

การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรภายหลังภาวะวิกฤต*

Exposure Awareness and Attitudes of Students toward Faculty of Information and Communication Technology Silpakorn University after Crisis.

ภัทรพันธ์ หรุ่นรักวิทย์**

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรภายหลังภาวะวิกฤตการจัดการศึกษานอกสถานที่ตั้งรูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Study) โดยมีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบตัดขวาง (Cross - Sectional Study) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2556 จำนวน 300 คน

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 3 มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท เข้าศึกษาโดยวิธีการแอดมิชชันกลาง ศึกษาในสายวิชาเอกวิทย์โทรทัศน์ มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล และมีผู้ปกครองประกอบอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเปิดรับ Facebook เป็นสื่ออันดับแรก มีการรับรู้เกี่ยวกับหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในระดับที่ดีมากในด้านอาจารย์ และสถานที่ และมีความเข้าใจที่ดีในด้านหลักสูตร สิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษา นักศึกษา และการบริหาร มีทัศนคติที่ดีมากในด้านหลักสูตร อาจารย์ และนักศึกษา และมีทัศนคติที่ดีในด้านสถานที่ สิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษา และการบริหาร และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจที่จะศึกษาต่อจนจบหลักสูตรในระดับมากที่สุด

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า **สมมติฐานการวิจัยที่ 1** กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ วิธีการเข้าศึกษา รายได้ ภูมิลำเนา และอาชีพของผู้ปกครองต่างกันมีการรับรู้ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการรับรู้แตกต่างกันใน 3 ด้าน ได้แก่ สถานที่ สิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษา และบริหาร ส่วนสายวิชาเอกที่แตกต่างกันมีการรับรู้แตกต่างกันใน 3 ด้าน ได้แก่ สิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษา การบริหาร และนักศึกษา **สมมติฐานการวิจัยที่ 2** พบว่า นักศึกษาที่มีเพศ รายได้ ภูมิลำเนา อาชีพของผู้ปกครอง แตกต่างกันมีทัศนคติไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ส่วนระดับการศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติแตกต่างกันใน 3 ด้าน ได้แก่ สถานที่ สิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษา และการบริหาร วิธีการเข้าศึกษาของนักศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติแตกต่างกันในด้านสถานที่ สายวิชาเอกที่

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

** นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สถานที่ศึกษา: คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร E-mail : ajpui20@hotmail.com โทรศัพท์ 08-2449-9650 อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์แอนนา จุมพลเสถียร

แตกต่างกันมีทัศนคติแตกต่างกันใน 2 ด้าน ได้แก่ สิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษา และการบริหาร **สมมติฐานการวิจัยที่ 3** พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาจาก Facebook และ Website ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในทุกด้าน **สมมติฐานการวิจัยที่ 4** พบว่า การรับรู้โดยรวมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติโดยรวมทุกด้าน **สมมติฐานการวิจัยที่ 5** พบว่า ทัศนคติโดยรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมทุกด้าน และปัจจัยในการตัดสินใจเข้าศึกษา พบว่า องค์ประกอบด้านงบประมาณและค่าใช้จ่ายมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ องค์ประกอบด้านความน่าสนใจของหลักสูตร องค์ประกอบด้านทุนการศึกษา และองค์ประกอบด้านห้องเรียนและห้องปฏิบัติการ

Abstract

This research focuses on how students response to critical message regarding the recent off-campus establishment of curriculum issue being received and acknowledged including any changes in attitudes toward the Faculty of Information and Communication Technology, Silapakorn University. The qualitative study using cross-sectional based survey as a data collection tool is carried out with a sample taken from a whole number of students during 2013 totaling 300 students.

The research identifies that mainly female respondents studying on third year majoring in Broadcasting Journalism with a range of income between Baht 5,001 – 10,000 being admitted to the program by mean central admission domiciling in Bangkok and its outskirt and parents as entrepreneurs are unaffected by this unpleasant news and have more likelihood to continue studying and completing the program. It also reveals that the facebook is the principle media being considered first. The attitudes toward the mass communication program of the faculty is very well aware on faculty members, curriculum, and the administration and receives best rating. The academic supports and services and facilities aspects comes second receiving good rating score.

The researcher undertakes five hypothesis testing and discovers them in details as follow:-

Hypothesis 1: There is no significant deviations regarding gender, admission entry, income, domicile and parents having different professions. However, those having different educational background report different views on facilities, academic supports and services, and administration. Those who are on different majors appear to perceive differently in three areas, namely, academic supports and services, administration and students.

Hypothesis 2: Differences in gender, admission entry, income, domicile and parents professions appear to have no significant deviations but different educational background does have effects on attitude in three areas, namely, facilities, academic supports and services, and administration. Difference in admission entry does have effects on attitude towards facility

while differences in major of study cause attitude difference on academic supports and services and administration.

Hypothesis 3: Frequent usage of facebook and related websites pose no awareness in any aspects.

Hypothesis 4: Overall awareness does relate to all aspects of attitudes.

Hypothesis 5: Overall attitudes do relate to all behavioral tendencies and a tuition cost and education related expenses appear to be a major factor affecting decision to enter the program followed by program attractiveness itself, financial supports or sponsorship and the classroom and laboratory ambience.

บทนำ

การจัดการศึกษาของประเทศไทยในปัจจุบันมีการขยายตัวมากขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะสถาบันอุดมศึกษาที่มีจำนวนมากขึ้น และในแต่ละแห่งก็มีการขยายระดับการจัดการเรียนการสอนจากระดับปริญญาตรีไปยังระดับบัณฑิตศึกษามากขึ้น ทั้งหลักสูตรมหาบัณฑิตและดุษฎีบัณฑิต ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้เยาวชนและประชาชนทั่วไปได้พัฒนาความรู้ความสามารถของตนในระดับที่สูงขึ้น แต่การขยายโอกาสดังกล่าวกลับกลายเป็นช่องทางที่ทำให้สถาบันการศึกษาบางแห่งถือโอกาสใช้การศึกษาเป็นแหล่งรายได้ที่สร้างประโยชน์ให้แก่สถาบันการศึกษานั้นๆ เช่น การจัดการเรียนการสอนในสถานที่ที่ไม่เหมาะสม การเปิดหลักสูตรโดยใช้ชื่อของผู้ทรงคุณวุฒิโดยไม่ได้ปฏิบัติการสอนจริง การเน้นการชำระค่าลงทะเบียนของผู้เรียนมากกว่าความรู้ที่ผู้เรียนจะได้รับ การซื้อขายปริญญา การจัดการศึกษาเชิงพาณิชย์โดยขาดความรับผิดชอบและจรรยาบรรณดังกล่าวที่ว่า “จ่ายครบจบแน่” การที่สถาบันอุดมศึกษาไปเปิดสอนนอกสถานที่ตั้งโดยไม่ได้คำนึงถึงเหตุผลความจำเป็นและสภาพความเหมาะสมในการจัดการอุดมศึกษา

