

สื่อประชาสัมพันธ์และการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาใหม่
สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
พรชิตา ประจักษ์ภูมิ, ฮาปีชี มะเกะ และ ไสว ศิริทองถาวร

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาเรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์และการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาใหม่ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรมในการใช้สื่อ สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เพื่อศึกษาทักษะที่จำเป็นสำหรับการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาใหม่ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมพืงมี สำหรับการศึกษาตลอดหลักสูตร วิธีการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สามารถเก็บข้อมูลที่มีคุณภาพสมบูรณ์ได้จากนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา แบบสอบถามที่ใช้วิเคราะห์มีจำนวน 167 ชุด โดยใช้ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมในการใช้สื่อของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด จุดประสงค์หลักในการใช้สื่อเพื่อความบันเทิงมากที่สุด ใช้เวลากับการท่องอินเทอร์เน็ต 1-3 ชั่วโมงต่อวัน สื่อออนไลน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้มากที่สุด คือ Facebook ใช้สื่อออนไลน์ในช่วงเวลา 20.01น. - 24.00น. 2) สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อมากที่สุด ในหัวข้อ การวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ พบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับและใบปลิว สื่ออินเทอร์เน็ตประเภทเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย สื่อบุคคลประเภทคนในครอบครัว/ญาติ สื่อกิจกรรมพิเศษประเภท Open house 3) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะที่จำเป็นสำหรับการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาใหม่ พบว่า ด้านความรู้และทักษะด้านคณิตศาสตร์พื้นฐานมาก รองลงมา คือ ทักษะการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์พื้นฐาน Microsoft office และทักษะภาษาไทยในการเขียนและการอ่านเพื่อการศึกษาต่อ

คำสำคัญ : สื่อประชาสัมพันธ์, การเตรียมความพร้อมนักศึกษาใหม่, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม

Abstract

This research studied about Public relations media and preparation of new students in Industrial management program of Suan Sunandha Rajabhat University. The objective of research to study personal information Media behavior Media influencing the decision to study in industrial management program in Suan Sunandha Rajabhat University To and study the necessary skill for the preparation of new students in the field of industrial management For studies throughout the course This research method is a survey research using questionnaire as a tool for data collection. Able to collect complete quality information from students in Industrial Management Suan Sunandha Rajabhat University The questionnaires were analyzed for 167 sets using percentage, average, standard deviation. The results of the research are as follows: 1) Media usage behavior of students in Industrial Management Program found that most respondents use internet media the most. The main purpose of using media for entertainment the most Spend 1-3 hours per day browsing the internet. The online media most used by respondents was Facebook, using online media between 20.01 hrs. - 24.00 hrs. 2) Public relations media that has the most effect on the decision to go to study. On the subject of analysis of public relations media affecting the decision to go to study further, it is found that printed brochures and leaflets Internet media, university website Personal media in the category of family members / relatives Special activities media, Open house type 3) The respondents expressed opinions about the skills necessary for preparation for new students, found that the basic knowledge and basic math skills were followed by the skills in using basic Microsoft office computer programs. And Thai language skills in writing and reading for further education

Keywords : Public Relations Media, preparation of new students, Industrial management program

บทนำ

การรับสมัครเข้าศึกษาเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการจัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษา และก่อนการรับสมัครนั้น ผู้สมัครจำเป็นต้องรับรู้ข่าวสารการเปิดรับสมัครและข้อมูลการรับสมัครของหลักสูตรต่างๆ ก่อน ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหลักสูตรให้แก่ผู้ที่มีความสนใจเข้ามาสืบค้นข้อมูลเพื่อสมัครเป็นนักศึกษาใหม่ได้สะดวกและง่ายขึ้น ตลอดจนสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันเพื่อการสมัครเข้าศึกษาต่อหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการ

นอกจากการรับสมัครนักศึกษาใหม่แล้ว การเตรียมความพร้อมนักศึกษาใหม่ในระดับอุดมศึกษาก็เป็นกระบวนการสำคัญเช่นกัน เนื่องจากการเตรียมความพร้อมจะช่วยให้นักศึกษาใหม่สามารถเข้าสู่กระบวนการเรียนการสอนอย่างมีประสิทธิภาพ หากนักศึกษาขาดการเตรียมความพร้อมในการเรียนอาจส่งผลให้การเรียนตกต่ำกว่าเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้และส่งผลให้นักศึกษาออกกลางคันได้

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเป็นหลักสูตรระดับปริญญาตรี สังกัดคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา หลักสูตรหนึ่ง ตั้งแต่ปีการศึกษา 2559 จนถึงปีการศึกษา 2562 มีจำนวนนักศึกษาคงอยู่และออกกลางคัน ตั้งแต่ปีการศึกษา 2559 ถึง 2562 มีนักศึกษาสมัครเข้ามาศึกษา 82 89 54 และ 45 คน ตามลำดับ จนถึงปัจจุบัน (ปีการศึกษา 2562) จำนวนนักศึกษาคงเหลือแยกตามปีการศึกษาที่เข้าระหว่างปีการศึกษา 2559 ถึง 2562 มีจำนวนเท่ากับ 42, 51, 31 และ 43 คน ตามลำดับ

