คน	3 (9.7)	22 (71.0)	3 (9.7)	3 (9.7)	0 (0.0)	31 (100.0)
4 คนและมากกว่า	1 (4.3)	5 (71.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (14.3)	7 (100.0)
รวม	18 (3.5)	365 (71.3)	62 (12.1)	55 (10.7)	12 (2.3)	512 (100.0)

ตารางที่ 52 เหตุผลการเลือกสถาบันการศึกษาจำแนกตามจำนวนบุตร พบว่า ทุกกลุ่มวางแผนขณะที่บุตรหลานเรียนอยู่ ม.4 / ปวช.1 / ปวส.1 มากที่สุด ขณะที่ทุกกลุ่มเช่นกันที่วางแผนขณะที่บุตรหลานเรียนอยู่ภาคการศึกษาสุดท้ายชั้นสูงสุดของโรงเรียน เป็นอันดับ 2 ส่วนการวางแผนขณะที่บุตรหลานจะสอบ Entrance เป็นอันดับ 3 และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุผู้ปกครองที่ต่างกันมีการวางแผนไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 53 เปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาที่วางแผนเพื่อศึกษาต่อกับภูมิภาค

ภูมิภาค	การวางแผน					
	ไม่ตอบ	ม.4 / ปวช.1 / ปวส.1	ภาคการศึกษา สุดท้ายของชั้น สูงสุด	ตอนสอบ Entrance	ประอมศึกษา	รวม
กรุงเทพมหานคร	6 (4.7)	93 (72.1)	16 (12.4)	14 (10.9)	0 (0.0)	129 (100.0)
ปริมณฑล	1 (2.6)	24 (61.5)	6 (15.4)	8 (20.5)	0 (0.0)	39 (100.0)
กลาง	4 (4.1)	68 (70.1)	14 (14.1)	9 (9.3)	2 (2.1)	97 (100.0)
ตะวันออก	3 (8.3)	25 (69.4)	6 (16.7)	12 (5.6)	0 (0.0)	36 (100.0)
ตะวันตก	0 (0.0)	26 (76.5)	4 (11.8)	3 (8.8)	1 (2.9)	34 (100.0)
เหนือ	1 (.7)	44 (74.6)	4 (6.8)	5 (8.5)	5 (8.5)	59 (100.0)
ตะวันออกเฉียงเหนือ	1 (1.9)	38 (71.7)	4 (7.5)	8 (15.1)	2 (3.8)	53 (100.0)
ใต้	2 (3.1)	47 (72.3)	8 (12.3)	6 (9.2)	2 (3.1)	65 (100.0)
รวม	18 (3.5)	365 (71.3)	62 (12.1)	55 (10.7)	12 (2.3)	512 (100.0)

ตารางที่ 53 พบว่า ผู้ปกครองทุกภูมิภาคต่างมีการวางแผนขณะที่บุตรหลานเรียนอยู่ ม.4 / ปวช. / ปวส. มากที่สุด โดยเขตกรุงเทพมหานคร ภาคกลาง ภาคตะวันตก ภาคใต้ วางแผนขณะที่บุตรหลานเรียนอยู่ภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน เป็นอันดับ 2 ในขณะที่เขตปริมณฑล ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ วางแผนขณะที่บุตรหลานตอนสอบ Entrance เป็นอันดับ 2 ส่วนผู้ปกครองที่อาศัยในกรุงเทพมหานคร ภาคกลาง และภาคตะวันตกวางแผนเมื่อบุตรหลานสอบ Entrance เป็นอันดับ 3 แต่เขตปริมณฑล ภาคตะวันออก ภาคตะวันตก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ วางแผนขณะที่บุตรหลานเรียนอยู่ภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน เป็นอันดับ 3 และจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ปกครองมีภูมิภาคที่ต่างกันมีการวางแผนไม่แตกต่างกัน



## 2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษา ที่เลือกศึกษาต่อของผู้ปกครอง ปรากฏในตารางที่ 54-58 ดังนี้

ตารางที่ 54 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาที่เลือกศึกษา  
ต่อระหว่างผู้ปกครองที่มีอายุต่างกัน

อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F
30 ปีและต่ำกว่า	3.87	0.75	.072
31-40 ปี	3.87	0.83	
41-50 ปี	3.89	0.79	
มากกว่า 50 ปี	3.92	0.63	
รวม	3.89	0.77	

จากตารางที่ 54 พบว่า ค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษา  
ของผู้ปกครองแยกตามกลุ่มอายุ มีความต้องการสูงสุดอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้ปก  
ครองที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ( $\bar{X} = 3.92$ ) รองลงมาคือ อายุ 41-50 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 30 ปีและ  
ต่ำกว่า ตามลำดับ สำหรับผลการทดสอบทางสถิติ พบว่า อายุต่างกัน มีค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูล  
ข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 55 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาที่เลือกศึกษา  
ต่อระหว่างผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาดังกัน

วุฒิการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	F
ประถมศึกษา	3.80	0.83	2.624
มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.81	0.80	
อาชีวศึกษา	3.98	0.66	
ปริญญาตรี	3.97	0.74	
ปริญญาโทขึ้นไป	4.23	0.49	
รวม	3.89	0.77	

จากตารางที่ 55 พบว่า ค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารสูงสุด คือ ผู้ปกครองที่มีวุฒิ  
การศึกษา ปริญญาโทขึ้นไป ( $\bar{X} = 4.23$ ) รองลงมาคือ วุฒิอาชีวศึกษา ( $\bar{X} = 3.98$ ) และปริญญาตรี  
( $\bar{X} = 3.98$ ) ตามลำดับ สำหรับผลการทดสอบทางสถิติ พบว่า วุฒิการศึกษาดังกันมีค่าเฉลี่ยความ  
ต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 56 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาที่เลือกศึกษาต่อระหว่างอาชีพที่ต่างกัน

อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	F
เกษตรกร	3.82	0.95	
พาณิชย์กรรม	3.72	1.08	
รับราชการ	3.98	0.71	
พนักงานเอกชน	3.88	0.62	1.280
เจ้าของกิจการ	3.83	0.70	
อาชีพอิสระ	4.01	0.72	
ว่างงาน	3.86	0.73	
รวม	3.89	0.77	

จากตารางที่ 56 พบว่า ค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารสูงสุด คือ ผู้ปกครองที่มีอาชีพอิสระ ( $\bar{X} = 4.01$ ) รองลงมาคือ รับราชการ ( $\bar{X} = 3.98$ ) และพนักงานเอกชน ( $\bar{X} = 3.88$ ) ตามลำดับ สำหรับผลการทดสอบทางสถิติ พบว่า อาชีพต่างก็มีค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 57 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาที่เลือกศึกษาต่อระหว่างจำนวนบุตรที่ต่างกัน

จำนวนบุตร	$\bar{X}$	S.D.	F
1 flu	3.86	0.81	
2 คน	3.89	0.73	1.155
3 flu	4.13	0.66	
4 คนและมากกว่า	3.77	0.63	
รวม	3.89	0.77	

จากตารางที่ 57 wuui ค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารสูงสุด คือ ผู้ปกครองที่มีจำนวนบุตร 3 คน ( $\bar{X} = 4.13$ ) รองลงมาคือ จำนวนบุตร 2 คน ( $\bar{X} = 3.89$ ) และจำนวนบุตร 1 RU ( $\bar{X} = 3.86$ ) ตามลำดับ สำหรับผลการทดสอบทางสถิติ พบว่า จำนวนบุตรต่างก็มีค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 58 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาที่เลือกศึกษา  
ต่อระหว่างภูมิภาคที่ต่างกัน

ภูมิภาค	$\bar{X}$	S.D.	F
กรุงเทพมหานคร	3.70	0.81	
ปริมณฑล	3.70	0.87	
ภาคกลาง	3.88	0.78	
ภาคตะวันออก	3.93	0.64	3.96
ภาคตะวันตก	3.92	0.67	
ภาคเหนือ	3.82	0.86	
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.24	0.53	
ภาคใต้	4.11	0.70	
รวม	3.89	0.77	

จากตารางที่ 58 พบว่า ค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารสูงสุด คือ ผู้ปกครองที่อยู่ใน  
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ( $\bar{X} = 4.24$ ) รองลงมาคือ ภาคตะวันออก ( $\bar{X} = 3.93$ ) และภาคตะวันตก  
( $\bar{X} = 3.92$ ) ตามลำดับ สำหรับผลการทดสอบทางสถิติ พบว่า ภูมิภาคต่างกันมีค่าเฉลี่ยความต้องการ  
ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

## 2.3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกสถาบันเพื่อศึกษาต่อของผู้ปกครอง ปรากฏในตารางที่ 59-65 ดังนี้

ตารางที่ 59 จำนวนและร้อยละประเภทของสถาบันที่ต้องการเข้าศึกษาต่อ

ประเภทของสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยรัฐจำกัดรับ	310	60.5
มหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ	35	6.8
มหาวิทยาลัยเอกชน	36	7.0
มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ	3	0.6
สถาบันการศึกษาดังประเทศ	9	1.8
สถาบันราชภัฏ/ราชมนกล	22	4.3
สถาบันใดก็ได้มีวิชาที่ต้องการเรียน	97	18.9
รวม	516	100.00

ตารางที่ 59 wuii ผู้ปกครองส่วนใหญ่ต้องการให้บุตรหลานสมัครเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทจำกัดรับมากที่สุด รองลงมาคือ สถาบันใดก็ได้ที่มีหลักสูตรตรงกับความต้องการของบุตรหลาน และมหาวิทยาลัยเอกชน ตามลำดับ

ตารางที่ 60 จำนวนและร้อยละสถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่ผู้ปกครองต้องการให้บุตรหลานสมัคร  
เข้าศึกษาต่อ

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	197	38.5
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	96	18.8
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	45	8.8
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	31	6.1
มหาวิทยาลัยมหิดล	28	5.5
ไม่ระบุ	115	22.3
รวม	516	100.00

จากตารางที่ 60 wuii จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาลที่ผู้ปกครองต้องการให้บุตรหลานสมัครเข้าศึกษาต่อมากที่สุด รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ตามลำดับ

ตารางที่ 61 จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ผู้ปกครองต้องการให้บุตรหลานสมัครเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียง	133	26.2
สังคมยอมรับ	169	33.2
ค่าเล่าเรียนถูก	69	13.3
อยู่ใกล้บ้าน	39	7.2
มีพี่น้อง/ญาติเรียนอยู่	17	3.3
มีทุนการศึกษา	7	1.0
เดินทางสะดวก	28	5.5
เปิดสอนในสาขาที่ต้องการ	8	1.6
ไม่ระบุ	42	8.8
รวม	516	100.00

จากตารางที่ 61 พบว่า ผู้ปกครองมีเหตุผลที่ต้องการให้บุตรหลานศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐเพราะสังคมยอมรับมากที่สุด รองลงมาคือเป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง และ ค่าเล่าเรียนถูก ตามลำดับ

ตารางที่ 62 จำนวนและร้อยละสถาบันการศึกษาเอกชนที่ผู้ปกครองต้องการให้บุตรหลานสมัครเข้าศึกษาต่อ

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	134	26.2
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	109	21.3
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	60	11.7
มหาวิทยาลัยรังสิต	37	7.2
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	30	5.9
ไม่ระบุ	142	27.7
รวม	516	100.00

จากตารางที่ 62 พบว่า มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่ผู้ปกครองต้องการให้บุตรหลานเข้าสมัครศึกษาต่อมากที่สุด รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ตามลำดับ

ตารางที่ 63 จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ผู้ปกครองต้องการให้บุตรหลานสมัครเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียง	161	31.4
สังคมยอมรับ	152	29.7
ค่าเล่าเรียนถูก	14	2.7
มีโอกาสเข้าศึกษาได้ง่าย	45	8.8
มีพี่น้อง/ญาติเรียนอยู่	28	5.5
มีทุนการศึกษา	10	2.0
เดินทางสะดวก	22	4.3
อื่นๆ - เปิดสอนในสาขาที่ต้องการ	6	1.2
- ไม่ระบุ	74	14.5
รวม	516	100.00

จากตารางที่ 63 พบว่า ผู้ปกครองมีเหตุผลในการเลือกสถาบันอุดมศึกษาของเอกชน เพราะเป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงมากที่สุด รองลงมาคือ สังคมยอมรับ และมีโอกาสเข้าศึกษาได้ง่าย ตามลำดับ

ตารางที่ 64 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่ผู้ปกครองวางแผนการศึกษาต่อของบุตรหลานระดับอุดมศึกษา

ช่วงระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
ม.4 / ปวช.1 / ปวส. 1	360	70.3
ภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน	59	11.5
ช่วงสอบ Entrance / ช่วงรับสมัครของสถาบันต่างๆ	58	11.3
ตั้งแต่ประถม	14	2.7
ไม่ระบุ	21	4.1
รวม	516	100.00

จากตารางที่ 64 พบว่า ผู้ปกครองวางแผนการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในขณะที่บุตรหลานกำลังศึกษาอยู่ ม.4 / ปวช.1 / ปวส. 1 มากที่สุด รองลงมาคือ ภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน และตอนสอบ Entrance/ช่วงรับสมัครของสถาบันต่างๆ ตามลำดับ

ตารางที่ 65 จำนวนและร้อยละของระดับความคิดเห็นของผู้ปกครองเกี่ยวกับบุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกสถาบันเพื่อศึกษาต่อของบุตรหลาน

บุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจ	มาก	ค่อนข้าง	ปานกลาง	ค่อนข้าง	น้อย	ไม่ตอบ
		มาก		น้อย		
บุตรเลือกเอง	307 (60.0)	146 (28.5)	37 (7.2)	8 (1.6)	1 (0.2)	13 (2.5)
ญาติพี่น้อง	40 (7.8)	87 (17.0)	210 (41.0)	76 (14.8)	68 (13.3)	31 (6.1)
อาจารย์แนะแนว	101 (19.7)	167 (32.6)	159 (31.1)	33 (6.4)	26 (5.1)	26 (5.1)
เพื่อนบ้าน	11 (2.1)	35 (6.8)	113 (22.1)	132 (25.8)	177 (34.6)	44 (8.6)
ที่ประชุมผู้ปกครอง	77 (15.0)	115 (22.5)	187 (36.5)	50 (9.8)	48 (9.4)	35 (6.8)

จากตารางที่ 65 พบว่า บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจตามความคิดเห็นของผู้ปกครอง คือ บุตรหลานเลือกเองมากที่สุด รองลงมาคือ อาจารย์แนะแนว และผู้ปกครอง ตามลำดับ

## 2.4 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการและการสื่อสารของสถาบันอุดมศึกษา ปรากฏในตารางที่ 66 ดังนี้

ตารางที่ 66 จำนวนและร้อยละระดับความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อการจัดการและการสื่อสารของสถาบันการศึกษารัฐและเอกชน

ความคิดเห็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ทบวงมหาวิทยาลัยควรมีการทบทวนระบบการทดสอบ Entrance	4.38	0.85	มาก
มหาวิทยาลัยของรัฐบาลควรทำประชาสัมพันธมากกว่านี้	4.39	0.84	มาก
คนส่วนใหญ่เลือกมหาวิทยาลัยของรัฐเพราะค่านิยมแบบเดิมๆ	1.98	1.06	มาก
การสอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐส่วนใหญ่เป็นเรื่องยุ่งยาก	3.81	1.08	มาก
การเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยรัฐบาลหรือเอกชนมีคุณภาพไม่แตกต่างกัน	3.84	1.13	มาก
การสอบเข้ามหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่ง่ายและไม่ได้มาตรฐาน	3.16	1.22	ปานกลาง
มหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่เน้นปริมาณนักศึกษามากกว่าเน้นคุณภาพ	1.19	1.23	ปานกลาง
มหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่มีการทำประชาสัมพันธเกินความเป็นจริง	1.26	1.17	ปานกลาง
บัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่หางานทำยากกว่าบัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยรัฐในสาขาเดียวกัน	3.19	1.26	ปานกลาง
มหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่มีความพร้อมด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน	4.19	0.90	มาก
พ่อแม่ผู้ปกครองส่วนใหญ่ไม่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกเรียนต่อในมหาวิทยาลัยเพราะขาดข้อมูลชี้ชัดเจน	3.49	1.20	ปานกลาง
การเลือกสถานที่เรียนเป็นหน้าที่ของผู้เรียนไม่ใช่ผู้ปกครอง	1.28	1.38	ปานกลาง
รวม	3.68	0.54	มาก

จากตารางที่ 66 พบว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ปกครองเกี่ยวกับการจัดการและการสื่อสารของสถาบันอุดมศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.68$ ) เมื่อพิจารณาแยกรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ มหาวิทยาลัยของรัฐบาลควรทำประชาสัมพันธมากกว่านี้ ( $\bar{X} = 4.39$ ) รองลงมาคือ ทบวงมหาวิทยาลัยควรมีการทบทวนระบบการทดสอบ Entrance ( $\bar{X} = 4.38$ ) และมหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่มีความพร้อมด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน ( $\bar{X} = 4.19$ ) ตามลำดับ



## 2.5 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ปกครองเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารและการเลือกสถาบัน

### 1. ปัญหาและอุปสรรคด้านการสื่อสาร

1.1 ผู้ปกครองส่วนใหญ่ไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษา เพราะไม่ได้รับข้อมูลจากสถาบันการศึกษาอย่างเพียงพอ ทำให้ไม่เข้าใจการคัดเลือกหรือข้อมูล เพื่อเป็นที่ปรึกษาให้แก่บุตรหลาน บางครั้งได้รับข้อมูลจากสื่อหนังสือพิมพ์บ้างแต่เข้าใจยาก ไม่ละเอียดพอผู้ปกครองเห็นว่าการทำประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษามีน้อยไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนไม่ค่อยดีเท่าที่ควร และไม่เคยได้รับข้อมูลจากโรงเรียน ไม่มีเอกสารที่บรรยายละเอียดของแต่ละสถาบัน ผู้ปกครองจึงฝากความหวังไว้ที่โรงเรียนหรืออาจารย์แนะแนวในการแนะนำบุตรหลานเรื่องศึกษาต่อ และเห็นว่าอาจารย์แนะแนวควรมีความรู้ในการแนะนำลูกศิษย์ให้มากกว่านี้

1.2 ที่สำคัญผู้ปกครองไม่มีโอกาสที่จะไปเยี่ยมชมมหาวิทยาลัยและสื่อการเรียนการสอนทำให้ไม่ทราบข้อมูลประกอบการช่วยบุตรหลานตัดสินใจ จึงเห็นว่าสถาบันต่างๆ ควรแนะแนวทางการศึกษาผ่านสื่อที่ทันสมัยในหลายรูปแบบ ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต

1.3 ผู้ปกครองยังแสดงความเห็นอีกว่านักเรียนทราบข้อมูลของสถาบันการศึกษาเพียงด้านเดียวเท่านั้น ทำให้ตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษาเอง ทำให้ผู้ปกครองไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเพราะไม่สามารถ เปรียบเทียบข้อมูล ระหว่าง มหาวิทยาลัยต่างๆ ได้

1.4 ผู้ปกครองเสนอแนะว่าโรงเรียนหรือสถาบันอุดมศึกษาควรคิดรูปแบบการแนะแนวให้ดี จนทำให้นักเรียนเข้าใจอย่างถ่องแท้ และสามารถนำมาถ่ายทอดให้ผู้ปกครองฟังได้ เพื่อขอความคิดเห็นจากผู้ปกครองหรือหารือกัน ข้อมูลที่ผู้ปกครองต้องการคือเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วจะหางานทำได้อย่างไร ประกอบอาชีพอย่างไรได้บ้าง

### 2. ปัญหาและอุปสรรคด้านการเลือกสถาบันการศึกษา

2.1 ผู้ปกครองไม่รู้ว่าจะแนะนำให้บุตรหลานเรียนที่ไหน สาขาใด รวมทั้งความคิดเห็นของผู้ปกครองกับนักเรียนไม่สอดคล้องกัน รวมไปถึงปัญหาเรื่องค่าเล่าเรียนแพงเกินไป เพื่อขยายสถานที่และก่อสร้างเพิ่มเติมแข่งขันกัน

2.2 สถานที่ตั้งสถาบันที่อยู่ไกลทำให้ลูกหลานเรียนอยู่ไกลบ้าน ทำให้ต้องเดินทางลำบาก การจราจรก็มีส่วนสำคัญและความปลอดภัย สวัสดิการในการเดินทางรวมถึงเรื่องหอพักด้วย ผู้ปกครองแสดงความเห็นว่านักเรียนบางคนสอบเข้า มหาวิทยาลัยปีคของรัฐบาลแล้ว พอเรียนไปได้ 1 หรือ 2 ปี ก็ไปสอบใหม่ ถ้าได้ก็จะทำให้คนเสียสิทธิไป ปีหนึ่งๆ ทำให้คนเสียสิทธิเป็นจำนวนมาก

### ตอนที่ 3

## ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับสารและเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของ อาจารย์แนะแนว

### 3.1 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับสารของอาจารย์แนะแนว

ปรากฏตามตารางที่ 67-78 ดังนี้

ตารางที่ 67 ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่อาจารย์เปิดรับสารกับระดับชั้นที่สอน

ระดับชั้นที่สอน	สื่อ							รวม
	โทรทัศน์	iny	อินเทอร์เน็ต	นิตยสาร	หนังสือพิมพ์	แผ่นพับ	บุคคล	
มัธยมศึกษาตอนต้น	4 (30.8)	0 (0.0)	1 (7.7)	1 (7.7)	5 (38.5)	2 (15.4)	0 (0.0)	13 (100.0)
มัธยมศึกษาตอนปลาย	75 (48.1)	7 (4.5)	16 (10.3)	12 (7.7)	28 (27.9)	16 (10.3)	2 (1.3)	156 (100.0)
ปวช.	14 (53.8)	0 (0.0)	1 (3.8)	2 (7.7)	6 (23.1)	2 (7.7)	1 (3.8)	26 (100.0)
ปวส.	26 (24.6)	0 (0.0)	1 (7.7)	1 (7.7)	5 (38.5)	2 (15.4)	0 (0.0)	13 (100.0)
รวม	119 (46.5)	7 (2.7)	32 (12.5)	18 (7.0)	52 (20.3)	24 (9.4)	4 (1.6)	256 (100.0)

จากตารางที่ 67 พบว่า สื่อที่อาจารย์แนะแนวทั้งสายสามัญและอาชีวศึกษาที่สอนในทุก  
ระดับชั้นเปิดรับมากที่สุด คือ โทรทัศน์ รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ เมื่อ  
พิจารณาแยกตามระดับชั้นที่สอน พบว่า อาจารย์แนะแนวที่สอนมัธยมศึกษาตอนต้น เปิดรับสื่อ  
หนังสือพิมพ์มากกว่าโทรทัศน์ ส่วนอาจารย์แนะแนวที่สอนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เปิดรับสื่อ  
โทรทัศน์มากกว่าหนังสือพิมพ์ ส่วนสื่อที่เปิดรับเป็นอันดับตามคือแผ่นพับและอินเทอร์เน็ต สำหรับ  
อาจารย์แนะแนวที่สอนในระดับ ปวช. และ ปวส. เปิดรับสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด รองลงมาคือ  
หนังสือพิมพ์ และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อาจารย์แนะแนวที่สอนอยู่ในระดับชั้นที่แตก  
ต่างก็มีพฤติกรรมการเปิดรับสารผ่านสื่อที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 68 ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่อาจารย์แนะแนวเปิดรับสารกับสาขาวิชาที่สอน

สาขาวิชาที่สอน	สื่อ							
	โทรทัศน์	วิทยุ	อินเทอร์เน็ต	นิทรรศการ	หนังสือพิมพ์	แผ่นพับ	บุคคล	รวม
วิทยาศาสตร์	50 (45.9)	2 (1.8)	11 (10.1)	8 (7.3)	23 (21.1)	14 (12.8)	1 (0.9)	109 (100.0)
ศิลปศาสตร์	31 (51.7)	1 (1.7)	10 (16.7)	3 (5.0)	10 (16.7)	5 (8.3)	0 (0.0)	60 (100.0)
พาณิชยกรรม	22 (46.8)	3 (6.4)	4 (8.5)	3 (6.4)	9 (19.1)	3 (6.4)	3 (6.4)	47 (100.0)
ช่าง	16 (40.0)	1 (2.5)	7 (17.5)	4 (0.0)	10 (25.0)	2 (5.0)	0 (0.0)	40 (100.0)
<b>รวม</b>	<b>119 (46.5)</b>	<b>7 (2.7)</b>	<b>32 (12.5)</b>	<b>18 (7.0)</b>	<b>52 (20.3)</b>	<b>24 (9.4)</b>	<b>4 (1.6)</b>	<b>256 (100.0)</b>

จากตารางที่ 68 wuii อาจารย์แนะแนวที่สอนในสาขาวิชา วิทยาศาสตร์ ศิลปกรรม พาณิชยกรรม และช่าง มีการเปิดรับ โทรทัศน์ มากที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ต ตามลำดับ เมื่อพิจารณาแยกตามสาขาวิชาที่สอน wuii อาจารย์แนะแนวที่สอนสาขาวิทยาศาสตร์ 2nd ศาสตร์และสายช่างเปิดรับสื่อแผ่นพับและนิทรรศการอีกด้วย และจากการทดสอบสมมติฐาน wuii อาจารย์แนะแนวที่สอนในสาขาวิชาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสารผ่านสื่อที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 69 ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่อาจารย์แนะแนวเปิดรับสารกับระยะเวลาที่อยู่ในตำแหน่ง

ระยะเวลา	สื่อ							
	โทรทัศน์	วิทยุ	อินเทอร์เน็ต	นิทรรศการ	หนังสือพิมพ์	แผ่นพับ	บุคคล	รวม
1 ปี	13 (56.5)	1 (4.3)	5 (21.7)	0 (0.0)	3 (13.0)	1 (4.3)	0 (0.0)	23 (100.0)
2-3 ปี	18 (46.2)	0 (0.0)	11 (28.2)	3 (7.7)	6 (15.4)	1 (2.6)	0 (0.0)	39 (100.0)
4-5 ปี	13 (34.2)	1 (2.6)	6 (15.8)	2 (5.3)	8 (21.1)	6 (15.8)	2 (5.3)	38 (100.0)
6 ปีและมากกว่า	75 (48.1)	5 (3.2)	10 (6.4)	13 (8.3)	35 (22.4)	16 (10.3)	2 (1.3)	156 (100.0)
<b>รวม</b>	<b>119 (46.5)</b>	<b>7 (2.7)</b>	<b>32 (12.5)</b>	<b>18 (7.0)</b>	<b>52 (20.3)</b>	<b>24 (9.4)</b>	<b>4 (1.6)</b>	<b>256 (100.0)</b>

จากตารางที่ 69 wuii อาจารย์แนะแนวที่มีอายุงานอยู่ในตำแหน่งในช่วงเวลาต่างๆ เปิดรับสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด แต่ระดับรองลงมานั้นอาจารย์แนะแนวที่อยู่ในตำแหน่งมานาน มากกว่า 4 ปีขึ้นไปนั้น เปิดรับ หนังสือพิมพ์ มากกว่าอินเทอร์เน็ต แต่อาจารย์แนะแนวที่อยู่ในตำแหน่ง 1-3 ปี นั้น จะเปิดรับอินเทอร์เน็ตมากกว่าหนังสือพิมพ์ และจากการทดสอบสมมติฐาน wuii อาจารย์แนะแนวที่มีอายุงานอยู่ในตำแหน่งในระยะเวลาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสารผ่านสื่อที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 70 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกสถาบันอุดมศึกษากับระดับชั้นที่สอน

ระดับชั้นที่สอน	ประเภทมหาวิทยาลัย						รวม
	มหาวิทยาลัย รัฐบาล	มหาวิทยาลัย ไม่จำกัดรับ	มหาวิทยาลัย เอกชน	มหาวิทยาลัย ในกำกับของ รัฐบาล	สถาบันราชภัฏ ราชมณฑล	ที่ได้ก็ได้	
	จำกัดรับ	ไม่จำกัดรับ	เอกชน	ในกำกับของ รัฐบาล	ราชมณฑล	ที่ได้ก็ได้	
มัธยมศึกษาตอนต้น	6 (46.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (53.8)	13 (100.0)
มัธยมศึกษาตอนปลาย	74 (47.4)	2 (1.3)	1 (0.6)	6 (3.8)	5 (3.2)	68 (43.6)	156 (100.0)
ปวช.	6 (23.1)	0 (0.0)	2 (7.7)	2 (7.7)	6 (23.1)	10 (38.5)	26 (100.0)
ปวส.	12 (19.7)	5 (8.2)	2 (3.3)	4 (6.6)	8 (3.1)	30 (49.2)	13 (100.0)
รวม	98 (38.3)	7 (2.7)	5 (2.0)	12 (4.7)	19 (7.4)	115 (44.9)	256 (100.0)

จากตารางที่ 70 พบว่า อาจารย์แนะแนวที่สอนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น และระดับปวช. บัณฑิต. แนะนำให้นักเรียนเลือกสถาบันอุดมศึกษาเพื่อศึกษาต่อโดยแนะนำให้เลือกเรียนสถาบันใดก็ได้ที่เปิดสอนในสาขาวิชาที่นักเรียนต้องการเรียนเป็นลำดับแรกมากที่สุด รองลงมาคือแนะนำมหาวิทยาลัยของรัฐบาลซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยปิดหรือมหาวิทยาลัยที่รับจำนวนจำกัด ส่วนอาจารย์แนะแนวที่สอนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจะแนะนำให้นักเรียนเลือกมหาวิทยาลัยปิดของรัฐบาลก่อนเป็นส่วนใหญ่ เมื่อพิจารณาอาจารย์แนะแนวที่สอนในระดับชั้นที่ต่างกัน พบว่าอาจารย์แนะแนวที่สอนระดับ ปวช. และปวส. จะแนะนำให้นักเรียนเลือกเรียนในสถาบันราชภัฏและราชมณฑลมากกว่ามหาวิทยาลัยเอกชนและมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐบาล จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อาจารย์แนะแนวที่สอนในระดับชั้นที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการแนะนำให้นักเรียนเลือกเรียนในสถาบันที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 71 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการเลือกสถาบันอุดมศึกษากับสาขาวิชาที่สอน

