

การศึกษาความต้องการสารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

A STUDY OF INFORMATION NEEDS ON DECISION TO STUDY BACHELOR DEGREE AT
CHAIYAPHUM RAJABHAT UNIVERSITY

อุษณีย์ พรหมเดื่อ* และ รศ.ดร.มาลี กาบมาลา

Usanee Promdua* and Assoc. Prof. Dr. Malee Kabmala

สาขาวิชาการจัดการสารสนเทศ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น 40002

Program in Information Management Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University,
Khon Kaen 40002, Thailand

*Corresponding author: aeusanee@gmail.com

วันที่รับบทความ 7 สิงหาคม 2560 วันที่แก้ไขบทความ 15 ตุลาคม 2560 วันที่ตอบรับ 30 ตุลาคม 2560 วันที่เผยแพร่ 30 เมษายน 2562

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการสารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ ซึ่งแบ่งการศึกษออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การศึกษาความต้องการสารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ 2) การศึกษาความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อหลักสูตรระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการจัดเก็บข้อมูล และเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 6 จำนวน 241 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ กำหนดขอบเขตความคลาดเคลื่อน 0.05 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดชัยภูมิ (ร้อยละ 73.0) และมีเหตุผลในการเลือกมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิเพื่อศึกษาต่อ คือ มหาวิทยาลัยตั้งอยู่ใกล้ภูมิลำเนา (ร้อยละ 53.9) ด้านความต้องการสารสนเทศ แบ่งเป็น 1.ความต้องการสารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิในระดับมาก ประกอบด้วย 1) สารสนเทศด้านเครือข่ายและการรองรับการมีงานทำ ($\bar{x} = 4.08$) 2) สารสนเทศด้านทุนการศึกษา ($\bar{x} = 3.98$) 3) สารสนเทศด้านอัตราค่าใช้จ่าย ($\bar{x} = 3.75$) 4) สารสนเทศด้านหลักสูตร ($\bar{x} = 3.74$) 5) สารสนเทศด้านอาจารย์ ($\bar{x} = 3.68$) 6) สารสนเทศพื้นฐานของมหาวิทยาลัย ($\bar{x} = 3.61$) 2. ความต้องการสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า นักเรียน มีความต้องการสารสนเทศจากสื่อรูปแบบเว็บไซต์มากที่สุด รองลงมาคือ วัสดุสิ่งพิมพ์ สังคมออนไลน์ สื่อบุคคล และสื่อมวลชน

คำสำคัญ : ความต้องการสารสนเทศ, การประชาสัมพันธ์, หลักสูตร

ABSTRACT

The objectives of the research were; 1) To study investigate the influence of information needs for making decision to study in this university, 2) To study examine the necessary of media information for decision - making. The sample populations were Matthayom 6 students 241 people. Random sampling by stratified random sampling and allowable error 0.05 Data were collected from by questionnaire. Percentage and Standard deviation were applied for the data analysis.

This study revealed that students were major from Chaiyaphum province (73.0 percent) chosen here for study because of the location (53.9percent). 1.Information needs were divided into 1) network and workplace information ($\bar{x} = 4.08$) 2) scholarship information ($\bar{x} = 3.98$) 3) expense information ($\bar{x} = 3.75$) 4) curriculum Information ($\bar{x} = 3.74$) 5) instructors information 6) basic information of the university ($\bar{x} = 3.61$) 2. Information needs in media found that students requiring information mostly from the website, printing media, social online, personal media, and mass media respectively.

