

การเปิดรับข่าวสารและทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท :
กรณีศึกษาบัณฑิตมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ปี 2546

คัมภีร์ เรืองวิจิตร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิติศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2547

ISBN 974-281-997-1

Information Exposure and Attitude toward Graduate Studies
of Undergraduate Students: A Case Study
at Dhurakijpundit University 2003



Kampee Roengvichitra

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts
Department of Development Communication Arts
Graduate School, Dhurakijpundit University
2004
ISBN 974-281-997-1

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ช่วยเหลืองานวิทยานิพนธ์เล่มนี้ให้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี โดยเฉพาะผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่คอยแนะนำและปรับแก้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และ รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเลิศ ศุภิตลภ ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ อีกทั้งรองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิรโสมภณ กรรมการจากทบวงมหาวิทยาลัย และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตร์ระจุก กรรมการวิทยานิพนธ์ ตลอดจน อาจารย์ผู้ประสิทธิประสาทวิชาในระหว่างศึกษาภาคฤดูร้อนทุกท่าน

กราบขอบพระคุณ คุณยายสมุทพร เมฆสุวรรณ คุณป้าดาราวรรณ เมฆสุวรรณ คุณป้าเจตนา กันภัย และคุณป้าประภาพิศ กันภัย ที่ช่วยเหลือสนับสนุนทั้งด้านทุนทรัพย์และที่พักอาศัย กระทั่งจบการศึกษา

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์กนกพร ปิมแปง ผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทัศนทกานต์ ดวงรัตน์ อดีตผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ ที่ให้โอกาสแก่ผู้วิจัยให้ศึกษาได้อย่างเต็มที่ และคุณพี่บรรลือศักดิ์ ศรีระศรีที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูล ขอขอบคุณบัณฑิต ปี 2546 ทุกคนที่กรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถาม

ขอบคุณคุณกอบกวี ชื่นรักสกุล และคุณปณิดา เพื่อนร่วมรุ่นเมื่อศึกษาในระดับปริญญาตรี เมื่อศึกษาปริญญาโทก็ช่วยเหลือทั้งด้านการศึกษาและคำชี้แนะที่เป็นประโยชน์ และเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ทุกคนที่เป็นกำลังใจเสมอมา รวมถึงเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัยทุกท่านที่ให้คำปรึกษาแนะนำด้วยความมีน้ำใจไมตรีอันดีเสมอมา ตลอดจนผู้ที่มีได้เอ่ยนาม ณ ที่นี้ด้วย

ขาดเสียมิได้คือ คู่ชีวิตและบุตรชายที่เป็นกำลังใจเมื่อยามท้อแท้ อีกทั้งให้ความช่วยเหลือตั้งแต่เริ่มศึกษาจนถึงทุกวันนี้

ขอกราบเท้าคุณบิดา มารดา ผู้ให้กำเนิด ให้ความรัก ความอบอุ่น เลี้ยงดู ให้การศึกษาที่ดีจนสำเร็จการศึกษาในครั้งนี้

ประโยชน์และความดีของวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ขอมอบแต่บิดา มารดา ตลอดจนอาจารย์ทุกท่าน และทุกคนที่มีส่วนในความสำเร็จ

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๘
กิตติกรรมประกาศ.....	๑
สารบัญตาราง.....	๗
สารบัญภาพ.....	๘

บทที่

1	บทนำ	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	ปัญหานำวิจัย.....	3
	วัตถุประสงค์.....	4
	สมมติฐานการวิจัย	4
	ขอบเขตการศึกษา.....	4
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
	นิยามศัพท์.....	5
2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
	แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ และการเลือกรับรู้ และความสนใจ.....	7
	แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	11
	แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์	15
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	17
3	ระเบียบวิธีวิจัย	19
	รูปแบบการวิจัย.....	19
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	19
	ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	20
	เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	21

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม	22
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	22
การเก็บรวบรวมข้อมูล	23
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	23
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	25
ส่วนที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา	25
ส่วนที่ 2 แสดงการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	35
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	58
สรุปผลการวิจัย	59
การอภิปรายผล	62
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	68
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	69
บรรณานุกรม	70
ภาคผนวก	
แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล	74
ประวัติผู้เขียน	80

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของบัณฑิต.....	26
2	จำนวนและร้อยละของบัณฑิตที่มีความสนใจศึกษาต่อระดับปริญญาโท.....	28
3	จำนวนและร้อยละความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับ ปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.....	30
4	จำนวนและร้อยละของสื่อที่เปิดรับข่าวสารการศึกษาของ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.....	31
5	จำนวนและร้อยละความสนใจเกี่ยวกับการศึกษาต่อ ในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.....	31
6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน และระดับของทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อ ระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.....	33
7	จำนวนและร้อยละของสื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารการศึกษา ระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.....	34
8	ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่ใช้ในการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อ ระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตกับเพศ.....	35
9	ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่นิยมเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อ ระดับปริญญาโทมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตกับอายุ.....	36
10	ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่นิยมเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อ ระดับปริญญาโทมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตกับคณะวิชา.....	37
11	ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่นิยมเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับ ปริญญาโทมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตกับจำนวนพี่น้องในครอบครัว.....	38
12	ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่นิยมเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษา ต่อระดับปริญญาโทมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตกับรายได้เฉลี่ย ของครอบครัวต่อเดือน.....	39

13	ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่นิยมเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตกับภูมิลำเนา	40
----	--	----