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา หรือ สกอ. ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดูแลการจัดการศึกษาของสถาบันการศึกษาจึงมีนโยบายในการจัดการเพื่อแก้ไขปัญหาในเรื่องดังกล่าวข้างต้น โดยกำหนดเกณฑ์การตรวจประเมินการจัดการศึกษานอกสถานที่ตั้งซึ่งมีประเด็นสำคัญในการตรวจประเมินในด้านต่างๆ ได้แก่ (1) ประเด็นการเปิดดำเนินการหลักสูตร (2) ประเด็นด้านอาจารย์ (3) ประเด็นด้านสถานที่ (4) ประเด็นด้านสิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและการจัดบริการนักศึกษา (5) ประเด็นด้านนักศึกษา (6) ประเด็นด้านการบริหาร และ (7) ประเด็นอื่นที่มีผลต่อคุณภาพการศึกษาและผลประโยชน์ของนักศึกษานอกเหนือจากที่กำหนดไว้ที่ได้พบในการตรวจประเมิน ให้อยู่ในวินิจัยของกรรมการผู้ตรวจประเมิน

เกณฑ์การตรวจประเมินการจัดการศึกษานอกสถานที่ตั้งดังกล่าวจึงถูกกำหนดให้เป็นมาตรฐานในการประเมินสถาบันอุดมศึกษาที่มีลักษณะการจัดการศึกษานอกสถานที่ตั้งหลักทุกสถาบันการศึกษา ซึ่งคณะฯ จัดการเรียนการสอนหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการออกแบบ หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ และหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ โดยใน 2 หลักสูตรแรกมีการจัดการเรียนการสอนที่วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี ในชั้นปีที่ 1-3 ซึ่งเป็นสถานที่ตั้งหลัก ส่วนในชั้นปีที่ 4 ของทั้ง 2 หลักสูตรข้างต้น รวมทั้งหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตทุกชั้นปี คณะฯ ได้จัดการเรียนการสอน ณ อาคาร กสท โทรคมนาคม บางรัก กรุงเทพฯ จึงมีลักษณะตามเกณฑ์การจัดการศึกษา

นอกสถานที่ตั้งตามที่คณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) กำหนดขึ้น แม้ว่าคณะฯ ได้จัดการศึกษานอกวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีซึ่งเป็นที่ตั้งหลัก แต่ก็เป็นการดำเนินการก่อนเกณฑ์การตรวจประเมินการจัดการศึกษานอกสถานที่ตั้งจะถูกกำหนดและนำมาบังคับใช้ อีกทั้งการดำเนินการจัดการศึกษาดังกล่าว คณะฯ มีความมุ่งหมายที่จะเอื้อประโยชน์ให้นักศึกษาให้ได้มีโอกาสได้รับความรู้จากผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในวิชาชีพโดยตรง อีกทั้งอยู่ใกล้แหล่งเรียนรู้ต่างๆ มากมาย เช่น การศึกษาดูงานในสถานีโทรทัศน์ สถานที่ผลิตภาพยนตร์ บริษัทที่ดำเนินการในสาขาที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลให้นักศึกษาสามารถปฏิบัติงานได้จริงและมีความเป็นมืออาชีพเมื่อสำเร็จการศึกษา และยังเป็นการดึงดูดบุคลากรที่มีคุณภาพและมีความสามารถเข้ามาเป็นอาจารย์ประจำในคณะฯ ได้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้การจัดการเรียนการสอนของคณะฯ เกิดคุณภาพและประสิทธิภาพสูงสุด

เมื่อผลการประเมินได้เผยแพร่ออกไปยังสาธารณชน ส่งผลให้เกิดความเข้าใจที่สับสนทั้งชาวการุญ คณะฯ ซึ่งในความเป็นจริงเพียงย้ายการจัดการเรียนการสอนหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตไปยังสถานที่ตั้งหลักเท่านั้น การที่หลักสูตรไม่ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน ซึ่งในความเป็นจริงหลักสูตรได้รับการรับรองตามมาตรฐานหลักสูตรของ สกอ. นอกจากนี้จากการแจ้งผลการประเมินมีความกระชั้นชิดเป็นอย่างมาก กล่าวคือ สกอ. แจ้งผลมายังคณะฯ หลังจากการคัดเลือกแบบโควตาพิเศษผ่านไปแล้ว ทำให้นักศึกษาที่ผ่านการสอบโควตาพิเศษต้องพบกับความผิดหวังอย่างรุนแรง จึงกลายเป็นวิกฤตการณ์ครั้งใหญ่ของคณะฯ ซึ่งทางคณะฯ จำเป็นต้องมีการสื่อสารให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตทั้งนักศึกษาปัจจุบัน และนักศึกษาที่กำลังจะเข้าศึกษา รับทราบและเข้าใจข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นและแนวทางการบริหารจัดการอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

จึงสมควรเป็นอย่างยิ่งที่จะมีการศึกษาทัศนคติ รวมทั้งลักษณะการเปิดรับ และรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของนักศึกษา เพื่อพิจารณาประสิทธิภาพของสารและสื่อประชาสัมพันธ์ที่คณะฯ ได้ดำเนินการสื่อสารไปยังนักศึกษา ซึ่งสิ่งที่คณะสื่อสารออกไปจะเป็นการสร้าง ความเข้าใจที่ชัดเจน ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับคณะฯ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมของนักศึกษาที่มีต่อหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ที่คณะฯ ดำเนินการ
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างลักษณะทางประชากรของนักศึกษากับการรับรู้เกี่ยวกับหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างลักษณะทางประชากรของนักศึกษากับทัศนคติต่อหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์การเปิดรับข่าวสารของนักศึกษากับการรับรู้เกี่ยวกับหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์การรับรู้ข่าวสารของนักศึกษากับทัศนคติต่อหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ทัศนคติของนักศึกษากับแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

วิธีการศึกษา

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Study) โดยมีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบตัดขวาง (Cross - Sectional Study) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยคำถามชนิดปลายปิดแบบมีตัวเลือก และคำถามชนิดปลายเปิด และคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และผู้วิจัยจึงทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

การทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ก่อนการนำไปใช้จริง (Try Out) เพื่อความถูกต้องและความชัดเจนของคำถาม โดยทำการทดสอบกับผู้ที่มีคุณสมบัติตรงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา กล่าวคือ เป็นนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่เข้าศึกษาในปีการศึกษา 2552 จำนวน 30 คน เมื่อได้ผลแล้วจึงนำมาตรวจสอบแก้ไขโดยปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วจำนวน 30 ชุด ซึ่งนำไปทดลองใช้ก่อนการนำไปใช้จริง (Try Out) แล้วทำการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach)

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 ถึง ชั้นปีที่ 4 จำนวน 300 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิอย่างง่าย (Stratified Random Sampling) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling)

แบ่งจำนวนนักศึกษาตามชั้นปีที่ศึกษาเป็นชั้นภูมิ (Stratified Sampling) คือ ชั้นปีที่ 1 ถึง ชั้นปีที่ 4 จำนวนทั้งสิ้น 4 ชั้นภูมิ (ชั้นปี) และในแต่ละชั้นปีแบ่งเป็นสาขาวิชาเอก

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิ (ชั้นปี)

ในการเลือกขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิ (ชั้นปี) ให้เป็นแบบสัดส่วน (Proportion) กับจำนวนนักศึกษาทั้งหมดในแต่ละชั้นปี ได้จำนวนขนาดตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิ (ชั้นปี)