Keywords : Information Needs, Public Relation, Curriculum

บทนำ

สารสนเทศมีบทบาทอย่างมากต่อการใช้ชีวิตของคนเรา เพราะการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย ความรวดเร็วของการส่งข้อมูล ช่องทางการรับรู้สารสนเทศที่มีอย่างรอบด้าน สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่องค์กรทุกภาคส่วนที่มีการดำเนินงาน เจริญการแข่งขัน เพื่อแย่งชิงกลุ่มลูกค้า ต้องหันมาให้ความสำคัญมากขึ้น ซึ่งองค์กรต้องปรับตัวและทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้า โดย “ความต้องการต่าง ๆ อาจเกิดจากปัญหา ความไม่แน่นอน และความไม่ชัดเจนในประสบการณ์หรือความเชี่ยวชาญขององค์กรหรือความต้องการรับรู้ข้อมูลองค์กรที่เปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมหรือเปลี่ยนแปลงใหม่ องค์กรต้องรู้การวิเคราะห์ความต้องการและวิธีการค้นหาสารสนเทศเพื่อให้มีความเหมาะสมและช่วยในการตัดสินใจและการแก้ปัญหา ภายใต้ข้อคำถามที่ว่า สารสนเทศอะไรบ้าง ที่กลุ่มผู้ใช้ต้องการ ทำไมจึงต้องการสารสนเทศนั้น และจะนำสารสนเทศนั้นไปใช้อย่างไร ” (CHOO, 2002) แนวทางเช่นนี้จะได้อีกข้อได้เปรียบขององค์กรที่นำไปสู่การสร้างความสำเร็จให้แก่ผู้ใช้สารสนเทศ โดยเฉพาะการจัดหาสารสนเทศที่ตรงต่อความต้องการของลูกค้าเพื่อดึงเอากลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเลือกใช้บริการหรือซื้อสินค้าในองค์กรของตนเอง องค์กรทางการศึกษาเป็นอีกหนึ่งองค์กรที่ถูกปรับเปลี่ยนเป็นธุรกิจการศึกษา มีสภาวะการณ์การแข่งขันของสถานศึกษาที่รุนแรงมากขึ้น ซึ่งเกิดจากการเพิ่มจำนวนสถานศึกษาที่มากขึ้นอีกทั้งข้อจำกัดของงบประมาณเงินอุดหนุนจากภาครัฐ ส่งผลให้สถานศึกษาต่างต้องดิ้นรนหารายได้และหาลูกค้าเพื่อความอยู่รอดโดยเฉพาะองค์กรทางการศึกษาระดับอุดมศึกษาหรือมหาวิทยาลัยทั่วโลกที่นักศึกษาถือเป็นกลุ่มลูกค้าของมหาวิทยาลัย ซึ่งต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก จากงานวิจัยการทดสอบแนวคิดของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา พบว่า ผู้เรียนได้จ่ายค่าเล่าเรียนเพื่อเข้าศึกษา ซึ่งเป็นการซื้อบริการอย่างหนึ่ง ทั้งบริการด้านวิชาการและบริการทั่วไปอื่น ๆ ของสถานศึกษา นักเรียนจึงถือเป็นลูกค้า และลูกค้าเป็นผู้สำคัญที่สุด (Watijatrakul, 2009) ดังนั้น ผู้บริหารองค์กรหรือผู้บริหารมหาวิทยาลัยควรนำความต้องการของผู้ใช้สารสนเทศมาวางแผนและพัฒนากลยุทธ์การจัดการสารสนเทศทางการตลาดที่ดี เพื่อให้ได้สารสนเทศที่ถูกต้องและทันสมัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดการปัญหาขององค์กรส่งผลทำให้ดำเนินงานได้เปรียบเชิงการแข่งขันและนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

การแข่งขันของมหาวิทยาลัยไทยนับวันยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้น ซึ่งเป็นผลกระทบมาจากการเปิดหลักสูตรการเรียนการสอนและการขยายวิทยาเขต หรือสาขาของมหาวิทยาลัยไปยังพื้นที่ต่าง ๆ จำนวนมากเพื่อขยายโอกาสทางการศึกษาและกระจายโอกาสไปยังผู้คนในชนบทต่าง ๆ อีกด้านหนึ่งของการขยายโอกาสทางการศึกษาที่เพิ่มขึ้นเช่นนี้ กลับกลายเป็นการสร้างธุรกิจทางการศึกษาที่ทุกมหาวิทยาลัยต่างต้องแข่งขันเพื่อให้นักศึกษาเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยของตนมากขึ้น โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยของรัฐที่กำลังปรับเปลี่ยนไปสู่ลักษณะของความเป็นเอกชน (Privatization) การพัฒนาเชิงการแข่งขัน การบริหารจัดการงบประมาณด้วยตนเองสิ่งเหล่านี้จะเป็นการผลักดันให้มหาวิทยาลัยตกอยู่ภายใต้แรงกดดันของกระแสทุนนิยมเชิงพาณิชย์ ส่งผลให้มหาวิทยาลัยต้องหารายได้เพื่อเลี้ยงตนเองให้อยู่รอด (ดรณศักดิ์ ตติยะลาภะ, 2554) มหาวิทยาลัยหลายแห่งจึงต้องพยายามแสวงหาโอกาสสร้างจุดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์ให้แก่มหาวิทยาลัย นอกจากนี้ทางด้านสัดส่วนประชากรวัยเด็ก และวัยแรงงาน ยังมีแนวโน้มลดลง ในขณะที่สัดส่วนของประชากรกลุ่มผู้สูงอายุ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 13.2 ในปี พ.ศ. 2553 เป็นร้อยละ 32.1 ในปี พ.ศ. 2583 และในปี 2560 คาดว่าสัดส่วนประชากรวัยเด็กจะเท่ากับสัดส่วนของผู้สูงอายุ (มูลนิธิพัฒนางานผู้สูงอายุ, 2558) ซึ่งมหาวิทยาลัยไม่อาจต้านทานการเปลี่ยนแปลงทางด้านกลุ่มประชากร การแข่งขันเพื่อให้มหาวิทยาลัยตนเอง เป็นตัวเลือกอันดับต้น ๆ ของนักศึกษา การวางแผนกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย และการอำนวยความสะดวกสำหรับการเข้าถึงตามความต้องการสารสนเทศของนักศึกษาจึงเป็นภารกิจที่สำคัญอย่างมาก (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์, 2555)

มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐ มีภารกิจสำคัญในการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา ในปัจจุบันเปิดการเรียนการสอนระดับปริญญาตรี จำนวนทั้งสิ้น 8 หลักสูตร 25 สาขาวิชา (กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ, 2558) ซึ่งการจัดการหลักสูตรและการประชาสัมพันธ์แบ่งการดำเนินงาน ดังนี้ 1) การจัดการเรียนการสอน ดำเนินการโดยหน่วยงานระดับคณะ 2) การรับสมัครนักศึกษา ดำเนินการโดยกองบริการการศึกษา และ 3) ประชาสัมพันธ์หลักสูตรดำเนินการโดยหน่วยงานระดับคณะ กองบริการการศึกษา และงานประชาสัมพันธ์

ผลจากการดำเนินงานที่ผ่านมาพบว่า จำนวนนักศึกษาในแต่ละปีการศึกษาบางสาขาวิชามีจำนวนลดลง บางสาขาวิชาจำเป็นต้องปิดหลักสูตร ปัญหาส่วนหนึ่งได้รับผลกระทบจากจำนวนคู่แข่งสถาบันการศึกษาภายในจังหวัดที่เปิดการเรียนการสอนมากขึ้น ประกอบกับชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยที่ยังไม่เป็นที่รู้จักและสิ่งสำคัญ คือ การให้บริการสารสนเทศตามความต้องการของนักศึกษาคลาดเคลื่อน ขาดหน่วยงานหลักในการจัดการสารสนเทศและการประชาสัมพันธ์หลักสูตรโดยตรง มหาวิทยาลัยจึงจำเป็นต้องหาแนวทางการจัดการข้อมูลและปรับแผนการรับนักศึกษา แผนการดำเนินงานการปรับปรุงภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนเพื่อสร้างศรัทธาและความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์และพัฒนามหาวิทยาลัยต่อไป (คณะกรรมการติดตาม ตรวจสอบ

และประเมินผลงาน มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ, 2558) ซึ่ง Cleopatra et al. (2016) กล่าวว่าสิ่งสำคัญในการเลือกมหาวิทยาลัยของนักเรียน คือ สารสนเทศที่ดีตรงต่อความต้องการ มีความทันสมัย ถูกต้องและสามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็วเพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักศึกษา

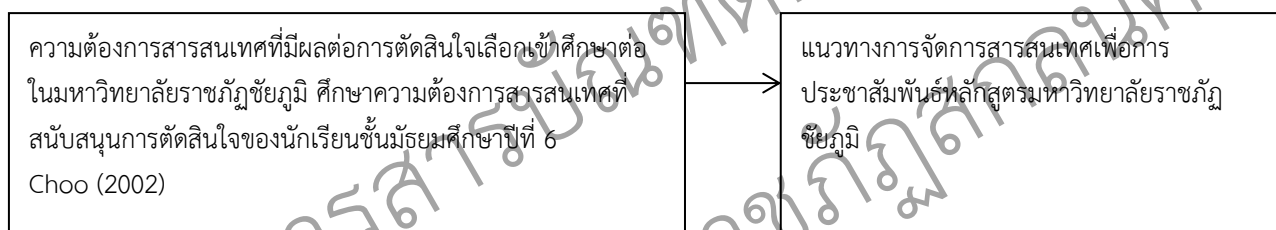
ดังนั้น การรู้ความต้องการของนักเรียนที่แท้จริงก่อนการประชาสัมพันธ์จะเป็นอีกหนึ่งช่องทางการนำมาซึ่งการได้เปรียบเชิงการแข่งขันของมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยต้องรู้และเข้าถึงความต้องการ และนำความต้องการของนักเรียน มาเป็นข้อมูลในการจัดการเป็นสารสนเทศของมหาวิทยาลัยเพื่อนำไปสู่การวางแผนการประชาสัมพันธ์ที่ตรงตามความต้องการให้มากที่สุด ผู้วิจัยจึงได้เลือกศึกษาความต้องการสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 เพื่อรวบรวมวิเคราะห์ความต้องการของนักเรียน เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและนำมาเป็นข้อเสนอแนะในการจัดการสารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์หลักสูตร มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิที่มีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