สาขาวิชาที่สอน	ประเภทมหาวิทยาลัย					ที่ได้ก็ได้	รวม
	มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัย	สถาบันราชภัฏ		
	รัฐบาล จำกัดรับ	รัฐบาล ไม่จำกัดรับ	เอกชน	ในกำกับของ รัฐบาล	/ราชมงคล		
วิทยาศาสตร์	51 (46.8)	1 (0.9)	1 (0.9)	4 (3.7)	3 (2.8)	49 (45.0)	109 (100.0)
ศิลปศาสตร์	13 (21.7)	3 (5.0)	4 (6.7)	5 (8.3)	8 (13.3)	27 (45.0)	60 (100.0)
พาณิชยกรรม	13 (27.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (4.3)	8 (17.0)	24 (51.1)	47 (100.0)
ช่าง	21 (52.5)	3 (7.5)	0 (0.0)	1 (2.5)	0 (0.0)	15 (37.5)	40 (100.0)
รวม	98 (38.3)	7 (2.7)	5 (2.0)	12 (4.7)	19 (7.4)	115 (44.9)	256 (100.0)

จากตารางที่ 71 wuii อาจารย์แนะแนวที่สอนในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ ศิลปศาสตร์ พาณิชยกรรมและช่าง มีพฤติกรรมกรรมการแนะนำให้นักเรียนเลือกเรียนในสถาบันอุดมศึกษาประเภทสถาบันใดก็ได้ที่เปิดสอนในสาขาที่นักเรียนต้องการเรียนมากที่สุด เมื่อพิจารณาแยกตามสาขาวิชาที่สอน wuii อาจารย์แนะแนวที่สอนในสาขาวิทยาศาสตร์และสายช่างจะแนะนำให้นักเรียนเลือกเรียนในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาลที่เป็นมหาวิทยาลัยปิดหรือรับจำนวนจำกัดมากกว่าสถาบันอื่น รองลงมาคือสถาบันใดก็ได้ที่เปิดสอนในสาขาที่ตรงตามความต้องการของนักเรียน ส่วนอาจารย์แนะแนวที่สอนในสายศิลปศาสตร์และพาณิชยกรรมจะแนะนำมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนสาขาตรงตามความต้องการของนักเรียนก่อน จากนั้นเป็นมหาวิทยาลัยปิดของรัฐบาลและตามด้วยสถาบันราชภัฏและราชมงคล ผลทดสอบสมมติฐาน wuii อาจารย์แนะแนวที่สอนในสาขาวิชาที่ต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการแนะนำให้นักเรียนเลือกเรียนในสถาบันอุดมศึกษาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 72 เปรียบเทียบระหว่างพฤติกรรมการเลือกสถาบันอุดมศึกษากับระยะเวลาที่อยู่ในตำแหน่ง

ระยะเวลา	ประเภทมหาวิทยาลัย					ที่ได้ก็ได้	รวม
	มหาวิทยาลัย รัฐบาล	มหาวิทยาลัย ไม่จำกัดรับ	มหาวิทยาลัย เอกชน	มหาวิทยาลัย ในกำกับของ รัฐบาล	สถาบันราชภัฏ /ราชมนคง		
	จำกัดรับ	ไม่จำกัดรับ	เอกชน	ในกำกับของ รัฐบาล	สถาบันราชภัฏ /ราชมนคง		
1 ปี	7 (30.4)	3 (13.0)	1 (4.3)	0 (0.0)	4 (17.4)	8 (34.8)	23 (100.0)
2-3 ปี	15 (38.5)	4 (10.3)	2 (5.1)	1 (2.6)	2 (5.1)	15 (38.5)	39 (100.0)
4-5 ปี	9 (23.7)	0 (0.0)	1 (2.6)	4 (10.5)	5 (13.2)	19 (50.0)	38 (100.0)
6 ปีและมากกว่า	67 (42.9)	0 (0.0)	1 (0.6)	7 (4.5)	3 (5.1)	73 (46.8)	156 (100.0)
รวม	98 (38.3)	7 (2.7)	5 (2.0)	12 (4.7)	19 (7.4)	115 (44.9)	256 (100.0)

จากตารางที่ 72 พบว่า อาจารย์แนะแนวที่มีอายุงานในช่วงเวลาดังแต่ 1 ปี ถึงมากกว่า 6 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการแนะนำให้นักเรียนเลือกสถาบันในการศึกษาต่อ คือ สถาบันใดก็ได้ที่เปิดสอนในสาขาที่ตรงตามความต้องการของนักเรียน มากที่สุดเป็นลำดับแรก ตามด้วยมหาวิทยาลัยปิดของรัฐบาล เมื่อแยกพิจารณาอาจารย์แนะแนวที่มีอายุงานในตำแหน่งต่างกัน wuii อาจารย์แนะแนวที่มีอายุงานในตำแหน่งสูงกว่าจะเลือกแนะนำสถาบันราชภัฏและราชมนคงก่อนมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐบาล และจากการทดสอบสมมติฐาน wuii อาจารย์แนะแนวที่มีอายุงานในตำแหน่งต่างกัน มีพฤติกรรมการแนะนำให้นักเรียนเลือกสถาบันเพื่อศึกษาต่อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตารางที่ 74 ความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์การส่งออกภาคการเกษตรกับมูลค่าส่งออกภาคการเกษตร

หมวด	เดือน											
	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม
รวม	14	18	19	3	4	31	10	0	4	3	3	0
ข้าว	(12.8)	(16.5)	(17.4)	(2.8)	(3.7)	(28.4)	(9.2)	(0.0)	(3.3)	(3.7)	(2.8)	(2.8)
ผลไม้	4	4	20	2	1	19	5.3)	2	2	2	0	1
พืชไร่	(6.7)	(6.7)	(33.3)	(3.3)	(1.7)	(31.7)	( )	(3.3)	(3.3)	(3.3)	(.0)	(1.7)
พืชสวน	4	10	10	0	0	15	7	0	1	1	0	0
ปศุสัตว์	(8.5)	(21.3)	(21.3)	(0.0)	(0.0)	(31.9)	(14.9)	(0.0)	(0.0)	(2.1)	(0.0)	(0.0)
อื่นๆ	4	8	8	0	1	8	3	1	4	2	0	0
รวม	26	40	57	5	6	73	25	3	11	5	4	1
	(10.0)	(20.0)	(22.3)	(0.0)	(2.3)	(20.0)	(7.5)	(2.5)	(10.0)	(5.0)	(0.0)	(2.5)
	4	8	8	0	1	8	3	1	4	2	0	0
	(15.6)	(22.3)	(22.3)	(2.0)	(2.3)	(28.5)	(9.8)	(1.2)	(4.3)	(2.0)	(1.6)	(0.4)
	26	40	57	5	6	73	25	3	11	5	4	1
	(10.2)	(15.6)	(22.3)	(2.0)	(2.3)	(28.5)	(9.8)	(1.2)	(4.3)	(2.0)	(1.6)	(0.4)
รวม	256	256	256	256	256	256	256	256	256	256	256	256

ข้อมูลแสดงการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์การเกษตรมูลค่าส่งออกภาคการเกษตรกับมูลค่าส่งออกภาคการเกษตรรวม โดยแสดงเป็นร้อยละของมูลค่าส่งออกภาคการเกษตรรวม และแสดงเป็นร้อยละของมูลค่าส่งออกภาคการเกษตรรวม

ข้อมูลแสดงการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์การเกษตรมูลค่าส่งออกภาคการเกษตรกับมูลค่าส่งออกภาคการเกษตรรวม โดยแสดงเป็นร้อยละของมูลค่าส่งออกภาคการเกษตรรวม และแสดงเป็นร้อยละของมูลค่าส่งออกภาคการเกษตรรวม

ข้อมูลแสดงการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์การเกษตรมูลค่าส่งออกภาคการเกษตรกับมูลค่าส่งออกภาคการเกษตรรวม โดยแสดงเป็นร้อยละของมูลค่าส่งออกภาคการเกษตรรวม และแสดงเป็นร้อยละของมูลค่าส่งออกภาคการเกษตรรวม

จากตารางที่ 74 พบว่า ผลิตภัณฑ์การเกษตรมูลค่าส่งออกภาคการเกษตรกับมูลค่าส่งออกภาคการเกษตรรวม โดยแสดงเป็นร้อยละของมูลค่าส่งออกภาคการเกษตรรวม และแสดงเป็นร้อยละของมูลค่าส่งออกภาคการเกษตรรวม



ตารางที่ 75 ความสัมพันธ์ระหว่างผลการศึกษาการเลือกการศึกษาระดับปริญญาโทในสาขา

เหตุผล

ระยะเวลา	ไม่ชอบ	สามารถ	ดีเยี่ยม	ดีมาก	เป็นพหุคูณ	ไม่พหุคูณ	ไม่พหุคูณ	ไม่พหุคูณ	ไม่พหุคูณ	ไม่พหุคูณ	ไม่พหุคูณ	ไม่พหุคูณ	ไม่พหุคูณ	ไม่พหุคูณ	ไม่พหุคูณ	ไม่พหุคูณ	ไม่พหุคูณ	ไม่พหุคูณ	ไม่พหุคูณ	ไม่พหุคูณ	เหตุผล		
																					ไม่ชอบ	สามารถ	
1 ปี	0	6	6	0	2	7	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	23	จำนวน	ร้อยละ
2-3 ปี	2	10	10	0	5	7	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	39	จำนวน	ร้อยละ
4-5 ปี	8	2	12	0	12	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	38	จำนวน	ร้อยละ
6 ปีและมากกว่า	19	22	29	2	4	13	0	8	5	4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	156	จำนวน	ร้อยละ
รวม	26	40	57	5	6	25	3	11	5	4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	256	จำนวน	ร้อยละ

จากตารางที่ 75 พบว่า 1 ปี จำนวนผู้ตอบที่เลือกการเรียนต่อปริญญาโทในสาขาที่เลือกเรียนมากที่สุดคือ 23 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ส่วนผู้ตอบที่เลือกเรียนต่อปริญญาโทในสาขาที่เลือกเรียนได้น้อยที่สุดคือ 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00 นอกจากนี้ยังพบว่า 2-3 ปี จำนวนผู้ตอบที่เลือกเรียนต่อปริญญาโทในสาขาที่เลือกเรียนมากที่สุดคือ 39 คน คิดเป็นร้อยละ 15.23 ส่วนผู้ตอบที่เลือกเรียนต่อปริญญาโทในสาขาที่เลือกเรียนได้น้อยที่สุดคือ 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00 4 ปี จำนวนผู้ตอบที่เลือกเรียนต่อปริญญาโทในสาขาที่เลือกเรียนมากที่สุดคือ 38 คน คิดเป็นร้อยละ 14.84 ส่วนผู้ตอบที่เลือกเรียนต่อปริญญาโทในสาขาที่เลือกเรียนได้น้อยที่สุดคือ 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00 5 ปี จำนวนผู้ตอบที่เลือกเรียนต่อปริญญาโทในสาขาที่เลือกเรียนมากที่สุดคือ 38 คน คิดเป็นร้อยละ 14.84 ส่วนผู้ตอบที่เลือกเรียนต่อปริญญาโทในสาขาที่เลือกเรียนได้น้อยที่สุดคือ 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00 6 ปีและมากกว่า จำนวนผู้ตอบที่เลือกเรียนต่อปริญญาโทในสาขาที่เลือกเรียนมากที่สุดคือ 156 คน คิดเป็นร้อยละ 60.94 ส่วนผู้ตอบที่เลือกเรียนต่อปริญญาโทในสาขาที่เลือกเรียนได้น้อยที่สุดคือ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.39

ตารางที่ 76 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่วางแผนการเลือกสถาบันการศึกษากับระดับชั้นที่สอน

ระดับชั้นที่สอน	ระยะเวลาที่วางแผนการเลือกสถาบัน					
	ม.1 - ม.3	U.41ปวช.1 /ปวส.1	ภาคการศึกษา สุดท้ายของ ชั้นสูงสุด	ตอน Entrance	ทุกเวลา	รวม
มัธยมศึกษาตอนต้น	1 (7.7)	9 (69.2)	3 (23.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	13 (100.0)
มัธยมศึกษาตอนปลาย	5 (3.2)	107 (68.6)	18 (11.5)	14 (9.0)	12 (7.7)	156 (100.0)
ปวช.	0 (0.0)	7 (26.9)	17 (65.4)	1 (3.8)	1 (3.8)	26 (100.0)
ปวส.	0 (0.0)	11 (18.0)	47 (77.0)	1 (1.6)	2 (3.3)	61 (100.0)
รวม	6 (2.3)	134 (52.3)	85 (33.2)	16 (6.3)	15 (5.9)	256 (100.0)

จากตารางที่ 76 พบว่า อาจารย์แนะแนวจะแนะนำให้นักเรียนวางแผนการเลือกสถาบันเมื่อศึกษาอยู่ในระดับชั้น 114 / ปวช.1 / ปวส.1 มากที่สุด รองลงมาคือ เมื่อเรียนภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน และคอนสอบ Entrance ตามลำดับ เมื่อพิจารณาแยกตามระดับชั้นที่สอนพบว่า อาจารย์แนะแนวที่สอนอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายสาขาสามัญจะแนะนำให้นักเรียนวางแผนการเลือกสถาบันตั้งแต่เริ่มเรียนชั้น 114 / ปวช.1 / ปวส.1 มากที่สุด ส่วนอาจารย์ที่ระดับ ปวช./ปวส. สายอาชีพจะแนะนำให้นักเรียนวางแผนการเลือกเมื่อนักเรียนเรียนอยู่ภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียนหรือก่อนสำเร็จการศึกษาในโรงเรียนนั่นเอง และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อาจารย์แนะแนวที่สอนในระดับชั้นที่ต่างกันมีการแนะนำให้นักเรียนวางแผนการเลือกสถาบันศึกษาต่อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 77 ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาที่วางแผนการเลือกสถาบันการศึกษา กับ สาขาวิชาที่สอน

สาขาวิชาที่สอน	ระยะเวลาที่วางแผนการเลือกสถาบัน					
	ม.1 - ม.3	ม.4 / ปวช. 1 / ปวส.1	ภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุด	ตอน Entrance	ทุกเวลา	รวม
วิทยาศาสตร์	1 (2.8)	67 (61.5)	22 (20.2)	8 (7.3)	9 (8.3)	109 (100.0)
ศิลปศาสตร์	0 (0.0)	16 (26.7)	41 (68.3)	2 (3.3)	1 (1.7)	60 (100.0)
พาณิชยกรรม	2 (4.3)	22 (46.8)	18 (38.3)	3 (6.4)	1 (1.7)	47 (100.0)
ช่าง	1 (2.5)	29 (72.5)	4 (10.0)	3 (7.5)	3 (7.5)	40 (100.0)
รวม	6 (2.3)	134 (52.3)	85 (33.2)	16 (6.3)	15 (5.9)	256 (100.0)

จากตารางที่ 77 พบว่า อาจารย์แนะแนวที่สอนในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ พาณิชยกรรม และช่าง แนะนำให้นักเรียนวางแผนเลือกสถาบันตั้งแต่นักเรียนอยู่ชั้น ม.4 / ปวช.1 / ปวส.1 แต่อาจารย์แนะแนวที่สอนในสาขาวิชาศิลปศาสตร์จะแนะนำให้นักเรียนวางแผนการเลือกสถาบันเมื่อเรียนอยู่ภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียนมากที่สุด และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อาจารย์แนะแนวที่สอนในสาขาวิชาต่างกันมีการแนะนำให้นักเรียนวางแผนการเลือกสถาบันในระยะเวลาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 78 เปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาที่วางแผนเลือกสถาบันกับระยะเวลาที่อยู่ในตำแหน่ง

ระยะเวลา	การวางแผน					
	ม.1 - ม.3	ม.4/ปวช.1 / ปวส.1	ภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุด	ตอน Entrance	ทุกเวลา	รวม
1 ปี	0 (0.0)	10 (43.5)	12 (52.2)	1 (4.3)	0 (0.0)	23 (100.0)
2-3 ปี	0 (0.0)	14 (35.9)	22 (56.4)	2 (5.1)	1 (2.6)	39 (100.0)
4-5 ปี	2 (5.3)	12 (31.6)	21 (55.3)	0 (0.0)	3 (7.9)	38 (100.0)
6 ปีและมากกว่า	4 (2.6)	98 (62.8)	30 (19.2)	13 (8.3)	11 (7.1)	156 (100.0)
รวม	6 (2.3)	134 (52.3)	85 (33.2)	16 (6.3)	15 (5.9)	256 (100.0)

จากตารางที่ 78 พบว่า อาจารย์แนะแนวที่มีอายุงานอยู่ในตำแหน่ง 6 ปีขึ้นไปจะแนะนำให้นักเรียนวางแผนเลือกสถาบันการศึกษาเมื่อเริ่มต้นเรียนชั้น ม.4 / ปวช.1 / ปวส.1 มากที่สุด ส่วนอาจารย์แนะแนวที่มีอายุงานอยู่ในช่วง 1-5 ปี จะแนะนำให้นักเรียนวางแผนการเลือกสถาบันการศึกษาเมื่อตอนเรียนอยู่ภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียนเป็นส่วนใหญ่ และจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า อาจารย์แนะแนวที่มีอายุงานในระยะเวลาต่างกัน มีการแนะนำนักเรียนให้วางแผนเลือกสถาบันการศึกษาในระยะเวลาที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### 3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษา เพื่อแนะแนวการศึกษาต่อของอาจารย์แนะแนว ปรากฏในตารางที่ 79-81 ดังนี้

ตารางที่ 79 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาเพื่อแนะแนว การศึกษา ระหว่างอาจารย์แนะแนวที่สอนในระดับชั้นต่างกัน

ระดับชั้นที่สอน	$\bar{X}$	S.D.	F
มัธยมศึกษาตอนต้น	4.26	0.53	
มัธยมศึกษาตอนปลาย	4.15	0.54	1.76
ปวช.	4.14	0.58	
ปวส.	4.47	0.29	
รวม	4.23	0.54	

จากตารางที่ 79 พบว่า ค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษา เพื่อแนะแนวการศึกษาต่อ โดยรวมของอาจารย์แนะแนวอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}= 4.23$ ) โดยค่าเฉลี่ย ความต้องการข้อมูลข่าวสารของอาจารย์แนะแนวที่สอนในทุกระดับต่างก็อยู่ระดับมากเช่นกัน โดย อาจารย์แนะแนวที่สอนในระดับ ปวส. มีค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารสูงที่สุด ( $\bar{X}= 4.47$ )

สำหรับผลการทดสอบทางสถิติ พบว่า อาจารย์แนะแนวที่สอนในระดับชั้นที่ต่างกัน มี ค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายข้อ จากจำนวน 19 ข้อ พบว่าข้อมูลข่าวสารที่อาจารย์แนะแนว ต้องการสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ หลักสูตรหรือคณะวิชาที่สถาบันแต่ละแห่งเปิดสอน ( $\bar{X} = 4.63$ ) รองลงมาอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน คือ วัน หรือช่วงเวลาที่เปิดรับสมัครนักศึกษา ( $\bar{X}=4.62$ ) และวิชาที่ใช้ในการสอบ ( $\bar{X}=4.55$ ) ตามลำดับ (รายละเอียดตามภาคผนวก ง)

ตารางที่ 80 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาเพื่อแนะแนว การศึกษาต่อระหว่างอาจารย์แนะแนวที่สอนในสายวิชาต่างกัน

สายวิชาที่สอน	$\bar{X}$	S.D.	F
วิทยาศาสตร์	4.29	0.51	
ศิลปศาสตร์	4.11	0.57	1.67
พาณิชยกรรม	4.26	0.59	
ช่าง	4.20	0.48	
รวม	4.23	0.54	

จากตารางที่ 80 **wuui** ค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษา เพื่อแนะแนวทางศึกษาต่อของอาจารย์แนะแนวแยกตามสาขาวิชาที่สอนทุกสาขาวิชา สูงสุดอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ อาจารย์แนะแนวที่สอนในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ รองลงมาคือ สาขาพาณิชยกรรม และช่าง ตามลำดับ สำหรับผลการทดสอบทางสถิติ **wuui** อาจารย์แนะแนวที่สอนในสาขาวิชาต่างกัน มีค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาเพื่อแนะแนวทางการศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 81 เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาเพื่อแนะแนวทางการศึกษาต่อระหว่างอาจารย์แนะแนวที่มีระยะเวลาที่อยู่ในตำแหน่งต่างกัน

ระยะเวลา	$\bar{X}$	S.D.	F
1 ปี	4.11	0.63	
2-3 ปี	4.11	0.50	1.42
4-5 ปี	4.25	0.53	
6 ปีและมากกว่า	4.27	0.53	
รวม	4.23	0.54	

จากตารางที่ 81 **wuui** ค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษา เพื่อแนะแนวทางศึกษาต่อของอาจารย์แนะแนวที่มีระยะเวลาที่อยู่ในตำแหน่งต่างกัน โดยทุกกลุ่มอายุงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาแยกตามระยะเวลา **wuui** อาจารย์แนะแนวที่มีระยะเวลาอยู่ในตำแหน่ง 6 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารสูงสุด ( $\bar{X}$  4.27) รองลงมา คือ ระยะเวลา 4-5 ปี ( $\bar{X} = 4.25$ ) และระยะเวลา 1-3 ปี ( $\bar{X} = 4.11$ ) ตามลำดับ สำหรับผลการทดสอบทางสถิติ พบว่า อาจารย์แนะแนวที่มีระยะเวลาอยู่ในตำแหน่งต่างกัน มีค่าเฉลี่ยความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาเพื่อแนะแนวทางการศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน

### 3.3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกสถาบันเพื่อแนะแนวทางการศึกษาต่อของ อาจารย์แนะแนว ปรากฏในตารางที่ 82-88 ดังนี้

ตารางที่ 82 จำนวนและร้อยละประเภทของมหาวิทยาลัยหรือสถาบันที่อาจารย์แนะแนวต้องการ  
แนะนำให้นักเรียนสมัครเข้าศึกษาต่อ

ประเภทของสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยรัฐจำกัดรับ	98	38.3
มหาวิทยาลัยรัฐไม่จำกัดรับ	7	2.7
มหาวิทยาลัยเอกชน	5	2.0
มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ	12	4.7
สถาบันราชภัฏ/ราชมนกล	19	7.4
สถาบันใดก็ได้ที่มีวิชาต้องการเรียน	115	44.9
รวม	256	100.00

จากตารางที่ 82 พบว่า สถาบันอุดมศึกษาที่อาจารย์แนะแนวต้องการแนะนำให้นักเรียน  
สมัครเข้าศึกษาต่อมากที่สุด คือ สถาบันใดก็ได้ที่เปิดสอนในวิชาที่ตรงกับความต้องการเรียนของ  
นักเรียน รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทจำกัดรับ และ สถาบันราชภัฏ/ราชมนกล ตาม  
ลำดับ

ตารางที่ 83 จำนวนและร้อยละของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาลที่อาจารย์แนะแนวต้องการแนะ  
แนะนำให้นักเรียนสมัครเข้าศึกษาต่อ

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	49	19.1
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	24	9.4
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	22	8.6
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	20	7.8
สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	20	7.8
อื่นๆ (ตอบกระจายและไม่ตอบ)	121	47.3
รวม	256	100.00

จากตารางที่ 83 พบว่า จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาลที่ อาจารย์แนะแนวแนะนำให้นักเรียนสมัครเข้าศึกษาต่อมากที่สุด รองลงมา คือ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ และ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตามลำดับ

ตารางที่ 84 จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่อาจารย์แนะแนวแนะนำให้นักเรียนสมัครเข้าศึกษาต่อ ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาล

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียง	40	15.6
สังคมยอมรับ	57	22.3
มหาวิทยาลัยเป็นพันธมิตรกับ โรงเรียน	5	2.0
มีศิษย์เก่าของโรงเรียน	6	2.3
มีคณะวิชาที่ตลาดแรงงานต้องการ	73	28.5
ค่าเล่าเรียนถูก	25	9.8
มีทุนการศึกษามาก	3	1.2
มีสาขาที่ต้องการเรียน	4	1.6
การเดินทางสะดวก	11	4.3
นักเรียนสามารถสอบเข้าได้	5	2.0
เรียนและทำงานไปพร้อมกัน	1	0.4
ไม่ระบุ	26	10.2
รวม	256	100.00

จากตารางที่ 84 พบว่า อาจารย์แนะแนวต้องการแนะนำให้นักเรียนสมัครเข้าเรียนใน สถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาล โดยมีเหตุผล คือ มีคณะวิชาที่ตลาดแรงงานต้องการมากที่สุด รองลง มาคือ สังคมยอมรับ และ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง ตามลำดับ



ตารางที่ 85 จำนวนและร้อยละของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่อาจารย์แนะแนวต้องการแนะนำให้นักเรียนสมัครเข้าศึกษาต่อ

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	79	30.9
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	51	19.9
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	23	9.0
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	17	6.6
วิทยาลัยคริสเตียน	12	4.7
ไม่ระบุ	74	28.9
รวม	256	100.00

จากตารางที่ 85 พบว่า มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต คือสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่อาจารย์แนะแนวต้องการแนะนำให้นักเรียนเข้าศึกษาต่อมากที่สุด รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ตามลำดับ

ตารางที่ 86 จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่อาจารย์แนะแนวต้องการแนะนำให้นักเรียนสมัครเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียง	53	20.7
สังคมยอมรับ	67	26.2
มหาวิทยาลัยเป็นพันธมิตรกับโรงเรียน	12	4.7
คณะวิชาที่ตลาดแรงงานต้องการ	58	22.7
ค่าเล่าเรียนถูก	5	2.0
มีทุนการศึกษามาก	4	1.6
เดินทางสะดวก	7	2.7
สภาพแวดล้อมดี	2	0.8
ได้รับข่าวสารเสมอ	1	0.4
มีสาขาที่ต้องการเรียน	1	0.4
ไม่ระบุ	35	13.7
รวม	256	100.00

จากตารางที่ 86 พบว่า เหตุผลที่อาจารย์แนะแนวต้องการแนะนำให้นักเรียนสมัครเข้าเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน เพราะเป็นมหาวิทยาลัยที่สังคมยอมรับมากที่สุด รองลงมาคือ มีคณะวิชาที่ตลาดแรงงานต้องการ และ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง ตามลำดับ

ตารางที่ 87 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาที่อาจารย์แนะแนวแนะนำการวางแผนการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาให้นักเรียน

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ
ม.1-ม.3	6	2.6
ม.4 / ปวช.1 / ปวส. 1	134	52.3
ภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน	85	33.2
ช่วงสอบ Entrance / ช่วงรับสมัครของสถาบันต่างๆ	16	6.3
ตลอดเวลา	15	5.9
รวม	256	100.00

จากตารางที่ 87 พบว่า อาจารย์แนะแนวเริ่มแนะแนวทางการวางแผนการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาให้นักเรียนในช่วงเวลาที่นักเรียนเรียนอยู่ ม.4 / ปวช.1 / ปวส.1 มากที่สุด รองลงมา คือ ภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน และคอนสอบ Entrance / ช่วงรับสมัครของสถาบันต่างๆ ตามลำดับ

ตารางที่ 88 จำนวนและร้อยละของอาจารย์แนะแนวที่เห็นว่าบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกสถาบันอุดมศึกษาเพื่อศึกษาต่อ

บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ	ก่อนข้าง				
	มาก	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย
ตัวนักเรียนเอง	182 (71.1)	63 (24.6)	10 (3.9)	1 (0.4)	0 (0.0)
บิดามารดา/ผู้ปกครองของนักเรียน	100 (39.1)	106 (41.4)	41 (16.0)	8 (3.1)	1 (0.4)
ญาติพี่น้องของนักเรียน	20 (7.8)	62 (24.2)	140 (54.7)	27 (10.5)	7 (2.7)
รุ่นพี่ที่จบจากโรงเรียน	55 (21.5)	125 (48.8)	64 (25.0)	11 (4.3)	1 (0.4)
อาจารย์แนะแนว	71 (27.7)	130 (50.8)	49 (19.1)	6 (2.3)	0 (0.0)

จากตารางที่ 88 wuui อาจารย์แนะแนวเห็นว่าบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกสถาบันอุดมศึกษาเพื่อศึกษาต่อมากที่สุด คือ ตัวนักเรียนเอง รองลงมาคือ บิดามารดา/ผู้ปกครองของนักเรียน และอาจารย์แนะแนว ตามลำดับ

### 3.4 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการและการสื่อสารของสถาบันอุดมศึกษา ปรากฏในตารางที่ 89 ดังนี้

ตารางที่ 89 จำนวนและร้อยละระดับความคิดเห็นที่มีต่อการจัดการและการสื่อสารของสถาบันการศึกษาของรัฐและเอกชน

ความคิดเห็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ทบวงมหาวิทยาลัยควรมีการทบทวนระบบการทดสอบ Entrance	4.50	0.84	มากที่สุด
มหาวิทยาลัยของรัฐบาลควรทำประชาสัมพันธ์มากกว่านี้	4.53	0.74	มากที่สุด
คนส่วนใหญ่เลือกมหาวิทยาลัยของรัฐเพราะค่านิยมแบบเดิมๆ	4.21	1.03	มาก
การสอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐส่วนใหญ่เป็นเรื่องยุ่งยาก	3.67	1.10	มาก
การเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยรัฐบาลหรือเอกชนมีคุณภาพไม่แตกต่างกัน	4.08	1.02	มาก
การสอบเข้ามหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่ง่ายและไม่ไ้มาตรฐาน	3.05	1.00	ปานกลาง
มหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่เน้นปริมาณนักศึกษามากกว่าเน้นคุณภาพ	3.27	1.03	ปานกลาง
มหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่มีการทำประชาสัมพันธ์เกินความเป็นจริง	3.24	10.2	ปานกลาง
บัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่หางานทำยากกว่าบัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยรัฐในสาขาเดียวกัน	2.93	1.22	ปานกลาง
มหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่มีความพร้อมด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน	4.19	0.77	มาก
รวม	3.77	0.50	มาก

จากตารางที่ 89 พบว่า ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของอาจารย์แนะแนวเกี่ยวกับการจัดการและการสื่อสารของสถาบันอุดมศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ ) เมื่อพิจารณาแยกรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ มหาวิทยาลัยของรัฐบาลควรทำประชาสัมพันธ์มากกว่านี้ ( $\bar{X} = 4.53$ ) รองลงมาคือ ทบวงมหาวิทยาลัยควรมีการทบทวนระบบการทดสอบ Entrance ( $\bar{X} = 4.50$ ) และคนส่วนใหญ่เลือกมหาวิทยาลัยของรัฐเพราะค่านิยมแบบเดิมๆ ( $\bar{X} = 4.21$ ) ตามลำดับ

### 3.5 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของอาจารย์แนะแนวเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารและการเลือกสถาบัน สรุปได้ดังนี้

#### 1. ปัญหาและอุปสรรคด้านการสื่อสารและการศึกษา

1.1 อาจารย์แนะแนวเห็นว่าสื่อและเทคโนโลยีในการสอนและเผยแพร่ที่มีอยู่ปัจจุบันไม่ทันสมัย เพราะเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้ง VDO, VCD, Computer, website, E-mail ทำให้อาจารย์แนะแนวและผู้ปกครองรับข้อมูลข่าวสารไม่ทั่วถึง ต้องรอจากการส่งเอกสารข้อมูลของแต่ละสถาบันโดยวิธีอื่น ซึ่งทำให้ล่าช้า รวมถึงมีจำนวนไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักเรียน สิ่งที่ได้รับก็เป็นข้อมูลไม่ละเอียด ไม่ชัดเจนครอบคลุมทุกคณะสาขาวิชา การประกอบอาชีพ ที่สำคัญโรงเรียนเล็กๆ มักจะไม่ได้รับข้อมูลจากมหาวิทยาลัย

1.2 นอกจากนี้นักเรียนบางกลุ่มยังไม่สนใจในการรับเอกสารแนะแนวจากอาจารย์แนะแนวอีกด้วย อาจารย์แนะแนวเสนอแนะให้สถาบันการศึกษาออกแบบข้อมูลให้น่าสนใจเพราะข้อมูลทางการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเชิงวิชาการมากเกินไป ทำให้เกิดความน่าเบื่อ

1.3 ระบบการแนะแนวของสถาบันอุดมศึกษาไม่ดีพอเพราะขาดการประสานงานกับทางโรงเรียน และมีการแนะแนวจากสถาบันการศึกษาน้อย ทางโรงเรียนก็มีงบประมาณในการแนะแนวไม่เพียงพอ และขาดผู้ที่มีประสบการณ์ในงานแนะแนวของโรงเรียนอีกด้วย อาจารย์แนะแนวบางกลุ่มเห็นว่านักเรียนได้รับข้อมูลของมหาวิทยาลัยเอกชนน้อย ส่วนของรัฐบาลนั้นจะทราบเพราะมีเอกสารมากเนื่องจากมหาวิทยาลัยรัฐให้โควตาและทุนการศึกษา

1.3 อาจารย์แนะแนวเสนอแนะว่าการจะให้อาจารย์แนะแนวเป็นผู้ให้ข้อมูลฝ่ายเดียวในชั่วโมงแนะแนวนั้นมีข้อจำกัดหลายด้านโดยเฉพาะเรื่องเวลา ทางที่ดีสถาบันอุดมศึกษาต่างๆ ควรส่งข้อมูลให้นักเรียนโดยตรง เปิดโอกาสให้นักเรียนได้ศึกษาข้อมูลรายละเอียดมากขึ้นแต่เน้นๆ นักเรียนจะได้ใช้เวลาส่วนตัวในการศึกษา วิเคราะห์และตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษาได้ดียิ่งขึ้น

1.4 อาจารย์แนะแนวเสนอว่า ควรให้รุ่นพี่ที่เป็นศิษย์เก่าของโรงเรียน ซึ่งปัจจุบันกำลังศึกษาในมหาวิทยาลัย เป็นตัวแทนที่ดีของสถาบันมาเล่าประสบการณ์ให้น้องๆ ฟัง ซึ่งถือว่าเป็นประสบการณ์ตรง ทั้งยังมีการติดตามผลสำเร็จ และการประกอบอาชีพของรุ่นพี่ที่เป็นศิษย์เก่าเหล่านั้นด้วย

## 2. ปัญหาและอุปสรรคด้านการเลือกสถาบันการศึกษา

2.1 นโยบายการศึกษาของรัฐบาลมีทิศทางไม่ชัดเจน ใช้มาตรฐานแตกต่างกัน ปรับเปลี่ยนบ่อยทำให้นักเรียนมีระยะเวลาในการเลือกและการตัดสินใจน้อย รวมถึงการเตรียมตัวน้อย ทำให้ไม่มีความพร้อม นักเรียนส่วนใหญ่รู้จักและมีคำนิยามกับมหาวิทยาลัยเก่าแก่ เป็นที่รู้จักหรือหรรษา และมักจะตามเพื่อนหรือบิดามารดา ก่อให้เกิดการเลือกสถาบันและคณะไม่ตรงกับความสามารถและความต้องการของตนเอง

2.2 นอกจากนี้นักเรียนที่มีคุณสมบัติเรียนดี ส่วนใหญ่มีฐานะยากจน จึงเลือกเรียนต่อในสถาบันอุดมศึกษาที่ไม่มีคุณภาพ อุปกรณ์การสอนไม่ทันสมัยทำให้เสียโอกาส นักเรียนมีข้อจำกัดในการเลือกสถาบันเพราะมหาวิทยาลัยที่รับนักศึกษาจำนวนจำกัดทำให้เกิด การแข่งขันเพื่อสอบเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาบางแห่งมากเกินไป ทำให้เกิดความเครียด

2.3 ปัญหาด้านความรู้ความเข้าใจ ในการเลือกสถาบันการศึกษาและคณะวิชาต่างๆ ยังเป็นปัญหาสำคัญ โดยเฉพาะเด็กต่างจังหวัดจะมีความรู้และความเข้าใจน้อยในการตัดสินใจศึกษาต่อที่ตรงกับความสามารถทางการศึกษาของตนเอง เพราะนักเรียนยังไม่รู้จักตนเอง

## ตอนที่ 4

### เปรียบเทียบการเปิดรับสาร และการเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาระหว่าง นักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว

#### 4.1 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร ปรากฏตามตารางที่ 90-93

##### ตารางที่ 90 เปรียบเทียบลักษณะการเปิดรับสาร

กลุ่ม	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
นักเรียน	โทรทัศน์	บุคคล	อินเทอร์เน็ต
ผู้ปกครอง	โทรทัศน์	หนังสือพิมพ์	บุคคล
อาจารย์แนะแนว	โทรทัศน์	หนังสือพิมพ์	อินเทอร์เน็ต

จากตารางที่ 90 พบว่าสื่อที่กลุ่มเป้าหมายทั้งสามเปิดรับมากที่สุดคือโทรทัศน์ ส่วนอันดับรองลงไปนั้นต่างกันเพราะผู้ปกครองกับอาจารย์แนะแนวเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ แต่นักเรียนเป็นสื่อบุคคล ส่วนอันดับที่สามนักเรียนและครูแนะแนวเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตแต่ผู้ปกครองเลือกสื่อบุคคล

##### ตารางที่ 91 เปรียบเทียบสถานีโทรทัศน์ที่เปิดรับ

กลุ่ม	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
นักเรียน	ช่อง 3	ช่อง 7	ITV
ผู้ปกครอง	ช่อง 3	ช่อง 7	ITV
อาจารย์แนะแนว	ช่อง 3	ITV	ช่อง 7

จากตารางที่ 91 พบว่า สถานีโทรทัศน์ที่นักเรียน ผู้ปกครองและอาจารย์แนะแนวเปิดชมมากที่สุด คือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ตามด้วยช่อง 7 และไอทีวี ตามลำดับ

##### ตารางที่ 92 เปรียบเทียบสื่อหนังสือพิมพ์ที่เปิดรับ

กลุ่ม	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
นักเรียน	ไทยรัฐ	เดลินิวส์	คนชัคดีก
ผู้ปกครอง	ไทยรัฐ	เดลินิวส์	มติชน
อาจารย์แนะแนว	ไทยรัฐ	เดลินิวส์	มติชน

จากตารางที่ 92 พบว่าหนังสือพิมพ์ที่นักเรียน ผู้ปกครองและอาจารย์แนะแนวเปิดรับมากที่สุดคือหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เคลินิวส์ ตามลำดับ

ตารางที่ 93 เปรียบเทียบสื่อที่สะดวกในการเปิดรับข่าวสาร

กลุ่ม	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
นักเรียน	จดหมาย	ผ่านครูแนะแนว	E-mail
ผู้ปกครอง	หนังสือพิมพ์	โทรทัศน์	จดหมาย
อาจารย์แนะแนว	ผ่านครูแนะแนว	Web-site	จดหมาย

จากตารางที่ 93 พบว่าสื่อที่นักเรียน ผู้ปกครองและอาจารย์แนะแนวสะดวกที่จะเปิดรับข่าวสารด้านการศึกษาแตกต่างกันคือนักเรียนสะดวกที่จะให้ส่งข่าวสารผ่านทางจดหมาย ส่วนผู้ปกครองเลือกหนังสือพิมพ์และอาจารย์แนะแนวเลือกให้ส่งตรงมาถึงอาจารย์แนะแนวที่โรงเรียน

#### 4.2 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกสถาบัน ปรากฏตามตารางที่ 94-99

ตารางที่ 94 เปรียบเทียบการเลือกสถาบัน

กลุ่ม	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
นักเรียน	มหาวิทยาลัยรัฐบาล แบบจำกัดรับ	สถาบันใดก็ได้ที่เปิด สอนสาขาที่ต้องการ	มหาวิทยาลัยเอกชน
ผู้ปกครอง	มหาวิทยาลัยรัฐบาล แบบจำกัดรับ	สถาบันใดก็ได้ที่เปิด สอนสาขาที่ต้องการ	มหาวิทยาลัยเอกชน
อาจารย์แนะแนว	สถาบันใดก็ได้ที่เปิด สอนสาขาที่ต้องการ	มหาวิทยาลัยของรัฐ แบบจำกัดรับ	สถาบันราชภัฏ

จากตารางที่ 94 พบว่า นักเรียนและผู้ปกครองมีพฤติกรรมการเลือกสถาบันไม่แตกต่างกันในทุกอันดับ ส่วนอาจารย์แนะแนวนั้นแตกต่างเพราะจะแนะนำนักเรียนให้เลือกสถาบันที่เปิดสอนตรงกับที่ต้องการเรียนก่อนจากนั้นจะแนะนำมหาวิทยาลัยของรัฐประเภทจำกัดรับและสถาบันราชภัฏตามลำดับ

ตารางที่ 95 เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเลือกสถาบันการศึกษารัฐบาล

กลุ่ม	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
นักเรียน	จุฬาลงกรณ์	ธรรมศาสตร์	เกษตรศาสตร์
ผู้ปกครอง	จุฬาลงกรณ์	ธรรมศาสตร์	เกษตรศาสตร์
อาจารย์แนะแนว	จุฬาลงกรณ์	เกษตรศาสตร์	เชียงใหม่

จากตารางที่ 95 พบว่า พฤติกรรมการเลือกสถาบันอุดมศึกษารัฐบาลของนักเรียน ผู้ปกครอง ไม่แตกต่างกัน ส่วนอาจารย์แนะแนวเลือกอันดับหนึ่งเหมือนกับนักเรียนและผู้ปกครอง แตกต่างใน ลำดับที่สองและที่สาม คือ เลือกมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตามลำดับ

ตารางที่ 96 เปรียบเทียบเหตุผลการเลือกสถาบันของรัฐบาล

กลุ่ม	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
นักเรียน	มีชื่อเสียง	สังคมยอมรับ	ค่าเล่าเรียนถูก
ผู้ปกครอง	สังคมยอมรับ	มีชื่อเสียง	ค่าเล่าเรียนถูก
อาจารย์แนะแนว	มีคณะวิชาที่ตลาด แรงงานต้องการ	สังคมยอมรับ	มีชื่อเสียง

จากตารางที่ 96 พบว่า เหตุผลการเลือกสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาลของนักเรียนและผู้ ปกครองไม่แตกต่างกัน เพราะเห็นว่า ความสำคัญของการยอมรับของสังคม ความมีชื่อเสียงของ สถาบันและค่าเล่าเรียน ส่วนอาจารย์แนะแนว เห็นว่า ความสำคัญเรื่องการเปิดสอนคณะวิชาที่ตลาด แรงงานต้องการมากที่สุดจากนั้นจึงจะคำนึงถึงการยอมรับของสังคมและความมีชื่อเสียงของสถาบัน

ตารางที่ 97 เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเลือกสถาบันการศึกษา ของเอกชน

กลุ่ม	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
นักเรียน	ม.กรุงเทพ	ม.ธุรกิจบัณฑิตย์	ม.อัสสัมชัญ
ผู้ปกครอง	ม.กรุงเทพ	ม.ธุรกิจบัณฑิตย์	ม.อัสสัมชัญ
อาจารย์แนะแนว	ม.ธุรกิจบัณฑิตย์	ม.กรุงเทพ	ม.อัสสัมชัญ

จากตารางที่ 97 พบว่านักเรียน ผู้ปกครองมีพฤติกรรมกรรมการเลือกสถาบันอุดมศึกษาของ เอกชนไม่แตกต่างกันคือ เลือกมหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และมหาวิทยาลัย อัสสัมชัญ ตามลำดับ ส่วนอาจารย์แนะแนวนั้นเลือกมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มหาวิทยาลัย กรุงเทพ และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ



ตารางที่ 98 เปรียบเทียบเหตุผลในการเลือกสถาบันของเอกชน

กลุ่ม	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
นักเรียน	มีชื่อเสียง	มีโอกาสเข้าง่าย	สังคมยอมรับ
ผู้ปกครอง	สังคมยอมรับ	มีชื่อเสียง	มีโอกาสเข้าง่าย
อาจารย์แนะแนว	มีคณะวิชาที่ตลาด แรงงานต้องการ	สังคมยอมรับ	มีชื่อเสียง

จากตารางที่ 98 พบว่าเหตุผลในการเลือกสถาบันอุดมศึกษาเอกชนของนักเรียน ผู้ปกครองไม่แตกต่างกันคือเลือกเพราะความมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในสังคมและมีโอกาสเข้าศึกษาได้ง่าย ส่วนอาจารย์แนะแนวเลือกเพราะเปิดสอนคณะวิชาที่เป็นความต้องการของตลาดแรงงานก่อน แล้วจึงคำนึงถึงการยอมรับและชื่อเสียงของสถาบัน

ตารางที่ 99 เปรียบเทียบช่วงเวลาในการวางแผนศึกษาต่อ

กลุ่ม	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
นักเรียน	ม.4/ ปวช.1/ปวส.1	ภาคการศึกษาสุดท้าย	ตอนสอบEntrance
ผู้ปกครอง	ม.4/ ปวช.1/ปวส.1	ภาคการศึกษาสุดท้าย	ตอนสอบEntrance
อาจารย์แนะแนว	ม.4/ ปวช.1/ปวส.1	ภาคการศึกษาสุดท้าย	ตอนสอบEntrance

จากตารางที่ 99 พบว่านักเรียน ผู้ปกครองและอาจารย์แนะแนวมีการวางแผนการเลือกสถาบันการศึกษาในช่วงเวลาที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 100 เปรียบเทียบผู้ที่มีส่วนช่วยตัดสินใจเลือกสถาบัน

กลุ่ม	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3
นักเรียน	ตนเอง/นักเรียน	ผู้ปกครอง	ครูแนะแนว
ผู้ปกครอง	นักเรียน	ครูแนะแนว	ผู้ปกครอง
อาจารย์แนะแนว	นักเรียน	ผู้ปกครอง	ครูแนะแนว

จากตารางที่ 100 พบว่า ทั้งนักเรียน ผู้ปกครองและอาจารย์แนะแนวต่างคิดว่านักเรียนคือผู้ที่ตัดสินใจเลือกเรียนด้วยตนเองมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว

### 4.3 ผลการเปรียบเทียบความต้องการข้อมูลข่าวสาร ปรากฏตามตารางที่ 101

ตารางที่ 101 เปรียบเทียบข้อมูลที่ต้องการเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือก

กลุ่ม	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 4	อันดับ 5
นักเรียน	วิชาที่ใช้ในการสอบเข้า	แนวทางการประกอบอาชีพ	รายละเอียดหลักสูตร	รายละเอียดการรับสมัคร	ค่าใช้จ่าย
ผู้ปกครอง	หลักสูตรที่เปิดสอน	ค่าใช้จ่าย	แนวทางประกอบอาชีพ	รายละเอียดการรับสมัคร	สิทธิประโยชน์ที่ผู้เรียนจะได้รับ
อาจารย์แนะแนว	หลักสูตรที่เปิดสอน	แนวทางประกอบอาชีพ	ข้อมูลการรับสมัคร	ค่าใช้จ่าย	รายละเอียดการเรียนการสอน

จากตารางที่ 101 พบว่า ข้อมูลข่าวสารที่นักเรียน ผู้ปกครองและอาจารย์แนะแนวต้องการทราบเพื่อประกอบการตัดสินใจนั้น โดยสรุปไม่แตกต่างกันเพราะต้องการทราบเกี่ยวกับหลักสูตรที่เปิดสอน แนวทางการประกอบอาชีพ การรับสมัคร วิชาที่ใช้ในการสอบคัดเลือก ค่าใช้จ่าย รายละเอียดการเรียนการสอนเป็นหลัก แต่จะแตกต่างกันที่อันดับความต้องการเท่านั้น

### 4.4 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการและการสื่อสาร

ปรากฏตามตารางที่ 102

ตารางที่ 102 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการและการสื่อสารของสถาบันอุดมศึกษา

กลุ่ม	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 4	อันดับ 5
นักเรียน	การสอบเข้ามหาวิทยาลัยรัฐเป็นเรื่องยุ่งยาก	มหาวิทยาลัยรัฐ ควรมีการประชาสัมพันธ์มากกว่านี้	ทบวงมหาวิทยาลัย ควรปรับปรุงระบบการสอบ Entrance	คนส่วนใหญ่เลือกรัฐ เพราะค่านิยม	มหาวิทยาลัยเอกชน มีอุปกรณ์การเรียนการสอนพร้อม
ผู้ปกครอง	การสอบเข้ามหาวิทยาลัยรัฐเป็นเรื่องยุ่งยาก	มหาวิทยาลัยรัฐ ควรมีการประชาสัมพันธ์มากกว่านี้	ทบวงมหาวิทยาลัย ควรปรับปรุงระบบการสอบ Entrance	คนส่วนใหญ่เลือกรัฐ เพราะค่านิยม	มหาวิทยาลัยเอกชน มีอุปกรณ์การเรียนการสอนพร้อม
อาจารย์แนะแนว	ทบวงมหาวิทยาลัย ควรปรับปรุงระบบการสอบ Entrance	มหาวิทยาลัยรัฐ ควรมีการประชาสัมพันธ์มากกว่านี้	การเลือกมหาวิทยาลัยรัฐ เป็นค่านิยม	การเลือกรัฐ/เอกชน ไม่ต่างกัน	มหาวิทยาลัยเอกชน มีอุปกรณ์การเรียนการสอนพร้อม

จากตารางที่ 102 wuui นักเรียน ผู้ปกครองและอาจารย์แนะแนวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการและการสื่อสารของสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษารัฐบาลและเอกชนคล้ายคลึงกัน โดยส่วนใหญ่เห็นว่าการสอบเข้ามหาวิทยาลัยรัฐบาลเป็นเรื่องยุ่งยาก ดังนั้นทบวงมหาวิทยาลัยควรมีการทบทวนเรื่องดังกล่าว นอกจากนี้ทั้งสามกลุ่มยังเห็นว่ามหาวิทยาลัยรัฐบาลควรมีการประชาสัมพันธ์มากกว่านี้ และเห็นว่ามหาวิทยาลัยเอกชนมีอุปกรณ์การเรียนการสอนพร้อม

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาลักษณะการเปิดรับสารและการเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษา ของนักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว ในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญ และสาขาอาชีพทั่วประเทศครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการเปิดรับสาร และการเลือก สถาบันอุดมศึกษาสำหรับศึกษาต่อของนักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนวในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสาขาอาชีพทั่วประเทศ รวมทั้งศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสาร ด้านการศึกษาและเสนอแนะแนวทางการพัฒนารูปแบบการสื่อสาร ลักษณะเนื้อหา ข้อมูลที่จำเป็น สำหรับผู้รับสารต่อการเลือกสถาบันอุดมศึกษา และการใช้สื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด การวิจัย ครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 2,048 คนส่วนสถิติที่ใช้คือค่าร้อยละ การทดสอบไค-สแควร์ ค่าที่ความแปรปรวน และการวิเคราะห์เนื้อหา

#### สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้สามารถสรุปพฤติกรรมการเปิดรับสารและการเลือกศึกษาต่อในสถาบัน อุดมศึกษาของนักเรียน ผู้ปกครองและอาจารย์แนะแนวได้ดังนี้

##### 5.1 ลักษณะการเปิดรับสาร

5.1.1 สื่อที่นักเรียนเปิดรับมากที่สุด คือ โทรทัศน์ รองลงมาคือ สื่อบุคคล และอิน- เทอร์เน็ต ตามลำดับ และจากการทดสอบทางสถิติ wuui พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักเรียน มีความสัมพันธ์กับเพศ สาขาวิชาที่ศึกษาและรายได้ครอบครัว ส่วนอาชีพผู้ปกครองและที่มาของค่า เล่าเรียนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักเรียน

5.1.2 สื่อที่ผู้ปกครองเปิดรับมากที่สุด คือ โทรทัศน์ รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ และ สื่อบุคคล ตามลำดับ และจากการทดสอบทางสถิติ wuui พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้ปก ครองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษา และอาชีพ ส่วนอายุ จำนวนบุตรและภูมิลำเนาไม่มีความ สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้ปกครอง

5.1.3 สื่อที่อาจารย์แนะแนวเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ โทรทัศน์ รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ตตามลำดับ และจากการทดสอบทางสถิติ wuui พฤติกรรมการเปิดรับ

ข่าวสารของอาจารย์แนะแนวมีความสัมพันธ์กับ อายุงานที่อยู่ในตำแหน่ง แต่ระดับชั้นที่สอน และ สาขาวิชาที่สอน ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารของเผยแพร่แนะแนว

สรุปเปรียบเทียบ พบว่า นักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว เปิดรับสารผ่านสื่อ โทรทัศน์มากที่สุด ส่วนสื่อรอนั้นมีลำดับที่แตกต่างกันเล็กน้อย แต่ในภาพรวมยังคงคล้ายๆ กัน คือ สื่อบุคคล หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต

## 5.2 พฤติกรรมการเลือกสถาบัน

5.2.1 พฤติกรรมการเลือกสถาบันการศึกษาของนักเรียน คือ มหาวิทยาลัยของรัฐประเภท จำกัดรับมากที่สุด รองลงมา คือ สถาบันใดก็ได้ที่เปิดสอนในสาขาที่ตรงความต้องการ และ มหาวิทยาลัยเอกชน ตามลำดับ และจากการทดสอบทางสถิติ wu ii พฤติกรรมการเลือกสถาบันการศึกษาของนักเรียนมีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่เรียน อาชีพของผู้ปกครอง รายได้ต่อเดือนของครอบครัว ที่มาของค่าเล่าเรียน แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ

5.2.2 พฤติกรรมการเลือกสถาบันการศึกษาของผู้ปกครอง คือ มหาวิทยาลัยของรัฐประเภท จำกัดรับมากที่สุด รองลงมา คือ สถาบันใดก็ได้ที่เปิดสอนในสาขาที่บุตรหลานต้องการ เรียน และ มหาวิทยาลัยของเอกชน ตามลำดับ และจากการทดสอบทางสถิติ พบว่า พฤติกรรมการเลือกสถาบันการศึกษามีความสัมพันธ์กับวุฒิการศึกษาและภูมิลำเนา แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับ อายุ อาชีพและจำนวนบุตรในครอบครัว

5.2.3 พฤติกรรมการเลือกสถาบันการศึกษาของอาจารย์แนะแนวเพื่อแนะนำให้นักเรียน ศึกษาต่อ คือ เลือกสถาบันใดก็ได้ที่เปิดสอนในสาขาที่ตรงกับความต้องการของนักเรียน รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยรัฐบาล ประเภทจำกัดรับ และสถาบันราชภัฏและราชวมงคลตามลำดับ และจากการทดสอบทางสถิติ wu ii พฤติกรรมการเลือกสถาบันของอาจารย์แนะแนวมีความสัมพันธ์กับระดับชั้นที่สอน สาขาวิชาที่สอนและระยะเวลาที่อยู่ในตำแหน่ง

สรุปเปรียบเทียบ wu ii นักเรียนและผู้ปกครอง มีพฤติกรรมการเลือกสถาบันการศึกษาที่ไม่แตกต่างกันเพราะเลือกมหาวิทยาลัยของรัฐประเภทจำกัดรับมากที่สุด ยกเว้นอาจารย์แนะแนวที่จะแนะนำสถาบันใดก็ได้ที่เปิดสอนสาขาที่ตรงกับที่นักเรียนต้องการเรียนก่อน แต่ก็เลือกมหาวิทยาลัยของรัฐประเภทจำกัดรับเป็นอันดับรองลงมา นักเรียนและผู้ปกครองนั้นสนใจมหาวิทยาลัยเอกชนมากกว่าอาจารย์แนะแนว ส่วนอาจารย์แนะแนวเลือกสถาบันราชภัฏ/ราชวมงคลมากกว่ามหาวิทยาลัยเอกชน

### 5.3 ช่วงเวลาในการวางแผนเลือกสถาบัน

5.3.1 นักเรียนวางแผนเลือกสถาบันเพื่อศึกษาต่อในช่วงเวลาที่เรียนอยู่ชั้น ม.4 / ปวช.1 | ปวส.1 มากที่สุด รองลงมาคือ ช่วงภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน และตอนสอบ Entrance ตามลำดับ และจากการทดสอบทางสถิติ พบว่า ช่วงเวลาการวางแผนเลือกสถาบันเพื่อศึกษาต่อมีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่เรียน รายได้ และที่มาค่าเล่าเรียน แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ และอาชีพผู้ปกครอง

5.3.2 ผู้ปกครองวางแผนเลือกสถาบันเพื่อศึกษาต่อให้บุตรหลานในช่วงเวลาที่บุตรหลานเรียนอยู่ในชั้น ม.4 | ปวช.1 / ปวส.1 มากที่สุด รองลงมาคือ ภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน และตอนสอบ Entrance ตามลำดับ และจากการทดสอบทางสถิติ พบว่า ช่วงเวลาในการวางแผนเลือกสถาบันการศึกษามีความสัมพันธ์กับอายุ และวุฒิการศึกษา แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับอาชีพ จำนวนบุตรและภูมิลำเนา

5.3.4 อาจารย์แนะแนว wuii อาจารย์แนะแนวมีการวางแผนการแนะนำการเลือกสถาบันศึกษาต่อในช่วงเวลาที่นักเรียนอยู่ในชั้น ม.4 / ปวช.1 / ปวส.1 มากที่สุด รองลงมาคือ ภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน และตอนสอบ Entrance ตามลำดับ และจากการทดสอบทางสถิติ wuii ช่วงเวลาของการแนะนำนักเรียนเพื่อศึกษาต่อมีความสัมพันธ์กับระดับชั้นที่สอน สาขาวิชาที่สอน และระยะเวลาที่อยู่ในตำแหน่ง

สรุปเปรียบเทียบ ช่วงเวลาการวางแผนเลือกสถาบันเพื่อศึกษาต่อของ นักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว พบว่า ไม่แตกต่างกัน เพราะทุกคนต่างวางแผนในช่วงเวลาตั้งแต่ที่นักเรียนเรียนอยู่ ม.4 / ปวช.1 / ปวส.1 มากที่สุด ตามด้วยภาคการศึกษาสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน และตอนสอบ Entrance ตามลำดับ

### 5.4 ความต้องการข้อมูลข่าวสาร

5.4.1 นักเรียนมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาที่เลือกศึกษาต่อในระดับมาก และนักเรียนหญิงมีความต้องการข้อมูลข่าวสารมากกว่านักเรียนชาย โดยต้องการทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวิชาที่ใช้ในการสอบคัดเลือกมากที่สุด รองลงมาคือ ต้องการทราบแนวทางในการประกอบอาชีพและหลักสูตรที่เปิดสอนตามลำดับ และจากการทดสอบทางสถิติ wuii ความต้องการข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับเพศ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับสาขาวิชาที่เรียน อาชีพผู้ปกครอง รายได้ของครอบครัวและที่มาของค่าเล่าเรียน

5.4.2 ผู้ปกครองมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาในระดับสูงมาก โดยต้องการทราบข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรที่เปิดสอนมากที่สุด รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายเพื่อการศึกษา