ขั้นตอนที่ 3 การเลือกขนาดตัวอย่างนักศึกษาในแต่ละสาขาวิชาเอก

การเลือกขนาดตัวอย่างนักศึกษาในแต่ละสาขาวิชาเอกในชั้นภูมิ (ชั้นปี) ในการเลือกขนาดของนักศึกษาในแต่ละสาขาวิชาเอกของแต่ละชั้นภูมิ (ชั้นปี) ซึ่งมีจำนวน 5 สาขาวิชาเอก ได้แก่ สาขาวิชาเอกวิทยุโทรทัศน์ สาขาวิชาเอกลูกค้าสัมพันธ์ สาขาวิชาเอกวารสารและหนังสือพิมพ์ สาขาวิชาเอกภาพยนตร์ และสาขาวิชาเอกโฆษณา มีจำนวนนักศึกษาแต่ละสาขาวิชาเอกแบ่งตามชั้นปีที่ 1-4 การได้จำนวนนักศึกษาตัวอย่างในแต่ละสาขาวิชาเอกให้เป็นสัดส่วนกับนักศึกษาวิชาเอกในแต่ละชั้นปี ได้จำนวนนักศึกษาตัวอย่างในแต่ละสาขาวิชาเอกในแต่ละชั้นภูมิ (ชั้นปี)

ขั้นตอนที่ 4 การเลือกตัวอย่างสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

การได้นักศึกษาคนใดถูกเลือกเป็นตัวอย่างในแต่ละสาขาวิชาเอกแต่ละชั้นปีใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสุ่มอย่างง่ายโดยใช้วิธีการจับสลาก

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามด้วยตัวเอง มีระยะเวลารวม 31 วัน ตั้งแต่วันที่ 1 -31 มีนาคม 2557 โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามในชั้นเรียน และนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาตรวจสอบความสมบูรณ์ และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการศึกษา

ด้านลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่นักศึกษาที่ศึกษาในหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 300 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 3 มีรายได้ส่วนตัวระหว่าง 5,000-10,000 บาท เข้าศึกษาโดยการแอดมิชชันกลาง กำลังศึกษาในสาขาวิชาเอกวิทยุโทรทัศน์ มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล และมีผู้ปกครองประกอบอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อเฉพาะกิจ สื่อจากกิจกรรมเปิดบ้าน (open house) สื่อโทรทัศน์ และสื่อบุคคล แต่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเปิดรับสื่อเว็บไซต์ และสื่อเฟสบุ๊ค ซึ่งสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับเป็นอันดับที่ 1 ได้แก่ Facebook รองลงมาอันดับที่ 2 ได้แก่ Website อันดับที่ 3 ได้แก่ สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจเป็นอันดับที่ 4

การรับรู้เกี่ยวกับหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ด้านสถานที่มากที่สุด รองลงมาคือด้านอาจารย์ ส่วนด้านนักศึกษา ด้านสิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษาด้านหลักสูตร และด้านการบริหาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจในระดับที่ดี

ด้านทัศนคติที่มีต่อหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติด้านหลักสูตร มากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับที่ดีมาก รองลงมาคือทัศนคติด้านนักศึกษาในระดับที่ดี ส่วนทัศนคติด้านอาจารย์ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับที่ดีมาก สำหรับทัศนคติด้านสิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษา ด้านการบริหาร ด้านสถานที่ กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับที่ดี

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะทางประชากรของนักศึกษาที่แตกต่างกันมีการรับรู้แตกต่างกัน พบว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกันมีการรับรู้โดยรวมไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ในขณะที่นักศึกษาที่มีชั้นปีที่ศึกษาแตกต่างกันมีการรับรู้โดยรวมแตกต่างกัน พิจารณารายด้านพบว่าแตกต่างกัน 3 ด้าน ได้แก่ สถานที่ ด้านสิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษา และบริหาร ส่วนวิธีการเข้าศึกษาที่แตกต่างกันมีการรับรู้โดยรวมไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ส่วนนักศึกษาที่มีรายได้แตกต่างกันมีการรับรู้โดยรวมไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ส่วนนักศึกษาที่ศึกษาในสาขาวิชาที่แตกต่างกันมีการรับรู้โดยรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีความแตกต่างกัน 3 ด้าน ได้แก่ สิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษา นักศึกษา และการบริหาร

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ลักษณะทางประชากรของนักศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติแตกต่างกัน พบว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกันมีทัศนคติโดยรวมไม่แตกต่างกัน ในทุกด้าน ในขณะที่นักศึกษาที่มีชั้นปีที่ศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติโดยรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีความแตกต่างกัน 3 ด้าน ได้แก่ สถานที่ สิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษา และการบริหาร ส่วนวิธีการเข้าศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติ

โดยรวมไม่แตกต่างกัน และวิธีการเข้าศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อไม่แตกต่างกันใน 5 ด้าน ได้แก่ หลักสูตร อาจารย์ สิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษา นักศึกษา และการบริหาร ส่วนนักศึกษาที่มีรายได้แตกต่างกันมีทัศนคติโดยรวมไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ในขณะที่นักศึกษาที่ศึกษาในสาขาวิชาที่แตกต่างกันมีทัศนคติโดยรวมมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า แตกต่างกัน 2 ด้าน ได้แก่ สิ่งสนับสนุนทางการศึกษา และจัดบริการนักศึกษา และการบริหาร ส่วนภูมิฐานะของนักศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติโดยรวมไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ส่วนอาชีพของผู้ปกครองของนักศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติโดยรวมต่อไม่แตกต่างกันในทุกด้าน

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 การเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ หลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาจาก Facebook ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในทุกด้าน ส่วนความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาจาก Website ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในทุกด้าน

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 การรับรู้ของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติโดยรวม พบว่า การรับรู้โดยรวมของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ ส่วนการรับรู้ด้านหลักสูตรของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติโดยรวม เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การรับรู้ด้านหลักสูตรของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านหลักสูตร ส่วนการรับรู้ด้านอาจารย์ของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติโดยรวม เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การรับรู้ด้านอาจารย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านอาจารย์ ส่วนการรับรู้ด้านสถานที่ของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติโดยรวม เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การรับรู้ด้านสถานที่ของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านสถานที่ ส่วนการรับรู้ด้านสิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษาของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติโดยรวม เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การรับรู้ด้านสิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษาของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านสิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษา สำหรับการรับรู้ด้านนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การรับรู้ด้านนักศึกษาของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านนักศึกษา ส่วนการรับรู้ด้านการบริหารของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติโดยรวม เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การรับรู้ด้านการบริหารของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านการบริหาร

สมมติฐานการวิจัยที่ 5 ทัศนคติของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อหลักสูตร นิเทศศาสตรบัณฑิต คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า ทัศนคติโดยรวมของนักศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรม เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทัศนคติของนักศึกษาด้านหลักสูตรมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมทุกด้าน

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่านักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกันมีการรับรู้เกี่ยวกับหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร อาสภวิริยะ (2551, น.69) พบว่า ลูกค้ายที่มีเพศแตกต่างกันมีการรับรู้เกี่ยวกับการให้บริการธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้การเรียนการสอนของคณะฯ ได้จัดให้นักศึกษาทั้งหญิงและชายได้ฝึกทักษะต่างๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพตามสายวิชาเอกที่ศึกษาอย่างเท่าเทียมกันจึงส่งผลให้นักศึกษาส่วนใหญ่มีความเข้าใจที่ตรงกัน