ศึกษาความต้องการสารสนเทศของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แนวคิดการจัดการสารสนเทศของ Choo (2002) โดยศึกษาและรวบรวมความต้องการของผู้ใช้สารสนเทศ เพื่อการค้นหาสารสนเทศที่เหมาะสมที่สนับสนุนการตัดสินใจของผู้ใช้สารสนเทศ และกระบวนการเผยแพร่สารสนเทศ ซึ่งเป็นการศึกษาสื่อสารสนเทศที่ส่งออกหรือถ่ายทอดสารสนเทศผ่านสื่อ การเลือกรูปแบบสื่อสารสนเทศของมหาวิทยาลัยที่ตรงตามความต้องการของผู้ใช้สารสนเทศมากที่สุด



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 จากโรงเรียนในอันดับที่มีสถิติเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิมากที่สุด 5 อันดับ รวมจำนวนทั้งสิ้น 1,036 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) กำหนดขอบเขตความคลาดเคลื่อน 0.05 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้ จำนวนทั้งสิ้น 288 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (stratified random sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 สารสนเทศและสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ หาค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามได้จากผลการวิเคราะห์ค่า แอลฟา ครอนบาช (Cronbach's alpha) คำนวณโดยใช้โปรแกรม SPSS พบว่าค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87 ถือได้ว่าเครื่องมือที่นำไปใช้มีความน่าเชื่อถือ จากนั้นจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อไปนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 จำนวน 5 โรงเรียน ดำเนินการเก็บข้อมูลในระหว่างวันที่ 15 ตุลาคม – 20 พฤศจิกายน 2559 ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามผ่านงานธุรการของโรงเรียน ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้รวมจำนวนทั้งสิ้น 288 ชุด ได้รับแบบสอบถามกลับคืน จำนวน 241 ชุด คิดเป็นร้อยละ 83.68 และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สรุปผลการวิจัย

นักเรียนส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดชัยภูมิ ร้อยละ 73.0 และให้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ เพราะมหาวิทยาลัยตั้งอยู่ใกล้ภูมิลำเนา ร้อยละ 53.9 โดยมีความต้องการสารสนเทศและสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อหลักสูตรระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ พบว่า นักเรียนมีความต้องการสารสนเทศด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศทางด้านเครือข่ายและการรองรับการมีงานทำ พบว่า นักเรียนมีความต้องการสารสนเทศข้อมูลรายชื่อสถานที่ประกอบการหรือหน่วยงานที่รองรับนักศึกษาหลังสำเร็จการศึกษาหลักสูตรมีการลงนามข้อตกลงหรือสร้างเครือข่ายร่วมกันระหว่างหลักสูตรกับสถานที่ประกอบการหรือหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉลี่ยรวมของความต้องการสารสนเทศอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.08$)

2. ความต้องการสารสนเทศทางด้านทุนการศึกษา พบว่า นักเรียนมีความต้องการสารสนเทศกองทุนกู้ยืมทางการศึกษาอย่างทั่วถึงตามสิทธิที่ควรได้รับและการมีทุนเรียนฟรีสำหรับผู้ได้รับคะแนนสูงสุดโดยเฉลี่ยรวมของความต้องการสารสนเทศด้านทุนการศึกษายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.98$)

3. ความต้องการสารสนเทศทางด้านอัตราค่าใช้จ่าย พบว่า นักเรียนมีความต้องการสารสนเทศทางด้านอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษา การแบ่งจ่ายค่าธรรมเนียมการศึกษาเป็นรายงวด หลักสูตรเป็นแบบเหมาจ่าย และการมีอัตราค่าใช้จ่ายในการศึกษาอยู่ในขอบเขตที่สามารถเข้าศึกษาจนกระทั่งสำเร็จการศึกษาได้ โดยเฉลี่ยรวมของความต้องการสารสนเทศด้านอัตราค่าใช้จ่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$)

4. ความต้องการสารสนเทศทางด้านหลักสูตร พบว่า นักเรียนมีความต้องการสารสนเทศที่เกี่ยวข้องรายละเอียดหลักสูตรวิชาที่เปิดสอน จำนวนหน่วยกิตและโครงสร้างหลักสูตรมีความเหมาะสม หลักสูตรมีการปรับเทียบโอนจำนวนหน่วยกิตจากสถาบันที่เคยศึกษามาก่อน การมีรายวิชาสหกิจศึกษาหรือฝึกประสบการณ์มีการจัดฝึกอบรมภาษาอังกฤษให้แก่นักศึกษาหรือผู้สนใจหลักสูตรมีระบบการสอนที่หลากหลายรูปแบบ และมีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอมีสารสนเทศสนับสนุนการเป็นที่ต้องการตลาดแรงงาน ในหลักสูตรนั้น ๆ โดยเฉลี่ยรวมของความต้องการสารสนเทศด้านหลักสูตรอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$)