ตลอดหลักสูตรและแนวทางการประกอบอาชีพ และจากการทดสอบทางสถิติ wuui ความต้องการข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับภูมิภาคที่อาศัย แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับอายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ จำนวนบุตร

5.4.3 อาจารย์แนะแนวมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาอยู่ในระดับสูงมาก โดยเฉพาะอาจารย์แนะแนวที่สอนอยู่ในระดับปวส. โดยข้อมูลข่าวสารที่ต้องการสูงสุด คือ หลักสูตรที่เปิดสอน รองลงมาคือ ช่วงเวลาการเปิดรับสมัครนักศึกษาและวิชาที่ใช้สอบ ตามลำดับ และจากการทดสอบทางสถิติ wuui ความต้องการข้อมูลข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับระดับชั้นที่ now สาขาวิชาที่สอนและระยะเวลาที่อยู่ในตำแหน่ง

สรุปเปรียบเทียบ wuui นักเรียน ผู้ปกครองและอาจารย์แนะแนว มีความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านสถาบันการศึกษาในระดับสูงมากเหมือนกัน โดยข้อมูลที่ต้องการทราบก็คล้ายๆกัน นั่นคือ ต้องการทราบหลักสูตรที่เปิดสอน แนวทางประกอบอาชีพ ค่าใช้จ่าย วิชาที่ใช้สอบคัดเลือกและระยะเวลาการสอบของแต่ละสถาบันเป็นสำคัญ

## 5.5 การเลือกสถาบันเพื่อศึกษา

5.5.1 นักเรียน wuui มหาวิทยาลัยรัฐบาลที่นักเรียนต้องการเลือกสมัครเข้าศึกษาต่อมากที่สุด คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ด้วยเหตุผล เพราะ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับของสังคมและค่าเล่าเรียนถูก ส่วนมหาวิทยาลัยเอกชนนั้น นักเรียนต้องการสมัครเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยกรุงเทพมากที่สุด รองลงมาคือมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์และ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ตามลำดับ ด้วยเหตุผล เพราะเป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง มีโอกาสเข้าง่ายและสังคมยอมรับ

5.5.2 ผู้ปกครอง wuui มหาวิทยาลัยรัฐบาลที่ผู้ปกครองอยากให้บุตรหลานเลือกศึกษาต่อมากที่สุด คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รองลงมา คือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ตามลำดับ ส่วนเหตุผลที่เลือกเพราะ เป็นมหาวิทยาลัยที่สังคมยอมรับ มีชื่อเสียง ค่าเล่าเรียนถูก ตามลำดับ สำหรับมหาวิทยาลัยเอกชนนั้น ผู้ปกครองเลือกมหาวิทยาลัยกรุงเทพมากที่สุด รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ด้วยเหตุผลคือ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง สังคมยอมรับและมีโอกาสเข้าศึกษาง่าย ตามลำดับ

5.5.3 อาจารย์แนะแนว wuui มหาวิทยาลัยรัฐบาลที่อาจารย์แนะแนวเลือกแนะนำมากที่สุด คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตามลำดับ เหตุผลที่ใช้ในการเลือกแนะนำสถาบันการศึกษาให้นักเรียนคือ มหาวิทยาลัยแห่งนั้นมีคณะวิชาที่ตลาดแรงงานต้องการมากที่สุด รองลงมาคือสังคมยอมรับ และเป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง ตามลำดับ ส่วนมหาวิทยาลัยเอกชนคือ อาจารย์แนะแนวเลือกมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์มากที่สุด

สุด รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ตามลำดับ ด้วยเหตุผลคือ สังคมยอมรับ รองลงมาคือ มีคณะวิชาที่ตลาดแรงงานต้องการและเป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง

สรุปเปรียบเทียบ พบว่า นักเรียน และผู้ปกครอง มีการเลือกสถาบันเข้าศึกษาต่อเหมือนกันทั้งสถาบันของรัฐบาลและเอกชนคือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ตามลำดับ ส่วนมหาวิทยาลัยเอกชนคือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ตามลำดับ ส่วนอาจารย์แนะแนวเลือกลำดับแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยแต่ยังคงอยู่ในกลุ่มมหาวิทยาลัยเดียวกัน

## 5.6 การตัดสินใจเลือกสถาบันอุดมศึกษาเพื่อศึกษาต่อ

5.6.1 บุคคลที่มีบทบาทในการช่วยตัดสินใจเลือกสถาบันเพื่อศึกษาต่อของนักเรียนมากที่สุด คือ ตนเอง รองลงมา คือผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนวตามลำดับ

5.6.2 บุคคลที่มีบทบาทในการช่วยตัดสินใจเลือกสถาบันเพื่อศึกษาต่อของบุตรหลานของผู้ปกครอง คือ ตัวของบุตรหลานเอง รองลงมาคือ อาจารย์แนะแนว และผู้ปกครองตามลำดับ

5.6.3 บุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกสถาบันเพื่อศึกษาต่อตามความเห็นของอาจารย์แนะแนว คือ ตัวนักเรียนเอง รองลงมา คือ ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว ตามลำดับ

สรุปเปรียบเทียบ พบว่า นักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว มีความเห็นตรงกันว่า บุคคลที่มีบทบาทมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษาต่อคือ ตัวนักเรียนเอง รองลงมาคือ ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว แต่อาจารย์แนะแนวเห็นว่า ผู้ปกครองมีบทบาทในการช่วยตัดสินใจมากกว่าอาจารย์แนะแนว ส่วนผู้ปกครองคิดว่าอาจารย์แนะแนวมีส่วนช่วยมากกว่าผู้ปกครอง

## 5.7 ความคิดเห็นต่อการจัดการและการสื่อสารของสถาบันการศึกษาของรัฐและเอกชน

5.7.1 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักเรียนเกี่ยวกับการจัดการและการสื่อสารของสถาบันอุดมศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก โดยเห็นว่า "มหาวิทยาลัยรัฐบาลควรทำประชาสัมพันธ์มากกว่านี้" รองลงมาคือ "ทบวงมหาวิทยาลัยควรมีการทบทวนระบบการทดสอบ Entrance" และ "มหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่มีความพร้อมด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน"

5.7.2 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ปกครองเกี่ยวกับการจัดการและการสื่อสารของสถาบันอุดมศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก โดยเห็นว่า "มหาวิทยาลัยรัฐบาลควรทำประชาสัมพันธ์มากกว่านี้" รองลงมาคือ "ทบวงมหาวิทยาลัยควรมีการทบทวนระบบการทดสอบ Entrance" และ "มหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่มีความพร้อมด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน"

5.7.3 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของอาจารย์แนะแนวเกี่ยวกับการจัดการและการสื่อสารของสถาบันอุดมศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อแยกเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก โดยเห็นว่า "มหาวิทยาลัยรัฐบาลควรทำประชาสัมพันธ์มากกว่านี้" รองลงมาคือ "ทบวงมหาวิทยาลัยควรมีการทบทวนระบบการทดสอบ Entrance" และ "คนส่วนใหญ่เลือกมหาวิทยาลัยรัฐเพราะค่านิยมแบบเดิมๆ" ตามลำดับ

สรุปเปรียบเทียบ พบว่า นักเรียน ผู้ปกครองและอาจารย์แนะแนว มีความคิดเห็นต่อการจัดการและการสื่อสารของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชนในระดับมากเหมือนกัน โดยเฉพาะการเสนอให้มหาวิทยาลัยรัฐบาลทำประชาสัมพันธ์มากกว่านี้และควรมีการทบทวนเรื่องระบบการสอบ Entrance

## 5.8 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารและการเลือกสถาบัน

5.8.1 ความคิดเห็นของนักเรียนส่วนใหญ่ระบุว่า สถาบันต่างๆยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่ทั่วถึงทำให้ข้อมูลข่าวสารไปถึงกลุ่มเป้าหมายช้าและสิ่งที่ได้รับก็ไม่ตรงกับความต้องการข้อมูลต่างๆ ไม่ได้ถูกออกแบบให้เข้าใจง่าย ทำให้เกิดความสับสน รวมถึงขาดอุปกรณ์การสื่อสารที่ทันสมัย ทำให้เข้าถึงข่าวสารได้ไม่รวดเร็วอย่างที่ควรจะเป็น นักเรียนไม่เข้าใจหลักเกณฑ์การคัดเลือกเพื่อเข้าศึกษาต่อ รวมถึงไม่เข้าใจความต้องการของตนเอง ขาดการวางแผนที่ดีและไม่ทราบแนวทางการศึกษาต่อ รวมทั้งปัญหาเรื่องทุนทรัพย์

5.8.2 ความคิดเห็นผู้ปกครองส่วนใหญ่ระบุว่า ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสถาบันการศึกษาและไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาอย่างเพียงพอ ทำให้ไม่สามารถเป็นที่ปรึกษาที่ดีให้กับบุตรหลานได้ จึงฝากความหวังไว้กับอาจารย์แนะแนว โดยให้อาจารย์แนะแนวแสวงหาข้อมูลที่ทันสมัยสำหรับแนะนำนักเรียน ผู้ปกครองมีความเป็นห่วงบุตรหลานที่ต้องไปเรียนไกลบ้านจึงอยากให้มหาวิทยาลัยมีหอพักและสวัสดิการที่ดี ปัญหาการเงินหรือทุนการศึกษาของบุตรยังเป็นปัญหาสำคัญอีกประการหนึ่ง

5.8.3 อาจารย์แนะแนวระบุว่าโรงเรียนไม่มีงบประมาณในการจัดการอุปกรณ์การสื่อสารและจัดกิจกรรมแนะแนวเพียงพอ สถาบันการศึกษาต่างๆส่งเอกสาร สื่อประชาสัมพันธ์ไม่ถึง โดยเฉพาะโรงเรียนรอบนอก อาจารย์แนะแนวเสนอให้สถาบันการศึกษาต่างๆ คิดเรื่องการออกแบบสื่อ ให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน เข้าใจง่ายไม่เป็นวิชาการมากเกินไป รวมทั้งเสนอแนะให้สถาบันต่างๆติดต่อตรงไปที่นักเรียนด้วยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่พร้อม เพียงพอในการตัดสินใจ สำหรับการเลือกสถาบันนั้น อาจารย์แนะแนวเห็นว่านโยบายของรัฐบาลมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย ไม่ชัดเจน ทำให้อาจารย์แนะแนวต้องปรับตัวอยู่ตลอดเวลาและบางครั้งก็ทำให้วางแผนตอบรับไม่ทัน ความรู้ความเข้าใจในการเลือก



สถาบันการศึกษา คณะวิชาต่างๆ ยังเป็นปัญหาสำคัญเพราะนักเรียนไม่เข้าใจและไม่รู้จักตนเอง ไม่กระตือรือร้นที่จะเตรียมตัวด้วย นอกจากนี้ยังมีปัญหาเรื่องการขาดแคลนทุนการศึกษา โดยเฉพาะนักเรียนที่เรียนดีแต่อยู่ไกลก็จะพลาดโอกาสเลือกสถาบันที่ดีในเมืองใหญ่เพราะข่าวสารไปไม่ถึง

สรุปเปรียบเทียบ พบว่า นักเรียน ผู้ปกครองและอาจารย์แนะแนวต่างก็มีปัญหาด้านการขาดข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาที่เพียงพอในการตัดสินใจ ขาดอุปกรณ์การสื่อสารที่ทันสมัย ทั้งสามกลุ่มยังไม่เข้าใจระบบการคัดเลือกที่ชัดเจน นักเรียนไม่รู้ความต้องการของตนเอง ขาดการวางแผน ส่วนอาจารย์แนะแนวขาดการสนับสนุนงบประมาณในการแสวงหาข้อมูลใหม่ มีนักเรียนต้องดูแลมากขณะที่อาจารย์แนะแนวมีน้อยและยังต้องมีภาระหน้าที่อื่นๆ ด้วยจึงอยากให้สถาบันติดต่อโดยตรงที่นักเรียนหรือผู้ปกครองด้วย ส่วนผู้ปกครองคาดหวังกับอาจารย์แนะแนวในการแนะนำบุตรหลานเป็นหลักเพราะผู้ปกครองขาดความรู้ ความเข้าใจจึงไม่สามารถเป็นที่ปรึกษาได้ดีพอ ทั้งสามกลุ่มต่างระบุว่าปัญหาด้านทุนทรัพย์ ทุนการศึกษายังคงเป็นปัญหาคนส่วนใหญ่

## อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่าสื่อที่กลุ่มเป้าหมายทั้งสามกลุ่มเปิดรับมากที่สุด คือ โทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีข้อดีหลายด้าน เพราะเป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียง เข้าถึงได้ง่าย สามารถนำเสนอข่าวสารข้อมูลได้หลายรูปแบบทั้งเพื่อความบันเทิงหรือให้ข้อมูลเป็นสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ด้านต่างๆ อีกทั้งราคาไม่แพง ในยุคปัจจุบันโทรทัศน์ได้รับการยอมรับและกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต เกือบทุกครัวเรือนจะมีเครื่องรับโทรทัศน์ จึงทำให้โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีบทบาทต่อการรับรู้ข่าวสารของมนุษย์ทุกเพศทุกวัย สอดคล้องกับการศึกษาของ อมรรัตน์ ภาสิโน (2544 : 63) เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมของนักเรียน-นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อโครงการรวมพลังหาร 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารโดยทั่วไปและข่าวสารการประหยัดพลังงานจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด และการศึกษาของ วิโรจน์ ศิริเคารพ เรื่อง พฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคข่าวสารจากสื่อในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ wuui พฤติกรรมในการบริโภคข่าวสารจากสื่อในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ยังคงเหมือนเดิมเมื่อเปรียบเทียบกับก่อนเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ โดยเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น

ดังนั้นสถาบันการศึกษาที่ต้องการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวควรเลือกโทรทัศน์เป็นสื่อหลักในการส่งข่าวสารไปยังผู้รับสาร โดยพิจารณาเนื้อหาตามความสนใจ ความต้องการและความแตกต่างของผู้รับสาร ตามแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses and Gratification Theory) ซึ่งการศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

ใจของผู้รับสาร โดยสรุปได้ว่าการส่งข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ ต้องคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสาร ได้แก่ ความต้องการของผู้รับสาร ความแตกต่างของผู้รับสารทั้งอายุ เพศ การศึกษา สถานะทางสังคม ความตั้งใจ ประสบการณ์เดิม รวมทั้งความคาดหวังและความพึงพอใจ นอกจากนี้ แมคคอมบส์และเบคเกอร์ (McCombs and Becker) ได้กล่าวไว้ในเรื่องการใช้ตามความพึงพอใจและความต้องการว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการรู้ทันต่อทันเหตุการณ์ ต้องการข้อมูลเพื่อสนทนาพูดคุย ต้องการมีส่วนร่วม ต้องการเสริมความคิดเห็น การสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว รวมทั้งต้องการความบันเทิงและเป็นข้อมูลช่วยในการตัดสินใจในชีวิตประจำวัน การทราบว่ากลุ่มเป้าหมายเปิดรับสื่อใดบ้างนั้น มีความสำคัญต่อผู้วางแผนการสื่อสารอย่างยิ่งเพราะสื่อเป็นพาหนะนำสารที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อไปยังผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มเป้าหมายเลือกสถาบันใดก็ได้ที่สอนในสาขาที่ตรงตามความต้องการของนักเรียนในระดับสูงมากในทุกกลุ่ม โดยเฉพาะอาจารย์แนะแนวซึ่งจะแนะนำนักเรียนให้เลือกเรียนสถาบันใดก็ได้ที่เปิดสอนตรงกับความต้องการของนักเรียนมากที่สุดก่อนที่จะเลือกประเภทสถาบันเฉพาะเจาะจง หมายความว่ากลุ่มเป้าหมายยังมีแนวโน้มเลือกคณะวิชาก่อนสถาบัน

ดังนั้นสิ่งที่สถาบันการศึกษาต่างๆ ควรคำนึงถึงอย่างยิ่งคือ ควรมีการทำวิจัยความต้องการของผู้เรียนและความต้องการของตลาดแรงงานก่อนที่จะเปิดสอนหลักสูตรใดๆ เพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง ตามทฤษฎีการตลาดที่กล่าวถึงความต้องการซื้อสินค้าและความต้องการขายสินค้า สินค้าใดก็ตามที่มีความต้องการขายมากกว่าความต้องการซื้อ มักอยู่ในตลาดได้ไม่นาน ในทางกลับกันหากตลาดมีความต้องการซื้อมากกว่าจะขายได้สินนั้นหมายถึงสถาบันต้องผลิตสินค้าที่เป้ที่ความต้องการของตลาดแรงงานและผู้บริโภค

สิ่งที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งคือเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ หรือเหตุผลที่กลุ่มเป้าหมายเลือกสถาบันการศึกษา การวิจัยครั้งนี้พบว่า ทั้งสามกลุ่มเป้าหมายมีเหตุผลในการเลือกคล้ายกันมาก สอดคล้องกับการศึกษาของ เซอร์รี่ (Cherry, 1978) ที่พบว่า การสื่อสารของมนุษย์นั้นจะกระทำเพื่อแบ่งปันข่าวสาร (an Age of Sharing) และการแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันตามมา และนำไปสู่การตัดสินใจและกระทำกิจกรรมประสานสอดคล้องกันตามมา เช่นเดียวกัน เหตุผลการเลือกสถาบันการศึกษาที่พบว่า มีลักษณะการแบ่งปันข่าวสารและการเกิดความเข้าใจตามกันมากคือ การตัดสินใจเลือกสถาบันที่สังคมยอมรับ และสถาบันที่มีชื่อเสียง รวมถึงเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน Cherry Collin (1978) การทราบเหตุผลในการเลือกสถาบันเช่นนี้ นักสื่อสารสามารถนำเหตุผลดังกล่าวไปออกแบบสารเพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย หรือสามารถนำไปกำหนดเป้าหมาย ทิศทางการดำเนินงาน หรือภาพลักษณ์ของสถาบันได้ ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายมีโอกาสเลือกสถาบันนั้นๆ ได้

สถาบันการศึกษาหลายแห่งนิยมจัดการแนะแนวการศึกษาให้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 เท่านั้น แต่การวิจัยครั้งนี้พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีการวางแผนการเลือกสถาบันเพื่อศึกษาต่อ ตั้งแต่เรียนอยู่ระดับมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 4 / ปวช.1 / ปวส.1 ด้วย นั่นหมายถึงผู้ส่งสารที่เป็นสถาบันอุดมศึกษาทั้งรัฐบาลและเอกชนควรให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักเรียนตั้งแต่ระดับชั้น ม.4 / ปวช.1 / ปวส.1 เพื่อให้มีโอกาสได้ศึกษาทำความเข้าใจอย่างละเอียดและเตรียมพร้อมในการเลือกศึกษาต่อ จึงได้กล่าวได้ว่าช่วงเวลาการวางแผนจึงเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง

ตามแนวคิดของ Kotler and Armstrong (1997: 158 อ้างใน สรัญญา เสรีกุล, 2546: 37-38) เกิดการสิ่งเร้าสองส่วน ส่วนแรกคือปัจจัยอิทธิพลที่มีต่อกรรับรู้ คือ ปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม บุคคล เป็นต้น และส่วนที่สองคือ เมื่อเกิดอิทธิพลใน 5 ขั้นตอน คือ (1) เมื่อเกิดการรับรู้ความต้องการ (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินผลทางเลือก (4) การตัดสินใจ และ (5) พฤติกรรมหลัก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้คือ เมื่อผู้รับสารได้รับรู้ความต้องการข้อมูล และค้นหาข้อมูลแล้ว จะสามารถประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจ อาจรวมถึงการวางแผนการศึกษาค่อยได้ด้วย

จากผลการวิจัยยังค้นพบว่าทุกกลุ่มเป้าหมายมีความต้องการข้อมูลข่าวสารในระดับสูง โดยเฉพาะเกี่ยวกับหลักสูตรที่เปิดสอน แนวทางการประกอบอาชีพ ค่าใช้จ่ายและวิชาที่ใช้สอบคัดเลือก รวมไปถึงระยะเวลาในการเปิดรับสมัครและสอบคัดเลือกต่างๆด้วย นักสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ควรนำข้อค้นพบนี้ไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดเนื้อหาข่าวสารที่จะส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งสามกลุ่ม โดยปกติสถาบันการศึกษาต่างๆมักเป็นผู้กำหนดเนื้อหาข่าวสารเองตามความคิดเห็นทั่วไปว่าผู้รับสารควรรู้เกี่ยวกับอะไร หรืออยากบอกอะไรกับผู้รับสาร แต่ไม่ได้คำนึงถึงว่าผู้รับสารต้องการเนื้อหาข่าวสารนั้นหรือไม่ ในทางกลับกันหากนักประชาสัมพันธ์สถาบันต่างๆออกแบบเนื้อหาข่าวสารให้เหมาะสมตรงกับที่กลุ่มเป้าหมายต้องการทราบ เพื่อนำไปประกอบการตัดสินใจเลือกสถาบันก็จะทำให้การสื่อสารครั้งนั้นประสบความสำเร็จ สถาบันการศึกษามุ่งบอกล่าไว้ในสิ่งที่ผู้รับสารต้องการทราบ โดยออกแบบสารให้น่าอ่าน เข้าใจง่าย เหมาะสมกับธรรมชาติของผู้รับสารแล้วนำไปเผยแพร่ผ่านสื่อที่กลุ่มเป้าหมายเปิดรับเป็นประจำเพียงเท่านี้ก็ทำให้การสื่อสารครั้งนั้นประสบความสำเร็จได้

นอกจากการกำหนดเนื้อหา ออกแบบสารและเลือกสื่อที่เหมาะสมแล้ว นักประชาสัมพันธ์ควรคำนึงถึงกิจกรรมที่ส่งสารไปยังกลุ่มเป้าหมายด้วย อาทิ ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้ผู้ปกครองเกี่ยวกับการศึกษา การประกอบอาชีพที่ตลาดแรงงานต้องการ การเป็นที่ปรึกษาให้กับบุตรหลานหรือจัดอบรมอาจารย์แนะแนว จัดกิจกรรมเยี่ยมชมไปยังทุกกลุ่มด้วย สิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจและพฤติกรรมในการเลือกสถาบันการศึกษาของทั้งสามกลุ่ม โดยมุ่งเน้นมหาวิทยาลัยที่มี

ชื่อเสียงมายาวนานเป็นที่ยอมรับของสังคม สอดคล้องกับแนวคิดของ อคูล์ จาตุรงคกุล (2539: 47) ที่กล่าวว่า กระบวนการที่บุคคลแต่ละคนแสดงออกมาด้วยการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการที่แตกต่างกัน การตัดสินใจของแต่ละคนไม่เหมือนกัน มีการแสดงออกทางพฤติกรรมการซื้อ/การบริโภคที่แตกต่างกัน ความแตกต่างกันนี้เกิดขึ้นจากพฤติกรรมมนุษย์ คือ (1) ความต้องการ (Needs) (2) แรงจูงใจ (Motives) (3) การยอมรับหรือการเรียนรู้ (Perception) และ (4) ทักษะ (Attitude) ดังนั้นองค์ประกอบเหล่านี้จึงเป็นส่วนหนึ่งที่นักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว มีความต้องการในข้อมูลข่าวสารของสถาบันอุดมศึกษา รายละเอียด หรือข้อมูลของสถาบันจะเป็นแรงจูงใจให้เกิดความสนใจในสถาบันการศึกษา และเกิดการยอมรับ กระทั่งแสดงออกมาด้วยการตัดสินใจเลือกหรือไม่เลือกนั่นเอง

กระบวนการตัดสินใจเลือกอาจจะซับซ้อนหรือง่ายขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าและบริการ สินค้าบางอย่างไม่ต้องอาศัยข้อมูลมากนักในการตัดสินใจหรือบางครั้งก็สามารถตัดสินใจได้ทันที เช่น กระดาษชำระ แปรงสีฟัน เป็นต้น แต่สินค้าบางประเภทผู้บริโภคต้องการข้อมูลข่าวสารมากพอที่จะช่วยในการตัดสินใจและใช้เวลาในการตัดสินใจมากกว่าปกติ เช่น การซื้อรถยนต์ บ้านที่อยู่อาศัยต่างๆ หรือการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาในระดับอุดมศึกษา และการตัดสินใจนั้นอาจต้องการผู้ช่วยในการตัดสินใจซึ่งอาจเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทั้งที่เป็นสื่อบุคคลหรือสื่อมวลชน จากผลการวิจัย พบว่า นักเรียนตัดสินใจเลือกสถานศึกษาด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็มีผู้ที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจด้วย ได้แก่ ผู้ปกครอง อาจารย์แนะแนวซึ่งเป็นผู้ที่บุคคลนั้นเอง สอดคล้องกับการศึกษาของ อคูล์ จาตุรงคกุล (2539: 47) ทำการวิจัยพบว่า การตัดสินใจของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลและปรับเปลี่ยนได้โดยปัจจัยและตัวกำหนดหลายอย่าง โดยสิ่งสำคัญประการหนึ่งคือ อิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่มีความซับซ้อนจะกระบวนการตัดสินใจและพฤติกรรมของเขาได้รับวัฒนธรรม ชันทางสังคม อิทธิพลจากตัวบุคคล และสอดคล้องกับการศึกษาของ ดนูพล อุ๋นจินคามณี (2545: 118) ที่ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับการปฏิรูปอุดมศึกษาของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร wuii พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการปฏิรูปการศึกษาผ่านสื่อบุคคลมากที่สุดคือ อาจารย์

สิ่งที่ประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ นักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนวมีทัศนคติต่อการจัดการและการสื่อสารของสถาบันการศึกษาของรัฐบาลไม่ดีพอ มีการแสดงความคิดเห็นว่าสถาบันการศึกษาของรัฐบาลควรมีการทำประชาสัมพันธ์มากกว่านี้ สอดคล้องกับการศึกษาของ aywa อุ๋นจินคามณี (2545: 131) ที่พบว่า ตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมาทบวงมหาวิทยาลัยจัดทำแผนประชาสัมพันธ์การปฏิรูปอุดมศึกษาคาดข้อจำกัดของงบประมาณ จึงไม่ได้จัดทำเป็นแผนระยะยาว ทำให้ขาดความต่อเนื่อง ด้วยเหตุผลนี้จะทำให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารจาก

หน่วยงานของรัฐบาลที่ดูแลด้านการศึกษา ดังนั้นหน่วยงานผู้รับผิดชอบด้านการสื่อสารของสถาบันการศึกษาของรัฐบาลควรเร่งปรับปรุงแผนการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์และการใช้สื่อให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ในด้านความต้องการของผู้รับสารคือ (1) ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน (2) สอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติ และค่านิยมของคน (3) ประสบการณ์ใหม่ (ความรู้ใหม่) และ (4) ความสะดวกรวดเร็วในการรับข่าวสาร

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร เสนอให้ผู้ส่งสารที่ทำหน้าที่วางแผนกลยุทธ์การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายนั้น เริ่มต้นวางแผนจากการศึกษาผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญ หมายถึงการวิเคราะห์ผู้บริโภคอย่างละเอียดทั้งในแง่ความต้องการทางการตลาดและพฤติกรรมการเปิดรับสาร จากนั้นจึงกำหนดเป้าหมายหลักของการสื่อสาร (AIMS) เป้าหมายและวัตถุประสงค์ในแต่ละด้าน รวมทั้งกำหนดกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นบุคคลที่สถาบันต้องการให้เกิดผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมเมื่อการสื่อสารสิ้นสุด กลุ่มเป้าหมายหลักในที่นี้ควรเป็นกลุ่มนักเรียนที่เรียนตั้งแต่ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายปีที่ 4 ถึงมัธยมศึกษาตอนปลายปีที่ 6 (และรวมถึงระดับ ปวช.1 / ปวส.1 ด้วย) กลุ่มเป้าหมายรองควรเป็นผู้ปกครอง และกลุ่มสนับสนุนควรเป็นอาจารย์แนะแนว สื่อมวลชนผู้นำความคิดต่างๆ

สิ่งที่ควรคำนึงถึงเมื่อต้องวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร ประการหนึ่งคือการกำหนดแนวคิดหลักในการสื่อสาร การออกแบบข้อความซึ่งไม่ควรมิม เกจนทำให้ไม่สามารถจดจำได้หมด หรือสร้างความสับสนมากกว่าความเข้าใจ สถาบันการศึกษาแต่ละแห่งควรกำหนดจุดเด่นของตนเองที่ต่างจากสถาบันอื่น ที่สำคัญควรเป็นแรงจูงใจที่ดีหรือเป็นเป้าหมายที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ ซึ่งอาจนำเอาเหตุผลที่กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษา ไปประยุกต์เป็นแนวคิดในการสื่อสาร การออกแบบข้อความก็ควรสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารด้วย

ในขั้นตอนของการกำหนดสื่อที่จะเป็นเสมือนพาหนะนำสารไปยังผู้รับสารนั้น ผลการวิจัยได้ค้นพบทั้งสื่อที่ผู้รับสารเปิดรับมากที่สุด ลักษณะเนื้อหาที่เปิดรับบ่อยๆ ช่วงเวลาในการเปิดรับและสื่อที่สะดวกในการรับสารด้านการศึกษา เหล่านี้จะช่วยให้ผู้วางแผนการสื่อสารกำหนดแผนการใช้สื่อหรือกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทำให้การสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้

ส่วนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ โดยดำเนินการตามขั้นตอนใน 8 ขั้นตอน คือ (1) กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ (เช่น นักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว) (2) กำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน (3) ออกแบบข้อความโดยใช้ภาษาที่กลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้ง่าย (4) เลือกสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย (5) สอดคล้องกับงบประมาณที่มี (6) เลือกสื่อสารที่ผสมผสานอย่างเหมาะสม (7) ประเมินผลสื่อที่ได้กระทำไปแล้ว และ (8) บริหารจัดการการสื่อสารในเชิงบูรณาการ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

(1) ศึกษาวิเคราะห์นโยบายและทิศทางการปฏิรูประบบการศึกษา เพื่อสถาบันการศึกษาสามารถใช้ในการกำหนดจุดเด่นของตน วางแผนการจัดทำสื่อ ผลิตสื่อที่เหมาะสมต่อไป

(2) สถาบันการศึกษาควรทำการศึกษาวิจัยความต้องการแรงงาน ขององค์การภาครัฐและเอกชน เพื่อที่สถาบันการศึกษาจะได้จัดทำหลักสูตรการศึกษาที่ตรงความต้องการตลาดแรงงานและกำหนดจำนวนรับศึกษาที่มีสัดส่วนสอดคล้องกับความต้องการแรงงานนั้น และเป็นข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ หรือผู้ที่ช่วยในการตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษา / คณะ / วิชา

## บรรณานุกรม

- คณพล อุ่นจินดาฉวี. (2545). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับการปฏิรูปอุดมศึกษา  
ของนิสิตศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร  
มหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย  
ธรรมศาสตร์.
- ธีระพล ท้วมชุมพร. (2541). การเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ และเหตุผลของการตัดสินใจซื้อวิทยุติด  
ตามตัวของเยาวชนที่ศึกษาในระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์  
นิเทศ- ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาประชาสัมพันธ์ บัณฑิต  
วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2538). หลักนิเทศศาสตร์. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุบผา เบ็ญจรงค์กิจ. (2538). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- . (2528). การใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ทฤษฎีงานวิจัยและข้อเสนอแนะ  
ต่อการศึกษาทางนิเทศศาสตร์พัฒนาการ. วารสารนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2540). การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- วิโรจน์ ศรีเคารพ. (2544). พฤติกรรมและค่านิยมในการบริโภคข่าวสารจากสื่อในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ  
ของนิสิตศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร 2. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สร้อยฉายา เสรีกุล. (2546). การส่งเสริมการขาย พฤติกรรมและการเปิดรับข่าวสาร และปัจจัยประกอบการ  
เลือกซื้อกระเบื้องเซรามิกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ นิเทศศาสตร  
มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เสรี วงษ์มณฑา. กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีระฟิล์ม และ  
ไซเท็กซ์ จำกัด, 2542.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). ครบเครื่องเรื่องการค้าสารการตลาด. กรุงเทพฯ : วิถีพัฒนา.

อมรรัตน์ ภาลิโน. (2544). *พฤติกรรมกาเปิดรับข่าว ทศนคค และการมีส่วนร่วมของักเรียน- นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อโครงการรวมพลังหาร 2*. วิทยานิพนธ์ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิตศศาสตรัฐกริจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจ บัณฑิตย.

วารสารฉบับพิเศษของนิตยสาร MBA. (2546). *สุดยอดการบริหารสื่อฮารการตลาด (THE POWER OF IMC)*.

สุเทพ พันประสิทธิ์ และบงบุทท์ นาคแดง. (2533). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการเลือก ศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานคร ปี 2531*. รายงานผลการวิจัยทุนทบวง มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย.

สุนิสา เขียมเปรม. (2527). *ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพที่ทำให้ักศึกษาเข้าเรียนต่อในสถาบันอุดม ศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสาร มวลชน) คณะวารสารศาสตรและสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร.

## ภาษาอังกฤษ

Assael, H. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action*, 6<sup>th</sup> ed. Cincinnati, Ohio: South- Western College Publishing.

Burnett, J. & Moriarty, S. (1998). *Introduction to Marketing Communication*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.

Cherry Collin. (1978). *On Human Communication*. New York : Holt, Rinehart an Winston Inc.

Chestnut, R.W. (1980). Persuasive effects in marketing: Consumer Information Processing Research. In Roloff, M.I.& Miller, G.R. (Eds.), *Persuasion: New direction in theory and research*. Sage, Beverly Hills, pp.267-84.

Fill, C. (1999). *Marketing Communications: contents and strategies*, 2<sup>nd</sup> ed. London; New York: Prentice Hall.

McCome, M.E. and L.B. Becker. (1979). *Using Mass Communication Theory*. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall.



Ranyard, R., Crozier W.R.& Svenson. O. (1997). *Decision marking: cognition model and explanations*. London; New York: Routledge.

Schultz D.E. & Barner B.E. (1995). *Strategic Advertising Campaigns*, 4<sup>th</sup> ed. Lincolnwood, Illinois. USA: NTC Business Books.





**ภาคผนวก**

ภาคผนวก ก

รายละเอียดและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ตารางผนวกที่ 1 รายชื่อเขต โรงเรียน และขนาดกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร

ลำดับ	ชื่อเขตที่สุ่มได้	ชื่อ โรงเรียนที่สุ่มได้	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง		
			นักเรียน	ผู้ปกครอง	ครูแนะแนว
1	หลักสี่	* คอนเมืองทหารอากาศบำรุง	10	4	2
		** ทิวไผ่งาม	10	4	2
		*** เทคนิคคอนเมือง	10	4	2
		**** เทคนิครัตนโกสินทร์	10	4	2
2	ดุสิต	* โยธินบูรณะ	10	4	2
		** วชิรวุฒิวินิจฉัย	10	4	2
		*** พณิชยการสามเสน	10	4	2
		**** ศึกษาศาสตร์วิทยาลัย	10	4	2
3	บางกอกน้อย	* ชินอรสวิทยาลัย	10	4	2
		** เขมะสิริอนุสรณ์	10	4	2
		*** วิทยาลัยอาชีวศึกษารณบุรี	10	4	2
		**** เทคนิคพณิชยการจรัลฯ	10	4	2
4	ราชเทวี	* ศรีอยุธยา	10	4	2
		** สตรีประเทืองวิทย์	10	4	2
		*** วิทยาลัยเทคนิคดุสิต	10	4	2
		**** ดุสิตพณิชยการ	10	4	2
5	มีนบุรี	* เศรษฐบุตธบัพเพ็ญ	10	4	2
		** เบญจมิตร	10	4	2
		*** วิทยาลัยเทคนิคมีนบุรี	10	4	2
		**** พณิชยการมีนบุรี	10	4	2
6	ธนบุรี	* มัชฌิมวิคตาวคานอง	10	4	2
		** ช่างคาคูร์ตคอนแวนท์	10	4	2
		*** อาชีวศึกษาธนบุรี	10	4	2
		**** เทคนิคพาณิชยการธนบุรี	10	4	2
7	ภาษีเจริญ	* วัชรางบัว	10	4	2
		** อัสสัมชัญธนบุรี	10	4	2
		*** วิทยาลัยเพาะช่างธนบุรี	10	4	2
		**** กรุงเทพวิจิตรศิลป์	10	4	2

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อเขตที่ส่งได้	ชื่อ โรงเรียนที่ส่งได้	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง		
			นักเรียน	ผู้ปกครอง	ครูแนะแนว
8	ปทุมวัน	* เตรียมอุดมศึกษา	10	4	2
		** มาแตร์เดอีวิทยาลัย	10	4	2
		*** วิทยาลัยช่างศิลปทุมวัน	10	4	2
		**** ศรีวิกรม์บริหารธุรกิจ*	10	4	2
9	ยานนาวา	* นนทบุรีวิทยา	10	4	2
		** วัฒนาวิทยาลัย*	10	4	2
		*** สารสาสน์โพลีเทคนิค	10	4	2
		**** สาธุประดิษฐ์พาณิชย์การ	10	4	2
10	บางนา	* ศึกษานารีวิทยา	10	4	2
		** เซนต์โยเซฟบางนา*	10	4	2
		*** วิทยาลัยอาชีพศึกษาบางนา	10	4	2
		**** อรรถวิทย์พาณิชย์การ	10	4	2
รวม			400	160	80

- หมายเหตุ :
- \* โรงเรียนสายสามัญประเภทรัฐบาล
  - \*\* โรงเรียนสายสามัญประเภทเอกชน
  - \*\*\* โรงเรียนสายอาชีพประเภทรัฐบาล
  - \*\*\*\* โรงเรียนสายอาชีพประเภทเอกชน
  - \* แทน เนื่องจากไม่ปรากฏประเภทโรงเรียนในเขตนั้น

ตารางผนวกที่ 2 รายชื่อจังหวัด โรงเรียน และขนาดกลุ่มตัวอย่างในเขตปริมณฑล

ลำดับ	ชื่อจังหวัดที่สุ่มได้	ชื่อโรงเรียนที่สุ่มได้	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง		
			นักเรียน	ผู้ปกครอง	ครูแนะแนว
1	นนทบุรี	* เบญจมาชานุสรณ์	10	4	2
		* ศรีบุญยานนท์	10	4	2
		** อัมพรไพศาล	10	4	2
		** ชลประทาน	10	4	2
		*** สตรีพณิชยการนนทบุรี	10	4	2
		*** เทคนิคนนทบุรี	10	4	2
		**** พงษ์สวัสดิ์พณิชยการ	10	4	2
		**** เทคนิคสังข์วิวัฒน์	10	4	2
2	ปทุมธานี	* สวนกุหลาบ ปทุมธานี	10	4	2
		* เตรียมอุดมฯ ปทุมธานี	10	4	2
		** นาคประสิทธิ์*	10	4	2
		** ยอแซฟอุปถัมภ์*	10	4	2
		*** วิทยาลัยเทคนิคปทุมธานี	10	4	2
		*** วิทยาลัยเทคนิคชัยบุรี	10	4	2
		**** เทคโนโลยีปทุมธานี	10	4	2
		**** เทคโนโลยีแหลมทอง	10	4	2
รวม			160	64	32

- หมายเหตุ :
- \* โรงเรียนสายสามัญประเภทรัฐบาล
  - \*\* โรงเรียนสายสามัญประเภทเอกชน
  - \*\*\* โรงเรียนสายอาชีพประเภทรัฐบาล
  - \*\*\*\* โรงเรียนสายอาชีพประเภทเอกชน
  - \* แทน เนื่องจากไม่ปรากฏประเภทโรงเรียนในจังหวัดนั้น

ตารางผนวกที่ 3 รายชื่อภาค จังหวัด โรงเรียน และขนาดกลุ่มตัวอย่างในภูมิภาคทั่วประเทศ

ภาค	ชื่อจังหวัดที่สุ่มได้	ชื่อ โรงเรียนที่สุ่มได้	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง		
			นักเรียน	ผู้ปกครอง	ครูแนะแนว
กลาง	พระนครศรีอยุธยา *	จอมสุรางค์อุปถัมภ์	10	4	2
		* อยุธยาอนุสรณ์	10	4	2
		** อยุธยาวิทยาลัย	10	4	2
		** สิงห์บุรี ★	10	4	2
		*** วิทยาลัยอาชีวศึกษาอยุธยา	10	4	2
		**** บริหารธุรกิจอยุธยา	10	4	2
อ่าวทอง	*	สตรีอ่าวทอง	10	4	2
		อ่าวทองปัทมโรจน์	10	4	2
		** วิเศษไชยชาญ "ตันติวิทยา	10	4	2
		** โพร้ทอง "จินดาบณี"	10	4	2
		*** เทคนิคอ่าวทอง	10	4	2
		**** อาชีวศึกษาอ่าวทอง	10	4	2
เหนือ	เชียงใหม่ *	วัฒโนทัยพายัพ	10	4	2
		* บูพราชวิทยาลัย	10	4	2
		** เรยينا	10	4	2
		** มงฟอร์ต	10	4	2
		*** ศรีธนาพนิชยการ	10	4	2
		**** อาชีวศึกษาเชียงใหม่	10	4	2
ลำปาง/ลำพูน	*	จักรคำคณาทร	10	4	2
		* บุญวาทย์	10	4	2
		** ลำปางกัลยาณี	10	4	2
		** อัสสัมชัญ	10	4	2
		*** อาชีวศึกษาลำปาง	10	4	2
		**** พณิชยการลำปาง	10	4	2
ใต้	นครศรีธรรมราช *	ศรีธรรมราชศึกษา	10	4	2
		* กัลยาณีศรีธรรมราช	10	4	2
		** เบญจมาราหุทิศ	10	4	2
		** มัชฌมวิโรฒศิลป์	10	4	2
		*** อาชีวศึกษานครศรีฯ	10	4	2
		**** เทคนิคนครศรีธรรมราช	10	4	2

ตารางผนวกที่ 3 (ต่อ)

ภาค	ชื่อจังหวัดที่ผู้ได้	ชื่อโรงเรียนที่ผู้ได้	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง		
			นักเรียน	ผู้ปกครอง	ครูแนะแนว
	สุราษฎร์ธานี	* สุราษฎร์ธานี 1	10	4	2
		* เมืองสุราษฎร์ธานี	10	4	2
		** เทพมิตรศึกษา	10	4	2
		** พันธศึกษา	10	4	2
		*** อาชีวศึกษาสุราษฎร์ธานี	10	4	2
		**** โปสิเทคนิคสุราษฎร์ธานี	10	4	2
ตะวันออก	ชลบุรี	* พนัสพิทยาคาร	10	4	2
		* ชลภัฒยานุถุล	10	4	2
		** อัสสัมชัญศรีราชา	10	4	2
		** คาราสมุท	10	4	2
		*** อาชีวศึกษาชลบุรี	10	4	2
		**** เทคโนโลยีภาคตะวันออก	10	4	2
	ระยอง	* ระยองวิทยาคม	10	4	2
		* มกุฎเมืองราชวิทยาลัย	10	4	2
		** แกลงวิทยสถาวร	10	4	2
		** อัสสัมชัญระยอง	10	4	2
		*** ระยองพาณิชย์การ	10	4	2
		**** เทคนิคระยอง	10	4	2
ตะวันตก	ราชบุรี	* เบญจมราชูทิศ	10	4	2
		* ราชโปลิگانูเคราะห์	10	4	2
		** นารีวิทยา	10	4	2
		** ธรรมราชบุรี	10	4	2
		*** เทคนิคราชบุรี	10	4	2
		**** ราชบุรีบริหารธุรกิจ	10	4	2
	กาญจนบุรี	* กาญจนานุเคราะห์	10	4	2
		* เทพมงคลรังษี	10	4	2
		** ท่าม่วงราษฎร์บำรุง	10	4	2
		** บ้านเก่าวิทยา	10	4	2
		*** อาชีวศึกษากาญจนบุรี	10	4	2
		**** บริหารธุรกิจกาญจนบุรี	10	4	2



ตารางผนวกที่ 3 (ต่อ)

ภาค	ชื่อจังหวัดที่สุ่มได้	ชื่อโรงเรียนที่สุ่มได้	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง		
			นักเรียน	ผู้ปกครอง	ครูแนะแนว
ตะวันออกเฉียงเหนือ	ขอนแก่น	* แก่นนครวิทยาลัย	10	4	2
		* กัลยาณมิตร	10	4	2
		** ขอนแก่นวิทยายน	10	4	2
		** ไพศาลวิทย์	10	4	2
		*** อาชีวศึกษาขอนแก่น	10	4	2
		**** พณิชยการขอนแก่น	10	4	2
		รวม	720	288	144
	ร้อยเอ็ด	• ขัตติยะวงษา	10	4	2
		* พลาญชัยพิทยาคม	10	4	2
		** ร้อยเอ็ดวิทยาลัย	10	4	2
		** พณิชยการพลาญชัย	10	4	2
		*** วิทยาลัยอาชีวศึกษาร้อยเอ็ด	10	4	2
		**** เชื้อจรรยาวิทย์	10	4	2
		รวม	720	288	144

- หมายเหตุ :
- \* โรงเรียนประเภทสามัญของรัฐบาล
  - \*\* โรงเรียนประเภทสามัญของเอกชน
  - \*\*\* โรงเรียนประเภทอาชีวศึกษาของรัฐบาล
  - \*\*\*\* โรงเรียนประเภทอาชีวศึกษาของเอกชน

ภาคผนวก ป

ลักษณะการเปิดรับสารและการเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของ  
นักเรียน

ตารางผนวกที่ 4 จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของนักเรียน

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	452	35.3
หญิง	828	64.7
<b>ระดับการศึกษา</b>		
มัธยมศึกษาตอนปลาย	814	63.5
ปวช.	226	17.7
ปวศ.	240	18.8
<b>สาขาวิชาที่ศึกษา</b>		
วิทยาศาสตร์	483	37.7
ศิลปศาสตร์	334	26.1
พาณิชยกรรม	350	27.3
วิศวกรรม/ช่าง	73	5.7
คอมพิวเตอร์	22	1.7
ศิลปกรรม	18	1.4
<b>อาชีพผู้ปกครอง</b>		
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	351	27.4
พนักงาน/เจ้าหน้าที่องค์กรเอกชน	91	7.1
เกษตรกร/ปศุสัตว์	263	20.5
ค้าขาย/อุตสาหกรรมครัวเรือน/กิจการส่วนตัว	439	34.3
รับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ	136	10.6
<b>จำนวนพี่น้อง</b>		
1 คน	192	15.0
2 คน	596	46.6
3 คน	310	24.2
4 คนและมากกว่า	182	14.2

ตารางผนวกที่ 4 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว		
10,000 บาทและน้อยกว่า	509	39.8
10,001-20,000 บาท	338	26.4
20,001-30,000 บาท	219	17.1
30,001 บาทและมากกว่า	214	16.7
แหล่งเงินค่าเล่าเรียน		
รายได้ของผู้ปกครอง	1093	85.4
เงินรายได้ของตนเอง	20	1.6
ทุนกู้ยืมรัฐบาล	147	11.5
ทุนของสถาบัน	20	1.6

จากตารางผนวกที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง ศึกษาประเภทสามัญศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญ สายวิทยาศาสตร์ อาชีพผู้ปกครองของนักเรียนคือ ค้าขาย/อุตสาหกรรมครัวเรือน/กิจการส่วนตัว จำนวนที่น้องในครอบครัวส่วนใหญ่มี 2 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว 10,000 บาทและน้อยกว่า ที่มาของเงินค่าเล่าเรียน มาจากรายได้ของผู้ปกครอง

ตารางผนวกที่ 5 จำนวนและร้อยละของสื่อที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	635	49.6
วิทยุ	33	2.6
อินเทอร์เน็ต	167	13.0
นิตรสารการวิชาการ	20	1.6
อ่านหนังสือพิมพ์	118	9.2
ดูจากแผ่นพับ	42	3.3
บุคคล (เช่น ครู เพื่อน ญาติพี่น้อง)	197	15.4
ดูจากป้ายประกาศของโรงเรียน	68	5.3

จากตารางผนวกที่ 5 แสดงว่า สื่อที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารคือ โทรทัศน์ ร้อยละ 49.6 รองลงมาคือ บุคคล (ครู เพื่อน ญาติพี่น้อง) ร้อยละ 15.4 สื่ออินเทอร์เน็ต ร้อยละ 13.0 หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 9.2 และอื่นๆ

**ตารางผนวกที่ 6 จำนวนและร้อยละสถานีโทรทัศน์ที่เปิดรับข่าวสาร**

สถานีโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	628	49.1
ช่อง 5	22	1.7
ช่อง 7	436	34.1
ช่อง 9	47	3.7
ช่อง II	2	0.2
ITV	117	9.1
UBC	28	2.2

จากตารางผนวกที่ 6 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับคือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 รองลงมาคือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 สถานีโทรทัศน์ ITV และอื่นๆ

**ตารางผนวกที่ 7 จำนวนและร้อยละของรายการโทรทัศน์ที่เปิดรับข่าวสาร**

การเปิดรับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ข่าวประจำวัน	180	14.1
ภาพยนตร์/ละคร	426	33.3
รายการบันเทิง/เกมโชว์	262	20.5
กีฬา	115	9.0
ดนตรี	200	15.6
สารคดี/การศึกษา	97	7.6

จากตารางผนวกที่ 7 พบว่า นักเรียนที่ตกเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากรายการโทรทัศน์ประเภทภาพยนตร์/ละคร ร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ รายการบันเทิง/เกมโชว์ ร้อยละ 20.5 ดนตรี ร้อยละ 15.6 และอื่นๆ ตามลำดับ

**ตารางผนวกที่ 8 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสารทางโทรทัศน์**

ช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสารทางโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
06.01-09.00 น.	65	5.1
09.01-12.00 น.	78	6.1
12.01-15.00 น.	40	3.1
15.01-18.00 น.	49	3.8
18.01-21.00 น.	739	57.7
21.01-24.00 น.	284	22.2
24.01-03.00 น.	20	1.6
03.01-06.00 น.	5	0.4

จากตารางผนวกที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารทางโทรทัศน์ในช่วงเวลา 18.01-21.00 น. ร้อยละ 57.7 รองลงมาคือ 21.01-24.00 น. ร้อยละ 22.2 ช่วงเวลา 09.01-12.00 น. ตามลำดับ

**ตารางผนวกที่ 9 จำนวนและร้อยละของคลื่นวิทยุที่เปิดรับข่าวสาร**

คลื่นความถี่วิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
FM 91.5 Mz.	223	17.4
FM 92.5 Mz.	80	6.3
FM 105.5 Mz.	65	5.1
FM 100.5 Mz.	61	4.8
FM 89 Mz.	58	4.5
อื่นๆ	739	61.9

จากตารางผนวกที่ 9 พบว่า คลื่นความถี่วิทยุที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารคือ FM 91.5 Mz. ร้อยละ 17.4 รองลงมาคือ FM 92.5 Mr. ร้อยละ 6.3 FM 105.5 Mz. ร้อยละ 5.1 ไม่ตอบ และอื่นๆ (ตอบกระจาย) ร้อยละ 61.9

**ตารางผนวกที่ 10 จำนวนและร้อยละของรายการวิทยุที่ฟังที่เปิดรับข่าวสาร**

รายการวิทยุที่ฟัง	จำนวน	ร้อยละ
รายการข่าว	38	3.0
ดนตรี/บันเทิง	1,170	91.4
สารคดี/การศึกษา	17	1.3
สนทนากับผู้มีชื่อเสียง	6	0.5
อื่นๆ (ไม่ฟังวิทยุ และไม่ตอบ)	30	2.4

จากตารางผนวกที่ 10 พบว่า รายการวิทยุที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารคือ ดนตรี/บันเทิง ร้อยละ 91.4 รองลงมาคือ รายการข่าว ร้อยละ 3.0 สารคดี/การศึกษา ร้อยละ 1.3 และการสนทนากับผู้มีชื่อเสียง ร้อยละ 0.5 และอื่นๆ (ไม่ฟังวิทยุและไม่ตอบ) ร้อยละ 2.4

**ตารางผนวกที่ 11 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสารทางวิทยุ**

ช่วงเวลาที่ฟัง	จำนวน	ร้อยละ
06.01-09.00 น.	124	9.7
09.01-12.00 น.	101	7.9
12.01-15.00 น.	71	5.5
15.01-18.00 น.	152	11.9
18.01-21.00 น.	290	22.7
21.01-24.00 น.	438	34.2
24.01-03.00 น.	56	4.4
03.01-06.00 น.	17	1.3

จากตารางผนวกที่ 11 ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารทางวิทยุคือ 21.01-24.00 น. ร้อยละ 34.2 รองลงมาคือ 18.01-21.00 น. ร้อยละ 22.7 เวลา 15.01-18.00 น. ร้อยละ 11.9 และอื่นๆ ตามลำดับ

**ตารางผนวกที่ 12 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสารทางวิทยุ**

หนังสือพิมพ์ที่อ่าน	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	932	72.8
เคลิวิวิสต์	229	17.9
ข่าวสด	31	2.4
คม ชัด ลึก	32	2.5
มติชน	25	2.0
สยามรัฐ	8	0.6
ทั่วไป	23	1.8

จากตารางผนวกที่ 12 พบว่า ชื่อหนังสือพิมพ์ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารคือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ร้อยละ 72.8 หนังสือพิมพ์เคลิวิวิสต์ ร้อยละ 17.9 กม ชัด ลึก ร้อยละ 2.5 ข่าวสด ร้อยละ 2.4 และอื่นๆ ตามลำดับ

**ตารางผนวกที่ 13 จำนวนและร้อยละของ Web Site ที่เปิดรับข่าวสารเป็นอันดับที่ 1**

Web Site	จำนวน	ร้อยละ
sanook.com	260	20.3
hotmail.com	86	6.7
google.com	62	4.8
kapook.com	50	3.9
chaiyo.com	46	3.6
อื่นๆ (ไม่ตอบและตอบกระจาย)	776	60.7

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่า Web site ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดรับข่าวสารเป็นอันดับที่ 1 คือ [www.sanook.com](http://www.sanook.com) รองลงมาคือ [www.hotmail.com](http://www.hotmail.com) และ [www.google.com](http://www.google.com)



**ตารางผนวกที่ 14 จำนวนและร้อยละของ Web Site ที่เปิดรับข่าวสารเป็นอันดับที่ 2**

Web Site	จำนวน	faun:
sanook.com	140	10.9
hunsa.com	64	5.0
hotmail.com	53	4.1
yahoo.com	49	3.8
google.com	48	3.8
อื่นๆ (ไม่ตอบและตอบกระจาย)	926	72.4

จากตารางผนวกที่ 14 แสดงให้เห็นว่า Web site ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดรับข่าวสารเป็นอันดับที่ 1 คือ [www.sanook.com](http://www.sanook.com) รองลงมาคือ [www.hunsa.com](http://www.hunsa.com) และ [www.hotmail.com](http://www.hotmail.com) ตามลำดับ

**ตารางผนวกที่ 15 จำนวนและร้อยละของ Web Site ที่เปิดรับข่าวสารเป็นอันดับที่ 3**

Web Site	จำนวน	ร้อยละ
sanook.com	74	5.8
hunsa.com	44	3.4
yahoo.com	40	3.1
google.com	35	2.7
chaiyo.com	33	2.6
อื่นๆ (ไม่ตอบและตอบกระจาย)	1054	82.4

จากตารางผนวกที่ 15 แสดงให้เห็นว่า Web site ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดรับข่าวสารเป็นอันดับที่ 1 คือ [www.sanook.com](http://www.sanook.com) รองลงมาคือ [www.hunsa.com](http://www.hunsa.com) และ [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) ตามลำดับ

ตารางผนวกที่ 16 จำนวนและร้อยละของประเภทนิคยสารที่เปิดรับข่าวสาร

นิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
แพชั่น	329	25.7
กีฬา	216	16.9
การเมือง/สังคม	35	2.7
เทคโนโลยี/สิ่งประดิษฐ์	97	7.6
การศึกษา/สารคดี	143	11.2
ภาพยนตร์/บันเทิง	460	35.9

จากตารางผนวกที่ 16 แสดงให้เห็นว่า ประเภทนิตยสารที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสารคือ ภาพยนตร์/บันเทิง ร้อยละ 35.9 แพชั่น ร้อยละ 25.7 กีฬา ร้อยละ 16.9 การศึกษา/สารคดี ร้อยละ 11.2 และอื่นๆ ตามลำดับ

ตารางผนวกที่ 17 จำนวนและร้อยละของที่สะดวกเปิดรับข่าวสารด้านการศึกษา

ประเภทสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
Web site	109	8.5
e-Mail	163	12.7
วิทยุ	26	2.0
รายการโทรทัศน์	145	11.3
หนังสือพิมพ์	39	3.0
ส่งจดหมายไปที่บ้าน	474	37.0
ส่งผ่านอาจารย์แนะแนว	324	25.3

จากตารางผนวกที่ 17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สะดวกเปิดรับข่าวสารด้านการศึกษาคือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน 37.0 ส่งผ่านอาจารย์แนะแนว ร้อยละ 25.3 e-mail ร้อยละ 12.7 รายการโทรทัศน์ ร้อยละ 11.3 และอื่นๆ ตามลำดับ

## ข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันศึกษาที่ต้องการ

ตารางผนวกที่ 18 จำนวนและร้อยละของความถี่ความต้องการข้อมูลด้านการศึกษา

เรื่อง	มาก	dou ข้างมาก	ปาน กลาง	ก่อน ข้างน้อย	น้อย	$\bar{X}$	S.D.
1 หลักสูตร (คณะ/สาขาวิชา) ที่ สถาบันแต่ละแห่งเปิดสอน	547 (42.7)	431 (33.7)	277 (21.6)	20 (1.6)	5 (0.4)	4.17	.84
2 วันเวลาหรือช่วงเวลาที่เปิดรับสมัคร นักศึกษา	470 (36.7)	467 (36.5)	357 (27.9)	17 (1.3)	3 (0.2)	4.05	.87
3 คุณสมบัติของผู้สมัคร	436 (34.1)	467 (36.5)	357 (27.9)	17 (1.3)	3 (0.2)	4.03	.83
4 สถานที่ตั้งหรือแผนที่ของมหาวิทยาลัย	366 (28.6)	435 (34.0)	396 (30.9)	78 (6.1)	5 (0.4)	3.84	.92
5 วิชาที่ใช้ในการสอบคัดเลือก	593 (46.3)	413 (32.5)	238 (18.6)	31 (2.4)	5 (0.4)	4.22	.86
6 ค่าใช้จ่ายเพื่อการศึกษาตลอดหลักสูตร	471 (36.8)	416 (32.5)	313 (24.5)	65 (5.1)	15 (1.2)	3.99	.96
7 ประเภทและจำนวนทุนการศึกษา	318 (24.8)	358 (28.0)	416 (32.5)	151 (11.8)	37 (2.9)	3.60	1.07
8 ขั้นตอนการขอรับทุนการศึกษา	290 (22.7)	349 (27.3)	444 (34.7)	156 (12.2)	41 (3.2)	3.54	1.07
9 ระเบียบการการสมัครเข้าศึกษา	489 (38.2)	475 (37.1)	272 (21.3)	38 (3.0)	5 (0.5)	4.10	.86
10 กำหนดการหรือตารางการเรียนการสอน	376 (29.4)	450 (35.2)	371 (29.0)	62 (4.8)	21 (1.6)	3.86	.95
11 รายละเอียดหลักสูตร/ลักษณะการ ศึกษาแต่ละคณะวิชา	553 (43.2)	404 (31.6)	267 (20.9)	49 (3.8)	7 (0.5)	4.13	.91
12 แนวทางการประกอบอาชีพ	597 (46.6)	384 (30.0)	248 (19.4)	42 (3.3)	9 (0.7)	4.19	.91
13 สิทธิประโยชน์ที่ผู้เรียนจะได้รับ ขณะศึกษาอยู่	469 (36.6)	443 (34.6)	301 (23.5)	51 (4.0)	16 (1.3)	4.01	.93
14 ข้อมูลหอพัก	225 (17.6)	330 (25.8)	449 (35.1)	190 (14.8)	86 (6.7)	3.33	1.13
15 คุณสมบัติของผู้บริหารมหาวิทยาลัย และอาจารย์ผู้สอน	281 (22.0)	405 (31.6)	449 (35.1)	116 (9.1)	29 (2.3)	3.62	1.00
16 อุปกรณ์การเรียนการสอน/สิ่ง อำนวยความสะดวก	386 (30.2)	467 (36.5)	348 (27.2)	67 (5.2)	12 (0.9)	3.90	.93