ส่วนนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่แตกต่างกันมีการรับรู้โดยรวมแตกต่างกัน นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 4 มีการรับรู้โดยรวมมากกว่านักศึกษาที่ศึกษาชั้นปีที่ 1 และชั้นปีที่ 3 และผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 2 และ 3 มีการรับรู้โดยรวมมากกว่านักศึกษาที่ศึกษาชั้นปีที่ 1 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักศึกษาที่มีชั้นปีที่ศึกษาแตกต่างกันมีการรับรู้แตกต่างกันใน 3 ด้าน ได้แก่ สถานที่ สิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษา และการบริหาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรกลม องค์กร (2550, น.60) ที่พบว่า นักศึกษาชั้นปีที่ 4 จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่มีต่อโครงการธรรมศาสตร์ทำนาเศรษฐกิจพอเพียงน้อยกว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 และนักศึกษาชั้นปีที่ 2 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตรา เอื้อจิตรบำรุง (2544, น.12) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงจะเป็นผู้รับสารที่ดี เนื่องจากมีความรู้กว้างขวางในหลายๆ เรื่อง และสามารถเข้าใจสารได้ดี ดังจะเห็นได้ว่านักศึกษาที่กำลังศึกษานั้นปีที่ 4 มีการรับรู้ในทั้ง 3 ด้านมากกว่านักศึกษาที่กำลังศึกษาในชั้นปีอื่นๆ ทั้งนี้ยังพบว่า นักศึกษาที่มีชั้นปีที่ศึกษาแตกต่างกันมีการรับรู้ไม่แตกต่างกันใน 3 ด้าน ได้แก่ หลักสูตร อาจารย์ และนักศึกษา ซึ่งผลการรับรู้เฉลี่ยในทั้ง 3 ด้านอยู่ในระดับสูง แสดงให้เห็นว่านักศึกษาทุกชั้นปีมีความเข้าใจด้านหลักสูตร ด้านอาจารย์ และด้านนักศึกษาในระดับมาก ซึ่งอาจเกิดจากความสนใจในประเด็นดังกล่าวดังที่ Julia T. Wood (2012, p.25) ได้กล่าวว่าการรับรู้คือกระบวนการเลือก จัดระบบ และการตีความซึ่งความเข้าใจที่เกิดขึ้นจะเกิดจากความสนใจและความใส่ใจในประเด็นหรือสิ่งนั้น ดังนั้นเมื่อนักศึกษามีความสนใจ ก็จะมีการรับรู้และความเข้าใจในระดับมากเกี่ยวกับการรับรู้ด้านหลักสูตร การรับรู้ด้านอาจารย์ และการรับรู้ด้านนักศึกษา นอกจากนี้การที่นักศึกษาส่วนใหญ่มีความเข้าใจด้านดังกล่าวได้ดี เกิดจากนโยบายที่เน้นให้อาจารย์ประจำและเจ้าหน้าที่ได้ให้ความเอาใจใส่ ดูแลนักศึกษา คอยให้คำแนะนำ อธิบาย และชี้แจงข้อสงสัยของนักศึกษาอย่างใกล้ชิด ดังนั้นแม้ว่านักศึกษาจะต้องใช้ชีวิตในวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี แต่ก็มีความเข้าใจในทั้งสามด้านเป็นอย่างดี

สำหรับวิธีการเข้าศึกษาที่แตกต่างกันของนักศึกษามีการรับรู้โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า วิธีการเข้าศึกษาที่แตกต่างกันมีการรับรู้ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ซึ่งผลการรับรู้เฉลี่ยในทุกด้านอยู่ในระดับสูง แสดงให้เห็นว่านักศึกษาที่เข้าศึกษาโดยวิธีการสอบแอดมิชชันกลาง การสอบแบบโควตาพิเศษ และการสอบแบบรับตรงมีความเข้าใจเกี่ยวกับหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตทั้ง 6 ด้านในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ ลักษณะ สรวิวัฒน์ (2549, น.50) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ความตั้งใจ การเอาใจใส่ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จะทำให้การรับรู้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่งสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจของคน ได้แก่ สิ่งเร้าภายนอกที่ดึงดูดความตั้งใจหรือความสนใจ นั้นอาจแสดงให้เห็นได้ว่าสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตของคณะฯ มีประสิทธิภาพและสามารถเข้าถึงนักศึกษาได้ดี จึงสามารถสร้างความเข้าใจให้กับนักศึกษาได้ในทุกด้าน

รายได้แตกต่างกันมีการรับรู้โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้แตกต่างกันมีการรับรู้ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ซึ่งผลการรับรู้เฉลี่ยในทุกด้านอยู่ในระดับสูง แสดงให้เห็นว่าแม้นักศึกษาจะมีรายได้ที่แตกต่างกันแต่ก็มีความเข้าใจในระดับมากเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับ พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2553, น.14-10) ที่กล่าวว่าผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตนเอง ตามทัศนคติ ตามประสบการณ์ ตามความเชื่อ ตามความต้องการ ตามความคาดหวัง หรือตามแรงจูงใจ เป็นต้น ซึ่งการเลือกรับรู้เป็นวิธีหนึ่งที่ช่วยให้ความรู้ใหม่สอดคล้องกัน ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่าสื่อประชาสัมพันธ์ที่คณะฯ ดำเนินการจัดทำสามารถเข้าถึงนักศึกษาในทุกระดับรายได้ ส่งผลให้นักศึกษามีความเข้าใจการดำเนินการด้านต่างๆ ของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในระดับมาก

สายวิชาเอกที่แตกต่างกันมีการรับรู้โดยรวมแตกต่างกัน โดยผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในสายวิชาเอกโฆษณา มีการรับรู้โดยรวมมากที่สุด จึงทำให้มุมมองและความรู้สึกของนักศึกษาในสายวิชาเอกโฆษณามีความแตกต่างจากสายวิชาเอกอื่นๆ เพื่อพิจารณาในด้าน พบว่า ส่วนนักศึกษาที่ศึกษาในสายวิชาเอกที่แตกต่างกันมีการรับรู้เกี่ยวกับหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตแตกต่างกันใน 3 ด้าน ได้แก่ สิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษา การรับรู้ด้านนักศึกษา และการบริหาร โดยผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในสายวิชาเอกโฆษณามีการรับรู้ด้านการบริหารมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถมล องค์กร (2550, น.60) ที่พบว่า นักศึกษาสายวิชาวิทยาศาสตร์ สังคมและมนุษย์จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่มีต่อโครงการธรรมศาสตร์ทำนาเศรษฐกิจพอเพียงนักศึกษาสายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และสายวิทยาศาสตร์สุขภาพแสดงให้เห็นว่าสายการเรียนที่แตกต่างกันมีผลทำให้เกิดการรับรู้ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาทั้งสามด้านพบว่าสายวิชาเอกโฆษณามีความเข้าใจมากที่สุด ซึ่งอาจเกิดจากการที่นักศึกษาสายวิชาเอกโฆษณาได้ศึกษาในรายวิชาที่ส่วนใหญ่ใช้อุปกรณ์การศึกษาต่างๆ ในระดับกลาง จึงทำให้รู้สึกว่าอุปกรณ์มีเพียงพอต่อความต้องการ และมีความเข้าใจที่ดีต่อสิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษาที่คณะฯ จัดให้ นอกจากนี้จากที่กล่าวไว้ข้างต้นว่านักศึกษาได้ศึกษารายวิชาส่วนใหญ่เกี่ยวกับด้านการตลาดจึงทำให้นักศึกษามีความเข้าใจด้านการบริหารเป็นอย่างดี