5. ความต้องการสารสนเทศทางด้านอาจารย์ พบว่า นักเรียนมีความต้องการสารสนเทศทางด้านชื่อเสียง ประสบการณ์ความเชี่ยวชาญในการสอนและวิจัยของอาจารย์ ผลงานทางวิชาการของอาจารย์เป็นที่รู้จักและยอมรับ การมีส่วนในการส่งเสริมผลักดัน ให้นักศึกษาเข้าร่วมการแข่งขันทางวิชาการหลักสูตรมีผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกมาบรรยายประสบการณ์พิเศษและอาจารย์มีผลงานวิจัยและผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ตรงต่อความสนใจของนักศึกษาเฉลี่ยโดยรวมของความต้องการสารสนเทศด้านอาจารย์อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.68$)

6. ความต้องการสารสนเทศพื้นฐานของมหาวิทยาลัย พบว่า นักเรียนมีความต้องการสารสนเทศทางด้านช่องทางการติดต่อสื่อสาร ประกอบด้วย แผนที่ หมายเลขโทรศัพท์ ช่องทางการติดต่อเพื่ออำนวยความสะดวก นอกจากนั้นยังมีความต้องการทางด้านกายภาพ เช่น สภาพแวดล้อมภายในและโดยรอบสถานที่ศึกษาที่มีความปลอดภัย สวยงาม มหาวิทยาลัยมีแหล่งบริการโดยรอบมหาวิทยาลัย สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มีรถสาธารณะบริการอำนวยความสะดวกต่อการเดินทาง มีสถานที่ออกกำลังกายหรือสถานที่ส่งเสริมสุขภาพ สถานที่จอดรถ เพียงพอและปลอดภัย มีสื่อ อุปกรณ์สนับสนุนการเรียนการสอนที่เพียงพอและทันสมัยมีรูปแบบห้องเรียน อาคารเรียนที่ทันสมัย มีระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ครอบคลุม มหาวิทยาลัยมีหอพักสำหรับบริการนักศึกษาที่ตั้งใกล้มหาวิทยาลัย มีแหล่งค้นคว้าที่ทันสมัย และตรงตามความต้องการของนักศึกษา สารสนเทศทางด้านชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเป็นที่ยอมรับ มหาวิทยาลัยได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานภายนอก มหาวิทยาลัยมีส่วนร่วมกับชุมชน และมหาวิทยาลัยมีการลงนามความร่วมมือกับสถานที่ประกอบการโดยเฉลี่ยรวมของความต้องการสารสนเทศพื้นฐานอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.61$)

7. ความต้องการสารสนเทศทางด้านนักศึกษาและศิษย์เก่า พบว่า นักเรียนมีความต้องการสารสนเทศเชิงผลงาน รางวัลที่ได้รับของนักศึกษา สารสนเทศศิษย์เก่า สัมพันธ์พี่น้อง และความสำเร็จการมีงานทำของรุ่นพี่หลังสำเร็จการศึกษา โดยเฉลี่ยรวมของความต้องการสารสนเทศอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.48$)

นอกจากสารสนเทศที่นักศึกษาต้องการแล้ว ยังพบว่า สื่อสารสนเทศถือเป็นส่วนสำคัญอย่างมากต่อการเข้าถึง และนับว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเผยแพร่สารสนเทศไปยังกลุ่มนักเรียน ซึ่งจากการศึกษาพบนักเรียนมีความต้องการสารสนเทศ จากสื่อทุกรูปแบบ โดยสื่อสารสนเทศที่นักเรียนเลือกใช้มากที่สุด แบ่งได้ 3 สื่อ ดังนี้ 1) สื่อสังคมออนไลน์ นักเรียนเลือกใช้ศึกษาสารสนเทศพื้นฐานของมหาวิทยาลัย 2) สื่อเว็บไซต์ นักเรียนเลือกใช้ศึกษาสารสนเทศทางด้านหลักสูตร ด้านเครือข่ายและการรองรับการมีงานทำ

ด้านการศึกษาด้านอาจารย์ และ 3) สื่อสิ่งพิมพ์ นักเรียนเลือกใช้ศึกษา สารสนเทศทางด้านอัตราค่าใช้จ่าย และสารสนเทศทางด้านนักศึกษาและศิษย์เก่า

อภิปรายผลการวิจัย

นักเรียนมีความต้องการสารสนเทศในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย

1. สารสนเทศพื้นฐานของมหาวิทยาลัย สะท้อนให้เห็นว่า นักเรียนให้ความสำคัญกับการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย จนกระทั่งสำเร็จการศึกษา การมีสารสนเทศพื้นฐานจะเป็นส่วนหนึ่งในการยืนยันคุณภาพชีวิตในระหว่างการศึกษา การมีสื่ออุปกรณ์ที่ทันสมัยถือเป็นสิ่งที่นักเรียนยุคใหม่ให้ความสำคัญ ด้วยการเรียนรู้ที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย ไม่ใช่เพียงแค่การเรียนกับอาจารย์ผู้สอนตามรายวิชานั้น ๆ การเรียนรู้นอกห้องเรียน การศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเพิ่มเติมองค์ความรู้ และผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับ เกษรา โพธิ์เย็น (2550) ที่พบว่า นักศึกษาต้องการสารสนเทศทางด้านความสะดวกต่อการเดินทางความปลอดภัยจากสภาพแวดล้อมโดยรอบมีแหล่งค้นคว้าที่ทันสมัย อีกทั้งชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยที่ได้รับยอมรับ การได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัย และการมีส่วนร่วมหรือลงนามความร่วมมือกับชุมชนหรือสถานประกอบการหรือหน่วยงานภาครัฐ จะเป็นการบ่งบอกถึงการเป็นที่รู้จักและยอมรับในสังคมซึ่งอาจรวมไปถึงการยอมรับผู้สำเร็จการศึกษาจากสถาบันนั้น ๆ เข้าทำงาน ซึ่งจะส่งผลดีโอกาสในการว่างงานหลังสำเร็จการศึกษาและเพิ่มความภูมิใจในสถาบันให้แก่ตัวผู้เรียนด้วยอีกทางหนึ่ง

2. ความต้องการสารสนเทศทางด้านหลักสูตร จะเห็นได้นักเรียนให้ความสำคัญต่อหลักสูตรเป็นอย่างมากซึ่งจะบ่งบอกถึงองค์ความรู้ที่นักเรียนจะได้รับครอบคลุมตามความต้องการหรือเหนือกว่าหลักสูตรเดียวกันในสถาบันอื่นได้อย่างไร สอดรับกับงานวิจัยของรัชนิกร อินเล็ก (2548) พบว่า นักเรียนให้ความสำคัญต่อหลักสูตรที่เปิดสอนครอบคลุมเนื้อหาวิชาและมีความน่าสนใจ คำนึงถึงระยะเวลาในการศึกษา และงานวิจัย พินดา สังฆพันธ์ (2551) พบว่า นักศึกษาให้ความสำคัญกับการมีรายวิชาสหกิจศึกษา โครงสร้างหลักสูตรมีความหลากหลายอีกทั้งปัจจุบันนักเรียนตื่นตัวกับการเรียนรู้ภายนอกห้องเรียนการมีโอกาสได้ฝึกปฏิบัติงานจริงซึ่งเป็นช่องทางให้นักเรียนได้แสดงศักยภาพ และการได้รับโอกาสในการคัดเลือกหรือเชิญชวนให้สมัครหรือทำงานกับหน่วยงานที่นักศึกษาได้ฝึกงานหรือสหกิจในที่นั้น ๆ อีกด้วย

3. ด้านความต้องการทางตลาดแรงงาน จากการแข่งขันทางอาชีพที่สูงขึ้นการเลือกศึกษาในหลักสูตรใด ๆ นั้น ผู้เรียนต้องคำนึงถึงผลสำเร็จหลังการศึกษา แนวโน้มการมีงานทำในอนาคตรวมถึงการมีทักษะหรือความสามารถอื่น ๆ เพิ่มเติมจากหลักสูตรที่ศึกษามาเพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนั้น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของนพวรรณ อัมดวง (2554) พบว่า หลักสูตรต้องมีจัดการเรียนภาษาอังกฤษให้แก่ นักศึกษา มีระบบการเรียนการสอนที่หลากหลายและคำนึงถึงตลาดแรงงานที่รองรับหลักสูตรนั้น ๆ ให้มากที่สุด

4. ความต้องการสารสนเทศด้านเครือข่ายและการรองรับการมีงาน เป็นอีกส่วนสำคัญในการเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับนักเรียนการขอความร่วมมือในการดำเนินการหรือจัดกิจกรรมทางการศึกษา การมีเครือข่ายเพื่อเพิ่มเติมแหล่งเรียนรู้ เครือข่ายการฝึกประสบการณ์หรือสหกิจ ที่มีคุณภาพ หรือแม้กระทั่งโอกาสในการทำงานหลังสำเร็จการศึกษาเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสนับสนุนการตัดสินใจของนักเรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภทวิทย์ อยู่วัฒนะ (2558) ได้กล่าวไว้ว่า ความต้องการทางการศึกษาจะเปลี่ยนแปลงไปการจัดการศึกษารวมทั้งความต้องการของผู้เรียนจะให้ความสำคัญกับการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานทั้งในเชิงการบริหารจัดการและสาระความร่วมมือการจัดการศึกษาไปสู่ระดับอาเซียน