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
14	ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่นิยมเปิดรับข้อมูลการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตกับผลการเรียนเฉลี่ยสะสมรวม.....	42
15	ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่นิยมเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตกับอาชีพ.....	43
16	เปรียบเทียบระหว่างเพศกับค่าเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.....	44
17	เปรียบเทียบระหว่างอายุกับค่าเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.....	44
18	เปรียบเทียบระหว่างคณะวิชากับค่าเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.....	45
19	จำแนกความแตกต่างระหว่างคณะวิชาเป็นรายคู่.....	46
20	เปรียบเทียบระหว่างจำนวนพี่น้องในครอบครัวกับค่าเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.....	46
21	เปรียบเทียบระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวกับค่าเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.....	47
22	เปรียบเทียบระหว่างภูมิลำเนาเดิมกับค่าเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.....	48
23	เปรียบเทียบระหว่างระดับผลการเรียนเฉลี่ยรวมกับค่าเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.....	48
24	จำแนกความแตกต่างระหว่างระดับผลการเรียนเฉลี่ยรวมเป็นรายคู่.....	49
25	เปรียบเทียบระหว่างระดับอาชีพกับค่าเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.....	49
26	ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความสนใจในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่	

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.....	50
--------------------------------	----

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
27	ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความสนใจในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์	51
28	ความสัมพันธ์ระหว่างคณะวิชากับความสนใจในการศึกษาต่อในระดับ ปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.....	52
29	ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพี่น้องในครอบครัวกับความสนใจในการศึกษาต่อ ในระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.....	53
30	ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนกับความสนใจในการศึกษา ต่อในระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.....	54
31	ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำนากับความสนใจในการศึกษาต่อในระดับ ปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.....	55
32	ความสัมพันธ์ระหว่างผลการเรียนเฉลี่ยสะสมกับความสนใจในการศึกษาต่อ ระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.....	56
33	ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพปัจจุบันกับความสนใจในการศึกษาต่อในระดับ ปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.....	57

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1	กรอบแนวคิดการวิจัย..... 6
2	กระบวนการรับรู้..... 8
3	แผนภาพแสดงองค์ประกอบของทัศนคติและการเกิดทัศนคติ..... 13
.....	

ชื่อวิทยานิพนธ์	การเปิดรับข่าวสารและทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท : กรณีศึกษา บัณฑิตมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ปี 2546
ชื่อนักศึกษา	คัมภีร์ เรืองวิจิตร
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ (พัฒนการ)
ปีการศึกษา	2546

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับสาร ทัศนคติและความสนใจของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา ปี 2546 ต่อการศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และหาความสัมพันธ์ระหว่างความสนใจ ทัศนคติและการเปิดรับสารในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทของบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ลักษณะของการวิจัยเป็นการวิจัยแบบสำรวจ ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ปี 2546 เป็นจำนวน 362 คน โดยใช้เวลาการเก็บข้อมูลภายในเดือนพฤศจิกายน 2546 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติไค-สแควร์ และสถิติ t-test

ผลการวิจัยพบว่า บัณฑิตที่ตกเป็นกลุ่มตัวอย่างสนใจที่จะศึกษาต่อระดับปริญญาโท (ร้อยละ 82) โดยสนใจศึกษาในสถาบันของรัฐ (ร้อยละ 60.5) ด้วยเหตุผลที่ว่ามีค่าใช้จ่ายไม่สูง (ร้อยละ 25.2) ส่วนกลุ่มที่สนใจเลือกเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาเอกชนและตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต (ร้อยละ 21.5) ด้วยเหตุผลที่ว่าบรรยากาศน่าเรียน (ร้อยละ 18.8) ความมีชื่อเสียงของสถาบัน (ร้อยละ 18.5) และโอกาสเข้าศึกษาได้ง่าย (ร้อยละ 14.2) สำหรับผู้ที่ไม่สนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตมี (ร้อยละ 15.8) ด้วยเหตุผลที่ว่า มีค่าใช้จ่ายในการศึกษาสูง (ร้อยละ 27) โดยมีความต้องการรับข้อมูลข่าวสารในการศึกษาต่อ (ร้อยละ 84.5) ซึ่งส่วนใหญ่มีความนิยมรับข้อมูลด้วยวิธีส่งจดหมายส่งไปที่บ้าน และทาง Web site มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คณะวิชาที่จบการศึกษาต่างกันมีความสนใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทแตกต่างกัน และผลการเรียนเฉลี่ยรวมต่างกันทำให้ทัศนคติการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

เพื่อเป็นการสนับสนุนให้บัณฑิตมีความสนใจศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตมากขึ้น จึงควรที่จะมีการทำประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีส่งจดหมายไปที่บ้าน โดยนำเสนอจุดเด่นของแต่ละหลักสูตรที่บัณฑิตสามารถศึกษาต่อยอดความรู้ได้และควรลดหย่อนค่าเล่าเรียนเพื่อเป็นการจูงใจผู้เรียน รวมทั้งสร้างภาพลักษณ์ให้เทียบเท่าสถาบันการศึกษาของรัฐ

Thesis Title	Information Exposure and Attitude toward Graduate Studies of Undergraduate Students: A Case Study at Dhurakijpundit University 2003
Name	Kampee Roengvichitra
Thesis Advisor	Assist. Prof. Dr. Asawin Nedpogaeo
Department	Development Communication Arts
Academic Year	2003

ABSTRACT

The purpose of this paper was to study the exposure to information, attitude and interest of undergraduate students at Dhurakijpundit University (DPU) in continuing their studies at a graduate level. This study tested the differences and the correlation of exposure to information, attitude and interest among a number of undergraduate students. This study used quantitative research from 362 DPU undergraduate students and information gathered by use of a questionnaire.

Findings indicated that the percentage of the undergraduate students who wished to continue their studies at a graduate level to be (82%). (60.5%) of these students would choose to go to a government university because of the low cost (25.2%) In the private sector the university of choice (21.5%) was Dhurakijpundit University because of the environment within which to study (18.8%), reputation (18.5%) and ease of entrance (14.2%). Of those not interested in pursuing their studies at a graduate level (18.5%), (27.0%) stated it was due to the high cost of the course. The students (84.5%) stated they required more information from the public relations department by use of direct mail and a website, which they find media preference. The study found that different faculties of undergraduate students had a different level of interest, a significance level of 0.05. And students with a different GPA had a different attitude and interest in pursuing their studies, at the significance level of 0.05.