จากข้อมูลข้างต้นจะพบว่า จำนวนผู้สนใจเข้ามาสมัครเรียนเป็นนักศึกษาใหม่ในแต่ละปีลดลงอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้อัตราการออกกลางคันมีค่าสูงเกือบทุกปี และจากการสัมภาษณ์นักศึกษานักศึกษาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมอย่างไม่เป็นทางการจำนวน 10 คน พบว่า นักศึกษาที่มาสมัครเข้าศึกษาไม่ได้รับข้อมูลอย่างเป็นระบบก่อนเข้าศึกษาอย่างเท่าเทียมกันทุกคน ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการศึกษาการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับลักษณะการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้เรียน อันจะเป็นผลให้การประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับทักษะที่ใช้ในการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาใหม่เพื่อลดอัตราการออกกลางคันของนักศึกษาลง เนื่องจากเล็งเห็นว่าหากมีการเตรียมความพร้อมได้ตรงตามทักษะและความต้องการของนักศึกษาจากมุมมองของนักศึกษปัจจุบันเองแล้ว และใช้เป็นข้อเสนอแนะในการประชาสัมพันธ์และการเตรียมความพร้อมนักศึกษาใหม่สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรมในการใช้สื่อ สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
2. เพื่อศึกษาทักษะที่จำเป็นสำหรับการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาใหม่สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม สำหรับการศึกษาลดออกหลักสูตร

ขอบเขตของการวิจัย

เพื่อให้ การวิจัย ครั้งนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาในการศึกษา สื่อประชาสัมพันธ์และเตรียมความพร้อมของนักศึกษาใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรมในการใช้สื่อของนักศึกษา สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม และทักษะที่จำเป็นสำหรับการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาใหม่สาขาการจัดการอุตสาหกรรม

2. ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยเริ่มตั้งแต่ เดือนกันยายน พ.ศ 2562 จนถึง เดือนเมษายน พ.ศ 2563

3. สถานที่ดำเนินการวิจัยคือ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม สังกัดคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ตั้งอยู่ที่ เลขที่ 1 ถนนอุทองนอก แขวงวชิระ เขตดุสิต จังหวัดกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง สื่อประชาสัมพันธ์และการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาใหม่ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จนถึงชั้นปีที่ 4 สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จำนวน 167 คน

2. กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมด นั้นหมายถึง นักศึกษาชั้นปีที่ 1 จนถึงชั้นปีที่ 4 จำนวน 167 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในการศึกษาวิจัยนี้ ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยแบบสอบถามชุดนี้ได้จัดลำดับเนื้อหาให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้อง การแบ่งออกเป็น 4 ตอน แต่ละตอนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล โดยลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) และเติมข้อความลงในช่องว่าง มีจำนวน 3 ข้อ สอบถามเกี่ยวกับ เพศ ชั้นปี และภูมิลำเนา

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม โดยลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) และเติมข้อความลงในช่องว่าง มีจำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ สื่อประชาสัมพันธ์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม โดยลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) และเติมข้อความลงในช่องว่าง มีจำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับทักษะที่จำเป็นสำหรับการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาใหม่ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มีทั้งหมดจำนวน 8 ข้อ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ตามแบบของลิเคิร์ทสเกล (Likert scale) ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับและได้กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ 5 หมายถึง จำเป็นมากที่สุด

4 หมายถึง จำเป็นมาก

3 หมายถึง จำเป็นปานกลาง

2 หมายถึง จำเป็นน้อย

1 หมายถึง จำเป็นน้อยที่สุด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม ตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 จนถึงปีที่ 4 รวมเป็นจำนวน 167 คน ในการตอบแบบสอบถาม และรวบรวมแบบสอบถามคืนผู้วิจัย เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล พฤติกรรมในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ และสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม ผู้วิจัยนำมาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

2. แบบสอบถามเกี่ยวกับทักษะที่จำเป็นสำหรับการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาใหม่ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

ในการวิเคราะห์ความเห็นออกเป็น 5 ระดับ การกำหนดการแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ย โดยเฉลี่ยของมาตรฐานประเมินค่าทางสถิติคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic Mean) โดยกำหนดช่วงของการวัด ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

ผู้วิจัยได้นำค่าเฉลี่ย 0.80 ที่ได้นี้ มาใช้เพื่อ

แปลความหมายคะแนนเฉลี่ยดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 - 5.00

หมายถึง ระดับมากที่สุด

ระดับคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 - 4.20

หมายถึง ระดับมาก

ระดับคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 - 3.40

หมายถึง ระดับปานกลาง

ระดับคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 - 2.60

หมายถึง ระดับน้อย

ระดับคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 - 1.80

หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	92	55.1
หญิง	75	44.9
รวม	167	100
2. ชั้นปี		
ชั้นปีที่ 1	43	25.9
ชั้นปีที่ 2	31	18.7
ชั้นปีที่ 3	51	30.7
ชั้นปีที่ 4	41	24.7
รวม	167	100
3. ภูมิลำเนา		
กรุงเทพมหานคร/	50	29.9