5. ความต้องการสารสนเทศทางด้านอัตราค่าใช้จ่ายและทุนการศึกษาภาระค่าใช้จ่ายสำหรับการศึกษามีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัยเพื่อเข้าศึกษาต่อ ด้วยปัจจุบันมหาวิทยาลัยหลายแห่งได้ปรับเปลี่ยนไปสู่การจัดการศึกษาแบบออกนอกระบบ การเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาโดยส่วนใหญ่จึงเปลี่ยนเป็นแบบเหมาจ่าย ซึ่งหากมหาวิทยาลัยมีนโยบายแบ่งจ่ายเป็นรายงวดและมีการจัดสรรทุนการศึกษาอย่างเหมาะสม เพิ่มโอกาสทางการศึกษาให้แก่แก่นักเรียนมากขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสารสนเทศสำคัญที่สนับสนุนการตัดสินใจของนักเรียน สอดคล้องกับ Cleopatra, John & Robert (2016) ได้กล่าวว่า การศึกษาในปัจจุบันผู้เรียนให้ความสำคัญอย่างมากกับการใช้ชีวิตในรั้วมหาวิทยาลัย เนื่องจากตลอดช่วงเวลาในการศึกษามีความจำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายส่วนอื่น ไม่เพียงแต่ค่าธรรมเนียมการศึกษา ค่าครองชีพตลอดการศึกษาจึงถือว่ามีความสำคัญอย่างมาก

6. ความต้องการสารสนเทศทางด้านอาจารย์ นักเรียนในยุคใหม่ให้ความสนใจกับบทบาทอาจารย์ผู้สอนมากยิ่งขึ้นสอดคล้องกับงานวิจัย ปิยวรรณ เจริญสุขโสภณ (2555) พบว่า นักศึกษาให้ความสำคัญกับการมีอาจารย์พิเศษจากภายนอกมาบรรยายประสบการณ์อีกทั้งการที่อาจารย์มีส่วนในการส่งเสริม ผลักดันให้นักศึกษาเข้าร่วมการแข่งขันทางวิชาการ หลักสูตรมีผู้เชี่ยวชาญจากภายนอกมาบรรยายประสบการณ์พิเศษ และอาจารย์มีผลงานที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ตรงต่อความสนใจของนักศึกษาการมีโอกาสดัง

เชิญผู้เชี่ยวชาญพิเศษมาบรรยายภายในมหาวิทยาลัย จะแสดงให้เห็นศักยภาพของมหาลัย ความใส่ใจในการเพิ่มเติมประสบการณ์ความรู้ใหม่ ๆ ให้แก่นักศึกษาอยู่เสมอ อีกทั้งที่ Warren (2000) ได้กล่าวว่า การพัฒนามหาวิทยาลัยให้ตรงตามความต้องการเหนือคู่แข่งไม่ใช่แค่เพียงการจัดหาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ ทางด้านผู้สอน การมีความคิดริเริ่มการเรียนการสอนและการวิจัยใหม่ ๆ ถือเป็นอีกข้อได้เปรียบที่นักเรียนจะให้ความสนใจมากขึ้น

7. ความต้องการสารสนเทศทางด้านนักศึกษาและศิษย์เก่า นักเรียนได้ให้ความสำคัญกับผลงานของนักศึกษาและ อัตราการปฏิบัติงานของรุ่นพี่ สะท้อนถึงผลงานของมหาวิทยาลัย ความพร้อม สมรรถนะและประสิทธิภาพโดยรวมทั้งด้านปัจจัยเครื่องมือเทคโนโลยี ที่สนับสนุนต่อการเรียนรู้ ความสามารถของอาจารย์ผู้สอนที่ถ่ายทอดมายังนักศึกษา รวมไปถึงความภูมิใจและ รักในสถาบัน บ่งบอกถึงมหาวิทยาลัยสนองความต้องการของนักศึกษาได้ครอบคลุมทุกด้านซึ่งไม่ใช่เพียงด้านวิชาการเท่านั้น ยังสร้างความประทับใจ ความผูกพัน ความรักและภูมิใจในสถาบัน

การอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ถือเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ในการส่งเสริมให้มหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จัก การแสวงหากลยุทธ์เผยแพร่สารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์สมัยใหม่นั้นว่ามีอิทธิพลต่อนักศึกษาเป็นอย่างมาก (ปิยพงษ์ คำแก้ว, 2551) ซึ่งจากการศึกษาพบว่านักเรียนให้ความสำคัญกับสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือ เว็บไซต์ สื่อบุคคล วัสดุสิ่งพิมพ์และสื่อมวลชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริญญาดา ปานทอง (2558) ที่พบว่า นักศึกษาเลือกสารสนเทศจากสื่อต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจ คือ วัสดุสิ่งพิมพ์ ประกอบด้วย โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา ป้ายคัดเอาท์โฆษณาขนาดใหญ่ แผ่นพับ แหล่งสารสนเทศบุคคล ประกอบด้วย อาจารย์แนะแนวนักประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย และสื่อสมัยใหม่ ประกอบด้วย เว็บไซต์ สังคมออนไลน์ และวิทยุ

ข้อเสนอแนะ

1. มหาวิทยาลัยควรมีหน่วยงานที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์หลักสูตรหรือการรับเข้านักศึกษาโดยตรง และกำหนดให้หน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยที่มีความเกี่ยวข้องกับสารสนเทศตามความต้องการของนักศึกษาผลิตสารสนเทศที่มีเนื้อหาครอบคลุมตรงตามความต้องการสารสนเทศของนักเรียนและส่งต่อหน่วยงานที่มหาวิทยาลัยกำหนดให้เป็นฝ่ายรับผิดชอบการประชาสัมพันธ์หรือการรับเข้าโดยตรง เพื่อเพิ่มโอกาสทางการแข่งขันให้นักเรียนตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิมากขึ้น

2. ควรมีการศึกษารวบรวมความต้องการสารสนเทศของนักเรียนก่อนการประชาสัมพันธ์ทุกปีการศึกษา แล้วนำความต้องการที่ได้จากการศึกษาจัดทำสารสนเทศให้ตรงตามต้องการของนักศึกษา และนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดเก็บสารสนเทศให้เป็นระบบ โดยใช้ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการแลกเปลี่ยนหรือใช้ข้อมูลร่วมกัน และมหาวิทยาลัยควรใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ให้มากขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยนำเครื่องมือทางการตลาด เช่น เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย สื่อวัสดุสิ่งพิมพ์ สื่อสังคมออนไลน์ สื่อบุคคล การจัดกิจกรรมต่าง ๆ และสื่อมวลชน นำมาใช้ให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ. (2558). *เกี่ยวกับมหาวิทยาลัย*. เข้าถึงได้จาก http://www.cpru.ac.th/cpru2015/?page_id=11. 14 เมษายน 2558.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2555). *อัตราการลด...มหาวิทยาลัยไทยจะอยู่ได้อย่างไร*. เข้าถึงได้จาก <http://www.oknation.net/blog/kriengsak/2007/10/24/entry-1>. 20 พฤษภาคม 2559.
- เกษรา โพธิ์เย็น. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา*. การค้นคว้าแบบอิสระ บธ.ม. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดรณศักดิ์ ตติยะลาภะ. (2554). *มหาวิทยาลัยไทยในยุคทุนนิยม โลกาภิวัตน์ จุดปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์มหาวิทยาลัยไทยบนความท้าทาย*. วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์, 1(2), 17-27.
- นพพรณ อิมดวง. (2556). *กลยุทธ์การบริหารสื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษา*. เข้าถึงได้จาก <http://www.digi.library.tu.ac.th/thesis/jc/1994/title-biography.pdf>. 19 มีนาคม 2559.
- ปริญญาดา ปานทอง. (2558). *การศึกษาความต้องการสารสนเทศและพฤติกรรมการแสวงหาสารสนเทศด้านการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยของรัฐในสามจังหวัดชายแดนใต้*. วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์, 7(3), 133-146.
- ปิยวรรณ เจริญสุขโสภณ. (2555). *ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. การค้นคว้าอิสระ ศม. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มูลนิธิพัฒนางานผู้สูงอายุ. (2558). สถานการณ์ผู้สูงอายุในประเทศไทย (ด้านประชากร). เข้าถึงได้จาก <http://fopdev.or.th/สถานการณ์ผู้สูงอายุ>. 13 ตุลาคม 2560

พนิดา สังฆพันธ์. (2551). สภาพการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะสัตวแพทยศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น. การศึกษาอิสระ ศษ.ม. ขอนแก่น: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

Chun Wei Choo. (2002). *Information Management For the Intelligent Organization*. (3rd ed). USA: Information Today.

Cleopatra, John, W. & Robert, A. (2004). University selection: information requirements and importance.

International Journal of Educational Management, 18(3), 160-171.

Warren D. Haff. (2000). Colleges and Universities: Survival in the information age. *Computer and Geosciences*, 3(26), 635-640.

Watjatrakul, Boonlert. (2009). Using the Students-as-Customers Concept in Technology Disciplines: Students' Perspectives. *Proceeding of the World Academy of Science, Engineering and Technology Conference 2009*. 180-184

วารสารบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร