

บทที่ 5

สรุปผลอภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักศึกษาวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อศึกษาการรับข้อมูลผ่านสื่อต่างๆ และเพื่อเสนอแนวทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประเภทต่างๆ กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จำนวน 300 คน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้รับกลับคืนมาเก็บรวบรวมเพื่อทำการวิเคราะห์หาค่าสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ (Percentage) แต่ละรายการ แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย

ตอนที่ 2 ศึกษาการรับข้อมูลผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std. Deviation)

ตอนที่ 3 สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียน วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std. Deviation)

สรุปผลการวิจัย

การรับข้อมูลผ่านสื่อประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ต่อแนวทางการประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักศึกษาวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ในด้านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทบุคคลกิจกรรม และด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ยกเว้นด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก

ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การรับข้อมูลผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ

ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การรับข้อมูลผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ยกเว้นประเด็นเฟซบุ๊กของวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน และประเด็นเว็บไซต์วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน อยู่ในระดับมาก

ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทบุคคลกิจกรรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การรับข้อมูลผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทบุคคลกิจกรรม อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ

ด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การรับข้อมูลผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมากทุกข้อ

สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการสมัครเรียน

จากการศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการสมัครเรียน ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ด้านบุคคล และด้านกิจกรรม พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และด้านกิจกรรม อยู่ในระดับมาก

ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียน อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ

ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียน ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ยกเว้นประเด็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนประเภทอื่นๆ และประเด็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการสมัครเรียนประเภทการติดต่อผ่านทางโทรศัพท์ อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านบุคคล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนส่วนมากอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นประเด็นบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนประเภทครูอาจารย์ ฝ่ายแนะแนวของโรงเรียน และประเด็นบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนประเภทเพื่อนรุ่นพี่

ด้านกิจกรรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียน ทุกข้ออยู่ในระดับปานกลาง

อภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจเกี่ยวกับแนวทางการประชาสัมพันธ์การรับสมัครนักศึกษา วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ทำให้ทราบความคิดเห็นของนักศึกษา วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน เกี่ยวกับช่องทางการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ ทั้งด้านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทบุคคล กิจกรรม ด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ และประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัคร ทั้งด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ด้านบุคคล และด้านกิจกรรม ผู้วิจัยจึงขอนำเสนอการอภิปรายผลการวิจัยดังต่อไปนี้

การรับข้อมูลผ่านสื่อประชาสัมพันธ์

ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การรับข้อมูลผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เทพฤทธิ์ คงเพชรขาว (2554 : 77) ที่ทำการศึกษา เรื่องการรับรู้สื่อโฆษณา ความพึงพอใจในการส่งเสริมการ และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการห้างเทสโก้โลตัสในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า สื่อโฆษณาประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ในภาพรวมมีการรับรู้ในระดับปานกลาง

ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การรับข้อมูลผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อยกเว้นประเด็นเฟซบุ๊กของวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน และประเด็นเว็บไซต์วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นายเจริญวัฒน์ เทวรัตน์ (2555 : 52) ที่ทำการศึกษา เรื่องพฤติกรรมและความต้องการของผู้สมัครเรียนในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์วิทยพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นครศรีธรรมราช พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อินเทอร์เน็ตผู้สมัครเรียนมีความต้องการมาก

ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทบุคคลกิจกรรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การรับข้อมูลผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทบุคคลกิจกรรม อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ซึ่งแย้งกับงานวิจัยของ นายเจริญวัฒน์ เทวรัตน์ (2555 : 52) ที่ทำการศึกษา เรื่องพฤติกรรมและความต้องการของผู้สมัครเรียนในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์วิทยพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นครศรีธรรมราช พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทบุคคลผู้สมัครเรียนมีความต้องการในระดับมาก สาเหตุดังกล่าวอาจเนื่องมาจากปัจจุบันสื่อประเภทอิเล็กทรอนิกส์ เช่น อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์เคลื่อน เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแพร่หลายและมีความสะดวก

ด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การรับข้อมูลผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมากทุกข้อ สอดคล้องกับงานวิจัยของณัชชา สุวรรณวงศ์ (2560 : 36) ที่ทำการศึกษา เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาระดับปริญญาตรีด้านเนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์ในภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย หลักสูตรการเรียนการสอน มีตลาดแรงงานรองรับ มีห้องปฏิบัติการทันสมัย อยู่ในระดับมาก

สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการสมัครเรียน

ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียน อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เทพฤทธิ์ คงเพชร ขาว (2554 : 77) ที่ทำการศึกษา เรื่องการรับรู้สื่อโฆษณา ความพึงพอใจในการส่งเสริมการ และพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใช้บริการห้างเทสโก้โลตัสในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า สื่อโฆษณาประเภทแผ่นพับ ใบปลิว โปสเตอร์ มีการรับรู้ในระดับปานกลาง

ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียน ทุกข้ออยู่ในระดับมาก ยกเว้นประเด็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนประเภทอื่นๆ และประเด็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการสมัครเรียนประเภทการติดต่อผ่านทางโทรศัพท์ อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของนายเจรวัดน์ เทวรัตน์ (2555 : 52) ที่ทำการศึกษา เรื่องพฤติกรรมและความต้องการของผู้สมัครเรียนในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์วิทย์พัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นครศรีธรรมราช

พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์อินเทอร์เน็ตผู้สมัครเรียนมีความต้องการมาก

ด้านบุคคล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนส่วนมากอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นประเด็นบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนประเภทครูอาจารย์ ฝ่ายแนะแนวของโรงเรียน และประเด็นบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียนประเภทเพื่อนรุ่นพี่ อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ นายเจรวัดน์ เทวรัตน์ (2555 : 53) ที่ทำการศึกษา เรื่องพฤติกรรมและความต้องการของผู้สมัครเรียนในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์วิทย์พัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นครศรีธรรมราช พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทบุคคล เช่น ครู อาจารย์ฝ่ายแนะแนว ผู้สมัครเรียนมีความต้องการอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของเมธาวิ สุขปาน ที่ศึกษา เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียนกรณีศึกษาวิทยาลัยพาณิชยการธัญบุรี พบว่า ปัจจัยด้านผู้ปกครอง รุ่นพี่ศิษย์เก่า อยู่ในระดับมาก

ด้านกิจกรรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของนายเจรวัดน์ เทวรัตน์ (2555 : 54) ที่ทำการศึกษา เรื่องพฤติกรรมและความต้องการของผู้สมัครเรียนในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์วิทย์พัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นครศรีธรรมราช พบว่า ความต้องการของผู้สมัครเรียนประเภทการแนะแนวในโรงเรียน การจัดนิทรรศการอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเรียน ประเด็นการจัดนิทรรศการร่วมกับกิจกรรมของโรงเรียน และประเด็นการแนะแนวการศึกษาในโรงเรียน อยู่ในระดับปานกลาง สาเหตุดังกล่าวอาจเนื่องมาจากการจัดนิทรรศการเป็นกิจกรรมที่ทาง

โรงเรียนจัดขึ้นร่วมกับกิจกรรมอื่นๆ จึงทำให้นักเรียนไม่ได้สนใจเท่าที่ควรและเป็นกิจกรรมเฉพาะพื้นที่อาจเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ไม่ทั่วถึง

ข้อเสนอแนะที่

1. จากผลการวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่านักศึกษามีความเห็นด้านเนื้อหาขอสื่อมีความสำคัญมาก ดังนั้นทางผู้ที่เกี่ยวข้องควรใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อประเภทเนื้อหาให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น
2. จากผลการวิจัยเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ พบว่านักศึกษาให้ความสำคัญทั้งทางด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อด้านบุคคล และสื่อด้านกรรมการแนะแนวการศึกษา ดังนั้นทางผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีการนำเสนอการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อช่องทางทั้ง 3 ด้าน เข้าใจง่าย ไม่ต้องซับซ้อนให้ทั่วถึงและรวดเร็ว เพื่อให้ผู้รับสารเข้าถึงข้อมูลการประชาสัมพันธ์การแนะแนวการศึกษาได้รวดเร็วและแพร่หลายมากขึ้น
3. ควรจัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ให้มีความสามารถในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ เทคนิคการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ขององค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น
4. ควรมีการทำวิจัยนักศึกษาภาคพิเศษปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการสมัครเรียนต่อ ระดับปริญญาตรี (ภาคพิเศษ) วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลาย
5. ควรมีการทำวิจัยนักศึกษาทุกชั้นปีโดยการเปรียบเทียบความเห็นนักศึกษาด้านความคาดหวังต่อการประชาสัมพันธ์การรับนักศึกษา