ภูมิภานาของนักศึกษาที่แตกต่างกันมีการรับรู้โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในด้าน พบว่า ภูมิภานาของนักศึกษาที่แตกต่างกันมีการรับรู้ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ซึ่งได้แก่ หลักสูตร อาจารย์ สถานที่ สิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษา นักศึกษา และการบริหาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นลินี พานสายตา (2555, น.68) ซึ่งพบว่านักศึกษาที่ภูมิภานาต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ไม่แตกต่างกัน จึงแสดงให้เห็นได้ว่าสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะฯ สามารถตอบสนองความต้องการและเข้าถึงนักศึกษาในทุกภูมิภานา

อาชีพของผู้ปกครองของนักศึกษาที่แตกต่างกันมีการรับรู้ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาในด้าน พบว่า อาชีพของผู้ปกครองของนักศึกษาที่แตกต่างกันมีการรับรู้ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ซึ่งผลการรับรู้เฉลี่ยในทุกด้านอยู่ในระดับสูง แสดงให้เห็นว่าแม้ผู้ปกครองของนักศึกษาจะมีอาชีพที่แตกต่างกันแต่นักศึกษาก็มีความเข้าใจในระดับมากเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นลินี พานสายตา (2555, น.69) ซึ่งพบว่า นักศึกษาที่ผู้ให้การอุปการะทางการเงินมีอาชีพต่างกันมีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยโดยรวมและรายภาพลักษณ์ของแต่ละมหาวิทยาลัยไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นได้ว่าอาชีพของผู้ปกครองไม่มีผลกระทบต่อรับรู้ประเด็นด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินการของหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต อีกทั้งยังแสดงให้เห็นว่าสื่อประชาสัมพันธ์ที่คณะฯ ดำเนินงานในปัจจุบันมีประสิทธิภาพพอสมควรที่จะเข้าถึงและทำให้นักศึกษามีความเข้าใจการดำเนินการด้านต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

เพศแตกต่างกันมีทัศนคติโดยรวมไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ซึ่งทัศนคติของนักศึกษาเฉลี่ยในทุกด้านอยู่ในระดับสูง แสดงให้เห็นได้ว่าแม้นักศึกษาจะมีเพศแตกต่างกันก็ไม่มีผลต่อทัศนคติในแต่ละด้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกวรรณ สมรักษ์ (2555, น.9) ซึ่งศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรม ต่อเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีทัศนคติเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนไม่แตกต่างกัน และงานวิจัยของ ปัทมา ทวีศรี (2543, น.288) ซึ่งพบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของพนักงานองค์กรโทรศัพท์ฯ ตอนนโยบายและแผนงานการประชาสัมพันธ์การแปรสภาพองค์กรโทรศัพท์แห่งประเทศไทย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการเรียนการสอนของคณะฯ ได้จัดให้นักศึกษาทั้งหญิง

และชายได้ฝึกทักษะต่างๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพตามสายวิชาเอกที่ศึกษาอย่างเท่าเทียมกันจึงส่งผลให้นักศึกษาส่วนใหญ่มีความรู้สึกเกี่ยวกับหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตที่ตรงกัน

ชั้นปีที่ศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติแตกต่างกัน โดยผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 4 มีทัศนคติโดยรวมมากที่สุด คือมากกว่าผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1 ชั้นปีที่ 2 และชั้นปีที่ 3 และผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 2 และชั้นปีที่ 3 มีทัศนคติโดยรวมมากกว่าผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักศึกษาที่มีชั้นปีที่ศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติแตกต่างกันใน 3 ด้าน ได้แก่ สถานที่ สิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษา และการบริหาร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรภรณ์ ศรีจักรโคตร (2554, น.6) ซึ่งศึกษาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Building Wrap โดยรวมและในด้านต่างๆ จำแนกตามการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Building Wrap โดยรวมและในด้านต่างๆ ที่แตกต่างกัน และงานวิจัยของ สมิตรา เปลี่ยนสุภาพ (2550, น.75) ซึ่งพบว่า ชั้นปีที่ศึกษาของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับระดับความคิดเห็นด้านทัศนคติต่อโครงการมาตรฐานการให้บริการของสาขา ดังที่ เอกณรงค์ วรสีหะ (2552, น.229) ซึ่งได้กล่าวถึงการที่บุคคลจะมีทัศนคติทางบวกหรือทางลบต่อสิ่งใดขึ้นอยู่กับผลของการประเมินความรู้ ความคิด หรือความเชื่อที่เกี่ยวกับสิ่งนั้น ผลการประเมินอาจจะแตกต่างกัน เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวมีความรู้และประสบการณ์ต่างกัน

วิธีการเข้าศึกษาที่แตกต่างกันของนักศึกษามีทัศนคติโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า วิธีการเข้าศึกษาที่แตกต่างกันของนักศึกษามีทัศนคติแตกต่างกันในด้านสถานที่ ซึ่งอาจแสดงให้เห็นว่า นักศึกษาที่มีความปรารถนา ความมุ่งมั่นและความตั้งใจที่จะเลือกเข้าศึกษาในหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตตั้งแต่แรกจะมีความรู้สึกภาคภูมิใจที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้สำเร็จ ส่งผลให้มีความรู้สึกที่ดีต่อคณะฯ

รายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้แตกต่างกันมีทัศนคติไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ซึ่งทัศนคติของนักศึกษาเฉลี่ยในทุกด้านอยู่ในระดับสูง แสดงให้เห็นได้ว่าแม้นักศึกษาจะมีรายได้แตกต่างกันแต่ก็มีทัศนคติที่ดีในแต่ละด้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภิญญ ศักดิ์เพชร (2539, น.บทคัดย่อ) พบว่าค่าใช้จ่ายรายเดือนที่นิสิตได้รับไม่มีผลต่อทัศนคติของนิสิต ซึ่งอาจเป็นเพราะรายได้ของนักศึกษาส่วนใหญ่มาจากผู้ปกครอง และรายได้ดังกล่าวไม่รวมถึงค่าใช้จ่ายพื้นฐาน เช่น การลงทะเบียนเรียนในแต่ละภาคเรียน แต่ที่นักศึกษามีความรู้สึกที่ดีน่าจะเกิดขึ้นจากความเชื่อ และความรู้สึกของตัวนักศึกษาแต่ละคน ดังที่ ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์ (2548, น.158) ที่ได้แบ่งองค์ประกอบของทัศนคติไว้ 3 ส่วน คือส่วนที่เป็นความคิด ส่วนที่เป็นอารมณ์ และส่วนที่เป็นพฤติกรรม

สายวิชาเอกโฆษณามีทัศนคติโดยรวมมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักศึกษาที่ศึกษาในสายวิชาเอกที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านหลักสูตรแตกต่างกันใน 2 ด้าน ได้แก่ สิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษา และการบริหาร

ภูมิภานาของนักศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติโดยรวมต่อไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ซึ่งทัศนคติของนักศึกษาเฉลี่ยในทุกด้านอยู่ในระดับสูง แสดงให้เห็นได้ว่าแม้นักศึกษาจะมีภูมิภานาแตกต่างกัน แต่ก็มีทัศนคติที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภิญญ ศักดิ์เพชร (2539, น.บทคัดย่อ) ที่พบว่า ภูมิภานาของนิสิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ภาคใต้ที่อยู่ในเมืองและนอกเมืองมีทัศนคติต่อหอพักเอกชนและหอพักมหาวิทยาลัยไม่แตกต่างกัน

อาชีพของผู้ปกครองของนักศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติโดยรวมไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ซึ่งทัศนคติของนักศึกษาเฉลี่ยในทุกด้านอยู่ในระดับสูง แสดงให้เห็นได้ว่าแม้ผู้ปกครองของนักศึกษาจะมีอาชีพแตกต่างกัน แต่ก็มีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในแต่ละด้าน

การเปิดรับข่าวสาร

ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาจากFacebook ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของโสภพร ร่มพูลทอง (2549, น.137) ที่พบว่าการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโปสเตอร์ เจ้าหน้าที่ และหนังสือพิมพ์ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การประชาสัมพันธ์โครงการวัฒนธรรมเอื้ออาทร แต่จากสื่อการพูดคุยกับเพื่อนบ้าน สมาชิกในครอบครัว สดิกเกอร์ อินเทอร์เน็ต รถกระจายเสียง และเอกสารเผยแพร่ เช่น หนังสือการ์ตูน จดหมายที่แตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การประชาสัมพันธ์โครงการวัฒนธรรมเอื้ออาทร ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแม้นักศึกษาจะเปิดรับข่าวสารจาก facebook ในปริมาณมากหรือน้อยก็ไม่มีผลต่อความเข้าใจ

ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาจากWebsite ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุณี แสงทับทิม (2550, น.100) ซึ่งพบว่าพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้เนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแม้นักศึกษาจะเปิดรับข่าวสารจาก Website ในปริมาณมากหรือน้อยก็ไม่มีผลต่อความเข้าใจเกี่ยวกับหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

การรับรู้ของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับทัศนคติโดยรวมต่อหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

การรับรู้โดยรวมของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับทัศนคติโดยความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากนักศึกษามีความเข้าใจโดยรวมที่ดีจะมีทัศนคติที่ดีตามไปด้วย การรับรู้ด้านหลักสูตรมีความสัมพันธ์กับทัศนคติโดยรวม เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากนักศึกษามีความเข้าใจด้านหลักสูตรที่ดีจะมีทัศนคติโดยรวมที่ดีตามไปด้วย โดยการรับรู้ด้านหลักสูตรมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านหลักสูตร โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากนักศึกษามีความเข้าใจด้านหลักสูตรที่ดีจะมีทัศนคติด้านหลักสูตรที่ดีตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรกมล องค์กรสิงห์ (2550, น. 62) พบว่า ยิ่งนักศึกษามีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากก็จะมีทัศนคติต่อโครงการธรรมศาสตร์ทำนาเศรษฐกิจพอเพียง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ที่ดีมากขึ้นเช่นกัน ดังที่ พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2552, น.13-57) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์สำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์ อันได้แก่ เพื่อสร้างความนิยม เพื่อรักษาชื่อเสียงที่ดี เพื่อแก้ไขชื่อเสียงที่ไม่ดี และเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากประชาชน สามารถสะท้อนให้เห็นได้ว่าเมื่อนักศึกษามีความเข้าใจเกี่ยวกับหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตด้านหลักสูตรเป็นอย่างดี ก็จะส่งผลให้มีความรู้สึกที่ดีด้านหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตเช่นกัน

การรับรู้ด้านอาจารย์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติโดยรวม เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากนักศึกษามีความเข้าใจด้านอาจารย์ที่ดีจะมีทัศนคติโดยรวมที่ดีตามไปด้วย เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การรับรู้ด้านอาจารย์ของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านอาจารย์ โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากนักศึกษามีความเข้าใจด้านอาจารย์ที่ดีจะมีทัศนคติด้านการอาจารย์ที่ดีตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐนันท์ โพษะบุตร (2553, น.บทคัดย่อ) พบว่า การรับรู้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ การสร้างการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพจะต้องใช้เครื่องมือที่เหมาะสมกับผู้รับสารแต่ละกลุ่มซึ่งมีศักยภาพและลักษณะที่

แตกต่างกันออกไป ซึ่งคณะฯ มีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้คณาจารย์ประจำใกล้ชิดและเป็นกันเองกับนักศึกษา คอยให้คำแนะนำทั้งด้านการเรียนและการใช้ชีวิต ตลอดจนเป็นผู้ปูพื้นฐานทางวิชาการ เช่น แนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแต่ละศาสตร์ให้นักศึกษามีความเข้าใจชัดเจน ส่วนคณาจารย์พิเศษจะเป็นผู้สอนประสบการณ์ตรง และงานวิชาชีพให้กับนักศึกษา ส่งผลให้นักศึกษามีความชำนาญทั้งด้านวิชาการและวิชาชีพ ซึ่งพร้อมปฏิบัติงาน อย่างมืออาชีพในอนาคต เพราะฉะนั้นเมื่อนักศึกษามีความเข้าใจข้อมูลด้านอาจารย์เป็นอย่างดีก็จะมีความรู้สึก ด้านอาจารย์ที่ดีเช่นกัน

การรับรู้ด้านสถานที่ที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติโดยรวม เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากนักศึกษามีความเข้าใจด้านสถานที่ที่ดีจะมีทัศนคติโดยรวมที่ดีตามไปด้วย และพบว่า การรับรู้ด้าน สถานที่ของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านสถานที่ โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่า หากนักศึกษามีความเข้าใจด้านสถานที่ที่ดีจะมีทัศนคติด้านสถานที่ที่ดีตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐ กานต์ สันท์สุรติกุล (2549, น.บทคัดย่อ) พบว่าการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการงดเหล้า เข้าพรรษา ปี พ.ศ. 2548 ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อแนวคิดเรื่องการงดเหล้า เข้าพรรษา ดังนั้น จึงแสดงให้เห็นว่าการรับรู้มีอิทธิพลต่อ ทัศนคติ คณะฯ จึงต้องใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพที่เหมาะสมกับผู้รับสารแต่ละกลุ่ม และสอดคล้องกับ เกษม จันทรน้อย (2537, น.22) ที่ได้กล่าวว่า ช่องทางการสื่อสารที่จะนำข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย สื่อแต่ละชนิด ที่ใช้ช่องทางการสื่อสารนั้นต้องมีการเข้ารหัสแปลความหมายและสามารถถอดรหัสได้ คุณสมบัติระหว่างผู้ส่งสารกับ ผู้รับสารต้องสอดคล้องสามารถตีความหมายในระบบสัญญาณหรือถอดรหัสได้ ดังนั้น จึงแสดงให้เห็นได้ว่าสื่อ ประชาสัมพันธ์ของคณะฯ ในปัจจุบันมีประสิทธิภาพ สามารถทำให้นักศึกษามีความเข้าใจในประเด็นด้านสถานที่ ได้ดี ซึ่งส่งผลให้นักศึกษามีทัศนคติที่ดีด้านสถานที่เช่นกัน

