

***การรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์หลักสูตรของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
Awareness of Curriculum Public Relations among Undergraduate
Students} Faculty of Technical Education, Rajamangala University
of Technology Thanyaburi**

นัชชา ดีชัย | Nadchar Deechai*

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Faculty of Technical Education, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

*Corresponding author e-mail: nadchar_d@mutt.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การรับรู้ข่าวสารของนักศึกษา 2) เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อการรับรู้ข่าวสารของนักศึกษา และ 3) ปัญหาและข้อเสนอแนะในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์หลักสูตร หลักเกณฑ์ วิธีการรับสมัครนักศึกษาใหม่ระดับปริญญาตรี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ประจำปีการศึกษา 2560 - 2564 จำนวน 325 คน ใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้น โดยสุ่มนักศึกษาออกเป็นชั้นปีละ 65 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมาน ได้แก่ การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับการรับรู้ข่าวสารของนักศึกษามีการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ ภาพรวม 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, $SD = 0.86$) 2) ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของการรับรู้ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์หลักสูตรของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำแนกตามเพศ ชั้นปีที่กำลังศึกษา ลักษณะของสถานศึกษาที่สำเร็จการศึกษา ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร ภูมิภาคที่อาศัยอยู่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และช่องทางที่สมัครเข้าศึกษา ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) ข้อเสนอแนะที่มีต่อการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ ควรเน้นการดำเนินงานใน 3 ลักษณะ คือ การส่งเสริมประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ผ่านบุคคล และการส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

คำสำคัญ: การรับรู้ข่าวสาร; การประชาสัมพันธ์; การศึกษาต่อ; การรับสมัครนักศึกษา

* Received: 13 May 2025, Revised: 29 May 2025, Accepted: 4 June 2025

ABSTRACT

This research aimed to: 1) investigate students' perception of information, 2) compare differences in personal factors affecting students' information perception, and 3) identify problems and recommendations for developing public relations regarding curriculum, criteria, and undergraduate admission procedures at the Faculty of Industrial Education, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. The sample consisted of 325 students from the Faculty of Industrial Education, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, enrolled during the 2017-2021 academic years, selected through stratified random sampling with 65 students per academic year. The research instrument was a questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics including frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics including t-test and one-way analysis of variance (ANOVA). The research findings revealed that: 1) the overall level of students' perception of public relations information across five dimensions was at a high level ($\bar{x} = 4.08$, $SD = 0.86$), 2) the analysis of differences in perception of curriculum public relations information among undergraduate students at the Faculty of Industrial Education, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, classified by gender, year of study, type of previous educational institution, information channels, residential region, average monthly income, and admission channel, showed no statistically significant differences at the .05 level, and 3) recommendations for developing public relations emphasized three operational approaches: enhancing public relations effectiveness through online channels, promoting public relations through personal contact, and improving infrastructure and learning support facilities.

Keywords: information awareness; public relations; further study; admission

บทนำ

สถานการณ์ของการอุดมศึกษาในปัจจุบันกำลังเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น การเปลี่ยนแปลงไปของประเทศไทยในมิติต่าง ๆ ทำให้เกิดการปรับตัว วิทยาลัยหลายแห่งมีการขยายระดับการจัดการเรียนการสอนจากระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ไปยังระดับปริญญาตรีมากขึ้น จึงทำให้สถาบันการศึกษาระดับปริญญาตรีมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างเท่าตัว อีกทั้งบริบทหลักสูตรของสถานศึกษาแต่ละแห่งก็มีความแตกต่างกันไม่มากนัก ประกอบกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับใบปริญญามากมายเหมือนในอดีต ขณะที่กลุ่มเป้าหมายเริ่มให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงอาชีพได้จริง โดยเฉพาะหลักสูตรระยะสั้นจากภาคเอกชนที่มุ่งเน้นทักษะเฉพาะทาง (นุชราภรณ์ เลี้ยงรื่นรมย์, 2565) นอกจากนี้ การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ยังเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่กระทบต่อระบบเศรษฐกิจและสังคม ทำให้หลายครอบครัวประสบปัญหาทางการเงินในบางครอบครัวมีรายจ่ายเพื่อการศึกษาลดลง ส่งผลให้นักเรียนจำนวนหนึ่งต้องชะลอหรือหยุดการศึกษาไว้ชั่วคราว ปัจจัยเหล่านี้สะท้อนให้เห็นผ่านสถิติการรับนักศึกษาใหม่ระดับปริญญาตรีในช่วงปีการศึกษา 2561 - 2565 ที่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยในปีการศึกษา 2561 จำนวน 443,040 คน ปีการศึกษา 2562 จำนวน 428,511 คน ปีการศึกษา 2563 จำนวน 438,156 คน ปีการศึกษา 2564 จำนวน 420,209 คน และปีการศึกษา 2565 จำนวน 405,100 คน (กระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2565)