ปริมาณพล		
ภาคกลาง (ยกเว้นกรุงเทพ/ ปริมาณพล)	27	16.2
ภาคเหนือ	14	8.4
ภาคใต้	16	9.6
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	22	13.2
ภาคตะวันออก	20	11.9
ภาคตะวันตก	18	10.8
รวม	167	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1 ผู้ตอบแบบสอบถามที่กำลังศึกษาอยู่ระดับชั้นปีที่ 3 จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาจากในเขตกรุงเทพมหานคร/ปริมาณพล จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9 รองลงมาได้แก่ภาคกลาง (ยกเว้นกรุงเทพ/ปริมาณพล) จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมในการใช้สื่อของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของสื่อในชีวิตประจำวันเพื่อรับข้อมูลข่าวสาร

ประเภทของสื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สื่อสิ่งพิมพ์	15	9
สื่ออินเทอร์เน็ต	139	83.2
สื่อบุคคล	11	6.6
สื่อกิจกรรมพิเศษ	2	1.2
สื่ออื่นๆ	-	-
รวม	167	100

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 83.2

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของจุดประสงค์หลักในการใช้สื่อ

จุดประสงค์หลักในการใช้สื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความรู้	65	38.9
ความบันเทิง	80	47.9
สังคม	22	13.2
อื่นๆ	-	-
รวม	167	100

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จุดประสงค์หลักในการใช้สื่อเพื่อความบันเทิงมากที่สุด จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 47.9

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของการใช้เวลากับการท่องอินเทอร์เน็ตต่อวัน

การใช้เวลากับการท่องอินเทอร์เน็ตต่อวัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	39	23.4
1-3 ชั่วโมง	75	44.9
4-6 ชั่วโมง	49	29.3
มากกว่า 6 ชั่วโมง	4	2.4
รวม	167	100

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เวลากับการท่องอินเทอร์เน็ต 1-3 ชั่วโมง ต่อวันมากที่สุด จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 44.9

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของสื่อออนไลน์ที่ใช้ประจำ

สื่อออนไลน์ที่ใช้ประจำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Facebook	79	47.3
Line	35	21
Instagram	36	21.5
Twitter	12	7.2
YouTube	5	3
Website อื่นๆ	-	-
รวม	167	100

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสื่อออนไลน์ที่ใช้มากที่สุด คือ Facebook จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาในการเปิดใช้สื่อออนไลน์

ช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
00.01น. - 04.00น.	13	7.8
04.01น. - 08.00น.	4	2.4
08.01น. - 12.00น.	26	15.6
12.01น. - 16.00น.	31	18.5
16.01น. - 20.00น.	29	17.4
20.01น. - 24.00น.	64	38.3
รวม	167	100

จากตาราง 6 พบว่า นักศึกษาใช้สื่อออนไลน์ในช่วงเวลา 20.01น. - 24.00น. มากที่สุด จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาการจัดการอุตสาหกรรม

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาการจัดการอุตสาหกรรมมากที่สุด

ประเภทของสื่อสิ่งพิมพ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แผ่นพับและใบปลิว	59	35.3
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	28	16.8
โฆษณาในหนังสือพิมพ์	39	23.3
ป้ายไวเนล	40	24
อื่นๆ	1	0.6
รวม	167	100

จากตารางที่ 7 พบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับและใบปลิวมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามากที่สุด จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาการจัดการอุตสาหกรรมมากที่สุด

ประเภทของอินเทอร์เน็ต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย (www.ssrु.ac.th)	82	49.1
เว็บไซต์อื่นๆ ที่นำเสนอสารข่าวมหาวิทยาลัย	31	18.6
กลุ่มสนทนาบนอินเทอร์เน็ต (เช่น กระทู้พันทิป)	49	29.3
เว็บไซต์ อื่นๆ	5	3
รวม	167	100

จากตารางที่ 8 พบว่า สื่ออินเทอร์เน็ตประเภทเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของ

นักศึกษามากที่สุด จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของสื่อบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาการจัดการอุตสาหกรรมมากที่สุด

ประเภทของสื่อบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
One Stop Service	29	17.4
คนในครอบครัว/ญาติ	58	34.7
ครู/อาจารย์แนะแนว	18	10.8
โรงเรียนเก่า		
เพื่อน/รุ่นพี่โรงเรียนเก่า	22	13.2
เพื่อน/รุ่นพี่ในมหาวิทยาลัย	40	23.9
อื่นๆ	-	-
รวม	167	100

จากตาราง 9 สื่อบุคคลประเภทคนในครอบครัว/ญาติมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามากที่สุด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของสื่อกิจกรรมพิเศษที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาการจัดการอุตสาหกรรมมากที่สุด

ประเภทของสื่อกิจกรรมพิเศษ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Open house	82	49.1
การจัดนิทรรศการแนะแนว	43	25.7
การในสถานที่อื่นๆ		
การแนะแนวทางการศึกษาในโรงเรียน	33	19.8
อื่นๆ	9	5.4
รวม	167	100

ตารางที่ 10 พบว่า สื่อกิจกรรมพิเศษประเภท Open house มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามากที่สุด จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทักษะที่จำเป็นสำหรับการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาใหม่ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานทักษะที่จำเป็นสำหรับการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาใหม่ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ทักษะที่จำเป็นสำหรับการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาใหม่	\bar{x}	S.D	ระดับความจำเป็น	ระดับ
ความรู้และทักษะด้านคณิตศาสตร์พื้นฐาน	3.54	1.016	มาก	1
ทักษะการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์พื้นฐาน (เช่น Microsoft office เป็นต้น)	3.21	1.028	มาก	2
ความรู้และทักษะด้านวิทยาศาสตร์เบื้องต้น (เช่น ฟิสิกส์ เคมี)	2.53	0.956	น้อย	8
ทักษะ	2.74	1.058	ปาน	6

ภาษาอังกฤษในการเขียนและการอ่านเพื่อการศึกษต่อ			กลาง	
ทักษะภาษาไทยในการเขียนและการอ่านเพื่อการศึกษต่อ	3.05	1.258	ปานกลาง	3
ทักษะที่จำเป็นสำหรับการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาใหม่	\bar{x}	S.D	ระดับความจำเป็น	ระดับ
ทักษะการคิดวิเคราะห์สังเคราะห์จับใจความ	2.83	1.417	ปานกลาง	5
ทักษะในการนำเสนอข้อมูล เช่น การพูด การทำสื่อสไลด์ การนำเสนอ	2.86	1.197	ปานกลาง	4
ทักษะและสามารถใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานช่าง	2.58	1.184	น้อย	7

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะที่จำเป็นสำหรับการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาใหม่ ด้านความรู้และทักษะด้านคณิตศาสตร์พื้นฐานมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.016 ซึ่งจัดอยู่ในระดับที่มากที่สุด รองลงมา คือ ทักษะการใช้โปรแกรม

คอมพิวเตอร์พื้นฐาน (เช่น Microsoft office เป็นต้น) คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.028 ซึ่งจัดอยู่ในระดับที่มากที่สุด ทักษะภาษาไทยในการเขียนและการอ่านเพื่อการศึกษต่อ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.258 ซึ่งจัดอยู่ในระดับที่ปานกลาง

อภิปรายผล

1. ข้อมูลส่วนบุคคลนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1 มีนักศึกษาระดับชั้นปีที่ 3 มากที่สุด และมีภูมิลำเนาจากเขตกรุงเทพมหานคร/ปริมณฑล มากที่สุด พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของนุชรี ศิริเสถียร (2548) ศึกษาเรื่องการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาที่มีผลต่อตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยคริสเตียน กล่าวว่า นักศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนในจังหวัดนครปฐมซึ่งเป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยคริสเตียน แสดงให้เห็นว่าการเลือกศึกษาต่อของนักศึกษาในสถาบันการศึกษาเน้นการเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาที่ใกล้เคียงกับที่พักอาศัย

2. พฤติกรรมในการใช้สื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม

พฤติกรรมการใช้สื่อของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของกพร ต้นทะสุวรรณ และคณะ (2555, หน้า 49)

ศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อและการรับรู้การ
ประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษาระดับ
ปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาของรัฐในเขต
กรุงเทพมหานคร กล่าวว่า การที่ได้ข้อสรุปเช่นนี้
อาจเนื่องมาจากในปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ตเป็น
เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ได้รับคามนิยมและการ
ยอมรับจากนักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่
ที่คุ้นเคยและเชี่ยวชาญในการใช้อินเทอร์เน็ต
อินเทอร์เน็ตจึงเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวัน
ของนักศึกษามากขึ้น โดยไม่จำกัดด้านเวลาและ
สถานที่สื่ออินเทอร์เน็ตจึงมีบทบาทอย่างมากใน
การประชาสัมพันธ์ ประกอบกับสังคมในปัจจุบัน
เอื้อต่อการใช้งานอินเทอร์เน็ตภายในมหาวิทยาลัย
และนอกมหาวิทยาลัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มี
จุดประสงค์หลักในการใช้สื่อมากที่สุด ได้แก่ เพื่อ
ความบันเทิง การที่ได้ข้อสรุปเช่นนี้อาจ
เนื่องมาจาก นักศึกษาใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อ
ดำเนินชีวิตประจำวันเพื่อผ่อนคลายดูหนัง ฟัง
เพลงเป็นประจำ พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ
พรณิการ์ พุ่มจันทร์ และคณะ (2558) ศึกษาเรื่อง
พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษา
แพทย์ ระดับปรีคลินิก ของคณะแพทยศาสตร์ศิริ
ราชพยาบาล กล่าวว่านักศึกษาแพทย์มีการใช้สื่อ
สังคมออนไลน์เพื่อความบันเทิงในด้านผ่อนคลาย
ความเครียดมากที่สุด รองลงมาคือใช้สื่อสังคม
ออนไลน์ฟังเพลงออนไลน์ทั้งนี้เป็นเพราะนิสิตอยู่
ในวัยรุ่นการดูหนังฟังเพลงเป็นกิจกรรมที่วัยรุ่นชื่นชอบ
สามารถเปิดดูได้สะดวกผ่านโทรศัพท์มือถือ
ของนักศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลา
กับการท่องอินเทอร์เน็ต 1-3 ชั่วโมง ต่อวันมาก
ที่สุด พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของพรณิการ์