The recommendation is to stimulate and influence students to choose Dhurakijpundit University to study for a graduate degree by using direct mail from the public relations department. The emphasis should be even for all the courses so that as many undergraduate students as possible choose to upgrade their studies to the graduate level and choose Dhurakijpundit. A discount to the registration fee would appeal to prospective students. Another finding was that the perceived image of DPU was the same as that of government universities.

DRU

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นับวันสถาบันอุดมศึกษาต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนได้มีการแข่งขันกันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันด้านวิชาการหรือด้านธุรกิจการตลาดซึ่งจะเห็นได้จากการแข่งขันกันโดยใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์กันอย่างมากมาย อาทิ สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีรูปแบบการนำเสนอที่หรือหา สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านโปสเตอร์ที่มุ่งใช้ฟรีเซ็นเตอร์ที่เป็นดารานักแสดงที่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบัน หรือแม้กระทั่งนักวิชาการ อาจารย์ภายในสถาบัน เดินทางไปแนะนำการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาให้แก่โรงเรียนและสถาบันการศึกษาระดับมัธยมศึกษาและสายอาชีพ ทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ที่เป็นเช่นนี้เพราะมีผลสืบเนื่องมาจากจำนวนของผู้ที่ต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษามีจำนวนมากขึ้นอันเนื่องมาจากคนส่วนใหญ่เห็นคุณค่าของการศึกษา ยิ่งนานวันขึ้นสังคมก็มีแนวโน้มว่าค่านิยมและมุมมองความก้าวหน้าจะขึ้นอยู่กับระดับการศึกษาของบุคคลแต่ละคนว่ามีระดับการศึกษาสูงเพียงใดโอกาสสำหรับการก้าวหน้าในอาชีพก็มีความเป็นไปได้มาก ครั้นจะใช้ความเชื่อเดิมหรือประสบการณ์เดิมในสมัยก่อนว่าไม่ต้องเรียนสูงก็เป็นเจ้าคนนายคนได้หรือเป็นเจ้าของธุรกิจได้นั้น ในปัจจุบันไม่สามารถที่จะเป็นดังเช่นนั้นได้โดยง่ายแล้ว เพราะตลาดในปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างดุเดือดและคู่แข่งมีจำนวนมาก นอกจากนั้นการศึกษายังเป็นการเตรียมความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลงของโลกในยุค IT (Information Technology) หรือยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านของรัฐบาลไทยก็ได้ให้การสนับสนุนการศึกษาอย่างเต็มที่โดยกำหนดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ที่มุ่งเน้นในเรื่องของการพัฒนา “คน” ให้ยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาและเน้นในเรื่องของการเรียนรู้ตลอดชีวิตอีกด้วย

ด้านการตลาดและเศรษฐกิจอาชีพต่างๆ มีมากมายและมีความหลากหลายมากขึ้นทุกวัน ธุรกิจเองก็มีการเจริญเติบโตแตกแขนงขึ้นเป็นสาขามากมาย ผู้ที่มีความพร้อมทางการศึกษาจึงมีโอกาสที่จะก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งหน้าที่การงานที่สูงขึ้นได้

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้การเรียนจบการศึกษาแค่ระดับบัณฑิตศึกษาหรือปริญญาตรีไม่เพียงพอต่อวิชาชีพ ฉะนั้นการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทจึงเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้ผู้

ในการศึกษาต่อระดับปริญญาโท สถาบันอุดมศึกษาต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนต่างก็ให้ความสำคัญในการทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์มากขึ้น ทั้งนี้เพราะตลาดอุดมศึกษา ระดับบัณฑิตศึกษานี้ เริ่มได้รับความนิยมและเป็นที่น่าสนใจจากบัณฑิตเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากช่วงปี พ.ศ. 2539 ซึ่งเป็นช่วงที่สภาพเศรษฐกิจของประเทศตกต่ำ โดยเกิดจากสภาวะเศรษฐกิจฟองสบู่แตก อัตราการจ้างงานลดลงอย่างเห็นได้ชัด การปล่อยลอยแพพนักงานของบริษัทต่างๆ มิให้เห็นกันทุกวัน พร้อมกับการปิดตัวของธุรกิจที่มีสถานะการเงินไม่เข้มแข็งพอ ส่วนธุรกิจที่ดำรงอยู่ได้นั้นก็ต้องปรับตัวในด้านของการจ้างงานและคัดเลือกบุคคลเข้าทำงาน โดยคุณสมบัติหลักในการคัดเลือกบุคคลากรใหม่เข้าทำงานนั้น ปัจจัยหลักตัวหนึ่งของระดับของการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้สมัครคือ ยิ่งการศึกษาสูงโอกาสเลือกงานได้ก็มีมากขึ้น สำหรับตัวบัณฑิตที่จบใหม่นั้นก็ได้เห็นแนวโน้มดังกล่าวจึงตัดสินใจที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโทเพื่อเตรียมตนเองให้มีความพร้อมก่อนจะก้าวออกไปทำงานจริง และยังมีบัณฑิตอีกส่วนหนึ่งที่กำลังศึกษาหรือมีแนวโน้มที่จะไปศึกษาต่อต่างประเทศ เมื่อพบกับสภาวะฟองสบู่แตกดังกล่าวจึงเปลี่ยนใจกลับมาศึกษาต่อภายในประเทศไทย