ตารางหมวดที่ 18 (ต่อ)

	เรื่อง	มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	riou ข้างน้อย	น้อย	$\bar{X}$	S.D.
17	สถิติการมีงานทำของบัณฑิตที่จบ จากสถาบันนั้น	380 (29.7)	433 (33.8)	350 (27.3)	99 (7.7)	18 (1.4)	3.83	.99
18	ผลงานวิชาการหรือผลงานดีเด่นของ สถาบันการศึกษา	312 (24.4)	484 (37.8)	390 (30.5)	79 (6.2)	15 (1.2)	3.78	.92
19	ลำดับความนิยมของสถาบันการ ศึกษา	399 (31.2)	434 (33.9)	366 (28.6)	59 (4.6)	22 (1.7)	3.88	.96

จากตารางหมวดที่ 18 แสดงให้เห็นว่า ความต้องการข้อมูลในระดับมาก ได้แก่ แนวทางการประกอบอาชีพ วิชาที่ใช้ในการสอบคัดเลือก รายละเอียดหลักสูตร/ลักษณะการศึกษาแต่ละคณะ วิชา หลักสูตร (คณะ/สาขาวิชา) ที่สถาบันเปิดสอน ระเบียบการรับสมัครเข้าศึกษา ค่าใช้จ่ายเพื่อการศึกษาตลอดหลักสูตร วันเวลาหรือช่วงเวลาที่เปิดรับสมัครนักศึกษา สิทธิประโยชน์ที่ผู้เรียนจะได้รับในขณะที่ศึกษาอยู่ คุณสมบัติของผู้สมัคร ในขณะที่ความต้องการข้อมูลในระดับปานกลาง ได้แก่ ลำดับความนิยมของสถาบันการศึกษา อุปกรณ์การเรียนการสอน/สิ่งอำนวยความสะดวก สถิติการมีงานทำของบัณฑิตที่จบจากสถาบันนั้น กำหนดการหรือตารางการเรียนการสอน สถานที่ตั้งหรือแผนที่ของสถาบันการศึกษา ประเภทและจำนวนทุนการศึกษา ผลงานวิชาการหรือผลงานดีเด่นของสถาบันการศึกษา คุณวุฒิของผู้บริหารมหาวิทยาลัยและอาจารย์ผู้สอน ข้อมูลหอพัก

เมื่อพิจารณาความต้องการข้อมูลข่าวสารเป็นรายข้อจากจำนวน 19 ข้อ (โปรดดูตารางหมวดที่ 18) พบว่า ข้อมูลข่าวสารที่นักเรียนต้องการสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ วิชาที่ใช้ในการสอบคัดเลือก ( $\bar{X} = 4.22$ ) รองลงมาอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน คือ ต้องการทราบแนวทางในการประกอบอาชีพ ( $\bar{X} = 4.19$ ) และหลักสูตรที่เปิดสอน ( $\bar{X} = 4.17$ ) ตามลำดับ

## พฤติกรรมการเลือกสถาบันเพื่อศึกษาต่อ

ตารางผนวกที่ 19 จำนวนและร้อยละของประเภทสถาบันการศึกษาที่ต้องการศึกษาต่อ

ประเภทของสถาบันที่ต้องการสมัครเข้าศึกษาต่อ	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทจำกัดรับ	690	53.9
มหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทไม่จำกัดรับ	100	7.8
มหาวิทยาลัยเอกชน	119	9.3
มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐบาล	50	3.9
สถาบันการศึกษาดังประเทศ	27	2.1
สถาบันราชภัฏ/ราชวมงคล	98	7.7
สถาบันใดก็ได้มีวิชาที่ต้องการเรียน	196	15.3

จากตารางผนวกที่ 19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทจำกัดรับ รองลงมาคือ สถาบันใดก็ได้ที่มีวิชาที่ต้องการเรียน มหาวิทยาลัยเอกชน มหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทไม่จำกัด สถาบันราชภัฏ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล และมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐบาล ตามลำดับ

ตารางผนวกที่ 20 จำนวนและร้อยละสถาบันของรัฐที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 1

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	330	25.8
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	194	15.2
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	110	8.6
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	96	7.5
มหาวิทยาลัยขอนแก่น	51	4.0
อื่นๆ (ตอบกระจายและไม่ตอบ)	499	38.9
รวม	1,280	100.0

จากตารางผนวกที่ 20 พบว่า จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐบาลที่นักเรียนต้องการสมัครเข้าศึกษาต่อมากที่สุด รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ตามลำดับ

ตารางผนวกที่ 21 จำนวนและร้อยละสถาบันของรัฐที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 2

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	252	19.7
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	129	10.1
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	114	8.9
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	74	5.8
สถาบันราชภัฏสวนดุสิต	52	4.1
อื่นๆ (ตอบกระจายและไม่ตอบ)	659	51.4

จากตารางผนวกที่ 21 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเข้าศึกษาต่อในสถาบันของรัฐเป็นอันดับ 2 คือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ตารางผนวกที่ 22 จำนวนและร้อยละสถาบันของรัฐที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 3

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	193	15.1
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	160	12.5
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	94	7.3
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	76	5.9
มหาวิทยาลัยรามคำแหง	76	5.9
อื่นๆ (ตอบกระจาย และไม่ตอบ)	681	53.3

จากตารางผนวกที่ 22 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเข้าศึกษาต่อในสถาบันของรัฐเป็นอันดับ 3 คือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ตารางผนวกที่ 23 จำนวนและร้อยละสถาบันของรัฐที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 4

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	91	7.1
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	79	6.2
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	75	5.9
มหาวิทยาลัยศิลปากร	72	5.6
มหาวิทยาลัยมหิดล	67	5.2
อื่นๆ (ตอบกระจาย และไม่ตอบ)	896	70.0

จากตารางผนวกที่ 23 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเข้าศึกษาต่อในสถาบันของรัฐเป็นอันดับ 4 คือ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ 24 จำนวนและร้อยละสถาบันของรัฐที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 5

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	83	6.5
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	74	5.8
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	53	4.1
มหาวิทยาลัยรามคำแหง	51	4.0
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	49	3.8
อื่นๆ	970	75.8

จากตารางผนวกที่ 24 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเข้าศึกษาต่อในสถาบันของรัฐเป็นอันดับ 5 คือ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ 25 จำนวนและร้อยละสถาบันของเอกชนที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 1

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	369	28.8
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	161	12.6
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	134	10.5
มหาวิทยาลัยรังสิต	92	7.2
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	63	4.9
อื่นๆ (ตอบกระจาย และไม่ตอบ)	461	36.0

จากตารางผนวกที่ 25 พบว่า มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เป็นสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่นักเรียนต้องการเข้าศึกษาต่อมากที่สุด รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ตามลำดับ

ตารางผนวกที่ 26 จำนวนและร้อยละสถาบันของเอกชนที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 2

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	195	15.2
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	134	10.5
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	133	10.4
มหาวิทยาลัยรังสิต	110	8.6
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	102	8.0
อื่นๆ (ตอบกระจาย และไม่ตอบ)	606	47.3

จากตารางผนวกที่ 26 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเข้าศึกษาต่อในสถาบันของรัฐเป็นอันดับ 2 คือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ตารางผนวกที่ 27 จำนวนและร้อยละสถาบันของเอกชนที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 3

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	124	9.7
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	119	9.3
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	106	8.3
มหาวิทยาลัยรังสิต	104	8.1
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	78	6.1
อื่นๆ (ตอบกระจาย และไม่ตอบ)	749	58.5

จากตารางผนวกที่ 27 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเข้าศึกษาต่อในสถาบันของเอกชนเป็นอันดับ 3 คือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



ตารางผนวกที่ 28 จำนวนและร้อยละสถาบันของเอกชนที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 4

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	99	7.7
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	93	7.3
มหาวิทยาลัยรังสิต	92	7.2
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	60	4.7
มหาวิทยาลัยศรีปทุม	58	4.5
อื่นๆ (ตอบกระจาย และไม่ตอบ)	878	68.6

จากตารางผนวกที่ 28 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเข้าศึกษาต่อในสถาบันของเอกชนเป็นอันดับ 4 คือ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตารางผนวกที่ 29 จำนวนและร้อยละสถาบันของเอกชนที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 5

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	68	5.3
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	63	4.9
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	56	4.4
มหาวิทยาลัยศรีปทุม	44	3.4
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	43	3.3
อื่นๆ (ตอบกระจาย และไม่ตอบ)	1006	78.7

จากตารางผนวกที่ 29 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเข้าศึกษาต่อในสถาบันของเอกชนเป็นอันดับ 5 คือ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

ภาคผนวก ก

ลักษณะการเปิดรับสารและการเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของ  
ผู้ปกครอง

ตารางผนวกที่ 30 จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ปกครอง

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	184	35.9
หญิง	328	64.1
<b>อายุ</b>		
30 ปีและต่ำกว่า	36	7.0
31-40 ปี	122	23.8
41-50 ปี	274	53.5
มากกว่า 50 ปี	80	15.6
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ประถมศึกษา	174	34.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย	120	23.4
ปริญญาตรี	142	27.7
อาชีวศึกษา	53	10.4
ปริญญาโทและสูงกว่า	23	4.5
<b>อาชีพ</b>		
เกษตรกร/ปศุสัตว์	72	14.1
ค้าขาย/อุตสาหกรรมครัวเรือน	42	8.2
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	133	26.0
พนักงาน/เจ้าหน้าที่องค์กรเอกชน	75	5.7
กิจการส่วนตัว/เจ้าของกิจการ	125	24.4
รับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ	43	8.4
ว่างงาน	22	4.3
<b>จำนวนบุตร</b>		
1 คน	314	61.3
2 คน	159	31.1
3 คน	32	6.3
4 คนและมากกว่า	7	1.4

**ตารางผนวกที่ 30 จำนวนและร้อยละของสื่อที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสาร**

สื่อที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	314	61.3
วิทยุ	18	3.5
อินเทอร์เน็ต	11	2.1
นิตรสารวิชาการ	12	2.3
อ่านหนังสือพิมพ์	78	15.2
ดูจากแผ่นพับ	9	1.8
บุคคล (เช่น ครู เพื่อนญาติพี่น้อง)	60	11.7
ดูจากป้ายประกาศของโรงเรียน	10	2.0

จากตารางผนวกที่ 30 แสดงว่า สื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารคือ โทรทัศน์ ร้อยละ 61.3 รองลงมาคือ อ่านหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 15.2 บุคคล (ครู เพื่อน ญาติพี่น้อง) ร้อยละ 11.7 วิทยุ ร้อยละ 3.5 และอื่นๆ

**ตารางผนวกที่ 31 จำนวนและร้อยละสถานีโทรทัศน์ที่การเปิดรับข่าวสารของผู้ปกครอง**

สถานีโทรทัศน์ที่การเปิดรับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	182	35.5
ช่อง 5	6	1.2
ช่อง 7	152	29.7
ช่อง 9	32	6.3
ช่อง 11	14	2.7
ITV	99	19.3
UBC	13	2.5
ดูทุกช่อง	14	2.7

ตารางผนวกที่ 31 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการรับสื่อทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 รองลงมาคือ สถานีโทรทัศน์ ช่อง 7 สถานีโทรทัศน์ ITV และอื่นๆ ตามลำดับ

**ตารางผนวกที่ 32 จำนวนและร้อยละสถานีโทรทัศน์ที่การเปิดรับข่าวสาร**

รายการโทรทัศน์ที่การเปิดรับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ข่าวประจำวัน	377	73.6
ภาพยนตร์/ละคร	62	12.1
กีฬา	52	10.2
ดนตรี	21	4.1

จากตารางผนวกที่ 32 พบว่า รายการโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารคือ ข่าวประจำวัน รองลงมาคือ ภาพยนตร์/ละคร และ กีฬา ตามลำดับ

**ตารางผนวกที่ 33 จำนวนและร้อยละช่วงเวลาที่การเปิดรับข่าวสารทางโทรทัศน์**

ช่วงเวลาที่การเปิดรับข่าวสารทางโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
06.01-09.00 น.	47	9.2
09.01-12.00 น.	14	2.7
12.01-15.00 น.	12	2.3
15.01-18.00 น.	6	1.2
18.01-21.00 น.	349	68.2
21.01-24.00 น.	77	15.0
24.01-03.00 น.	5	1.0
03.01-06.00 น.	2	0.4

จากตารางผนวกที่ 33 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารทางโทรทัศน์ในช่วงเวลา 18.01-21.00 น. รองลงมาคือ ช่วงเวลา 21.01-24.00 น. และ ช่วงเวลา 06.01-09.01 น. ตามลำดับ

**ตารางผนวกที่ 34 จำนวนและร้อยละเคลื่อนความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทางวิทยุ**

เคลื่อนความถี่วิทยุที่เปิดรับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
FM 99 Mz.	29	5.7
FM 105.5 Mz.	24	4.7
FM 91.5 Mz.	19	3.7
FM 104.5 Mz.	18	3.5
จ.ส.100	16	3.1
อื่นๆ (ไม่ตอบ / ตอบกระจาย)	406	61.9

จากตารางผนวกที่ 34 พบว่า เคลื่อนความถี่วิทยุที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารคือ FM 99 Mz. รองลงมาคือ FM 105.5 Mz. และ FM 91.5 Mz. ตามลำดับ

**ตารางผนวกที่ 35 จำนวนและร้อยละรายการวิทยุที่เปิดรับข่าวสาร**

รายการวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
ข่าว	214	41.8
ดนตรี/บันเทิง	179	35.0
สารคดี/การศึกษา	31	6.1
กีฬา	8	1.6
สนทนากับผู้มีชื่อเสียง	15	2.9
อื่นๆ (ไม่ตอบ)	65	12.7

จากตารางผนวกที่ 35 พบว่า รายการวิทยุที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารคือ รายการข่าว รองลงมาคือ รายการดนตรี/บันเทิง และสารคดี/การศึกษา ตามลำดับ

**ตารางผนวกที่ 36 จำนวนและร้อยละช่วงเวลาที่การเปิดรับข่าวสารวิทยุ**

ช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสารทางวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
06.01-09.00 น.	153	29.9
09.01-12.00 น.	86	16.8
12.01-15.00 น.	62	12.1
15.01-18.00 น.	36	7.0
18.01-21.00 น.	40	7.8
21.01-24.00 น.	51	10.0
24.01-03.00 น.	4	0.8
03.01-06.00 น.	10	2.0
ไม่ตอบ	70	13.7

จากตารางผนวกที่ 36 ช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสารทางวิทยุ ได้แก่ 06.01-09.00 น. รองลงมาคือ 09.01-12.00 น. และเวลา 21.01-24.00 น. ตามลำดับ

**ตารางผนวกที่ 37 จำนวนและร้อยละหนังสือพิมพ์ที่เปิดรับข่าวสาร**

ชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	336	65.6
เดลินิวส์	91	17.8
ข่าวสด	17	3.3
คม ชัด ลึก	14	2.7
มติชน	26	5.1
บ้านเมือง	3	0.6
ผู้จัดการรายวัน	5	1.0
ฐานเศรษฐกิจ	2	0.4
อื่นๆ ทั่วไป	23	1.8

จากตารางผนวกที่ 37 พบว่า ชื่อหนังสือพิมพ์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารคือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ และหนังสือพิมพ์มติชน ตามลำดับ

**ตารางผนวกที่ 38 จำนวนและร้อยละของ Web Site ที่เปิดรับข่าวสารเป็นอันดับที่ 1**

Web Site	จำนวน	ร้อยละ
sanook.com	20	3.9
cnn.com	9	1.8
yahoo.com	8	1.6
อื่นๆ (ไม่ตอบและตอบกระจาย)	475	94.9

จากตารางผนวกที่ 38 แสดงให้เห็นว่า Web site ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดรับข่าวสารเป็นอันดับที่ 1 คือ [www.sanook.com](http://www.sanook.com) รองลงมาคือ [www.cnn.com](http://www.cnn.com) และ [www.vahoo.com](http://www.vahoo.com) ตามลำดับ

**ตารางผนวกที่ 39 จำนวนและร้อยละของ Web Site ที่เปิดรับข่าวสารเป็นอันดับที่ 2**

Web Site	จำนวน	ร้อยละ
Hotmail.com	12	2.3
Google.com	8	1.6
sanook.com	6	1.2
อื่นๆ (ไม่ตอบและตอบกระจาย)	486	94.9

จากตารางผนวกที่ 39 แสดงให้เห็นว่า Web site ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดรับข่าวสารเป็นอันดับที่ 1 คือ [www.hotmail.com](http://www.hotmail.com) รองลงมาคือ [www.eooele.com](http://www.eooele.com) และ [www.sanook.com](http://www.sanook.com) ตามลำดับ

**ตารางผนวกที่ 40 จำนวนและร้อยละของ Web Site ที่เปิดรับข่าวสารเป็นอันดับที่ 3**

Web Site	จำนวน	ร้อยละ
Sanook.com	8	1.6
Yahoo.com	6	1.2
Hotmail.com	6	1.2
อื่นๆ (ไม่ตอบและตอบกระจาย)	492	96.0

จากตารางผนวกที่ 40 แสดงให้เห็นว่า Web site ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดรับข่าวสารเป็นอันดับที่ 1 คือ [www.sanook.com](http://www.sanook.com) รองลงมาคือ [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) และ [www.hotmail.com](http://www.hotmail.com) ตามลำดับ



**ตารางผนวกที่ 41 จำนวนและร้อยละประเภทนิตยสารที่เปิดรับข่าวสาร**

ประเภทนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
แฟชั่น	43	8.4
กีฬา	44	8.6
การเมือง/สังคม	196	38.3
เทคโนโลยี/สิ่งประดิษฐ์	38	7.4
การศึกษา/สารคดี	89	17.4
ภาพยนตร์/บันเทิง	69	13.5
ไม่ตอบ	31	6.1

จากตารางผนวกที่ 41 แสดงให้เห็นว่า ประเภทนิตยสารที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสารคือ ประเภทการเมืองและสังคม

**ตารางผนวกที่ 42 จำนวนและร้อยละของสื่อที่สะดวกเปิดรับข่าวสารด้านการศึกษา**

ประเภทสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
Web site	17	3.3
e-Mail	19	3.7
วิทยุ	17	3.3
รายการโทรทัศน์	60	11.7
หนังสือพิมพ์	319	62.3
ส่งจดหมายไปที่บ้าน	41	8.4
ส่งผ่านอาจารย์แนะแนว	37	7.2

จากตารางผนวกที่ 42 พบว่า สื่อที่กลุ่มตัวอย่างสะดวกเปิดรับข่าวสารการศึกษาคือ หนังสือพิมพ์มากที่สุด รองลงมาคือ รายการโทรทัศน์ และส่งจดหมายไปที่บ้าน ตามลำดับ

ตารางผนวกที่ 43 จำนวนและร้อยละประเภทของสถาบันที่ต้องการเข้าศึกษาต่อ

ประเภทของสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทจำกัดรับ	310	60.5
มหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทไม่จำกัดรับ	35	6.8
มหาวิทยาลัยเอกชน	36	7.0
มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐบาล	3	0.6
สถาบันการศึกษาดังประเทศ	9	1.8
สถาบันราชภัฏ/ราชมนคล	22	4.3
สถาบันใดก็ได้มีวิชาที่ต้องการเรียน	97	18.9

ตารางผนวกที่ 43 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกที่จะศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทจำกัดรับ รองลงมาคือ สถาบันใดก็ได้ที่มีวิชาที่ต้องการเรียน มหาวิทยาลัยเอกชน มหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทไม่จำกัดรับ สถาบันราชภัฏ/ราชมนคล สถาบันการศึกษาดังประเทศ และมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐบาล ตามลำดับ

ตารางผนวกที่ 44 จำนวนและร้อยละสถาบันของรัฐที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 1

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	197	38.5
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	96	18.8
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	45	8.8
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	31	6.1
มหาวิทยาลัยมหิดล	28	5.5
อื่นๆ (ไม่ตอบและตอบกระจาย)	115	22.3

จากตารางผนวกที่ 44 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เป็นผู้ปกครองเลือกสถาบันการศึกษาของรัฐที่ต้องการบุตรหลานเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 1 คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางผนวกที่ 45 จำนวนและร้อยละสถาบันของรัฐที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 2**

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	155	30.3
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	71	13.9
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	59	11.5
มหาวิทยาลัยมหิดล	33	6.4
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	24	4.7
อื่นๆ	170	33.2

จากตารางผนวกที่ 45 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เป็นผู้ปกครองเลือกสถาบันการศึกษาของรัฐที่ต้องการบุตรหลานเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 2 คือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

**ตารางผนวกที่ 46 จำนวนและร้อยละสถาบันของรัฐที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 3**

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	115	22.5
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	56	10.9
มหาวิทยาลัยมหิดล	45	8.8
มหาวิทยาลัยรามคำแหง	35	6.8
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	33	6.4
อื่นๆ	228	44.6

จากตารางผนวกที่ 46 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เป็นผู้ปกครองเลือกสถาบันการศึกษาของรัฐที่ต้องการบุตรหลานเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 3 คือ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

**ตารางผนวกที่ 47 จำนวนและร้อยละสถาบันของรัฐที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 4**

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยมหิดล	67	13.1
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	56	10.9
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า	41	8.0
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	31	6.1
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	16	3.1
อื่นๆ	301	58.8

จากตารางผนวกที่ 47 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เป็นผู้ประกอบการเลือกสถาบันการศึกษาของรัฐที่ต้องการบุคลากรเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 4 คือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ตารางผนวกที่ 48 จำนวนและร้อยละสถาบันของรัฐที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 5

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	89	17.4
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	66	12.9
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	19	3.7
มหาวิทยาลัยมหิดล	18	3.5
มหาวิทยาลัยศิลปากร	15	2.9
อื่นๆ	305	59.6

จากตารางผนวกที่ 48 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเข้าศึกษาต่อในสถาบันของรัฐเป็นอันดับ 5 คือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตารางผนวกที่ 49 จำนวนและร้อยละสถาบันของเอกชนที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 1

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	134	26.2
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	109	21.3
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	60	11.7
มหาวิทยาลัยรังสิต	37	7.2
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	30	5.9
อื่นๆ (ไม่ตอบ และตอบกระจาย)	142	27.7

จากตารางผนวกที่ 49 แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่ตกเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้บุคลากรเข้าศึกษาต่อในสถาบันของเอกชนเป็นอันดับ 1 คือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

**ตารางผนวกที่ 50 จำนวนและร้อยละสถาบันของเอกชนที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 2**

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	124	24.2
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	88	17.2
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	51	10.0
มหาวิทยาลัยรังสิต	44	8.6
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	38	7.4
อื่นๆ (ไม่ตอบ และตอบกระจาย)	167	32.6

จากตารางผนวกที่ 50 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเข้าศึกษาต่อในสถาบันของรัฐเป็นอันดับ 2 คือ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

**ตารางผนวกที่ 51 จำนวนและร้อยละสถาบันของเอกชนที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 3**

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	66	12.9
มหาวิทยาลัยรังสิต	65	12.7
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	62	12.1
มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ	34	6.6
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	32	6.3
อื่นๆ (ไม่ตอบ และตอบกระจาย)	253	49.4

จากตารางผนวกที่ 51 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเข้าศึกษาต่อในสถาบันของเอกชนเป็นอันดับ 3 คือ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

**ตารางที่ 52 จำนวนและร้อยละสถาบันของเอกชนที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 4**

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	59	11.5
มหาวิทยาลัยรังสิต	45	8.8
มหาวิทยาลัยสยาม	34	6.6
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	24	4.7
มหาวิทยาลัยศรีปทุม	23	4.5
อื่นๆ (ไม่ตอบ และตอบกระจาย)	327	63.9

จากตารางผนวกที่ 52 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเข้าศึกษาต่อในสถาบันของเอกชนเป็นอันดับ 4 คือ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ตารางผนวกที่ 53 จำนวนและร้อยละสถาบันของเอกชนที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 5

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยรังสิต	58	11.3
มหาวิทยาลัยศรีปทุม	25	4.9
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	19	3.7
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	18	3.5
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	17	3.3
อื่นๆ (ไม่ตอบ และตอบกระจาย)	375	73.3

จากตารางผนวกที่ 53 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเข้าศึกษาต่อในสถาบันของเอกชนเป็นอันดับ 4 คือ มหาวิทยาลัยรังสิต

ภาคผนวก ง

ลักษณะการเปิดรับสารและการเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของ  
อาจารย์แนะแนว

ตารางผนวกที่ 54 จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของอาจารย์แนะแนว

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	27	10.5
หญิง	229	89.5
ระดับชั้นที่สอน		
มัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญ	156	60.9
ปวช.	26	10.2
ปวส./ปวท.	61	23.8
ม.1 - ม.3	13	5.1
สาขาวิชาที่สอน		
วิทยาศาสตร์	109	42.6
ศิลปศาสตร์ (ทุกแขนง)	60	23.4
พาณิชยกรรม/คหกรรม	47	18.4
ช่าง (เครื่องกล/ไฟฟ้า/อุตสาหกรรม)	40	15.6
ระยะเวลาที่อยู่ในตำแหน่ง		
1 ปี	23	15.6
2-3 ปี	39	18.4
4-5 ปี	38	23.4
6 ปีและมากกว่า	156	60.9

จากตารางผนวกที่ 54 พบว่า อาจารย์แนะแนวที่ตกเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 89.5 ระดับชั้นที่สอนคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 60.9 สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ ร้อยละ 42.6 ระยะเวลาที่อยู่ในตำแหน่งอาจารย์แนะแนว 6 ปีและมากกว่า ร้อยละ 60.9



## ลักษณะการเปิดรับข่าวสารของอาจารย์แนะแนว

ตารางผนวกที่ 55 จำนวนและร้อยละของสื่อที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสาร

สื่อที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	119	46.5
วิทยุ	7	2.7
อินเทอร์เน็ต	32	12.5
นิตรสารวิชาการ	18	7.0
อ่านหนังสือพิมพ์	52	20.3
ดูจากแผ่นพับ	24	9.4
บุคคล	4	1.6

จากตารางผนวกที่ 55 แสดงว่า สื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารคือ โทรทัศน์ ร้อยละ 46.5 รองลงมาคือ อ่านหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 20.3 อินเทอร์เน็ต 12.5 และอื่นๆ

ตารางผนวกที่ 56 จำนวนและร้อยละสถานีโทรทัศน์ที่การเปิดรับข่าวสาร

สถานีโทรทัศน์ที่การเปิดรับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	105	41.0
ช่อง 5	14	5.5
ช่อง 7	33	12.9
ช่อง 9	25	9.8
ช่อง 11	12	4.7
ITV	65	25.4
UBC	2	0.8

ตารางผนวกที่ 56 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการรับสื่อทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 รองลงมาคือ สถานีโทรทัศน์ ช่อง 7 สถานีโทรทัศน์ ITV และอื่นๆ ตามลำดับ

ตารางหมวดที่ 57 จำนวนและร้อยละสถานีโทรทัศน์ที่การเปิดรับข่าวสาร

รายการโทรทัศน์ที่การเปิดรับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ข่าวประจำวัน	198	77.3
ภาพยนตร์/ละคร	16	6.3
เกมโชว์	15	5.9
กีฬา	2	0.8
การศึกษา/สารคดี	25	9.8

จากตารางหมวดที่ 57 wuii รายการโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารคือ ข่าวประจำวัน ร้อยละ 77.3 รองลงมาคือ การศึกษา/สารคดี 9.8 ภาพยนตร์/ละคร ร้อยละ 6.3 และอื่นๆ ตามลำดับ

ตารางหมวดที่ 58 จำนวนและร้อยละช่วงเวลาที่มีการเปิดรับข่าวสารทางโทรทัศน์

ช่วงเวลาที่มีการเปิดรับข่าวสารทางโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
06.01-09.00 น.	19	7.4
09.01-12.00 น.	2	0.8
12.01-15.00 น.	4	1.6
15.01-18.00 น.	4	1.6
18.01-21.00 น.	180	70.3
21.01-24.00 น.	47	18.4

จากตารางหมวดที่ 58 wuii กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารทางโทรทัศน์ในช่วงเวลา 18.01-21.00 น. รองลงมาคือ 21.01-24.00 น. และอื่นๆ ตามลำดับ

ตารางหมวดที่ 59 จำนวนและร้อยละเคลื่อนความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทางวิทยุ

เคลื่อนความถี่วิทยุที่เปิดรับข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
จ.ศ.100	15	5.9
FM 98 Mz.	15	5.9
FM 106.5 Mz.	12	4.7
FM 105.5 Mz.	11	4.3
FM 107.5 Mz.	8	3.1
อื่นๆ (ไม่ตอบ / ตอบกระจาย)	195	76.1

จากตารางผนวกที่ 59 พบว่า คลื่นความถี่วิทยุที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารคือ จ.ศ. 100 และ FM 98 Mz. อย่างละเท่ากันคือ ร้อยละ 5.9 และอื่นๆ ตามลำดับ

**ตารางผนวกที่ 60 จำนวนและร้อยละรายการวิทยุที่เปิดรับข่าวสาร**

รายการวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
ข่าว	80	31.3
ดนตรี/บันเทิง	129	50.4
สารคดี/การศึกษา	23	9.0
สนทนากับผู้มีชื่อเสียง	5	2.0
อื่นๆ (ไม่ตอบ)	19	7.4

จากตารางผนวกที่ 60 พบว่า รายการวิทยุที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารคือ รายการดนตรี/บันเทิง รองลงมาคือ รายการข่าว สารคดี/การศึกษา และสนทนากับผู้มีชื่อเสียง ตามลำดับ

**ตารางผนวกที่ 61 จำนวนและร้อยละช่วงเวลาที่การเปิดรับข่าวสารวิทยุ**

ช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสารทางวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
06.01-09.00 น.	115	44.9
09.01-12.00 น.	22	8.6
12.01-15.00 น.	12	4.7
15.01-18.00 น.	13	5.1
18.01-21.00 น.	25	9.8
21.01-24.00 น.	33	12.9
24.01-03.00 น.	3	1.2
03.01-06.00 น.	7	2.7
ไม่ตอบ	26	10.2

จากตารางผนวกที่ 61 ช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสารทางวิทยุ ได้แก่ เวลา 06.01-09.00 น. ร้อยละ 44.9 รองลงมาคือ เวลา 21.01-24.00 น. ร้อยละ 12.9 เวลา 18.01-21.00 น. ร้อยละ 9.8 และอื่นๆ ตามลำดับ

ตารางผนวกที่ 62 จำนวนและร้อยละหนังสือพิมพ์ที่เปิดรับข่าวสาร

ชื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ไทยรัฐ	127	49.6
เดลินิวส์	50	19.5
ข่าวสด	17	6.6
คม ชัด ลึก	9	3.5
มติชน	48	18.8
บ้านเมือง	1	0.4
ผู้จัดการรายวัน	1	0.4
ฐานเศรษฐกิจ	1	0.4
อื่นๆ ทั้งหมด	2	0.8

จากตารางผนวกที่ 62 พบว่า ชื่อหนังสือพิมพ์ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารคือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ร้อยละ 49.6 หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ร้อยละ 19.5 มติชน ร้อยละ 18.8 และอื่นๆ ตามลำดับ

ตารางผนวกที่ 63 จำนวนและร้อยละของ Web Site ที่เปิดรับข่าวสารเป็นอันดับที่ 1

Web Site	จำนวน	ร้อยละ
sanook.com	39	15.2
yahoo.com	16	6.3
eduzone.com	11	4.3
อื่นๆ (ไม่ตอบและตอบกระจาย)	190	78.2

จากตารางผนวกที่ 63 แสดงให้เห็นว่า Web site ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดรับข่าวสารเป็นอันดับที่ 1 คือ [www.sanook.com](http://www.sanook.com) รองลงมาคือ [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) และ [www.eduzone.com](http://www.eduzone.com) ตามลำดับ

**ตารางผนวกที่ 64 จำนวนและร้อยละของ Web Site ที่เปิดรับข่าวสารเป็นอันดับที่ 2**

Web Site	จำนวน	ร้อยละ
sanook.com	18	7.0
google.com	10	3.9
hunsa.com	10	3.9
อื่นๆ (ไม่ตอบและตอบกระจาย)	218	85.2

จากตารางผนวกที่ 64 แสดงให้เห็นว่า Web site ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดรับข่าวสารเป็นอันดับที่ 2 คือ [www.sanook.com](http://www.sanook.com) รองลงมาคือ [www.google.com](http://www.google.com) [www.hunsa.com](http://www.hunsa.com) และอื่นๆ

**ตารางผนวกที่ 65 จำนวนและร้อยละของ Web Site ที่เปิดรับข่าวสารเป็นอันดับที่ 3**

Web Site	จำนวน	faun:
yahoo.com	10	3.9
sanook.com	8	3.1
puntip.com	5	2.0
อื่นๆ (ไม่ตอบและตอบกระจาย)	236	91.0

จากตารางผนวกที่ 65 แสดงให้เห็นว่า Web site ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดรับข่าวสารเป็นอันดับที่ 3 คือ [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) รองลงมาคือ [www.sanook.com](http://www.sanook.com) [www.puntip.com](http://www.puntip.com) และอื่นๆ

**ตารางผนวกที่ 66 จำนวนและร้อยละประเภทนิตยสารที่เปิดรับข่าวสาร**

ประเภทนิตยสาร	จำนวน	ร้อยละ
แพชั่น	35	13.7
กีฬา	12	4.7
การเมือง/สังคม	67	26.2
เทคโนโลยี/สิ่งประดิษฐ์	7	2.7
การศึกษา/สารคดี	109	42.6
ภาพยนตร์/บันเทิง	24	9.4
อื่นๆ	2	0.8

จากตารางผนวกที่ 66 แสดงให้เห็นว่า ประเภทนิตยสารที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสารคือ การศึกษา/สารคดี

ตารางผนวกที่ 67 จำนวนและร้อยละของสื่อที่สะดวกเปิดรับข่าวสารด้านการศึกษา

ประเภทสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
Web site	33	12.9
e-Mail	14	5.5
วิทยุ	6	2.3
รายการโทรทัศน์	11	4.3
หนังสือพิมพ์	6	2.3
ส่งจดหมายไปที่บ้าน	28	10.9
ส่งผ่านอาจารย์แนะแนว	158	61.7

จากตารางผนวกที่ 67 พบว่า สื่อที่กลุ่มตัวอย่างสะดวกเปิดรับข่าวสารการศึกษาคือ การส่งผ่านอาจารย์แนะแนว (ร้อยละ 61.7)

ตารางผนวกที่ 68 จำนวนและร้อยละประเภทของสถาบันที่ต้องการเข้าศึกษาต่อ

ประเภทของสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทจำกัดรับ	98	38.3
มหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทไม่จำกัดรับ	7	2.7
มหาวิทยาลัยเอกชน	5	2.0
มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐบาล	12	4.7
สถาบันราชภัฏ/ราชมนกล	19	7.4
สถาบันใดก็ได้ที่มีวิชาต้องการเรียน	115	44.9

ตารางผนวกที่ 68 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แนะนำนักเรียนให้ศึกษาต่อในสถาบันใดก็ได้ที่มีวิชาต้องการเรียน มหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทจำกัดรับ และอื่นๆ ตามลำดับ

**ตารางผนวกที่ 69 จำนวนและร้อยละสถาบันของรัฐที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 1**

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	49	19.1
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	24	9.4
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	22	8.6
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	20	7.8
สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	20	7.8
อื่นๆ (ตอบกระจายและไม่ตอบ)	121	47.3

จากตารางผนวกที่ 69 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แนะนำนักเรียนให้ศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยรัฐบาล เป็นอันดับ 1 คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และอื่นๆ ตามลำดับ

**ตารางผนวกที่ 70 จำนวนและร้อยละสถาบันของรัฐที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 2**

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	47	18.4
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	32	12.5
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	22	8.6
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	20	7.8
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	13	5.1
อื่นๆ (ตอบกระจายและไม่ตอบ)	122	47.6

จากตารางผนวกที่ 70 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แนะนำนักเรียนให้ศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยรัฐบาล เป็นอันดับ 2 คือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

**ตารางผนวกที่ 71 จำนวนและร้อยละสถาบันของรัฐที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 3**

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	43	16.8
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	23	9.0
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	20	7.8
สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล	14	5.5
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	13	5.1
อื่นๆ (ตอบกระจายและไม่ตอบ)	143	55.8

จากตารางผนวกที่ 71 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเข้าศึกษาต่อในสถาบันของรัฐเป็นอันดับ 3 คือ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตารางผนวกที่ 72 จำนวนและร้อยละสถาบันของรัฐที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 4

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	22	8.6
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	17	6.6
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	15	5.9
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	15	5.9
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	14	5.5
มหาวิทยาลัยศิลปากร	14	5.5
อื่นๆ (ตอบกระจายและไม่ตอบ)	159	62.0

จากตารางผนวกที่ 72 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเข้าศึกษาต่อในสถาบันของรัฐเป็นอันดับ 4 คือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ตารางผนวกที่ 73 จำนวนและร้อยละสถาบันของรัฐที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 5

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	19	7.4
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ	17	6.6
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	14	5.5
สถาบันราชภัฏ	14	5.5
มหาวิทยาลัยสุโขทัย	13	5.1
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	13	5.1
อื่นๆ (ตอบกระจายและไม่ตอบ)	166	64.8

จากตารางผนวกที่ 73 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเข้าศึกษาต่อในสถาบันของรัฐเป็นอันดับ 5 คือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



**ตารางผนวกที่ 74 จำนวนและร้อยละสถาบันของเอกชนที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 1**

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	79	30.9
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	51	19.9
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	23	9.0
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	17	6.6
วิทยาลัยคริสเตียน	12	4.7
อื่นๆ (ตอบกระจายและไม่ตอบ)	74	28.9

จากตารางผนวกที่ 74 แสดงให้เห็นว่า อาจารย์แนะแนวที่ตกเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แนะแนวให้ลูกศิษย์เข้าศึกษาต่อในสถาบันของเอกชนเป็นอันดับ 1 คือ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

**ตารางผนวกที่ 75 จำนวนและร้อยละสถาบันของเอกชนที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 2**

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	47	18.4
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	46	18.0
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	35	13.7
มหาวิทยาลัยรังสิต	27	10.5
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	19	7.4
อื่นๆ (ตอบกระจายและไม่ตอบ)	82	32.0

จากตารางผนวกที่ 75 แสดงให้เห็นว่า อาจารย์แนะแนวที่ตกเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แนะแนวให้ลูกศิษย์เข้าศึกษาต่อในสถาบันของเอกชนเป็นอันดับ 2 คือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

**ตารางผนวกที่ 76 จำนวนและร้อยละสถาบันของเอกชนที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 3**

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	45	17.6
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	39	15.2
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	32	12.5
มหาวิทยาลัยรังสิต	28	10.9
มหาวิทยาลัยศรีปทุม	16	6.3
อื่นๆ (ตอบกระจายและไม่ตอบ)	96	37.5

จากตารางผนวกที่ 76 แสดงให้เห็นว่า อาจารย์แนะแนวที่ตกเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่  
แนะแนวให้ลูกศิษย์เข้าศึกษาต่อในสถาบันของเอกชนเป็นอันดับ 3 คือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ตารางผนวกที่ 77 จำนวนและร้อยละสถาบันของเอกชนที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 4

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยศรีปทุม	35	13.7
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	26	10.2
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	25	9.8
มหาวิทยาลัยรังสิต	20	7.8
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	16	6.3
อื่นๆ (ตอบกระจายและไม่ตอบ)	134	52.2

จากตารางผนวกที่ 77 แสดงให้เห็นว่า อาจารย์แนะแนวที่ตกเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่  
แนะแนวให้ลูกศิษย์เข้าศึกษาต่อในสถาบันของเอกชนเป็นอันดับ 4 คือ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ตารางผนวกที่ 78 จำนวนและร้อยละสถาบันของเอกชนที่ต้องการเข้าศึกษาต่อเป็นอันดับ 5

ชื่อสถาบัน	จำนวน	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยรังสิต	23	9.0
มหาวิทยาลัยศรีปทุม	21	8.2
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	18	7.0
มหาวิทยาลัยเอเซียอาคเนย์	18	7.0
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	16	6.3
อื่นๆ (ตอบกระจายและไม่ตอบ)	160	62.5

จากตารางผนวกที่ 78 แสดงให้เห็นว่า อาจารย์แนะแนวที่ตกเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่  
แนะแนวให้ลูกศิษย์เข้าศึกษาต่อในสถาบันของเอกชนเป็นอันดับ 5 คือ มหาวิทยาลัยรังสิต



ภาคผนวก จ

แบบสอบถาม

## ชุดที่ 1 สำหรับนักเรียน

## แบบสอบถาม!

## เรื่อง

ลักษณะการเปิดรับสารและการเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของนักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนว ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพทั่วประเทศ

**คำชี้แจง** : ทำเครื่องหมาย  ลงใน  หรือในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด และแสดงความคิดเห็นตามที่ท่านเห็นสมควร ซึ่งแบบสอบถามได้แบ่งคำถามออกเป็น 6 ตอน

- ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล
- ตอนที่ 2 ลักษณะการเปิดรับข่าวสาร
- ตอนที่ 3 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ
- ตอนที่ 4 พฤติกรรมการเลือกสถาบันการศึกษา
- ตอนที่ 5 ความคิดเห็นทั่วไป
- ตอนที่ 6 ปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารด้านการศึกษา

ชื่อ โรงเรียน.....
.....
จังหวัด .....
.....
ผู้แจกแบบสอบถาม .....
วันที่และเวลาที่ทำแบบสอบถาม .....

☺ ขอขอบพระคุณในการให้ความร่วมมือ

## ชุดที่ 1 สำหรับนักเรียน

## ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ
 

<input type="checkbox"/> ชาย	<input type="checkbox"/> หญิง
------------------------------	-------------------------------
2. ปัจจุบันศึกษาอยู่
 

<input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนปลาย	<input type="checkbox"/> ปวช.
<input type="checkbox"/> ปวส./ปวท.	<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....
3. สาขาวิชาที่ศึกษาอยู่
 

<input type="checkbox"/> วิทยาศาสตร์	<input type="checkbox"/> ศิลปคำนวณ
<input type="checkbox"/> ศิลปภาษา	<input type="checkbox"/> พณิชยกรรม
<input type="checkbox"/> ช่างยนต์/ไฟฟ้า/อุตสาหกรรม	<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....
4. อาชีพผู้ปกครอง
 

<input type="checkbox"/> รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	<input type="checkbox"/> พนักงาน/เจ้าหน้าที่องค์กรเอกชน
<input type="checkbox"/> เกษตรกรรม/ปศุสัตว์	<input type="checkbox"/> พณิชยกรรม/อุตสาหกรรมครัวเรือน/กิจการ
	<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ) .....
- ส่วนตัว
 

<input type="checkbox"/> รับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ	<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ) .....
---	---
5. ท่านมีพี่น้องในครอบครัวทั้งหมดกี่คน (รวมตัวท่านด้วย)
 

<input type="checkbox"/> 1 คน	<input type="checkbox"/> 2 คน
<input type="checkbox"/> 3 คน	<input type="checkbox"/> 4 คนและมากกว่า
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว
 

<input type="checkbox"/> 10,000 บาทและน้อยกว่า	<input type="checkbox"/> 10,001-20,000 บาท
<input type="checkbox"/> 20,001-30,000 บาท	<input type="checkbox"/> 30,001 บาท และมากกว่า
7. ภูมิลำเนาเดิมของท่านคือภาคใด
 

<input type="checkbox"/> ภาคกลาง	<input type="checkbox"/> ภาคตะวันออก
<input type="checkbox"/> เขตปริมณฑล	<input type="checkbox"/> ภาคตะวันตก
<input type="checkbox"/> ภาคเหนือ	<input type="checkbox"/> ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
<input type="checkbox"/> ภาคใต้	
8. ค่าเล่าเรียนของท่านได้มาจาก
 

<input type="checkbox"/> เงินรายได้ของผู้ปกครอง	<input type="checkbox"/> เงินรายได้ของตนเอง
<input type="checkbox"/> ทุนกู้ยืมจากกองทุนการศึกษาของรัฐบาล	<input type="checkbox"/> ทุนการศึกษาของสถาบัน
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ) .....	

ตอนที่ 2 ลักษณะการเปิดรับข่าวสาร

1. ปกติถ้าท่านต้องการทราบข้อมูลข่าวสารด้านการศึกษา ท่านมักจะเลือกรับจากสื่อใดมากที่สุด

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> เปิดดูโทรทัศน์                     | <input type="checkbox"/> ฟังวิทยุ                   |
| <input type="checkbox"/> ท่องอินเทอร์เน็ต                   | <input type="checkbox"/> นิทรรศการวิชาการ           |
| <input type="checkbox"/> อ่านหนังสือพิมพ์                   | <b>3</b> ดูจากแผ่นพับ                               |
| <input type="checkbox"/> บุคคล (เช่น ครู เพื่อนญาติพี่น้อง) | <input type="checkbox"/> ดูจากป้ายประกาศของโรงเรียน |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....              |   |

2. ท่านดูโทรทัศน์ช่องใดบ่อยที่สุด (ตอบเพียง 1 ช่อง)

- |  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ช่อง 3                | <b>a</b> ช่อง 5                       |
| <input type="checkbox"/> ช่อง 7                | <input type="checkbox"/> ช่อง 9 onuw. |
| <b>a</b> ช่อง 11                               | <input type="checkbox"/> ไอทีวี       |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |                                       |

3. รายการโทรทัศน์ที่ท่านชอบดูมากที่สุดคือ

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ข่าวประจำวัน            | <input type="checkbox"/> ภาพยนตร์ / ละครโทรทัศน์ |
| <input type="checkbox"/> รายการบันเทิง/เกมส์โชว์ | • กีฬา   |
| <input type="checkbox"/> nun?                    | <input type="checkbox"/> สารคดี                  |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....   |  |

4. ช่วงเวลาที่ท่านดูโทรทัศน์มากที่สุด

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 06.01-09.00 พ. | <input type="checkbox"/> 09.01-12.00 น. |
| <b>a</b> 12.01-15.00 น.                 | <input type="checkbox"/> 15.01-18.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 18.01-21.00 น. | <input type="checkbox"/> 21.01-24.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 24.01-03.00 น. | <input type="checkbox"/> 03.01-06.00 น. |

5. ท่านเปิดฟังวิทยุคลื่นใดบ่อยที่สุด.....

6. รายการที่ท่านชอบรับฟังทางวิทยุมากที่สุด

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> รายการข่าว             | <input type="checkbox"/> ดนตรี/เพลง/บันเทิง    |
| <input type="checkbox"/> สารคดี/การศึกษาต่างๆ   | <input type="checkbox"/> กีฬา                  |
| <input type="checkbox"/> สนทนากับผู้มีชื่อเสียง | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

7. ช่วงเวลาที่ท่านฟังวิทยุบ่อยที่สุดคือ

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 06.01-09.00 น. | <input type="checkbox"/> 09.01-12.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 12.01-15.00 น. | <input type="checkbox"/> 15.01-18.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 18.01-21.00 น. | <input type="checkbox"/> 21.01-24.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 24.01-03.00 น. | <input type="checkbox"/> 03.01-06.00 น. |

## ชุดที่ 1 สำหรับนักเรียน

8. ท่านอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใด**บ่อยที่สุด**

ไทยรัฐ

ข่าวสด

มติชน

บ้านเมือง

ฐานเศรษฐกิจ

เดลินิวส์

ตม ชัด ลึก

สยามรัฐ

ผู้จัดการรายวัน

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9. Web Site 3 อันดับที่ท่านชอบเข้าไปเยี่ยมชมบ่อยๆ คือ

อันดับ 1.....

อันดับ 2.....

อันดับ 3.....

10. วารสาร/นิตยสารประเภทที่ท่านสนใจอ่าน**บ่อยที่สุด**

แฟชั่น

ข่าวเกี่ยวกับการเมือง/สังคม

การศึกษา/สารคดี

อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

กีฬา

ด้านช่าง/เทคโนโลยี/สิ่งประดิษฐ์

ภาพยนตร์/ดารา/บันเทิงต่างๆ

11. ถ้าสถาบันการศึกษาจะส่งข่าวสารที่เป็นประโยชน์มาให้ ท่านคิดว่าสื่อใดจะสะดวกต่อท่าน**มากที่สุด**

ลงใน Web Site ของมหาวิทยาลัย

ออกอากาศทางวิทยุ

ส่งจดหมายตรงมาที่บ้าน

ลงข่าวในหนังสือพิมพ์

ส่ง E-mail

ร่วมในรายการโทรทัศน์

ส่งมาที่โรงเรียนผ่านทางอาจารย์แนะแนว

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ชุดที่ 1 สำหรับนักเรียน

ตอนที่ 3 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ

คำชี้แจง : โดยทั่วไปท่านต้องการทราบรายละเอียดของสถาบันการศึกษาที่ท่านสนใจในเรื่องต่างๆ ต่อไปนี้  
 มากน้อยเพียงใด กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่ตรงกับความต้องการของท่าน

	รายละเอียดเกี่ยวกับเรื่อง	มาก	ค่อนข้าง มาก	ปานกลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย
1	หลักสูตร (คณะ/สาขาวิชา) ที่สถาบันเปิดสอน					
2	วันเวลาหรือช่วงเวลาที่เปิดรับสมัครนักศึกษา					
3	คุณสมบัติของผู้สมัคร					
4	สถานที่ตั้งหรือแผนที่ของมหาวิทยาลัย					
5	วิชาที่ใช้ในการสอบคัดเลือก					
6	ค่าใช้จ่ายเพื่อการศึกษาตลอดหลักสูตร					
7	ประเภทและจำนวนทุนการศึกษา					
8	ขั้นตอนการขอรับทุนการศึกษาแต่ละประเภท					
9	ระเบียบการการสมัครเข้าศึกษา					
10	กำหนดการหรือตารางการเรียนการสอน					
11	รายละเอียดหลักสูตร/ลักษณะการศึกษาแต่ละคณะวิชา					
12	แนวทางการประกอบอาชีพ					
13	สิทธิประโยชน์ที่ผู้เรียนจะได้รับ ในขณะที่ศึกษาอยู่					
14	ข้อมูลหอพัก					
15	คุณภาพของผู้บริหารมหาวิทยาลัยและอาจารย์ผู้สอน					
16	อุปกรณ์การเรียนการสอน/สิ่งอำนวยความสะดวก					
17	สถิติการมีงานทำของบัณฑิตที่จบจากสถาบันนั้น					
18	ผลงานวิชาการหรือผลงานดีเด่นของสถาบันการศึกษา					
19	ลำดับความนิยมของสถาบันการศึกษา					

20 อื่นๆ โปรดระบุ .....



ตอนที่ 4 พฤติกรรมการเลือกสถาบันเพื่อศึกษาต่อ

คำชี้แจง : ทำเครื่องหมาย ✓ หรือเขียนตัวเลขใน  หน้าข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. ประเภทของมหาวิทยาลัยหรือสถาบันที่ท่านต้องการสมัครเข้าศึกษาต่อคือ

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> มหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทจำกัดรับ                   | <input type="checkbox"/> มหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทไม่จำกัดรับ |
| <input type="checkbox"/> มหาวิทยาลัยเอกชน                                  | <input type="checkbox"/> มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐบาล        |
| <input type="checkbox"/> สถาบันการศึกษาต่างประเทศ                          | <input type="checkbox"/> สถาบันราชภัฏ/ราชชมงคล              |
| <input type="checkbox"/> สถาบันใดก็ได้ที่เปิดสอนในสาขาที่ตรงกับความต้องการ |   |
| <input type="checkbox"/> สถาบันอื่นๆ (โปรดระบุ).....                       |   |

2. กรุณาระบุชื่อมหาวิทยาลัย/สถาบันของรัฐบาลที่ท่านต้องการศึกษาต่อ 5 อันดับ

- |               |               |
|---------------|---------------|
| อันดับ 1..... | อันดับ 2..... |
| อันดับ 3..... | อันดับ 4..... |
| อันดับ 5..... |               |

3. เหตุผลที่ทำให้ท่านอยากเรียนต่อ ในมหาวิทยาลัย/สถาบัน (ในข้อ 2) มากที่สุด

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียง  | <input type="checkbox"/> สังคมยอมรับ             |
| <input type="checkbox"/> ค่าเล่าเรียนถูก         | <input type="checkbox"/> มีโอกาสเข้าศึกษาได้ง่าย |
| <input type="checkbox"/> มีบรรยากาศน่าเรียน      | <input type="checkbox"/> มีทุนการศึกษามาก        |
| <input type="checkbox"/> เรียนจบง่าย             | <input type="checkbox"/> อยู่ใกล้บ้าน            |
| <input type="checkbox"/> มีพี่น้อง/ญาติเรียนอยู่ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ.....              |

4. กรุณาระบุชื่อมหาวิทยาลัยของเอกชนที่ท่านต้องการศึกษาต่อ 5 อันดับ

- |               |               |
|---------------|---------------|
| อันดับ 1..... | อันดับ 2..... |
| อันดับ 3..... | อันดับ 4..... |
| อันดับ 5..... |               |

5. อะไรเป็นเหตุผลที่ทำให้ท่านอยากเรียนต่อในมหาวิทยาลัย/สถาบัน (ในข้อ 4) มากที่สุด

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียง  | <input type="checkbox"/> สังคมยอมรับ             |
| <input type="checkbox"/> ค่าเล่าเรียนถูก         | <input type="checkbox"/> มีโอกาสเข้าศึกษาได้ง่าย |
| <input type="checkbox"/> มีบรรยากาศน่าเรียน      | <input type="checkbox"/> มีทุนการศึกษามาก        |
| <input type="checkbox"/> เรียนจบง่าย             | <input type="checkbox"/> อยู่ใกล้บ้าน            |
| <input type="checkbox"/> มีพี่น้อง/ญาติเรียนอยู่ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ.....              |

6. ท่านเริ่มวางแผนการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาเมื่อใด

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ตั้งแต่เริ่มเรียน ม.4/ปวช.1/ปวส.1 | <input type="checkbox"/> เเทมสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน |
| <input type="checkbox"/> ตอนสอบ Entrance                   | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....               |

ชุดที่ 1 สำหรับนักเรียน

7. บุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเพื่อศึกษาต่อ

	บุคคลที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจ	มาก	ค่อนข้างมาก	ปานกลาง	ค่อนข้างน้อย	น้อย
1	ตนเอง					
2	บิดามารดา/ผู้ปกครอง					
3	ญาติพี่น้อง					
4	เพื่อน/รุ่นพี่					
5	อาจารย์แนะแนว					
6	อื่นๆ โปรดระบุ.....					

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นทั่วไป

โปรดแสดงความคิดเห็นของท่านเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการสื่อสารของสถาบันการศึกษาให้มีประสิทธิภาพสูงสุดโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่กำหนดไว้

	เรื่อง	เห็นด้วย	ค่อนข้างเห็นด้วย	ปานกลาง	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
1	ทบวงมหาวิทยาลัยควรมีการทบทวนระบบการทดสอบ Entrance					
2	มหาวิทยาลัยของรัฐบาลควรทำประชาสัมพันธ์มากกว่านี้					
3	คนส่วนใหญ่เลือกมหาวิทยาลัยของรัฐเพราะค่านิยมแบบเดิมๆ					
4	การสอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐส่วนใหญ่เป็นเรื่องยุ่งยาก					
5	การเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยรัฐบาลหรือเอกชนมีคุณภาพไม่แตกต่างกัน					
6	การสอบเข้ามหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่ง่ายและไม่ได้มาตรฐาน					
7	มหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่เน้นปริมาณนักศึกษามากกว่าเน้นคุณภาพ					
8	มหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่มีการทำประชาสัมพันธ์เกินความเป็นจริง					
9	บัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่หางานทำยากกว่าบัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยรัฐในสาขาเดียวกัน					
10	มหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่มีความพร้อมด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน					

## ชุดที่ 1 สำหรับนักเรียน

ตอนที่ 6 ปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารด้านการศึกษา

คำชี้แจง : กรุณาระบุปัญหาและอุปสรรค (หากมี)

1) ด้านการสื่อสารเกี่ยวกับการศึกษา

.....

.....

.....

2) ด้านการเลือกสถานประกอบการศึกษา

.....

.....

.....

## ชุดที่ 2 สำหรับผู้ปกครอง

## แบบสอบถาม

## เรื่อง

ลักษณะการเปิดรับสารและการเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของนักเรียน ผู้ปกครอง  
และอาจารย์แนะแนว ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพทั่วประเทศ

คำชี้แจง : ทำเครื่องหมาย  ลงใน  หรือในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด และ  
แสดงความคิดเห็นตามที่ท่านเห็นสมควร ซึ่งแบบสอบถามได้แบ่งคำถามออกเป็น 6 ตอน

- noun" 1 ข้อมูลส่วนบุคคล  
ตอนที่ 2 ลักษณะการเปิดรับข่าวสาร  
ตอนที่ 3 ข้อมูลที่ต้องการสำหรับตัดสินใจเลือกสถานศึกษาให้แก่บุตรหลาน  
ตอนที่ 4 ทักษะคิดที่มีต่อสถาบันการศึกษา  
ตอนที่ 5 ความคิดเห็นทั่วไป  
ตอนที่ 6 ปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารด้านการศึกษา

ผู้ปกครอง/นักเรียน โรงเรียน.....

จังหวัด.....

ผู้แจกแบบสอบถาม.....

วันที่และเวลาที่ทำแบบสอบถาม.....