พุ่มจันทร์และคณะ (2558) ศึกษาเรื่องพฤติกรรม
การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาแพทย์
ระดับปรีคลินิก ของคณะแพทยศาสตร์ศิริราช
พยาบาล กล่าวว่านักศึกษาแพทย์ใช้สื่อสังคม
ออนไลน์โดยรวมอยู่ที่ 1-2 ชั่วโมงต่อวัน ทั้งนี้
อาจเป็นเพราะนักศึกษาส่วนใหญ่ใช้เวลากับการเรียน
ทำให้มีเวลาน้อยที่จะใช้สื่อสังคมออนไลน์

สื่อออนไลน์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้มาก
ที่สุด ได้แก่ Facebook การที่ได้ข้อสรุปเช่นนี้อาจ
เนื่องมาจาก Facebook สามารถใช้ติดต่อสื่อสาร
และโต้ตอบโดยการโพสต์ได้อย่างกว้างขวางโดยไม่
จำกัดด้านเวลาและสถานที่ พบว่าสอดคล้องกับ
งานวิจัยของ อายุและอะบริซาห์ (Ayu; &
Abrizah. 2011) ศึกษาเรื่องการใช้ Facebook
สำหรับงานห้องสมุดมหาวิทยาลัยในประเทศ
มาเลเซียพบว่าสามารถใช้เป็นเครื่องมือสื่อสาร
ระหว่างห้องสมุดและผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
รวมทั้งการบริการออนไลน์ เช่น การประกาศข่าว
และกิจกรรมเกี่ยวกับห้องสมุด บริการตอบคำถาม
ช่วยการค้นคว้า การแนะนำทรัพยากรสารสนเทศ
ใหม่ เป็นต้น

ช่วงเวลาของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สื่อ
ออนไลน์มากที่สุด ได้แก่ ช่วงเวลา 20.01น. -
24.00น. การที่ได้ข้อสรุปเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก
ช่วงเวลาที่ 20.01น. - 24.00น. ซึ่งเป็นช่วงเวลา
ว่างก่อนที่พักผ่อนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า
สอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑารัตน์ ศรารณะวงศ์
และคณะ (2560) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อ
สังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์พฤติกรรมการใช้สื่อ
สังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กล่าวว่า เป็นการใช้ใน
ช่วงเวลา 6 โมงเย็นถึง 3 ทุ่ม และ 4 ทุ่ม ถึงเที่ยง

คืน ซึ่งเป็นเวลาก่อนนอน เนื่องจากเป็นเวลาพักผ่อน ทำให้เห็นวามีสติส่วนใหญ่นิยมใช้เวลาว่างจากการเรียน อย่างไรก็ตามผลวิจัยพบว่ามีบ้างที่ใช้ขณะเรียนหนังสือในห้องเรียนขณะทำการบ้าน แต่ไม่ได้ทำประจำ

3. สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ

สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทแผ่นพับและใบปลิวมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของคัมภีร์ เรืองวิจิตร (2547) ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารและทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท : กรณีศึกษาบัณฑิตมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ปี 2546 กล่าวว่าการได้ข้อสรุปเช่นนี้ เนื่องจากแผ่นพับและใบปลิวเป็นเอกสารมีรายละเอียดของมหาวิทยาลัย อย่างครบถ้วน มีรูปแบบสวยงามและสีสันสะดุดตา ต้องให้ความสำคัญกับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทแผ่นพับและแผ่นปลิวให้สวยงาม โดดเด่น และมีเนื้อหาครบถ้วนอยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายขององค์กรได้อย่างแท้จริง

สื่ออินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามากที่สุด ได้แก่ ประเภทเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย (www.ssr.u.ac.th) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอัญญา กุสิยารังสิทธิ (2551) ศึกษาเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสถาบันศึกษานานาชาติ กล่าวว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของนักศึกษา ชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล ได้ตั้งนี้ นักศึกษาเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประเภทสื่อเว็บไซต์ของวิทยาลัย

(www.muic.mahidol.ac.th) มากที่สุด เนื่องจากนักศึกษาจำเป็นต้องใช้เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยในการสืบค้นข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับการเรียนการสอน ทำให้ทางมหาวิทยาลัยต้องมีการจัดทำเว็บไซต์ให้ความสะดวกและรวดเร็วในการให้ข้อมูลแก่บุคคลต่างๆ ที่ต้องการค้นหาข้อมูลของมหาวิทยาลัย