จากที่กล่าวมานั้น สภาวะที่ผ่านมดังกล่าวถือได้เป็นการจุดประกายให้แก่สถาบันอุดมศึกษาต่างๆ ที่มีการเปิดสอนในหลักสูตรมหาบัณฑิตให้ตื่นตัวทางการตลาด มีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้นโดยใช้สื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อเฉพาะกิจ รวมถึงการใช้โฆษณาและการประชาสัมพันธ์ด้วย ได้แก่ การโฆษณาเปิดรับสมัครนักศึกษาทางวิทยุกระจายเสียง ผ่านทางโทรทัศน์ ผ่านหนังสือพิมพ์ เป็นต้น การทำประชาสัมพันธ์โดยการลงข่าวในหนังสือพิมพ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นข่าวกีฬา ผลงานนักศึกษา หรือการที่ครูอาจารย์ของแต่ละสถาบันออกไปแนะนำการศึกษาต่อที่โรงเรียนต่างจังหวัด หรือเปิดนิทรรศการการศึกษานั้นได้แก่ การเปิดศูนย์รับสมัครโดยใช้โรงเรียนประจำจังหวัดหรือสถาบันที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในชุมชนโดยกว้าง ซึ่งศูนย์รับสมัครมีหน้าที่เปิดขายใบสมัคร สมัคร ทำการสอบและประกาศผลสอบได้ หรือแม้แต่การวางกลยุทธ์การขายใบสมัครที่ซูเปอร์มาร์เก็ตอย่างร้าน 7 eleven ให้ผู้ที่สนใจสามารถหาซื้อได้สะดวกและสามารถสมัครทางไปรษณีย์ได้

แม้ว่าตลาดการแข่งขันจะมีความดุเดือดเข้มข้นแล้ว แต่ประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจคือ บัณฑิตที่จบการศึกษามาจากสถาบันใดก็ตามมีความสนใจที่จะเข้าศึกษาต่อในสถาบันเดิมหรือไม่ เพราะถ้าหากบัณฑิตมีความต้องการในการเข้าสถาบันเดิมแล้วนั้นย่อมหมายความว่า สถาบันนั้น

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตเป็นสถาบันการศึกษาหนึ่งที่มีประวัติการจัดตั้งสถาบันมานานกว่า 30 ปี ได้บัณฑิตและมหาบัณฑิตจบการศึกษาออกไปรับใช้และพัฒนาสังคมกว่าแสนคน สำหรับผู้ที่จบการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาแล้วมีความประสงค์จะเรียนต่อในระดับมหาบัณฑิตหรือปริญญาโท สามารถยื่นความประสงค์สมัครสอบเรียนต่อได้ทันที ผู้ศึกษาซึ่งเป็นบัณฑิตที่จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตและศึกษาต่อในระดับปริญญาโทนี้ มีความสนใจที่จะศึกษาว่าเพราะเหตุใดบัณฑิตที่จบจากธุรกิจบัณฑิตจึงมีความสนใจที่จะเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโทน้อย และบัณฑิตที่จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตนั้นมีทัศนคติต่อมหาวิทยาลัยที่ตนเองจบการศึกษามาอย่างไร รวมถึงการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องครบถ้วนหรือไม่จากสื่อใด เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ศึกษายังได้ทำงานในฝ่ายประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และผลที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ในอนาคตของมหาวิทยาลัยได้อีกด้วย

ปัญหานำวิจัย

1. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตของบัณฑิต มีหรือไม่ เป็นอย่างไร
2. ทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตของบัณฑิต เป็นอย่างไร
3. ความสนใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ของบัณฑิต มีหรือไม่ อย่างไร
4. บัณฑิตที่มีพื้นฐานส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
5. บัณฑิตที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

6. บัณฑิตที่มีพื้นฐานส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีความสนใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และความสนใจเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯของบัณฑิตมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ
2. ศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของบัณฑิตกับการเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และความสนใจเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ
3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยมาใช้เป็นประกอบการวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทให้กับมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ

สมมติฐานการวิจัย

1. บัณฑิตที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯแตกต่างกัน
2. บัณฑิตที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีทักษะคิดเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯแตกต่างกัน
3. บัณฑิตที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความสนใจเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านกลุ่มประชากรเป้าหมาย จะทำการศึกษบัณฑิตที่จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ปี 2546
2. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ เดือนพฤศจิกายน 2546 ช่วงพิธีประสาทปริญญาบัตรแก่บัณฑิต

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และความสนใจเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตของบัณฑิตมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
2. สามารถปรับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และความสนใจเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตไม่เกิดความแตกต่าง
3. สามารถใช้ผลการวิจัยเป็นข้อมูลช่วยตัดสินใจในการวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์สำหรับการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

นิยามศัพท์

สื่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ (เฉพาะปริญญาโท)

หมายถึง สื่อต่างๆ ที่มหาวิทยาลัยใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย อาทิ

- (1) สื่อบุคคล ได้แก่ บุคคลต่าง ๆ ที่สื่อสามารถให้ข้อมูล ความคิดเห็นเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทได้คือ อาจารย์ บิดามารดา ผู้ปกครอง รุ่นพี่ และญาติมิตร
- (2) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ โทรศัพท์ วิทยุ คอมพิวเตอร์-อินเทอร์เน็ต
- (3) สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ และจดหมายตรง
- (4) สื่อพิเศษ ได้แก่ ป้ายโฆษณา วิทยุทัศน์ นิทรรศการแนะนำแนวการศึกษา ของที่ระลึก

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

หมายถึง กลุ่มเป้าหมายเปิดรับข้อมูลการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตจากสื่อต่างๆ อาทิ การฟังวิทยุ การชมโทรทัศน์ การอ่านจากป้าย โปสเตอร์ อ่านจากแผ่นพับ การรับฟังการแนะนำ หรือค้นหาทางอินเทอร์เน็ต

ทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

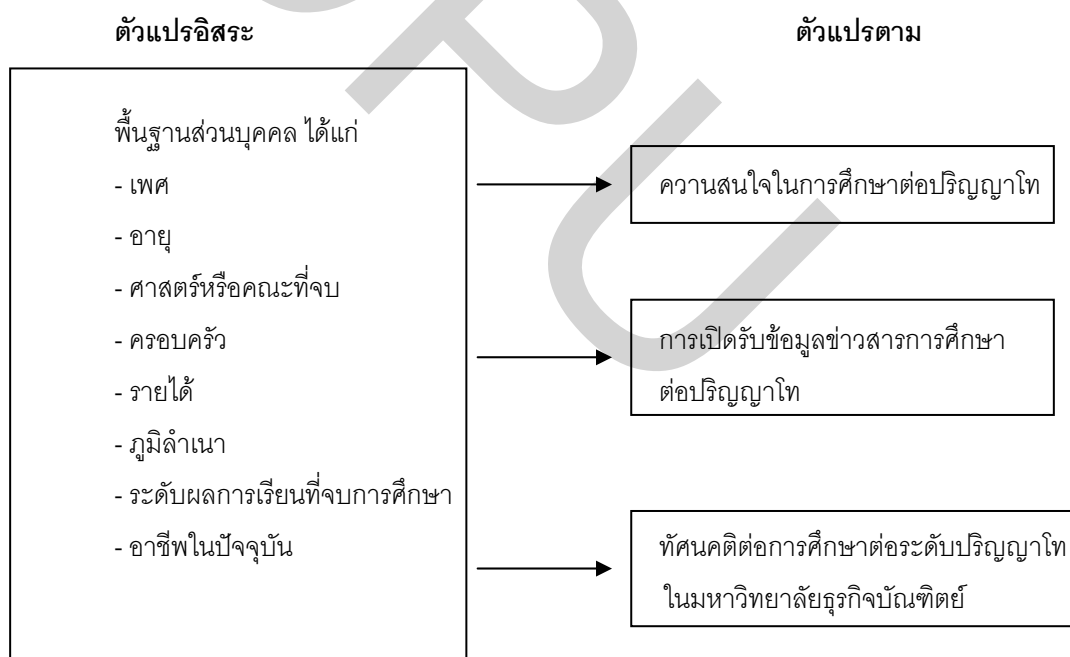
หมายถึง การแสดงความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่แสดงออกต่อการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ข้อมูลส่วนบุคคล

หมายถึง องค์ประกอบด้านลักษณะส่วนบุคคล ข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจ การศึกษา และด้านสังคม ได้แก่ เพศ อายุ จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน คณะวิชา ระดับผลการเรียนที่จบการศึกษา ภูมิลำเนา และอาชีพในปัจจุบัน

กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 1
กรอบแนวคิดการวิจัย



บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

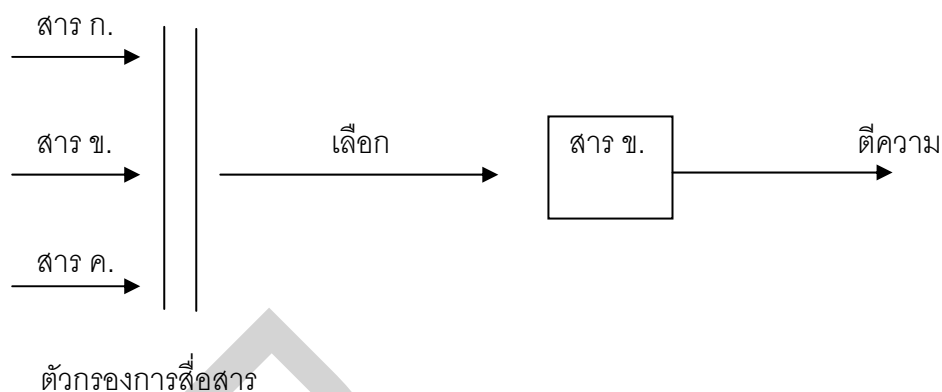
การวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสารและทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท : กรณีศึกษาบัณฑิตมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตปี 2546 เป็นการศึกษาสำรวจ การเปิดรับและทัศนคติของบัณฑิตที่จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ต่อการศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษาหรือปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตอย่างไร ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะใช้การวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลัก โดยได้ทำการศึกษาค้นคว้าจากแนวความคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานและเป็นแนวทางในการทำงานวิจัย ประกอบไปด้วยสาระสำคัญ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ และการเลือกรับรู้
- 2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ การเลือกรับรู้ และความสนใจ

เนื่องจากคนเรามีการรับรู้ที่แตกต่างกัน การสื่อสารจึงมีความล้มเหลวได้ค่อนข้างมาก เมื่อคนไม่ยอมรับความคิดเห็นซึ่งกันและกัน การรับรู้ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดพฤติกรรม การสื่อสาร ทัศนคติ และความคาดหวังของบุคคล (พัชนี เจริญยา , 2530) การรับรู้เป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับเป็นกระบวนการการเลือกรับสาร การจัดสารเข้าด้วยกัน และการตีความสารที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง

ภาพที่ 2 กระบวนการรับรู้



ที่มา : Stephen W. Little john, 1983

โดยทั่วไปการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือไม่ตั้งใจและมักเกิดตามประสบการณ์และการสังสมมาจากสังคม

มีเหตุผลสำคัญเหตุผลหนึ่งที่ยธิบายเกี่ยวกับการรับรู้ของมนุษย์ คือ การรับรู้เป็นกระบวนการที่เรียนรู้ได้ เช่น เด็กเมื่อเกิดมาจะสามารถรับรู้ความรู้สึกต่างๆ และตอบสนองต่อความรู้สึกเหล่านั้น อาทิ การที่เด็กเรียนรู้จากการสัมผัสโดยตรงว่าเป็นความเจ็บปวดหรือความสบาย หรือสนองต่อความต้องการหรือไม่ ดังก่อนที่เราจะรู้ว่าความร้อนคืออะไร เมื่อเราได้สัมผัสเราก็จะรู้ความหมายทันที 4

มนุษย์เราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่างๆ รอบตัวได้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ละคนมีความสนใจและรับรู้ในสิ่งต่างๆ ได้ต่างกัน ฉะนั้นเมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสารสองคนอาจให้ความสนใจและรับรู้สารต่างกัน โดยทั่วไปแล้วการรับรู้ที่แตกต่างกันย่อมเกิดจากอิทธิพลหรือตัวกรอง (Filter) ซึ่งได้แก่

1. แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ (Motives) เรามักเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็นและได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยินเพื่อสนองความต้องการของตัวเอง ตัวอย่างเช่น ถ้า ก. ไม่ชอบ ข. ก. จึงมักขัดแย้งกับ ข. ในเรื่องต่างๆ หาก ก. ได้รับสารซึ่ง ข. แสดงท่าทีเห็นด้วยกับ ก. ก. ก็ยังคงตีความว่า ข. ไม่ได้หมายความว่าข. พูดยจริง เป็นต้น

2. ประสบการณ์เดิม (Past Experience) คนเราต่างเติบโตขึ้นในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีการที่ต่างกันและคบหาสมาคมกับคนต่างกัน เช่น คนที่จะไปศึกษาต่อต่างประเทศและพบเพื่อนเจ้าของประเทศที่เอื้อเพื่อช่วยเหลือ จะเกิดทัศนคติที่ดีต่อคนของชาตินั้นมากกว่าคนที่พบกับเพื่อนซึ่งถูกเหยียดหยามชาติของตน

3. กรอบอ้างอิง (Frame of Reference) ซึ่งเกิดจากการสั่งสมอบรมทางครอบครัวและสังคม ฉะนั้นคนต่างศาสนากันจึงมีความเชื่อและทัศนคติในเรื่องต่างๆ ต่างกันได้

4. สภาพแวดล้อม คนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน เช่น อุณหภูมิ บรรยากาศ สถานที่ ฯลฯ จะตีความสารที่ได้รับต่างกัน การถูกตำหนิในห้องสวนด้วยร่มทำให้ผู้ที่ถูกตำหนิรู้สึกต่างจากการถูกตำหนิต่อหน้าผู้อื่น

5. สภาวะจิตใจและอารมณ์ ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ฯลฯ ตัวอย่างเช่น เรามักจะมองความผิดเล็กน้อยเป็นเรื่องใหญ่โต ขณะที่เราอารมณ์ไม่ดีหรือหงุดหงิด แต่กลับมองปัญหาหรืออุปสรรคใหญ่หลวงเป็นเรื่องเล็กน้อยขณะที่มีความรัก เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การรับรู้ของบุคคลเป็นผลมาจากสภาพร่างกายหรือความสามารถทางกายภาพของบุคคล (Individual Biology, or Physical Ability) การเรียนรู้ทางสังคมและวัฒนธรรม (Cultural Training) และลักษณะทางจิตวิทยาของบุคคล (Personal Psychology)

การรับรู้เป็นเรื่องที่ซับซ้อน ตัวอย่างเช่น ในการสื่อสารแบบสองต่อสองหรือระหว่างบุคคลสองคน (Dyadic Communication, Two-way Communication) การรับรู้จะเกิดขึ้นอย่างน้อย 6 ทาง คือ

1. เรามองตัวเราอย่างไร
2. คนอื่นมองเราอย่างไร
3. เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร
4. คนอื่นมองตัวเขาเองอย่างไร
5. เรามองคนอื่นอย่างไร
6. คนอื่นคิดว่าเรามองเขาอย่างไร

หากการรับรู้ต่างกันมาก การตีความสารต่างๆ ก็จะเป็นไปคนละทางเกิดปัญหาการสร้างความเข้าใจต่อกัน เป็นผลให้การสื่อสารไม่สัมฤทธิ์ผล

นอกเหนือไปจากการรับรู้ต่างกันเนื่องมาจากตัวกรองการสื่อสารของแต่ละบุคคลดังกล่าวแล้วยังมีปัญหาการรับรู้ประเภทอื่นๆ ด้วย ซึ่งทำให้การสื่อสารไม่มีประสิทธิภาพ เช่น

ก. การรับรู้แบบเหมารวม (Stereotype) เช่น มักมองว่าผู้หญิงทุกคนเป็นคนอ่อนแอหรือคนได้มีนิสัยดูร้าย

ข. การรับรู้แบบมีอคติหรือความโน้มเอียง (Bias) เช่น การมองคนที่ตนเองรักเป็นคนดีและมองคนที่ตนเองเกลียดเป็นคนไม่ดีเสมอไป

ค. การรับรู้แบบสุดขั้ว (Black or White) เช่น มองว่าถ้าคนไม่สวยก็ต้องซีเหร่หรือไม่ถ้าเป็นคนเสียสละก็ต้องเป็นคนเห็นแก่ตัว

ง. การรับรู้แบบแช่แข็ง (Freezing) เช่น ถ้าเห็นคนๆ หนึ่งหรือของอย่างหนึ่งเคยเป็นอย่างไรร ก็จะทำให้เห็นคนหรือของนั้นเป็นเช่นนั้นตลอดเวลา แม้ว่าในความเป็นจริง อาจมีการเปลี่ยนแปลงบางอย่างเกิดขึ้นแล้วก็ตาม

การเลือกรับรู้ (Selective Perception)

ในเรื่องของการรับรู้ สามารถแบ่งตามพฤติกรรมได้ 3 ประเภท

1. การเลือกเปิดรับ (Selective exposure) Klapper (1960) ให้ข้อคิดเห็นว่า มนุษย์มีแนวโน้มที่จะเปิดตัวเองให้สื่อสารตามความคิดเห็นและความสนใจของตน และหลีกเลี่ยงไม่สื่อสารในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน แม้ว่าการเลือกเปิดรับสารจะเอนเอียงไปตามแต่ลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว แต่ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นเรื่องที่บุคคลรู้สึกตัวหรืออยู่ในระดับจิตสำนึก นอกจากนี้นักวิชาการบางคนกล่าวว่า การเลือกเปิดรับนี้เป็นเรื่องที่เป็นไปได้ในระดับไร้จิตสำนึกด้วยเช่นกัน

2. การเลือกรับรู้ (Selective Perception) การเลือกรับรู้นี้ หมายถึง แนวโน้มของคนเราที่จะเปิดรับ และตีความ เพื่อให้การสื่อสารนั้นเป็นไปตามความคิดเห็นและความสนใจของตน โดยการบิดเบือนสารให้มีทิศทางเป็นที่พึงพอใจของตน ด้วยเหตุนี้ คนๆ หนึ่งจึงอาจได้ยินผู้พูด