จากสภาพเศรษฐกิจและสภาวะการแข่งขันของการอุดมศึกษาที่เกิดขึ้นดังกล่าว คณะครุศาสตร์
อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นับว่าเป็นหน่วยงานที่ได้รับผลกระทบโดยตรง ถึงแม้ว่า
จะมีความพยายามในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรและการรับสมัครนักศึกษาใหม่เชิงรุก ผ่านกิจกรรม
การประชาสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ แต่จำนวนผู้สมัครยังมีความผันผวนทั้งยังมีแนวโน้มที่ลดลงซึ่งอาจส่งผล
กระทบต่อจำนวนนักศึกษาที่รับเข้าไม่เป็นไปตามแผนรับ วิเคราะห์ได้จากสถิติข้อมูลจำนวนนักศึกษาเข้าใหม่
ระดับปริญญาตรี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ระหว่างปีการศึกษา
2561 - 2565 พบว่า ในปีการศึกษา 2565 มีผู้สมัครจำนวน 750 ราย ปีการศึกษา 2564 มีผู้สมัครจำนวน
1,455 ราย ปีการศึกษา 2563 มีผู้สมัครจำนวน 1,127 ราย ปีการศึกษา 2562 มีผู้สมัคร จำนวน 851 ราย
และในปีการศึกษา 2561 มีผู้สมัครจำนวน 855 ราย (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2565)

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความต้องการที่จะศึกษาการรับรู้ข่าวสารของนักศึกษาในการประชาสัมพันธ์
หลักสูตร หลักเกณฑ์ วิธีการรับสมัคร นักศึกษาใหม่ระดับปริญญาตรี อันจะเป็นผลได้มาซึ่งข้อมูลการสื่อสาร
สะท้อนกลับนำไปสู่การวิเคราะห์ เพื่อวางแผนกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มโอกาสใน
การดึงดูดนักศึกษาใหม่ และบรรลุเป้าหมายตามแผนการรับในแต่ละปีการศึกษา

วัตถุประสงค์

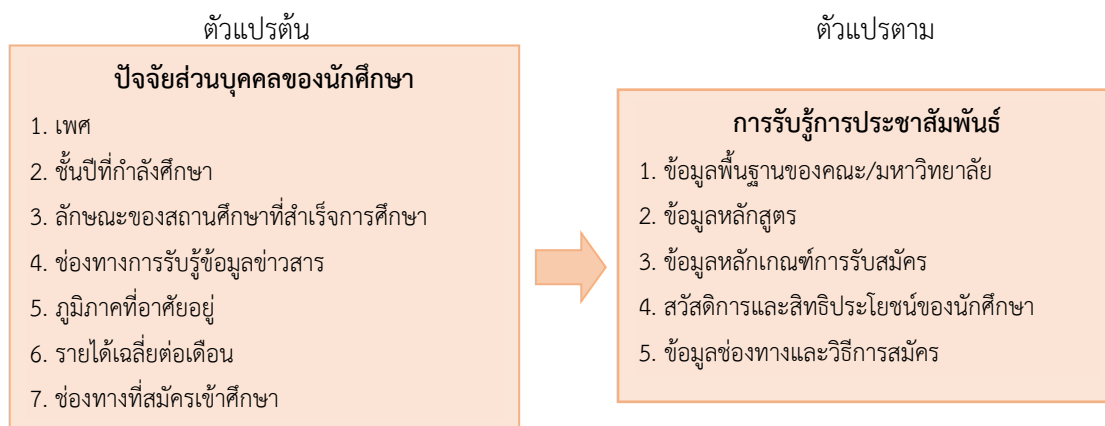
1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์หลักสูตรของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์หลักสูตร ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำแนกตามเพศ ชั้นปีที่กำลังศึกษา
ลักษณะของสถานศึกษาที่สำเร็จการศึกษา ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร ภูมิภาคที่อาศัยอยู่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
และช่องทางที่สมัครเข้าศึกษา
3. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์หลักสูตร หลักเกณฑ์ วิธีการรับสมัคร
นักศึกษาใหม่ระดับปริญญาตรี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สมมติฐานงานวิจัย

- H1 : นักศึกษาที่มีเพศต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกัน
- H2 : นักศึกษาที่กำลังศึกษาชั้นปีต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกัน
- H3 : นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาจากสถานศึกษาที่มีลักษณะต่างกันมีการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกัน
- H4 : ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างกัน นักศึกษามีการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกัน
- H5 : นักศึกษาที่อาศัยอยู่ในภูมิภาคที่ต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกัน
- H6 : นักศึกษาที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกัน
- H7 : ช่องทางที่สมัครเข้าศึกษาต่างกัน นักศึกษามีการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาวิเคราะห์ พัฒนา ปรับปรุงและกำหนดตัวแปร ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา และ การรับรู้การประชาสัมพันธ์ ตามรูปที่ 1



รูปที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีสถานะกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 1 - 5 เข้าศึกษาในคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ระหว่างปีการศึกษา 2560 - 2564 จำนวนนักศึกษารวมทั้งหมด 1,980 คน (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2565)

2. กลุ่มตัวอย่าง

กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ด้วย “ตารางสำเร็จรูปของ Krejcie และ Morgan ในการประมาณค่าสัดส่วนของประชากรโดยกำหนดให้สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95%” (Chundhitisakul, 2020) ได้จำนวน 322 คน เพื่อจำแนกสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างตามจำนวนนักศึกษาแต่ละชั้นปีให้มีปริมาณเท่ากัน ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 325 คน ใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้นโควตาแบบเท่ากันโดยสุ่มนักศึกษาออกเป็นชั้นปีละ 65 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามหลักเกณฑ์การสร้างแบบสอบถาม โดยจำแนกหัวข้อออกเป็น 3 ส่วนโดยมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปลายปิด เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ลักษณะของสถานศึกษาที่สำเร็จการศึกษา ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ภูมิภาค ที่อาศัยอยู่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ชั้นปีที่กำลังศึกษา และช่องทางที่สมัครเข้าศึกษา กำหนดให้ตอบได้ 1 ตัวเลือก

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 26 ข้อ แบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) การรับรู้ข้อมูลพื้นฐานของคณะ/มหาวิทยาลัย 2) การรับรู้ข้อมูลหลักสูตร 3) การรับรู้ข้อมูลหลักเกณฑ์การรับสมัคร 4) การรับรู้สวัสดิการและสิทธิประโยชน์ของนักศึกษา และ 5) การรับรู้ข้อมูลช่องทางและวิธีการสมัคร โดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าตามวิธีคิดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) ซึ่งได้กำหนดเกณฑ์การวัดระดับการรับรู้และแปลผลค่าเฉลี่ยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ (Likert, 1970)

แล้วหาค่าเฉลี่ยเกณฑ์คะแนนของคำตอบของแบบสอบถามโดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง	ระดับการรับรู้มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง	ระดับการรับรู้มาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง	ระดับการรับรู้ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง	ระดับการรับรู้น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง	ระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิด เกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์หลักสูตรหลักเกณฑ์ วิธีการรับสมัครนักศึกษาใหม่ระดับปริญญาตรี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

4. การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

4.1 ศึกษาค้นคว้ารายละเอียดต่าง ๆ จากหนังสือ เอกสารทางวิชาการ ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.2 สร้างแบบสอบถามเพื่อวัดตัวแปรปัจจัย ที่ส่งผลต่อการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์หลักสูตรของนักศึกษาระดับปริญญาตรีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

4.3 นำแบบสอบถามตรวจสอบคุณภาพด้านความตรงเชิงเนื้อหาด้วยผู้เชี่ยวชาญ และด้านการวัดและประเมินผล จำนวน 3 ท่าน โดยตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ ความครอบคลุมเนื้อหาและความถูกต้องชัดเจนของภาษา หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาจากผู้เชี่ยวชาญแก้ไขตามข้อเสนอแนะโดยปรับแก้คำผิด การเขียนคำทับศัพท์ และตัดข้อคำถามที่มีความซ้ำซ้อน

4.4 นำแบบสอบถามหลังจากแก้ไขตามข้อเสนอแนะไปหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) ผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือพบว่าทุกข้อคำถามมีค่า 1.00 ทุกข้อ แสดงว่าสามารถนำแบบสอบถามมาทดลองใช้ได้ โดยปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญก่อน

4.5 นำแบบทดสอบไปทดลองใช้ (Try - out) กับนักศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 - 5 คณะบริหารธุรกิจคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และคณะวิศวกรรมศาสตร์ จำนวน 30 คน ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .96 แสดงว่าสามารถนำแบบสอบถามมาใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

5.1 ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จากกลุ่มตัวอย่าง โดยการส่งแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูล 2 ช่องทาง ได้แก่ ช่องทาง Google Form นำส่งแบบสอบถามให้กลุ่มเป้าหมายทาง Line Open Chat, Line Group, Facebook และนำส่งเอกสารแบบสอบถามให้กลุ่มเป้าหมายด้วยตนเอง กำหนดช่วงระยะเวลาเก็บข้อมูลระหว่าง วันที่ 1 กันยายน – 31 ตุลาคม 2565

5.2 เก็บรวบรวมแบบสอบถาม ได้จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด จำนวน 325 ข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 100 โดยแยกจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามตามรายชั้นปีที่กำลังศึกษา

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

6.1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยวิธีการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

6.2 วิเคราะห์ข้อมูลระดับการรับรู้ข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถามด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยวิธีการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

6.3 วิเคราะห์ความแตกต่างของการรับรู้การประชาสัมพันธ์ตามปัจจัยส่วนบุคคล และข้อสมมติฐาน โดยสถิติวิเคราะห์ t-test และ F-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one-way ANOVA)

6.4 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิดให้แสดงความคิดเห็นเพื่อนำมาวิเคราะห์เนื้อหา จากนั้นจัดหมวดหมู่ประเด็นหลัก และนำผลมาสรุปเป็นความเรียง