สื่อบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามากที่สุด ได้แก่ ประเภทคนในครอบครัว/ญาติ เนื่องจากครอบครัว/ญาติพี่น้องช่วยตัดสินใจ ได้รับคำแนะนำในการรับข่าวสารของมหาวิทยาลัย ผ่านสื่อ ๆ ได้รับคำบอกเล่าจากญาติพี่น้องที่มีประสบการณ์ในการเรียนมหาวิทยาลัยทำให้ทราบถึงการจัดการเรียนการสอนและปัญหาที่อาจเกิดขึ้นระหว่างเรียน พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของวลัย วัฒนะศิริ (2553) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในประเทศไทย ในระดับอุดมศึกษานานาชาติของนักศึกษา ประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงกล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อต่างประเทศของนักศึกษาจากประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงนั้น บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในลำดับที่สองรองจากตนเอง คือ ครอบครัว พ่อแม่ ญาติพี่น้องสอดคล้องกับลักษณะทางวัฒนธรรมของครอบครัวชาวเอเชียที่สมาชิกในครอบครัวมีความผูกพันกันอย่างใกล้ชิด และลูกมักจะเชื่อฟังคำสั่งสอน บอกเล่าของพ่อแม่

สื่อกิจกรรมพิเศษที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามากที่สุด ได้แก่ ประเภท Open house ซึ่งนักศึกษาให้ความสำคัญกับรุ่นพี่ให้การแนะนำการศึกษา Open House เนื่องจากสามารถการเข้าถึงรายละเอียดเกี่ยวกับหลักสูตรการเรียนการสอนที่

ตนเองสนใจง่ายและคอยให้บริการในการให้ข้อมูล การสมัครเข้าศึกษา รวมถึงค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการเรียน พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของณัชชา สุวรรณวงศ์ (2560) ศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกเรียนต่อในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นครราชสีมา กล่าวว่าที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ตัดสินใจเลือกเนื่องจากภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยโดยได้จัดกิจกรรมแนวแนวสัจจร เข้าร่วมโครงการตลาดนัดหลักสูตรมหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี รวมถึงการจัดโครงการเปิดโลกแห่งการเรียนรู้ สู่บ้าน มทร. ธิธานี (Open house) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นทุกปี โดยทุกๆ กิจกรรมเน้นการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะกิจกรรมเปิดบ้านที่ทำให้ให้นักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมได้ทราบความมีชื่อเสียงของวิทยาลัยและการมีอาจารย์ที่มีประสบการณ์ อีกทั้งยังได้เห็นห้องเรียน ห้องปฏิบัติการ และกิจกรรมอื่นๆ ที่ส่งผลให้เด็กนักเรียนที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมมีแนวโน้มในการเลือกที่จะศึกษาต่อ

4. ทักษะที่จำเป็นสำหรับการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาใหม่ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับทักษะที่จำเป็นสำหรับการเตรียมความพร้อมของนักศึกษาใหม่ โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านความรู้และทักษะด้านคณิตศาสตร์พื้นฐาน ทั้งนี้เนื่องมาจากในบริบทสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมนั้นจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะใช้ทักษะด้านคณิตศาสตร์ในการเรียนรายวิชาต่าง เช่น แคลคูลัส ฟิสิกส์สำหรับนักเทคโนโลยี สถิติ สถิติวิศวกรรม เป็นต้น พบว่าสอดคล้องกับแนวคิดของจิตรา ทองเกิด (2542:

27-30) กล่าวว่าในการจัดการเรียนรู้วิชาคณิตศาสตร์ ครูผู้สอนจะเป็นผู้มีความสำคัญและมีบทบาทในการถ่ายทอดความรู้มากที่สุด การจัดการเรียนรู้นั้นจะประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับความสามารถของครูผู้สอนที่จะเลือกใช้วิธีการจัดการเรียนรู้และเทคนิคการเรียนรู้น่าสนใจ เพื่อให้ให้นักเรียนเกิดการชอบเรียนวิชาคณิตศาสตร์นักเรียนทุกคนสามารถเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ได้อย่างเท่าเทียมกัน ในการจัดกระบวนการเรียนรู้ให้นักเรียนมีความสนใจเรียนวิชาคณิตศาสตร์ ในการแก้ปัญหาดังกล่าวข้างต้น ครูผู้สอนจึงจำเป็นต้องจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้เหมาะสม โดยคำนึงถึงพื้นฐานความรู้ความสามารถของแต่ละคน ตลอดจนรู้จักวิธีจัดการกับตนเอง เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นครูผู้สอนที่ดีทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ร่องลงมา คือ ทักษะการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ พื้นฐาน (เช่น Microsoft office เป็นต้น) ซึ่งจัดอยู่ในระดับที่มาก เนื่องจากปัจจุบันการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์มีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการเรียนในระดับปริญญาตรี เพราะจะต้องใช้ในการพิมพ์รายงาน นำเสนอผลงาน ทำสื่อการเรียนการสอน ทำงานหรือการบ้านส่งอาจารย์ พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของธนภฤต เศรษฐศิริ (2557) ศึกษาเรื่องการประเมินทักษะและความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของบุคลากร โรงพยาบาลขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ กล่าวว่าทักษะย่อยที่ต้องพัฒนาเป็นอันดับแรกคือการใช้งานโปรแกรมสำเร็จรูป Microsoft office ได้แก่ โปรแกรม Word, Excel, PowerPoint และการใช้งานอินเทอร์เน็ต เนื่องจากมีความจำเป็นในการปฏิบัติงานและมีการใช้งานบ่อยที่สุด และควรมีการประเมินผลการพัฒนาบุคลากรและ

ประเมินทักษะและความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง และทักษะภาษาไทยในการเขียนและการอ่านเพื่อการศึกษาต่อ ซึ่งจัดอยู่ในระดับที่ปานกลาง พบว่า สอดคล้องกับข้อเสนอแนะของริชชี วงษ์สาธิต ศาสตราจารย์และคณะ (2556 :88-89) ที่กล่าวถึง พฤติกรรมการสื่อสารในชีวิตประจำวันของวัยรุ่นว่า วัยรุ่นระยะกลางจะสนใจการอ่านที่เน้นเรื่องในทางใดทางหนึ่ง สนใจการอ่านหนังสือเรียนหรือหนังสือที่กำหนดตามความต้องการของโรงเรียนมากขึ้น ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้นักศึกษาสนใจและเอาใจใส่กับการอ่านหนังสือทั้งนักศึกษาที่อยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียนต้องอ่านหนังสือเพื่อเตรียมสอบในวิชาอื่น ๆ จึงมีส่วนทำให้นักศึกษามีพื้นฐานการอ่านที่ดี และผลจากการอ่านจึงทำให้นักศึกษาสามารถตรวจสอบเนื้อหาและวิเคราะห์ประเด็น ทำความเข้าใจเรื่องที่ทำได้อีกอย่างต่อเนื่องและสรุปสาระสำคัญได้ซึ่งในการเรียนการสอนทักษะการอ่าน ครูควรมีวิธีการสอนที่ดีและควรปลูกฝังและเสริมสร้างทัศนคติที่ดีต่อการอ่าน เพื่อเป็นการปูพื้นฐานนิสัยรักการอ่านต่อไป อาจจะไม่เพียงพอ เพราะเวลาน้อย ครูควรจัดกิจกรรมเสริมทักษะการอ่านนอกเวลาเรียน เพื่อเป็นการสร้างเสริมประสบการณ์ตรงให้แก่ผู้เรียน ทั้งฝึกสมรรถภาพการอ่านเร็ว จะทำให้เกิดความรอบรู้กว้างขวาง และหากผู้เรียนมีความสามารถในการอ่านสูง จะช่วยให้สามารถแสวงหาความรู้ได้อย่างดีและประสบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้งาน

1.1 มหาวิทยาลัยต้องเลือกใช้สื่ออินเทอร์เน็ตและ Facebook ให้มากขึ้น โดยพัฒนาให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย นำเสนอข่าวสารที่ทันสมัย น่าดึงดูดใจ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารอย่างรวดเร็ว ทันเวลา และถูกต้อง

1.2 ถ้าทางมหาวิทยาลัยจะจัดกิจกรรมพิเศษ อาทิเช่น โลกีสวดควรเลือกช่วงเวลา 20.01น. - 24.00น.

1.3 มหาวิทยาลัยต้องเลือกใช้สื่อสิ่งพิมพ์ควรใช้ประเภทแผ่นพับและป้ายไว้นิลโดยที่จัดทำแผ่นพับให้ใช้ร่วมกันหลายๆ สาขาเนื่องจากแผ่นพับต้องใช้ต้นทุนมาก ส่วนป้ายไว้นิลราคาไม่สูงมาก ผู้คนสนใจเยอะและควรมหาที่ติดตั้งให้เหมาะสม

1.4 เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยควรทำ Link ที่จะเชื่อมโยงไปถึงข้อมูลของสาขาการจัดการอุตสาหกรรมให้ได้ง่าย รวดเร็วและควรไปนำเสนอกระตุ้ที่เกี่ยวกับสาขาเพื่อที่จะให้สาขาเป็นที่พูดถึงมากขึ้นและเพื่อป้องกันข่าวลือที่มีผลเสียกับสาขา

1.5 บุคลากร หรือ เจ้าหน้าที่ ฝายประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยต้องมีความรู้และความเข้าใจในหลักสูตรอย่างถ่องแท้ สามารถอธิบายและให้รายละเอียดแก่ผู้ที่สนใจและผู้ปกครองของผู้ที่มาสมัครได้เป็นอย่างดี เพื่อความสะดวกแก่ผู้ที่มาติดต่อสอบถาม

1.6 ทางมหาวิทยาลัยควรจัดกิจกรรมทัศนศึกษาภายในมหาวิทยาลัย (Open house) ทุกปีหรือควรจัดมากกว่า 1 ครั้งต่อปี ส่วนการจัดนิทรรศการแนะนำแนวทางการเรียนการสอนที่อื่น ๆ ควรจัดเป็นครั้งคราว และการแนะนำแนวทางการศึกษาในโรงเรียนเป็นช่องทางเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย แต่ในบริบทของสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมนั้นเป็นไปได้ไม่มาก

1.7 ผู้สอนควรทบทวนความรู้และทักษะด้านคณิตศาสตร์พื้นฐานของนักศึกษาใหม่ สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม เพื่อเชื่อมความรู้เดิมที่ผู้เรียนมีมาก่อนแล้วกับความรู้ใหม่ซึ่งเป็นเรื่องเดียวกันอันจะทำให้เกิดการศึกษาเกิดความเข้าใจ และมีความคิดรวบยอดในเรื่องนั้น ๆ อย่างแจ่มแจ้ง

1.8 ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถแสดงให้เห็นว่าการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์พื้นฐานมีความจำเป็นสำหรับนักศึกษา เนื่องด้วยนักศึกษายังขาดทักษะด้านนี้ การลงมือปฏิบัติหรือทักษะการลงมือทำจึงควรเน้นการเรียนการสอนที่มีการลงมือปฏิบัติจริงเพื่อให้ตัวนักศึกษาเกิดทักษะมากขึ้น และควรจัดการเรียนการสอนที่เกี่ยวกับการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์พื้นฐาน เพื่ออาจส่งผลต่อการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยพยายามเน้นกระบวนการให้เกิดทักษะความสามารถในการใช้งาน

1.9 ส่งเสริมให้อาจารย์ผู้สอนแก้ไขการใช้ภาษาไทยในการสื่อสารทางรายงาน รวมทั้งการพูด การนำเสนอให้กับนักศึกษาอย่างเคร่งครัด

2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มนักศึกษาที่มาสมัครศึกษาในสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมว่าส่วนใหญ่ได้รับคำแนะนำหรือรับรู้รับทราบจากสื่อประเภทใด

2.2 ควรมีการศึกษาวិธีการในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ด้านสื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพว่าวิธีใดเหมาะสมกับเนื้อหา และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

2.3 ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีใน

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (ระบบ Admission) ทั้งนี้เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาเปรียบเทียบกับระบบโควตาและระบบรับตรงว่าผลที่ได้มีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

กขพร ต้นทะสุวรรณ, แววดา เตชาทวิวรรณ, และ ธาดาศักดิ์ วชิรปรัชญาพงษ์. (2555). *การเปิดรับสื่อและการรับรู้การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สถาบันอุดมศึกษาของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร*. ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

คัมภีร์ เรืองวิจิตร. (2547). *การเปิดรับข่าวสารและทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท : กรณีศึกษาบัณฑิตมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ปี 2546*. สาขาวิชานิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

จุฑารัตน์ ศราวณะวงศ์, ขจร ฝ่ายเทศ, ดวงแก้ว เงินพูนทรัพย์, และวัลลภา จันทร์ดี. (2560). *พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*. วารสารบรรณศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

จิตรรา ทองเกิด (2542, กุมภาพันธ์). "กิจกรรมที่จัดในโรงเรียน" *วิชาการ*. 2(3) : 27-30.

ชลวิทย์ เจียรจิตต์, และชัยวัชร พรหมจิตติพงศ์. (2554). *การเตรียมความพร้อมของนิสิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ณัชชา สุวรรณวงศ์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีใน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา (ระบบโควตา) ประจำปีการศึกษา 2560. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- นุชรี ศิริเสถียร. (2548). การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาที่มีผลต่อตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยคริสเตียน. สาขาวิชาสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วลัย วัฒนศิริ. (2553). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมอุดมศึกษานานาชาติของไทย ในประเทศอนุภูมิภาค ลุ่มน้ำโขง. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วิศาล ภูษณงค์, อเนก พันธุ์รัตน์, และบุญส่ง เกิดหล้า. (2560). ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของนักเรียนในวิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการลพบุรี. วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา.
- สิริชัย วงษ์สาธิตศาสตร์ และคณะ. (2556). "จิตวิทยากับการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร" ใน เอกสารการสอนชุดวิชา ภาษาเพื่อการสื่อสาร หน่วยที่ 1-7. กรุงเทพมหานคร : ประชาชน.
- สุริยา ฮ่องเสนาะ. (2561). TCASระบบการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในสถาบันอุดมศึกษารูปแบบใหม่. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 25 เมษายน 2562 <https://library2.parliament.go.th/ebook/content-issue/2561>
- สมรรถชัย คันธมาพันธ์. (2555). ความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีต่อการเรียนการสอนตามหลักสูตรของ สถาบันการพลศึกษาในเขตภาคใต้ปีการศึกษา 2555. หลักสูตรปริญญาการศึกษา มหาวิทยาลัย
- สาขาวิชาพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อัณณา กุสิยารังสิทธิ. (2551). สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสถาบันการศึกษานานาชาติ. หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน). มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- Ayu, Riza A.R.; & Abrizah, A. (2011, December). *Do You Facebook? Usage and Applications of Facebook Pages among Academic Libraries in Malasia*. The International Information & Library Review. 43(4): 239-249.
- Pannika Poomjan, Nucharee Hongliam, & Phachadapan Odompet. (2015). *Online social media usage behaviors of preclinical medical students of Faculty of Medicine Siriraj Hospital*. Siriraj Medical Bulletin, 8(1), 27-35. (In Thai)
- Likert, Rensis. (1967). *The Method of Constructing and Attitude Scale*. In Reading in Fishbein, M(Ed.), *Attitude Theory and Measurement* (pp. 90-95). New York: Wiley & Son.