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) การเลือกรับรู้มีความเกี่ยวข้องกับการเลือกจดจำอย่างเห็นได้ชัด Klapper (1960) กล่าวว่า "ในความเป็นจริงแล้วเส้นแบ่งเขตแดนระหว่างสองกระบวนการนี้มักยุ่งยากในบางสถานการณ์ กล่าวโดยย่อคือ ความพร้อมที่จะจดจำสารมักเกิดขึ้นแก่คนที่สนใจและพร้อมจะเข้าใจ และพร้อมที่จะสื่อสาร เมื่อไม่สนใจที่จะรับรู้และไม่พร้อมที่จะเข้าใจ"

2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมาย

อรวรรณ ปิรันธนีโววาท (2542 : 25) ได้ให้ความหมายของคำว่าทัศนคติว่า หมายถึง แนวโน้มของมนุษย์ที่มีต่อสิ่งเร้าหรือเรื่องบางเรื่อง รวมถึงผลของความรู้สึก อคติ ความกลัว ความคิด และความรู้สึกอื่นๆ ที่มีต่อเรื่องราวต่างๆ และมีความสัมพันธ์กับเรื่องของความเชื่อ (Beliefs) ต่างๆ หรือโลกทัศน์ที่ปลูกฝังอยู่ก่อนแล้ว โดยที่ทัศนคติคือความเชื่อที่มีการประเมินค่า (Evaluative Belief) ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติจึงหมายถึง การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของความเชื่อหรือเนื้อหาของความเชื่อบางประการที่มีอยู่เดิมให้กลายเป็นทัศนคติใหม่ที่ผู้สื่อต้องการให้เป็น

กิติมา สุรสนธิ (2541 : 57) ให้ความหมายคำว่าทัศนคติ เป็นการรับรู้ความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งซึ่งอาจเป็นความคิดเห็นหรือความรู้สึกที่ลึกซึ้งฝังแน่น เปลี่ยนแปลงได้ยากหรืออาจเป็นความรู้สึกนึกคิดที่ค่อนข้างไม่ลึกซึ้ง

ริชาร์ด สโคลล์ (Richard W. Scholl, Online, 2000) เห็นว่าทัศนคติ เป็นความโน้มเอียงทางจิตใจที่เกิดจากการทำการใดๆ ซึ่งแสดงออกโดยการประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยระดับความชอบหรือไม่ชอบ โดยทั่วไปแล้วปัจเจกบุคคลจะมีทัศนคติต่อวัตถุ บุคคลหรือสถาบันที่ให้ความสนใจ นอกจากนั้นแล้วทัศนคดียังเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับปริมณฑลทางจิตใจ ซึ่งการกำหนด

1. ความรู้ความเข้าใจ (Cognitions) ความเชื่อ ทฤษฎี ความคาดหวัง ความเชื่อที่เป็นเหตุเป็นผล และการรับรู้ในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่สนใจ
2. ความรู้สึก (Affect) ความรู้สึกที่เกิดขึ้นต่อสิ่งที่สนใจ เช่น ความกลัว ความชอบ ความโกรธ
3. การแสดงออกโดยเจตนา (Behavioral Intention) หมายถึง เป้าหมาย แรงบันดาลใจ และความคาดหวังที่มีต่อสิ่งที่สนใจ
4. การประเมินค่า (Evaluation) คือ การให้คุณค่าสิ่งที่สนใจด้วยระดับความดีหรือความไม่ดี ซึ่งเมื่อกล่าวถึงทัศนคติเชิงบวก หรือทัศนคติเชิงลบต่อสิ่งใดๆ จะหมายถึงองค์ประกอบข้อนี้ โดยการประเมินค่านี้ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึกและเป้าหมายในการแสดงออกต่อสิ่งที่สนใจนั้นๆ ในหลายๆ กรณีการประเมินคุณค่าจะถูกบันทึกไว้ในความทรงจำซึ่งบ่อยครั้งมักเกิดขึ้นโดยปราศจากความรู้ความเข้าใจและความรู้สึกที่เป็นสิ่งที่สร้างมันขึ้นมา

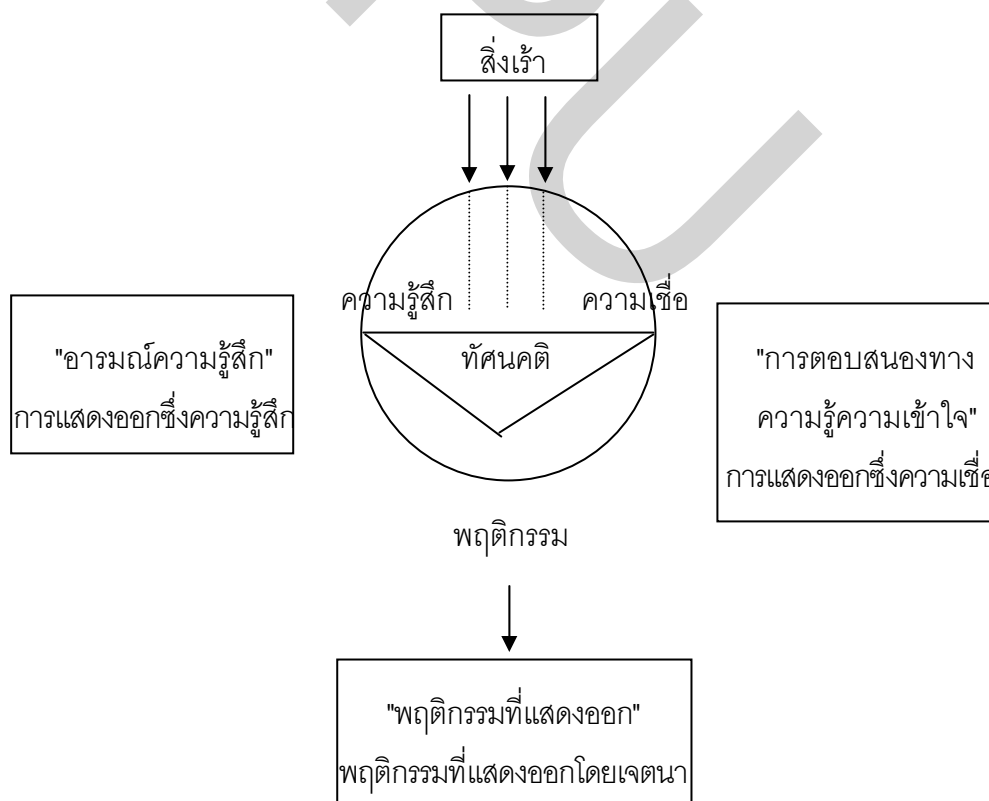
ศักดิ์ สุนทรเสณี (2531) เห็นว่า ทัศนคติคือความโน้มเอียงซึ่งมีปฏิกริยาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางดีหรือไม่ดี โดยทัศนคติจัดเป็นพฤติกรรมในการเตรียมพร้อมทางสมองในการที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติสามารถบอกถึงหน้าที่ของสภาวะจิตใจหรือสภาพของอารมณ์ที่สลับซับซ้อน ก่อนที่คนเราจะตัดสินใจกระทำอย่างอย่างหนึ่งในการแก้ปัญหา โดยใหญ่แล้วทัศนคติจะเกิดจากประสบการณ์ส่วนบุคคล อาทิ ท่าทีหรือความรู้สึกของมนุษย์ที่แสดงออกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ธีระพร อุวรรณโณ (2535 : 1) โดยจะประเภทของการแสดงออกได้ 3 ประเภทหลัก คือ ปัญญา อารมณ์และความรู้สึก