การรับรู้ด้านสิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษามีความสัมพันธ์กับทัศนคติโดยรวม เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากนักศึกษามีความเข้าใจด้านสิ่งสนับสนุนทาง การศึกษาและจัดบริการนักศึกษาที่ดีจะมีทัศนคติโดยรวมที่ดีตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2553, น. 14-10) ที่กล่าวว่า การสร้างการรับรู้เป็นเรื่องของการประชาสัมพันธ์ที่ใช้แนวคิดทางด้าน KAP ได้แก่ การทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือคนหนึ่งคนใด หรือองค์การหนึ่งองค์การใด เป็นเบื้องต้นของการสื่อสารประชาสัมพันธ์, การให้ความรู้ความเข้าใจ (Knowledge) ที่ถูกต้อง, ความรู้สึก (Affection) หรือภาพลักษณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ และพฤติกรรม (Behavior) เป็นความมุ่งหมายที่จะให้ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเกิดพฤติกรรมในเรื่องของความร่วมมือ นั่นคือ เมื่อมีการรับรู้ที่ถูกต้อง เกิดความรู้สึกที่ดี ผล ที่ตามมาคือการเกิดพฤติกรรมที่นำไปสู่การปฏิบัติ ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า สื่อประชาสัมพันธ์ของคณะฯ ใน ปัจจุบันค่อนข้างมีประสิทธิภาพ สามารถทำให้นักศึกษามีความเข้าใจในประเด็นด้านสิ่งสนับสนุนทางการศึกษา และจัดบริการนักศึกษาได้ดี ซึ่งส่งผลให้นักศึกษามีทัศนคติด้านสิ่งสนับสนุนทางการศึกษาและจัดบริการนักศึกษา

การรับรู้ด้านนักศึกษามีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อหลักสูตร เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็น บวก หมายความว่าหากนักศึกษามีความเข้าใจด้านนักศึกษาที่ดีจะมีทัศนคติโดยรวมที่ดีตามไปด้วย และพบว่า การ รับรู้ด้านนักศึกษาของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านนักศึกษา โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากนักศึกษามีความเข้าใจด้านนักศึกษาที่ดีจะมีทัศนคติด้านนักศึกษาที่ดีตามไปด้วย ดังที่ Cutlip, Center & Broom (1994, กล่าวถึงใน รสขงพร โกมลเสวิน, 2552, น.3-63) กล่าวถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการ

รับรู้ไว้ว่าโครงสร้างทางวัฒนธรรมระดับบุคคล ครอบครัว และองค์กร ซึ่งรวมถึงวิถีชีวิต ความเชื่อ ทัศนคติ ปทัสถาน ค่านิยม ตลอดจนบทบาทและอิทธิพลของกลุ่มที่มีความสำคัญต่อบุคคล บุคคลที่มีโครงสร้างทางวัฒนธรรมที่ยืดหยุ่นจะได้รับอิทธิพลจากการประชาสัมพันธ์สูงกว่าบุคคลที่มีโครงสร้างทางวัฒนธรรมที่เข้มงวด สามารถสะท้อนให้เห็นได้ว่าเมื่อนักศึกษามีความเข้าใจด้านนักศึกษาเป็นอย่างดี ก็จะส่งผลให้มีความรู้สึกที่ดีด้าน นักศึกษาเช่นกัน

การรับรู้ด้านการบริหารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติโดยรวม เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากนักศึกษามีความเข้าใจด้านการบริหารที่ดีจะมีทัศนคติโดยรวมที่ดีตามไปด้วย และพบว่าการรับรู้ด้านการบริหารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านการบริหาร โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากนักศึกษามีความเข้าใจด้านการบริหารที่ดีจะมีทัศนคติด้านการบริหารที่ดีตามไปด้วย สอดคล้องกับคำกล่าวของ จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (2552, น.206) ที่ได้กล่าวไว้ว่าการใช้สื่อประชาสัมพันธ์มิได้มีความหมายว่าผู้ปฏิบัติจะต้องยึดอยู่กับการใช้สื่อชนิดหนึ่งชนิดใดเพียงสื่อเดียว แต่สามารถให้สื่อชนิดอื่นประกอบไปด้วยก็ได้ เป็นการใช้สื่อผสม เพราะสื่อแต่ละชนิดมีขีดความสามารถที่แตกต่างกันและเฉพาะตัว สามารถสะท้อนให้เห็นได้ว่าเมื่อนักศึกษามีความเข้าใจด้านการบริหารเป็นอย่างดี ก็จะส่งผลให้มีความรู้สึกที่ดีต่อการบริหาร เช่นกัน

ทัศนคติของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรม

ทัศนคติโดยรวมของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมที่มี เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก หมายความว่าหากนักศึกษามีทัศนคติโดยรวมที่ดีจะมีแนวโน้มพฤติกรรมที่ดีตามไปด้วย เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทัศนคติของนักศึกษาด้านหลักสูตรมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมทุกด้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณก นิลดำ (2549, น.207) โดยพบว่าทัศนคติตอนนโยบายด้านข้อความสั้น (SMS) ที่ปรากฏในรายการข่าวที่เสนอผ่านสื่อโทรทัศน์แตกต่างกันจะมีผู้ชมที่มีพฤติกรรมการส่งข้อความสั้น (SMS) ประเภทแสดงความคิดเห็นและผลคะแนนโหวตผ่านรายการข่าวที่แตกต่างกัน และผู้ชมที่มีทัศนคติต่อเนื้อหาของข้อความสั้น (SMS) ในเกณฑ์เป็นกลางและเชิงบวกจะมีพฤติกรรมการส่งข้อความสั้น (SMS) ทั้งประเภทแสดงความคิดเห็นและผลโหวตเช่นกัน และมีแนวโน้มในอนาคตที่คาดว่าจะส่งข้อความสั้น (SMS) มายังรายการข่าวและงานวิจัยของดวงพร จาตุรงควิชย์ (2554, น.99) โดยพบว่า หากกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อชาตราเมื่อแบบขงแล้วก็มีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะบริโภคชาตราเมื่อแบบขงมากขึ้นด้วย อีกทั้งยังสอดคล้องกับอรรถพรณ ปิรันธน์โอวาท (2546, น. 48) ซึ่งกล่าวถึงการใช้ทัศนคติเป็นตัวทำนายพฤติกรรม หากทัศนคติมีลักษณะเป็นทัศนคติที่ฝังรากลึกและมีความชัดเจน ทัศนคติที่เกี่ยวข้องกัน ดังนั้นจึงอาจมีทัศนคติและความเชื่อหลายอย่างมาเกี่ยวข้องกันในการที่จะนำไปสู่พฤติกรรมหนึ่งๆ ทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมากที่สุดคือทัศนคติที่เด่นชัดมากที่สุด (Most Salient) ในสถานการณ์เฉพาะนั้นๆ รวมทั้งทัศนคติที่มีรากฐานบนความรู้สึกและทัศนคติที่มีรากฐานอยู่บนความรู้ และทัศนคติต่อเรื่องต่างๆ ซึ่งผู้คนสนใจหรือเห็นว่าเป็นผลประโยชน์ของเขาเอง สารซึ่งเป็นประโยชน์หรือเกี่ยวข้องกับคนๆ หนึ่งก็ย่อมจะได้รับการพิจารณาไตร่ตรองจากผู้รับสารมากกว่าสารที่มีความสำคัญน้อยกว่า ซึ่งก็แน่นอนว่าสารเหล่านั้นย่อมนำไปสู่ทัศนคติซึ่งผลักดันไปสู่พฤติกรรมได้มากกว่าสารซึ่งมีความสำคัญน้อย และสอดคล้องกับ Philip G. Zimbardo (1977, p.57) ที่กล่าวว่าทัศนคติได้รับอิทธิพลจากการเปลี่ยนแปลงความคิด ความเชื่อ ที่บุคคลมีอยู่ ดังนั้นหากต้องการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคล สามารถทำได้โดยการเปลี่ยนแปลงความเชื่อ และความคิด ซึ่งสุดท้ายจะไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ดังนั้นคณะฯ จึงควร

มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้นักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อการดำเนินการด้านต่างๆ ของคณะฯ ซึ่งจะส่งผลให้นักศึกษามีความตั้งใจที่จะศึกษาต่อจนจบหลักสูตร และมีความตั้งใจที่จะแนะนำให้คนอื่นมาศึกษาต่อไป

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากผลการวิจัย พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีการเปิดรับเป็นอันดับที่ 1 ได้แก่ Facebook รองลงมาคือ Website ดังนั้น ทางคณะฯ จึงควรเน้นการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อทั้งสองมากขึ้น เพื่อให้ข้อมูลต่างๆ เข้าถึงนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว
2. แม้นักศึกษาจะมีความเข้าใจด้านการบริหารในระดับที่ดี แต่ก็มีความเข้าใจเป็นลำดับสุดท้ายจากทั้ง 6 ด้าน ดังนั้น คณะฯ จึงควรเน้นการประชาสัมพันธ์ให้นักศึกษามีความเข้าใจด้านการบริหารของคณะฯ มากขึ้น เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับนักศึกษา
3. แม้นักศึกษาจะมีทัศนคติด้านสถานที่ในระดับมาก แต่ก็ยังเป็นลำดับสุดท้ายจากทั้ง 6 ด้าน เนื่องจากนักศึกษาส่วนใหญ่มีความปรารถนาที่จะกลับมาศึกษา ณ อาคาร กสท โทรคมนาคม บางรัก กรุงเทพฯ ซึ่งตั้งอยู่ใจกลางเมือง มีความสะดวกในการเดินทาง และอยู่ใกล้กับแหล่งเรียนรู้ต่างๆ ดังนั้นคณะฯ จึงควรกำหนดนโยบายเพื่อหาทางแก้ไขการจัดสถานที่ในการเรียนหลักสูตรนิติศาสตรบัณฑิตของนักศึกษา และควรเน้นการประชาสัมพันธ์การให้ข้อมูลด้านสถานที่เพื่อให้นักศึกษามีความรู้สึกที่ดีมากขึ้น
4. แม้แนวโน้มพฤติกรรมของนักศึกษาจะมีระดับมากแต่ก็ยังพบว่าความตั้งใจที่จะแนะนำให้คนอื่นมาเรียนมีระดับแนวโน้มพฤติกรรมน้อยที่สุดจากทุกด้าน ดังนั้น คณะฯ จึงควรตระหนักถึงความสำคัญ และเร่งกำหนดนโยบายเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว เนื่องจากอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของคณะฯ ในอนาคตได้

ข้อเสนอแนะการศึกษาต่อไปในอนาคต

1. ในการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาการเปิดรับ การรับรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรม ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรศึกษาถึงภาพลักษณ์ของคณะฯ หลังจากเกิดภาวะวิกฤตการจัดการศึกษานอกสถานที่ตั้งด้วย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ต่อไป
2. ในการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาเฉพาะนักศึกษาปัจจุบันที่กำลังศึกษา ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ ด้วย เช่น ผู้สำเร็จการศึกษา ผู้ใช้บัณฑิต ผู้ปกครองของนักศึกษา เป็นต้น เพื่อทราบการเปิดรับ การรับรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างครบถ้วนทุกด้าน และสามารถนำมากำหนดนโยบายการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- เกษม จันทรน้อย. (2537). *สื่อประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: รุ่งแสงการพิมพ์.
- กนกวรรณ สมรักษ์. (2555). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิดและแนวโน้มพฤติกรรม ต่อเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- กรรณก นิลดำ. (2549). *ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อข้อความสั้น (SMS) ที่ปรากฏในรายการข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- จิตรรา เอื้อจิตรบำรุง. (2544). *การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารยาแก้ปวดลดไข้ที่โฆษณาผ่านสื่อมวลชนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- ณัฐนันท์ โปษะบุตร. (2553). *การรับรู้ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อเสื้อผ้าแบรนด์เนมไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, สาขาการบริหารการตลาด.
- ดวงพร จาตุรงค์วนิชย์. (2554). *ทัศนคติของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อชาตรา่มือแบบซอง*. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการจัดการการสื่อสารองค์กร.
- นลินี พานสายตา. (2555). *การรับรู้ภาพลักษณ์ คุณภาพบัณฑิต หลักสูตรและการเรียนการสอนของนักศึกษาที่มีต่อสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สถิติประยุกต์), คณะสถิติประยุกต์, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ปัทมา ทวีศรี. (2543). *การศึกษาการรับรู้และทัศนคติของพนักงานองค์กรโทรศัพท์ต่อนโยบายและแผนงานประชาสัมพันธ์การแปรรูปองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. (2553). *การบริหารงานประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์. (2548). *พฤติกรรมการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- รชชงพร โกมลเสวิน. (2552). *หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วัชรภรณ์ ศรีจักรโคตร. (2554). *พฤติกรรมการเปิดรับและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายนอกอาคาร : กรณีศึกษา Building Wrap*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

ศิริพร อาสภวิริยะ.(2551). การเปิดรับ การรับรู้ พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการจัดการการสื่อสารองค์กร.

สุมิตรา เปลี่ยนสุภาพ. (2550). การรับรู้และทัศนคติของพนักงานธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ที่มีต่อโครงการมาตรฐานการให้บริการของสาขา. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโท) (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการจัดการการสื่อสารภาครัฐและเอกชน.

โสภภาพ ร่มพูลทอง. (2549). การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ ความคิดเห็น และการมีส่วนร่วมของสมาชิกบ้านเอื้ออาทรที่มีต่อโครงการวัฒนธรรมเอื้ออาทรของการเคหะแห่งชาติ. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโท) (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการจัดการการสื่อสารภาครัฐและเอกชน.

อรกมล องคสิงห์. (2550). การรับรู้ข้อมูลข่าวสารและทัศนคติของนักศึกษาธรรมศาสตร์ที่มีต่อโครงการธรรมศาสตร์ทำนาเศรษฐกิจพอเพียง มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท) (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการจัดการการสื่อสารภาครัฐและเอกชน.

อรรพรรณ ปิณฑน์โอวาท. (2546). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาต่างประเทศ

Julia T. Wood. (2012). *Communication in Our Lives*, Wadsworth, Cengage Learning : United States.

Philip G. Zimbardo, Ebbe B. Ebbesen and Christina Maslach. (1977). *Influencing Attitudes and Changing Behavior*. U.S.A.: Addison-Wesley Publishing Company, Inc.