😊 ขอขอบพระคุณในการให้ความร่วมมือ

## ชุดที่ 2 สำหรับผู้ปกครอง

## ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ
 

<input type="checkbox"/> ชาย	<input type="checkbox"/> หญิง
------------------------------	-------------------------------
2. อายุ (เกิน 6 เดือนนับเป็น 1 ปี)
 

<input type="checkbox"/> 30 ปีและน้อยกว่า	<input type="checkbox"/> 31-40 ปี
<input type="checkbox"/> 41-50 ปี	<input type="checkbox"/> มากกว่า 50 ปี
3. วุฒิการศึกษาสูงสุด
 

<input type="checkbox"/> ประถมศึกษา	<input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า
<input type="checkbox"/> ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	<input type="checkbox"/> อาชีวศึกษา
<input type="checkbox"/> ตั้งแต่ปริญญาโทขึ้นไป	<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....
4. อาชีพ
 

<input type="checkbox"/> เกษตรกรรม/ปศุสัตว์	<input type="checkbox"/> พาณิชยกรรม/อุตสาหกรรมครัวเรือน
<input type="checkbox"/> รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	<input type="checkbox"/> พนักงาน/เจ้าหน้าที่องค์กรเอกชน
<input type="checkbox"/> เจ้าของกิจการหรือกิจการส่วนตัว	<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ) .....
5. จำนวนบุตรของท่านที่เรียนอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (สายสามัญและหรือสายอาชีพ)
 

<input type="checkbox"/> 1 คน	<input type="checkbox"/> 2 คน
<input type="checkbox"/> 3 คน	<input type="checkbox"/> 4 คนและมากกว่า
6. ภูมิภาคที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน
 

<input type="checkbox"/> ภาคกลาง	<input type="checkbox"/> ภาคตะวันออก
<input type="checkbox"/> เขตปริมณฑล	<input type="checkbox"/> ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
<input type="checkbox"/> ภาคเหนือ	<input type="checkbox"/> ภาคใต้
7. ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคที่ท่านอาศัยอยู่ในปัจจุบัน
 

<input type="checkbox"/> 1 ปี	<input type="checkbox"/> 2-33
<input type="checkbox"/> 4-57	<input type="checkbox"/> 6 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

1. ปกติถ้าท่านต้องการทราบข้อมูลข่าวสารด้านการศึกษา ท่านมักจะเลือกรับจากสื่อใดมากที่สุด

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> เปิดดูโทรทัศน์                      | <input type="checkbox"/> ฟังวิทยุ                   |
| <input type="checkbox"/> ท่องอินเทอร์เน็ต                    | <input type="checkbox"/> นิทรรศการวิชาการ           |
| <input type="checkbox"/> อ่านหนังสือพิมพ์                    | <input type="checkbox"/> ดูจากแผ่นพับ               |
| <input type="checkbox"/> บุคคล (เช่น ครู เพื่อน ญาติพี่น้อง) | <input type="checkbox"/> ดูจากป้ายประกาศของโรงเรียน |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....               |   |

2. ท่านดูโทรทัศน์ช่องใดบ่อยที่สุด (ตอบเพียง 1 ช่อง)

- |   |                                       |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ช่อง 3                 | <input type="checkbox"/> ช่อง 5       |
| <input type="checkbox"/> ช่อง 7                 | <input type="checkbox"/> ช่อง 9 อสมท. |
| <input type="checkbox"/> ช่อง 11                | <input type="checkbox"/> ไอทีวี       |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ) ..... |                                       |

3. รายการโทรทัศน์ที่ท่านชอบดูมากที่สุดคือ

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ข่าวประจำวัน            | <input type="checkbox"/> ภาพยนตร์ / ละครโทรทัศน์ |
| <input type="checkbox"/> รายการบันเทิง/เกมส์โชว์ | <input type="checkbox"/> กีฬา                    |
| <input type="checkbox"/> คนตรี                   | <input type="checkbox"/> สารคดี                  |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ) .....  |  |

4. ช่วงเวลาที่ท่านดูโทรทัศน์มากที่สุด

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 06.01-09.00น. | <input type="checkbox"/> 09.01-12.00น.  |
| <input type="checkbox"/> 12.01-15.00น. | <input type="checkbox"/> 15.01-18.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 18.01-21.00น. | <input type="checkbox"/> 21.01-24.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 24.01-03.00น. | <input type="checkbox"/> 03.01-06.00 น. |

5. ท่านเปิดฟังวิทยุคลื่นใดบ่อยที่สุด .....

6. รายการที่ท่านชอบรับฟังทางวิทยุมากที่สุด

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> รายการข่าว             | <input type="checkbox"/> คนตรี/เพลง/บันเทิง    |
| <input type="checkbox"/> สารคดี/การศึกษาต่างๆ   | <input type="checkbox"/> กีฬา                  |
| <input type="checkbox"/> สนทนากับผู้มีชื่อเสียง | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

## ชุดที่ 2 สำหรับผู้ปกครอง

7. ช่วงเวลาที่ท่านฟังวิทยุ**บ่อยที่สุด**คือ

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 06.01-09.00 น. | <input type="checkbox"/> 09.01-12.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 12.01-15.00 น. | <input type="checkbox"/> 15.01-18.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 18.01-21.00 น. | <input type="checkbox"/> 21.01-24.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 24.01-03.00 น. | <input type="checkbox"/> 03.01-06.00 น. |

8. ท่านอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใด**บ่อยที่สุด**

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ไทยรัฐ      | <input type="checkbox"/> เดลินิวส์             |
| <input type="checkbox"/> ข่าวสด      | <input type="checkbox"/> คม ชัด ลึก            |
| <input type="checkbox"/> มติชน       | <input type="checkbox"/> สยามรัฐ               |
| <input type="checkbox"/> บ้านเมือง   | <input type="checkbox"/> ผู้จัดการรายวัน       |
| <input type="checkbox"/> ฐานเศรษฐกิจ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

9. Web Site **3 อันดับ**ที่ท่านชอบเข้าไปเยี่ยมชมบ่อยๆ คือ

- อันดับ 1 .....
- อันดับ 2 .....
- อันดับ 3 .....

10. วารสาร/นิตยสารประเภทที่ท่านสนใจอ่าน**บ่อยที่สุด**

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> แฟชั่น                      | <input type="checkbox"/> กีฬา                             |
| <input type="checkbox"/> ข่าวเกี่ยวกับการเมือง/สังคม | <input type="checkbox"/> ด้านช่าง/เทคโนโลยี/สิ่งประดิษฐ์  |
| <input type="checkbox"/> การศึกษา/สารคดี             | <input type="checkbox"/> ภาพยนตร์/ดาราศาสตร์/บันเทิงต่างๆ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....       |   |

11. ถ้าสถาบันการศึกษาจะส่งข่าวสารที่เป็นประโยชน์มาให้ ท่านคิดว่าสื่อใดจะสะดวกต่อท่าน**มากที่สุด**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ลงใน Web Site ของมหาวิทยาลัย | <input type="checkbox"/> ส่ง E-mail                           |
| <input type="checkbox"/> ออกอากาศทางวิทยุ             | <input type="checkbox"/> ร่วมในรายการโทรทัศน์                 |
| <input type="checkbox"/> ส่งจดหมายตรงมาที่บ้าน        | <input type="checkbox"/> ส่งมาที่โรงเรียนผ่านทางอาจารย์แนะแนว |
| <input type="checkbox"/> ลงข่าวในหนังสือพิมพ์         | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ) .....               |

## ชุดที่ 2 สำหรับผู้ปกครอง

## ตอนที่ 3 ข้อมูลที่ต้องการสำหรับตัดสินใจเลือกสถานศึกษาให้แก่บุตรหลาน

คำชี้แจง : โดยทั่วไปท่านต้องการทราบรายละเอียดของสถาบันการศึกษาที่ท่านสนใจในเรื่องต่างๆ  
ต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่ตรงกับความต้องการของท่าน

	รายละเอียดเกี่ยวกับเรื่อง	มาก	ค่อนข้าง มาก	ปานกลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย
1	หลักสูตร (คณะ/สาขาวิชา) ที่สถาบันแต่ละแห่งเปิดสอน					
2	วันเวลาหรือช่วงเวลาที่เปิดรับสมัครนักศึกษา					
3	คุณสมบัติของผู้สมัคร					
4	สถานที่ตั้งหรือแผนที่ของมหาวิทยาลัย					
5	วิชาที่ใช้ในการสอบคัดเลือก					
6	ค่าใช้จ่ายเพื่อการศึกษาตลอดหลักสูตร					
7	ประเภทและจำนวนทุนการศึกษา					
8	ขั้นตอนการขอรับทุนการศึกษาแต่ละประเภท					
9	ระเบียบการการสมัครเข้าศึกษา					
10	กำหนดการหรือตารางการเรียนการสอน					
11	รายละเอียดหลักสูตร/ลักษณะการศึกษาแต่ละคณะวิชา					
12	แนวทางการประกอบอาชีพ					
13	สิทธิประโยชน์ที่ผู้เรียนจะได้รับในขณะที่ศึกษาอยู่					
14	ข้อมูลหอพัก					
15	คุณวุฒิของผู้บริหารมหาวิทยาลัยและอาจารย์ผู้สอน					
16	อุปกรณ์การเรียนการสอน/สิ่งอำนวยความสะดวก					
17	สถิติการมีงานทำของบัณฑิตที่จบจากสถาบันนั้น					
18	ผลงานวิชาการหรือผลงานดีเด่นของสถาบันการศึกษา					
19	ลำดับความนิยมของสถาบันการศึกษา					

20 อื่นๆ โปรดระบุ .....

.....



ตอนที่ 4 ทักษะชีวิตที่มีต่อสถาบันการศึกษา

คำชี้แจง : ทำเครื่องหมาย ✓ หรือเขียนตัวเลขใน  หน้าข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

1. ประเภทของมหาวิทยาลัยหรือสถาบันที่ท่านต้องการให้บุตรหลานเข้าศึกษาต่อ
 

<input type="checkbox"/> มหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทจำกัดรับ	<input type="checkbox"/> มหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทไม่จำกัดรับ
<input type="checkbox"/> มหาวิทยาลัยเอกชน	<input type="checkbox"/> มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐบาล
<input type="checkbox"/> สถาบันการศึกษาต่างประเทศ	<input type="checkbox"/> สถาบันราชภัฏ/ราชชมงคล
<input type="checkbox"/> สถาบันใดก็ได้ที่เปิดสอนในสาขาที่ตรงกับความต้องการ	
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....	
  
2. กรุณาระบุชื่อมหาวิทยาลัยของ รัฐบาล ที่ท่านต้องการให้บุตรหลานศึกษาต่อ 5 อันดับ
 

อันดับ 1.....	อันดับ 2.....
อันดับ 3.....	อันดับ 4.....
อันดับ 5.....	
  
3. เหตุผลที่ทำให้ท่านอยากให้บุตรหลานเรียนต่อในมหาวิทยาลัย/สถาบัน (ในข้อ 2) มากที่สุด

<input type="checkbox"/> เป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง	<input type="checkbox"/> เป็นที่ยอมรับของสังคม
<input type="checkbox"/> ค่าเล่าเรียนถูก	<input type="checkbox"/> อยู่ใกล้บ้าน
<input type="checkbox"/> มีคนในครอบครัว/ญาติเรียนอยู่/จบจากที่นั่น	<input type="checkbox"/> มีทุนการศึกษา
<input type="checkbox"/> การเดินทาง/ที่พักสะดวก	<input type="checkbox"/> อื่นๆ.....
  
4. กรุณาระบุชื่อมหาวิทยาลัยของ เอกชน ที่ท่านต้องการให้บุตรหลานศึกษาต่อ 5 อันดับ
 

อันดับ 1.....	อันดับ 2.....
อันดับ 3.....	อันดับ 4.....
อันดับ 5.....	
  
5. เหตุผลที่ทำให้ท่านอยากให้บุตรหลานเรียนต่อในมหาวิทยาลัย/สถาบัน (ในข้อ 4) มากที่สุด

<input type="checkbox"/> เป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง	<input type="checkbox"/> เป็นที่ยอมรับของสังคม
<input type="checkbox"/> ค่าเล่าเรียนถูก	<input type="checkbox"/> อยู่ใกล้บ้าน
<input type="checkbox"/> มีคนในครอบครัว/ญาติเรียนอยู่/จบจากที่นั่น	<input type="checkbox"/> มีทุนการศึกษา
<input type="checkbox"/> การเดินทาง/ที่พักสะดวก	<input type="checkbox"/> อื่นๆ.....
  
6. ท่านวางแผนการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาให้บุตรหลานของท่านตั้งแต่เมื่อใด
 

<input type="checkbox"/> ตั้งแต่เริ่มเรียน ม.4/ปวช.1/ปวส.1	<input type="checkbox"/> เเทมสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน
<input type="checkbox"/> คอนสอบ Entrance	<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

ชุดที่ 2 สำหรับผู้ปกครอง

7 ใครมีส่วนช่วยให้ข้อมูลในการเลือกสถาบันการศึกษาให้บุตรหลานท่าน

	บุคคลที่มีส่วนให้ข้อมูลในการเลือกสถาบัน	มาก	ค่อนข้าง มาก	ปานกลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย
1	ให้บุตรหลานเลือกเอง					
2	ญาติพี่น้อง					
3	ครูแนะแนวของโรงเรียน					
4	เพื่อนบ้าน					
5	การประชุมผู้ปกครอง					

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นทั่วไป

โปรดแสดงความคิดเห็นของท่านโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่กำหนดไว้

	เรื่อง	เห็นด้วย	ค่อนข้าง เห็นด้วย	ปานกลาง	ค่อนข้าง ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
1	ทบวงมหาวิทยาลัยควรมีการทบทวนระบบการจัดสอบ Entrance					
2	มหาวิทยาลัยของรัฐบาลควรทำประชาสัมพันธ์มากกว่านี้					
3	คนส่วนใหญ่เลือกมหาวิทยาลัยของรัฐเพราะค่านิยมแบบเดิมๆ					
4	การสอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐส่วนใหญ่เป็นเรื่องยุ่งยาก					
5	การเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยรัฐบาลหรือเอกชนมีคุณภาพไม่แตกต่างกัน					
6	การสอบเข้ามหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่ง่ายและไม่ได้มาตรฐาน					
7	มหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่เน้นปริมาณนักศึกษามากกว่าเน้นคุณภาพ					
8	มหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่มีการทำประชาสัมพันธ์เกินความเป็นจริง					
9	บัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่หางานทำยากกว่าบัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยรัฐในสาขาเดียวกัน					
10	มหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่มีความพร้อมด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน					
11	พ่อแม่ผู้ปกครองส่วนใหญ่ไม่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกเรียนต่อในมหาวิทยาลัย เพราะขาดข้อมูลที่ชัดเจน					
12	การเลือกสถานที่เรียนเป็นหน้าที่ของผู้เรียนไม่ใช่ผู้ปกครอง					

## ชุดที่ 2 สำหรับผู้ปกครอง

## ตอนที่ 6 ปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารด้านการศึกษา

คำชี้แจง : กรุณาระบุปัญหาและอุปสรรค (หากมี)

## 1) ด้านการสื่อสารเกี่ยวกับการศึกษา

.....

.....

.....

## 2) ด้านการเลือกสถาบันการศึกษา

.....

.....

.....

## ชุดที่ 3 สำหรับครูแนะแนว

## แบบสอบถาม

## เรื่อง

ลักษณะการเปิดรับสารและการเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของนักเรียน ผู้ปกครอง  
และอาจารย์แนะแนว ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพทั่วประเทศ

คำชี้แจง : ทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หรือในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด  
และแสดงความคิดเห็นตามที่ท่านเห็นสมควร ซึ่งแบบสอบถามได้แบ่งคำถามออกเป็น  
6 ROU

- ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล  
ตอนที่ 2 ลักษณะการเปิดรับข่าวสาร  
ตอนที่ 3 พฤติกรรมการช่วยในการตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษา  
ตอนที่ 4 ทักษะคิดที่มีต่อสถาบันการศึกษา  
ตอนที่ 5 ความคิดเห็นทั่วไป  
ตอนที่ 6 ปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารด้านการศึกษา

ครูแนะแนวในโรงเรียน .....
.....
จังหวัด .....
.....
ผู้แจกแบบสอบถาม .....
.....
วันที่และเวลาที่ทำแบบสอบถาม .....

☺ ขอขอบพระคุณในการให้ความร่วมมือ

## ชุดที่ 3 สำหรับครูแนะแนว

## ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

- I. เพศ
  - ชาย
  - หญิง
2. ระดับชั้นที่ท่านสอนอยู่
  - มัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญ
  - ปวส./ปวท.
  - ปวช.
  - อื่นๆ (โปรดระบุ).....
3. สาขาวิชาที่ท่านสอน
  - วิทยาศาสตร์
  - ภูมิซยกรรม/คหกรรม
  - อื่นๆ (โปรดระบุ).....
  - ศิลปคำนวณ/ภาษาทั่วไป/อื่นๆ
  - ช่าง (เครื่องกล/ไฟฟ้า/อุตสาหกรรม)
4. ระยะเวลาที่อยู่ในตำแหน่งครูแนะแนว
  - 1 ปี
  - 2-3 ปี
  - 4-5 ปี
  - 6 ปีขึ้นไป
5. ภูมิภาคที่ท่านสอนอยู่
  - ภาคกลาง
  - ภาคตะวันออก
  - เขตปริมณฑล
  - ภาคตะวันตก
  - ภาคเหนือ
  - ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
  - ภาคใต้
6. ระยะเวลาที่สอนอยู่ในภูมิภาค
  - 1 ปี
  - 2-3 ปี
  - 4-5 ปี
  - 6 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 ลักษณะการเปิดรับข่าวสาร

1. ปกติถ้าท่านต้องการทราบข้อมูลข่าวสารด้านการศึกษา ท่านมักจะเลือกรับจากสื่อใดมากที่สุด

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> เบิกดูโทรทัศน์                      | <input type="checkbox"/> ฟังวิทยุ                   |
| <input type="checkbox"/> ท่องอินเทอร์เน็ต                    | <input type="checkbox"/> นิตรสารวิชาการ             |
| <input type="checkbox"/> อ่านหนังสือพิมพ์                    | <input type="checkbox"/> ดูจากแผ่นพับ               |
| <input type="checkbox"/> บุคคล (เช่น ครู เพื่อน ญาติพี่น้อง) | <input type="checkbox"/> ดูจากป้ายประกาศของโรงเรียน |
| อื่นๆ (โปรดระบุ).....  |   |

2. ท่านดูโทรทัศน์ช่องใดบ่อยที่สุด (ตอบเพียง 1 ช่อง)

- |                                  |                                       |
|----------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ช่อง 3  | <input type="checkbox"/> doll 5       |
| <input type="checkbox"/> ช่อง 7  | <input type="checkbox"/> ช่อง 9 อสมท. |
| <input type="checkbox"/> ช่อง 11 | <input type="checkbox"/> ไอทีวี       |
| อื่นๆ (โปรดระบุ).....            |                                       |

3. รายการโทรทัศน์ที่ท่านชอบดูมากที่สุดคือ

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ข่าวประจำวัน            | <input type="checkbox"/> ภาพยนตร์ / ละคร โทรทัศน์ |
| <input type="checkbox"/> รายการบันเทิง/เกมส์โชว์ | <input type="checkbox"/> กีฬา                     |
| <input type="checkbox"/> คนตรี                   | <input type="checkbox"/> สารคดี                   |
| อื่นๆ (โปรดระบุ).....                            |   |

4. ช่วงเวลาที่ท่านดูโทรทัศน์มากที่สุด

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 06.01-09.00 น. | <input type="checkbox"/> 09.01-12.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 12.01-15.00 U. | <input type="checkbox"/> 15.01-18.00 U. |
| <input type="checkbox"/> 18.01-21.00 น. | <input type="checkbox"/> 21.01-24.00 U  |
| <input type="checkbox"/> 24.01-03.00 น. | <input type="checkbox"/> 03.01-06.00 น. |

5. ท่านเปิดฟังวิทยุคลื่นใดบ่อยที่สุด.....

6. รายการที่ท่านชอบรับฟังทางวิทยุมากที่สุด

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> รายการข่าว             | <input type="checkbox"/> คนตรี/เพลง/บันเทิง    |
| <input type="checkbox"/> สารคดี/การศึกษาต่างๆ   | <input type="checkbox"/> กีฬา                  |
| <input type="checkbox"/> สนทนากับผู้มีชื่อเสียง | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

7. ช่วงเวลาที่ท่านฟังวิทยุบ่อยที่สุดคือ

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 06.01-09.00 น. | <input type="checkbox"/> 09.01-12.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 12.01-15.00 น. | <input type="checkbox"/> 15.01-18.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 18.01-21.00 น. | <input type="checkbox"/> 21.01-24.00 U  |
| <input type="checkbox"/> 24.01-03.00 U. | <input type="checkbox"/> 03.01-06.00 U. |

ชุดที่ 3 สำหรับครูแนะแนว

8. ท่านอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดบ่อยที่สุด

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ไทยรัฐ      | <input checked="" type="checkbox"/> เดลินิวส์  |
| <input type="checkbox"/> ข่าวสด      | <input type="checkbox"/> คม ชัด ลึก            |
| <input type="checkbox"/> มติชน       | <input type="checkbox"/> สยามรัฐ               |
| <input type="checkbox"/> บ้านเมือง   | <input type="checkbox"/> ผู้จัดการรายวัน       |
| <input type="checkbox"/> ฐานเศรษฐกิจ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

9. Web Site 3 อันดับที่ท่านชอบเข้าไปเยี่ยมชมบ่อยๆ คือ

- อันดับ 1.....
- อันดับ 2.....
- อันดับ 3.....

10. วารสาร/นิตยสารประเภทที่ท่านสนใจอ่านบ่อยที่สุด

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> แฟชั่น                      | <input type="checkbox"/> กีฬา                            |
| <input type="checkbox"/> ข่าวเกี่ยวกับการเมือง/สังคม | <input type="checkbox"/> ด้านช่าง/เทคโนโลยี/สิ่งประดิษฐ์ |
| <input type="checkbox"/> การศึกษา/สารคดี             | <input type="checkbox"/> ภาพยนตร์/ดารานักบันเทิงต่างๆ    |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....       |  |

11. ถ้าสถาบันการศึกษาจะส่งข่าวสารที่เป็นประโยชน์มาให้ ท่านคิดว่าสื่อใดจะสะดวกต่อท่านมากที่สุด

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ลงใน Web Site ของมหาวิทยาลัย | <input type="checkbox"/> ส่ง Email                            |
| <input type="checkbox"/> ออกอากาศทางวิทยุ             | <input type="checkbox"/> ร่วมในรายการโทรทัศน์                 |
| <input type="checkbox"/> ส่งจดหมายตรงมาที่บ้าน        | <input type="checkbox"/> ส่งมาที่โรงเรียนผ่านทางอาจารย์แนะแนว |
| <input type="checkbox"/> ลงข่าวในหนังสือพิมพ์         | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....                |

ชุดที่ 3 สำหรับครูแนะแนว

ตอนที่ 3 ข้อมูลการแนะแนวการศึกษาที่ต้องการ

คำชี้แจง : โดยทั่วไปท่านต้องการทราบรายละเอียดของสถาบันการศึกษาที่ท่านสนใจในเรื่องต่างๆ  
ต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่างที่ตรงกับความต้องการของท่าน

	รายละเอียดเกี่ยวกับเรื่อง	มาก	ค่อนข้าง มาก	ปานกลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย
1	หลักสูตร (คณะ/สาขาวิชา) ที่สถาบันแต่ละแห่งเปิดสอน					
2	วันเวลาหรือช่วงเวลาที่เปิดรับสมัครนักศึกษา					
3	คุณสมบัติของผู้สมัคร					
4	สถานที่ตั้งหรือแผนที่ของมหาวิทยาลัย					
5	วิชาที่ใช้ในการสอบคัดเลือก					
6	ค่าใช้จ่ายเพื่อการศึกษาตลอดหลักสูตร					
7	ประเภทและจำนวนทุนการศึกษา					
8	ขั้นตอนการขอรับทุนการศึกษาแต่ละประเภท					
9	ระเบียบการการสมัครเข้าศึกษา					
10	กำหนดการหรือตารางการเรียนการสอน					
11	รายละเอียดหลักสูตร/ลักษณะการศึกษาแต่ละคณะวิชา					
12	แนวทางการประกอบอาชีพ					
13	สิทธิประโยชน์ที่ผู้เรียนจะได้รับในขณะที่ศึกษาอยู่					
14	ข้อมูลหอพัก					
15	คุณสมบัติของผู้บริหารมหาวิทยาลัยและอาจารย์ผู้สอน					
16	อุปกรณ์การเรียนการสอน/สิ่งอำนวยความสะดวก					
17	สถิติการมีงานทำของบัณฑิตที่จบจากสถาบันนั้น					
18	ผลงานวิชาการหรือผลงานดีเด่นของสถาบันการศึกษา					
19	ลำดับความนิยมของสถาบันการศึกษา					

20 อื่นๆ โปรดระบุ .....



### ชุดที่ 3 สำหรับครูแนะแนว

#### ตอนที่ 4 พฤติกรรมการช่วยในการตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษา

คำชี้แจง : ทำเครื่องหมาย ✓ หรือเขียนตัวเลขใน □ หน้าข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

- ประเภทของมหาวิทยาลัยหรือสถาบันที่ท่านแนะนำให้นักเรียนสมัครเข้าศึกษาต่อ**มากที่สุด**
  - มหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทจำกัดรับ  มหาวิทยาลัยรัฐบาลประเภทไม่จำกัดรับ
  - มหาวิทยาลัยเอกชน  มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐบาล
  - สถาบันการศึกษาต่างประเทศ  สถาบันราชภัฏ/ราชมนกล
  - สถาบันใดก็ได้ที่เปิดสอนในสาขาที่ตรงกับความต้องการ
  - สถาบันอื่นๆ (โปรดระบุ).....
- กรุณาระบุชื่อมหาวิทยาลัยของ**รัฐบาล**ที่ท่านแนะนำให้นักเรียนเลือกศึกษาต่อ 5 อันดับ  
อันดับ 1..... อันดับ 2.....  
อันดับ 3..... อันดับ 4.....  
อันดับ 5.....
- เหตุผลที่ทำให้ท่านอยากให้นักเรียนศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย/สถาบัน (ในข้อ 2) **มากที่สุด**
  - มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียง  เป็นที่ยอมรับของสังคม
  - เป็นมหาวิทยาลัยที่เป็นพันธมิตรกับโรงเรียน  มีศิษย์เก่าของโรงเรียน
  - มีคณะวิชาที่ตลาดแรงงานต้องการเป็นส่วนใหญ่  ค่าเล่าเรียนถูก
  - มีทุนการศึกษามาก  .....
- กรุณาระบุชื่อมหาวิทยาลัย**เอกชน**ที่ท่านแนะนำให้นักเรียนเลือกศึกษาต่อ 5 อันดับ  
อันดับ 1..... อันดับ 2.....  
อันดับ 3..... อันดับ 4.....  
อันดับ 5.....
- เหตุผลที่ทำให้ท่านแนะนำให้นักเรียนศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย/สถาบัน (ในข้อ 4) **มากที่สุด**
  - มหาวิทยาลัยมีชื่อเสียง  เป็นที่ยอมรับของสังคม
  - เป็นมหาวิทยาลัยที่เป็นพันธมิตรกับโรงเรียน  มีศิษย์เก่าของโรงเรียน
  - มีคณะวิชาที่ตลาดแรงงานต้องการเป็นส่วนใหญ่  ค่าเล่าเรียนถูก
  - มีทุนการศึกษามาก  อื่นๆ .....
- ท่านเริ่มแนะแนวการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาให้กับนักเรียนของท่านในช่วงเวลาใด
  - ตั้งแต่เริ่มเรียน ม.4/ปวช.1/ปวส.1  เทอมสุดท้ายของชั้นสูงสุดของโรงเรียน
  - ตอนสอบ Entrance  อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

## ชุดที่ 3 สำหรับครูแนะแนว

7. ท่านคิดว่าบุคคลใดมีส่วนสำคัญในการเลือกสถาบันการศึกษาของนักเรียนในโรงเรียนของท่าน

	บุคคลที่จะมีส่วนช่วยในการเลือกสถาบันการศึกษา	มาก	ค่อนข้าง มาก	ปานกลาง	ค่อนข้าง น้อย	น้อย
1	ตัวนักเรียนเอง					
2	บิดามารดา/ผู้ปกครองของนักเรียน					
3	ญาติพี่น้องของนักเรียน					
4	รุ่นพี่ที่จบจากโรงเรียน					
5	อาจารย์แนะแนว					
6	อื่นๆ โปรดระบุ.....					

## ตอนที่ 5 ความคิดเห็นทั่วไป

โปรดแสดงความคิดเห็นของท่านเพื่อประโยชน์ต่อการวางแผนการสื่อสารของสถาบันการศึกษาให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

	เรื่อง	เห็นด้วย	ค่อนข้าง เห็นด้วย	ปานกลาง	ค่อนข้าง ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
1	ทบวงมหาวิทยาลัยควรมีการทบทวนระบบการจัดสอบ Entrance					
2	มหาวิทยาลัยของรัฐบาลควรทำประชาสัมพันธ์มากกว่านี้					
3	คนส่วนใหญ่เลือกมหาวิทยาลัยของรัฐเพราะค่านิยมแบบเดิมๆ					
4	การสอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐส่วนใหญ่เป็นเรื่องยุ่งยาก					
5	การเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยรัฐบาลหรือเอกชนมีคุณภาพไม่แตกต่างกัน					
6	การสอบเข้ามหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่ง่ายและไม่ได้มาตรฐาน					
7	มหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่เน้นปริมาณนักศึกษามากกว่าเน้นคุณภาพ					
8	มหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่มีการทำประชาสัมพันธ์เกินความเป็นจริง					
9	บัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่หางานทำยากกว่าบัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยรัฐในสาขาเดียวกัน					
10	มหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่มีความพร้อมด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน					

## ชุดที่ 3 สำหรับครูแนะแนว

ตอนที่ 6 ปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารด้านการศึกษา

คำชี้แจง : กรุณาระบุปัญหาและอุปสรรค (หากมี)

1) ด้านการสื่อสารเกี่ยวกับการศึกษา

.....  
.....  
.....

2) ด้านการเลือกสถาบันการศึกษา

.....  
.....  
.....