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 325 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 54.77 กำลังศึกษาอยู่ ชั้นปีที่ 1 – 5 จำนวนชั้นปีละ 65 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 สำเร็จการศึกษาจากสถานศึกษาสายอาชีพ จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 56.30 รับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ผ่าน Website มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ความถี่ 163 ข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 20.28 อาศัยอยู่ในภาคกลาง จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 57.23 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในระหว่าง 3,000 – 5,000 บาท จำนวน 193 คนคิดเป็นร้อยละ 59.40 สมัครเข้าศึกษาผ่านช่องทางโควตาคณะฯ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 หญิง	147	45.23
1.2 ชาย	178	54.77
2. ชั้นปีที่กำลังศึกษา		
2.1 ชั้นปีที่ 1	65	20.00
2.2 ชั้นปีที่ 2	65	20.00
2.3 ชั้นปีที่ 3	65	20.00
2.4 ชั้นปีที่ 4	65	20.00

2.5 ชั้นปีที่ 5	65	20.00
ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)		
ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. ลักษณะของสถานศึกษาที่สำเร็จการศึกษา		
3.1 สถานศึกษาสายสามัญ	138	41.54
3.2 สถานศึกษาสายอาชีพ	183	56.30
3.3 สถานศึกษาสายเฉพาะทาง	7	2.16
4. ช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร		
4.1 Website ที่ประชุมอธิการบดีแห่งประเทศไทย (ทปอ.)	20*	2.49
4.2 Website มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	163*	20.28
4.3 Website คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	98*	12.19
4.4 Facebook ฝ่ายพัฒนานักศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มทร.ธัญบุรี	86*	10.70
4.5 Facebook คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มทร.ธัญบุรี	89*	11.07
4.6 Line Group โควตาคณะฯ	49*	6.09
4.7 ครูแนะแนว	101*	12.57
4.8 เพื่อนแนะนำ	75*	9.33
4.9 รุ่นพี่แนะนำ	69*	8.59
4.10 กิจกรรมแนะแนวสัญจร	26*	3.23
4.11 โทรทัศน์	0*	0
4.12 วิทยุ	0*	0
4.13 ป้ายโฆษณา	2*	0.25
4.14 แผ่นพับ	7*	0.87
4.15 Tiktok	18*	2.24
5. ภูมิภาคที่อาศัยอยู่		
5.1 ภาคเหนือ	45	13.84
5.2 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	23	7.07
5.3 ภาคกลาง	186	57.23
5.4 ภาคตะวันออก	25	7.69
5.5 ภาคใต้	25	7.69
5.6 กรุงเทพมหานคร	19	5.84
5.7 ภาคตะวันตก	2	0.64
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
6.1 น้อยกว่า 3,000 บาท	69	21.23
6.2 3,000 - 5,000 บาท	193	59.40
6.4 5,001 - 7,000 บาท	42	12.92
6.5 7,001 - 9,000 บาท	14	4.30
6.6 มากกว่า 9,000 บาท	7	2.15
7. ช่องทางที่สมัครเข้าศึกษา		
7.1 MOU	16	4.92
7.2 TCAS1 Portfolio	81	24.92
7.3 TCAS2 Quota	29	8.92

7.4 TCAS3 รับตรงร่วมกัน	18	5.53
7.5 TCAS4 Admission	4	1.23

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7. ช่องทางที่สมัครเข้าศึกษา (ต่อ)		
7.6 TCAS5 รับตรงอิสระ	10	3.09
7.7 โครงการธนาคารหน่วยกิต (Creditbank)	1	0.30
7.8 โควตา ปวช./ปวส.	48	14.76
7.9 โควตาคณะฯ	87	26.80
7.10 รับตรง	3	0.92
7.11 สอบตรง	24	7.38
7.12 รับกลับเข้าศึกษา	4	1.23

* จำนวนความถี่ของข้อมูล

2. ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์หลักสูตรของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นักศึกษามีการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ฯ ภาพรวม 5 ด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, $SD = 0.86$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่นักศึกษารับรู้ข้อมูลพื้นฐานของคณะ/มหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 4.18$, $SD = 0.85$) รองลงมารับรู้ข้อมูลหลักสูตร ($\bar{X} = 4.14$, $SD = 0.84$) และรับรู้ข้อมูลหลักเกณฑ์การรับสมัคร ($\bar{X} = 4.11$, $SD = 0.81$) เมื่อเรียงลำดับการรับรู้จากค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ นักศึกษารับรู้ข้อมูลช่องทางและวิธีการสมัคร ($\bar{X} = 4.03$, $SD = 0.88$) ถัดไปรับรู้สวัสดิการและสิทธิประโยชน์ของนักศึกษา ($\bar{X} = 4.02$, $SD = 0.90$) ตามลำดับดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรับรู้ข่าวสารของผู้ตอบแบบสอบถาม

การรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของนักศึกษา	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. การรับรู้ข้อมูลพื้นฐานของคณะ/มหาวิทยาลัย			
1.1 นักศึกษาทราบสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัย	4.24	0.81	มากที่สุด
1.2 นักศึกษาทราบว่า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ	4.23	0.83	มากที่สุด
1.3 นักศึกษาทราบว่า มทร.ธัญบุรี เน้นผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติด้านนวัตกรรม	4.15	0.83	มาก
1.4 นักศึกษาทราบว่าคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มีหลักสูตรให้เลือกศึกษานอกจากหลักสูตรวิชาชีพครู	4.09	0.93	มาก
รวม	4.18	0.85	มาก
2. การรับรู้ข้อมูลหลักสูตร			
2.1 นักศึกษาทราบชื่อปริญญา และชื่อสาขาวิชาที่จะได้รับหลังสำเร็จการศึกษา	4.18	0.78	มาก
2.2 นักศึกษาทราบระยะเวลาในการเรียนตลอดหลักสูตรของตนเอง	4.28	0.75	มากที่สุด
2.3 นักศึกษาทราบรายละเอียดวิชาของหลักสูตรฯ ที่เรียน	4.00	0.89	มาก
2.4 นักศึกษาทราบจำนวนหน่วยกิตของหลักสูตรฯ ที่เรียน	4.01	0.93	มาก
2.5 นักศึกษาทราบรายละเอียดค่าเทอม ในสาขาวิชาของนักศึกษา	4.21	0.80	มากที่สุด
2.6 นักศึกษาทราบชัดเจนว่าหลักสูตรที่เรียนต้องสอบใบอนุญาตประกอบวิชาชีพ	4.16	0.90	มาก

การรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของนักศึกษา	$\bar{x}$	SD	ระดับ
รวม	4.14	0.84	มาก
3. การรับรู้ข้อมูลหลักเกณฑ์การรับสมัคร			
3.1 นักศึกษาทราบแผนการเรียนที่เปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ในหลักสูตร	4.06	0.80	มาก
3.2 นักศึกษาทราบคุณสมบัติที่เปิดรับสมัครนักศึกษาในหลักสูตรของนักศึกษา	4.14	0.78	มาก
3.3 นักศึกษาทราบระดับผลการเรียนที่เปิดรับสมัคร	4.15	0.77	มาก
3.4 นักศึกษาทราบว่าหากมีความสามารถเฉพาะด้านจะได้รับการพิจารณาพิเศษ	4.08	0.88	มาก
รวม	4.11	0.81	มาก
4. การรับรู้สวัสดิการและสิทธิประโยชน์ของนักศึกษา			
4.1 นักศึกษาทราบสิทธิประโยชน์ในการกู้ยืมกองทุนเพื่อการศึกษา (กยศ.)	4.06	0.83	มาก
4.2 นักศึกษาทราบสิทธิประโยชน์ในการขอรับทุนการศึกษาให้เปล่า, ทุนการศึกษาดูงานต่างประเทศ และทุนการศึกษาฝึกงานต่างประเทศ ฯลฯ	3.97	0.90	มาก
4.3 นักศึกษาทราบสิทธิประโยชน์ในการหารายได้พิเศษระหว่างเรียนในมหาวิทยาลัยฯ	3.92	0.95	มาก
4.4 นักศึกษาทราบสิทธิประโยชน์ในการประกันอุบัติเหตุสำหรับนักศึกษา	4.02	0.91	มาก
4.5 นักศึกษาทราบสิทธิประโยชน์ในการรับบริการห้องสมุด สื่อทรัพยากรการเรียนรู้	4.03	0.89	มาก
4.6 นักศึกษาทราบว่า มทร.ธัญบุรี มีหอพักภายในมหาวิทยาลัยราคาประหยัด	4.12	0.89	มาก
รวม	4.02	0.90	มาก
5. การรับรู้ข้อมูลช่องทางและวิธีการสมัคร			
5.1 นักศึกษาทราบช่องทางเปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	4.08	0.82	มาก
5.2 นักศึกษาทราบวิธีการสมัครเข้าศึกษาต่อผ่านระบบ TCAS	3.97	0.92	มาก
5.3 นักศึกษาทราบวิธีการสมัครเข้าศึกษาต่อผ่านระบบ สอบตรง/รับตรง	4.03	0.85	มาก
5.4 นักศึกษาทราบวิธีการสมัครเข้าศึกษาต่อผ่านระบบ MOU	3.96	0.92	มาก
5.5 นักศึกษาทราบวิธีการสมัครเข้าศึกษาต่อผ่านระบบ โควตา ปวช./ปวส.	4.01	0.88	มาก
5.6 นักศึกษาทราบวิธีการสมัครเข้าศึกษาต่อผ่านระบบ โควตาคณะฯ	4.13	0.86	มาก
รวม	4.03	0.88	มาก
ค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาในภาพรวม	4.08	0.86	มาก

3. ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์หลักสูตรของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำแนกตาม เพศ ชั้นปีที่กำลังศึกษา ลักษณะของสถานศึกษาที่สำเร็จการศึกษา ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร ภูมิภาคที่อาศัยอยู่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และช่องทางที่สมัครเข้าศึกษา ที่แตกต่างกันมีการรับรู้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ตารางผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	การยอมรับการรับรู้ข่าวสารของนักศึกษา				
	t-test	Sig.	(one-way ANOVA)	Sig.	แปลผล
H1 : เพศ	.416	.678			ปฏิเสธ
H2 : ชั้นปีที่กำลังศึกษา			.247	.912	ปฏิเสธ
H3 : ลักษณะของสถานศึกษาที่สำเร็จการศึกษา			1.947	.144	ปฏิเสธ
H4 : ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร			1.439	.189	ปฏิเสธ
H5 : ภูมิภาคที่อาศัยอยู่			1.099	.363	ปฏิเสธ
H6 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน			.420	.794	ปฏิเสธ
H7 : ช่องทางที่สมัครเข้าศึกษา			1.639	.087	ปฏิเสธ

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ผลวิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะของนักศึกษาในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์หลักสูตร หลักเกณฑ์วิธีการรับสมัครนักศึกษาใหม่ระดับปริญญาตรี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

1) ควรนำเสนอเนื้อหาจุดเด่นหลักสูตร แนวทางประกอบอาชีพ ข้อมูลศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จ สวัสดิการและสิทธิประโยชน์ของนักศึกษา ให้น่าสนใจ ใช้ภาษาที่อ่านแล้วเข้าใจง่ายเหมาะกับนักศึกษาในยุคปัจจุบัน

2) ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ที่หลากหลาย ให้เหมาะสมกับบริบทของนักเรียนและสถานศึกษายุคดิจิทัล และพัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงข้อมูลอย่างทั่วถึงทุกภูมิภาคโดยเฉพาะในพื้นที่ต่างจังหวัด

3) ปัญหาระบบรับสมัครนักศึกษาที่หลากหลายทำให้เกิดความสับสน คณะควรรวบรวมข้อมูลของรอบรับสมัครนักศึกษาใหม่ทุกระบบในที่เดียวเพื่อการรับรู้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียม และสร้างคู่มือชี้แจงรายละเอียด โหมดไลน์และคุณสมบัติที่เปิดรับสมัครในแต่ละรอบให้ชัดเจน

การอภิปรายและสรุปผล

ผลการศึกษา เรื่อง การรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์หลักสูตรของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เข้าศึกษาในปีการศึกษา 2561 – 2565 จำนวน 325 คน ผู้วิจัยเลือกประเด็นข้อค้นพบที่น่าสนใจนำมาอภิปราย ได้ดังนี้

1. นักศึกษาส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารข่าวสารการประชาสัมพันธ์หลักสูตรของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผ่านช่องทาง Website มหาวิทยาลัยซึ่งเป็นแหล่งสื่อสารข้อมูลทางการหลักของคณะ/มหาวิทยาลัย ที่มีข้อมูลครบทุกด้าน เป็นสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา เหมาะสมกับนักศึกษายุคปัจจุบันที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็น

ศูนย์กลางในการสืบค้นข้อมูล สอดคล้องกับงานวิจัยของพนมฉัตร คงพุ่ม (2563) ที่พบว่า นักศึกษาในมหาวิทยาลัยฯ ส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลข่าวสารทางสื่อออนไลน์ คือ Website มหาวิทยาลัย ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะใช้เพื่อรับรู้ข่าวสาร ประกาศ และกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยฯ คณะฯ และหน่วยงาน รวมถึงเพื่อสร้างความบันเทิงอีกด้วย และสอดคล้องกับงานวิจัยของนางเยาว์ ขัตติวงศ์ (2562) ที่พบว่า สื่อออนไลน์เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายที่สุด ทำให้รับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว และเป็นสื่อที่สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้ตลอด 24 ชั่วโมง

โดยนักศึกษารับรู้ข้อมูลพื้นฐานของคณะ/มหาวิทยาลัย อยู่ในระดับมาก ซึ่งนักศึกษาทราบสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยระดับมากที่สุด อาจเป็นเพราะว่าข้อมูลเหล่านี้เป็นประโยชน์โดยตรงกับนักศึกษาทั้งด้านการศึกษาและโอกาสทางอาชีพในอนาคต เป็นแหล่งข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ ชื่อเสียงของสถานศึกษา ทิศทางการพัฒนานักศึกษา รวมถึงคุณภาพทางสังคม ซึ่งเกี่ยวเนื่องถึงอัตราค่าใช้จ่ายในการครองชีพเมื่อนักศึกษาตัดสินใจเข้ามาศึกษา จึงเป็นข้อมูลแรกเริ่มที่นักศึกษาเลือกที่จะรับรู้ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาในการศึกษาต่อก่อนที่จะศึกษาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับหลักสูตรตามความชอบความถนัด เป้าหมายอาชีพในอนาคตรองลงมา สอดคล้องกับวิจัยของพิชญภา โสรรัตน์ และคณะ (2565) ที่พบว่า ปัจจัยด้านสถานศึกษาด้านสถาบัน ได้แก่ องค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อมร่มรื่น อากาศดี และสวยงามเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด และสอดคล้องกับวลัยพร ชันตะคุ และคณะ (2563) ที่พบว่าปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยได้ดังนี้ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีความโดดเด่นด้านเทคโนโลยี รองลงมาคือ เป็นมหาวิทยาลัยที่ติดอันดับต้น ๆ ของประเทศไทย จากการจัดอันดับโดยหน่วยงานในประเทศและต่างประเทศ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงด้านวิชาการ เป็นมหาวิทยาลัยที่ได้รับการคัดเลือกจาก สกอ. เป็นมหาวิทยาลัยวิจัยแห่งชาติ และเป็นมหาวิทยาลัยที่มีการจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคมและชุมชนเป็นลำดับสุดท้าย

การรับรู้สวัสดิการและสิทธิประโยชน์ของนักศึกษา แม้จะอยู่ในระดับมากแต่เมื่อเทียบกับประเด็นอื่นแล้วพบว่านักศึกษารับรู้น้อยที่สุด เป็นไปได้ว่านักศึกษาเลือกรับรู้เฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สอดคล้องกับทฤษฎีการเปิดรับสื่อ (media exposure) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยด้านการเลือกรับสื่อที่สอดคล้องกับตนเองเป็นกระบวนการเลือกรับข่าวสารของมนุษย์จะมีการเลือกจดจำ โดยแต่ละบุคคลมักจะจดจำในส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของตนเอง (Klapper J.T., อ้างถึงใน นางเยาว์ ขัตติวงศ์, 2562, หน้า 14)

2. ผลการเปรียบเทียบการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์หลักสูตรของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่า นักศึกษาที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในระดับมากไม่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็น เพศ ชั้นปีที่กำลังศึกษา ลักษณะของสถานศึกษาที่สำเร็จการศึกษา ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร ภูมิภาคที่อาศัยอยู่ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และช่องทางที่สมัครเข้าศึกษา อาจเป็นเพราะว่าในยุคปัจจุบันผู้คนสามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ได้อย่างง่ายและทั่วถึงในทุกพื้นที่ จึงช่วยลดข้อจำกัดด้านปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งแม้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันก็สามารถเข้าถึงข้อมูลและ

รับรู้ข่าวสารได้อย่างเท่าเทียมกัน สอดคล้องกับงานวิจัย Moogan (2020) พบว่า เว็บไซต์มหาวิทยาลัยและสื่อสังคมออนไลน์เป็นแหล่งข้อมูลหลัก ที่นักศึกษามาจากภูมิหลังที่แตกต่างกันสามารถเข้าถึงข้อมูลเหล่านี้ได้เท่าเทียมกันมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ O'Neill et al. (2020) ที่พบว่า ช่องว่างในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้โอกาสในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความเท่าเทียมกันมากขึ้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nguyen et al. (2021) ที่พบว่า ความชัดเจนและความเกี่ยวข้องของข้อมูลมีอิทธิพลต่อการรับรู้มากกว่าลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 นักศึกษาส่วนใหญ่สมัครเข้าศึกษาผ่านช่องทางโควตาคณะฯ ที่เป็นระบบรับตรงโดยคณะ ซึ่งเป็นระบบที่มีความเท่าเทียมสามารถสมัครได้ทั้งกลุ่มสถานศึกษาสามัญ สายอาชีพ และสายเฉพาะทางซึ่งมหาวิทยาลัยฯ ยังไม่มีระบบรองรับ จึงควรพัฒนาระบบการรับสมัครผ่านโควตาคณะฯ ให้มีความเสถียรสะดวกต่อการสมัครเข้าศึกษาเทียบเท่าระบบการรับเข้าช่องทางอื่น ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสในการรับนักศึกษาใหม่ให้จำนวนรับเข้าเป็นไปตามแผนรับในทุกปีการศึกษา

1.2 มหาวิทยาลัยและคณะควรเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์เป็นหลัก โดยเน้นเจาะจงกลุ่มเป้าหมายและพื้นที่ ช้อพื้นที่โฆษณาในสื่อออนไลน์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารและการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย

1.3 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ควรพัฒนาเว็บไซต์กลางของคณะ ที่รวมข้อมูลทุกด้านเกี่ยวกับหลักสูตร การรับสมัคร รอบการคัดเลือก คุณสมบัติ และวิธีการสมัครไว้ในที่เดียว จัดหมวดหมู่ข้อมูลให้ชัดเจน เช่น หลักสูตรและแนวทางอาชีพ รอบและเกณฑ์การรับสมัครคำถามที่พบบ่อย (FAQ) และช่องทางติดต่อสอบถาม พร้อมจัดทำคู่มือและไทม์ไลน์การสมัครเข้าศึกษาแบบเข้าใจง่ายในรูปแบบอินโฟกราฟิก หรือ E-book

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษารูปแบบการแนะแนวการศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีสำหรับคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่เหมาะสมกับนักศึกษาในยุคปัจจุบัน

2.2 ควรศึกษาปัจจัยเชิงจิตและปัจจัยเงื่อนไขในการศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

2.3 ควรประเมินประสิทธิภาพสื่อ แพลตฟอร์ม หรือกิจกรรม ที่ใช้สำหรับงานแนะแนวการศึกษาต่อและประกอบอาชีพ

2.4 ควรศึกษาแนวทางพัฒนางานแนะแนวการศึกษาต่อ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันให้มีความยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่

พฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลของผู้เรียนในปัจจุบันมีความหลากหลายและเปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน โดยนิยมรับข้อมูลผ่านช่องทางที่สะดวกและเข้าถึงได้ตลอดเวลา เช่น เว็บไซต์ Facebook TikTok และ LINE โดยมี ความคาดหวังในด้านความรวดเร็ว ความสะดวก และความชัดเจนของข้อมูล ทั้งนี้ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย กระชับ และอาจประกอบด้วยสื่อภาพหรือวิดีโอ เพื่อช่วยเสริมสร้างความเข้าใจและ ความน่าสนใจในเนื้อหา นอกจากนี้ ผู้รับสารมักเลือกที่จะรับรู้เฉพาะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของ ตนเอง ทั้งในเชิงการพัฒนาความรู้ และการนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจ เช่น การเลือกหลักสูตรหรือ สถานศึกษาที่เหมาะสม จึงทำให้ผู้ที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีการวางแผนงานอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มจากการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน การเลือกใช้เครื่องมือประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม การกลั่นกรองข้อมูลก่อนเผยแพร่ รวมถึงการกำหนดความถี่และช่วงเวลาของการเผยแพร่ให้เหมาะสมกับ พฤติกรรมการรับสื่อของผู้เรียน ทั้งนี้ การบริหารจัดการข้อมูลให้อยู่ในแหล่งเดียวกันอย่างเป็นระบบจะช่วยลด ความสับสนในการรับข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย และส่งเสริมให้เกิดการรับรู้ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึง การติดตามและประเมินผลการเข้าถึงสื่อหลังการประชาสัมพันธ์ ก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่สะท้อนถึงความสำเร็จ ของกระบวนการสื่อสารในยุคปัจจุบัน การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีรูปแบบที่ทันสมัยและเชื่อมโยงกับ บริบทดิจิทัล ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารเท่านั้น แต่ยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของ องค์กรให้มีความน่าเชื่อถือ ทันสมัย และสอดคล้องกับพฤติกรรมการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายในยุคปัจจุบันอย่าง แท้จริง

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องนี้สำเร็จลงไปด้วยดี เพราะได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนส่งเสริมงานวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญ รองศาสตราจารย์ ดร.ปริญญา มีสุข ผศ.ดร.เยาวลักษณ์ พิพัฒน์จำเริญกุล รศ.ดร.ปฐพีพัฒน์ เตชะลิ้มสกุล ดร.อังค์วรา วงษ์รักษา ผศ.ดร.ทรงธรรม ตีวานิชสกุล ผศ.ดร.สุกัญญา บุญศรี และ ผศ.ดร.วัชรภรณ์ เชื้อนวัง ที่กรุณาเสียสละเวลาในการประเมิน คุณภาพและให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวิจัย จนทำให้งานวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลงไปด้วยดี ทั้งนี้ งานวิจัยนี้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการพิจารณาผลงานทางวิชาชีพเบื้องต้นของบุคลากรสาย สนับสนุน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในการประชุมครั้งที่ 11/2567 วันที่ 5 พฤศจิกายน 2567 ผู้วิจัยขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2565). *จำนวนนักศึกษาใหม่ ปีการศึกษา*

2561 - 2565 ภาคเรียนที่ 1 ในสถาบันอุดมศึกษาทั้งหมด.

https://info.mhesi.go.th/stat_std_new.php?search_year=2561-2565

- นงเยาว์ ขัตติวงษ์. (2562). การศึกษาช่องทางการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
<http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/handle/123456789/3591>
- นุชรารภรณ์ เลี้ยงรื่นรมย์. (2565). มหาวิทยาลัยแบบไหนครองใจนักศึกษาไทย. <https://shorturl.asia/xFteH>
- พนมฉัตร คงพุ่ม. (2563). การศึกษาการรับรู้พฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. <http://www.repository.rmutt.ac.th/xmlui/handle/123456789/3756>
- พิชญภา โสรัตน์, นพตล อำนวยพรเลิศ และกนกวรรณ เชียงเงิน (2565). ความเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2565. *วารสารศิลปศาสตร์ราชชมงคลสุวรรณภูมิ*, 4(3), 499-511.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน. (2565). *รับสมัครนักศึกษา*
<https://oreg.rmutt.ac.th/Apply>
- วลัยพร ชันตะคุ, จริญญา สมอุดร และนวรรตน์วดี ชินอัครวัฒน์ (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีปีการศึกษา 2563. *Journal of Modern Learning Development*, 5(4), 28-39.
- Chundhitisakul, N. (2020, May 25). *Determining sample size using the Taro Yamane and Krejcie & Morgan sample size tables*. <https://www.thetsis.com/post/research-tips-sampling>.
- Likert, R. (1970). *New Partterns of Management*. McGraw-Hill.
- Moogan, Y. J. (2020). Marketing higher education in a digital world: Challenges and opportunities. *Journal of Marketing for Higher Education*, 30(1), 1-19.
- Nguyen, B., Le, A., & Smith, C. (2021). Student satisfaction with university marketing communication: The role of message content and channel preference. *International Journal of Educational Management*, 35(5), 978-995.
- O'Neill, B., Loader, B. D., Dutton, W. H., & Ctby, R. (2020). *Digital inclusion and social inequality: Comparing internet and mobile usage in Europe*. Edward Elgar Publishing.