นอกจากนี้ โรเจอร์ (Roger, 1978 : pp.208-209) ยังเห็นว่า ทัศนคติ เป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นๆ คิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุ หรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในอนาคตได้

ฉะนั้นในเรื่องของทัศนคติ เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ มิใช่เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่เกิด ซึ่งทัศนคติของบุคคลจะมีอิทธิพลต่อการคิดและการแสดงพฤติกรรมของบุคคล ดังนั้นทัศนคติจึงเป็นสิ่งที่ครอบคลุมทั้งความรู้และความรู้สึกของบุคคลด้วย

สปูนเซอร์ (Spooncer, Online, 1992) ได้ให้ความหมายของคำว่าทัศนคติ ว่าเป็นส่วนผสมระหว่างความรู้สึก ความเชื่อและแนวโน้มของพฤติกรรมที่มีบุคคลใดๆ กลุ่มใดๆ ความคิดใดๆ หรือสิ่งของใดๆ โดยความรู้สึก ความเชื่อ แนวโน้มและพฤติกรรมนั้นมีลักษณะค่อนข้างคงทน โดยทั่วไปทัศนคตินั้นจะประกอบด้วย ความรู้สึก (Affective) ความรู้ความเข้าใจ หรือความเชื่อ (Cognitive) แล้วก่อให้เกิดพฤติกรรมการแสดงออกตามมา (behavioral)

ภาพที่ 3
แผนภาพแสดงองค์ประกอบของทัศนคติและการเกิดของทัศนคติ



ที่มา : Spooncer, Online, 1992

เนื่องจากทัศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆ เหล่านี้ จึงทำให้เกิดความเชื่อว่าทัศนคตินั้นมีลักษณะที่ไม่มั่นคงและความเชื่อบางอย่างก็ไม่ได้เกี่ยวข้องกับทัศนคติ นั่นคือความเชื่อไม่ได้นำมาซึ่งทัศนคติ แต่ในทางกลับกัน บางกรณีความเชื่อก็ได้ก่อร่างทัศนคติขึ้นและทัศนคติก้อาจก่อให้เกิดความเชื่อด้วยเช่นกัน ตัวอย่างเช่น ทัศนคติเชิงลบเกี่ยวกับผู้หญิงก็ทำให้เกิดความเชื่อที่ว่าผู้หญิงส่วนใหญ่ชั่วร้ายไม่เก่ง

อาจจะกล่าวได้ว่า การที่ทัศนคติและความเชื่อมีความสัมพันธ์ส่งผลกัน หรือค่านิยมที่คนส่วนใหญ่ยึดถือ หรือความคิดเห็นของบุคคลที่แสดงออกและทัศนคติที่มีผลซึ่งกันและกันนั้น ทำให้ทัศนคตินั้นยากที่จะอธิบายหรือจับต้องได้ และแน่นอนว่าเราไม่สามารถที่จะสังเกตมันได้โดยตรง แต่เราสามารถถามบุคคลเหล่านั้น หรือพยากรณ์จากพฤติกรรมที่แสดงออกได้

ดังนั้นสามารถสรุปทัศนคติได้ว่า ทัศนคติเป็นความโน้มเอียงความคิดเห็น ความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในทางที่ชอบ ไม่ชอบ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย เฉย ๆ ขึ้นอยู่กับความรู้และประสบการณ์ที่สั่งสมมา ทัศนคติดีมีอิทธิพลต่อความคิดตลอดจนถึงการกระทำ ทัศนคติสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าเหตุการณ์เปลี่ยนแปลงไปหรือเมื่อได้รับข้อมูลใหม่ที่มีความน่าเชื่อถือ

วิรัช ลภีรัตนกุล (2542 : 200) ได้แบ่งทัศนคติแบ่งออกเป็น 3 ประเภทตามการแสดงออกของบุคคล ได้แก่

1. ทัศนคติในทางบวก (Positive Attitude) เป็นทัศนคติที่ชักนำบุคคลให้แสดงพฤติกรรมในด้านดีต่อบุคคล เรื่องราวหรือสิ่งต่างๆ ก่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีและความร่วมมือในทุกกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นๆ และนับเป็นพื้นฐานที่ดีในการยอมรับความคิดเห็นหรือข้อมูลใหม่ๆ

2. ทัศนคติในทางลบ (Negative Attitude) เป็นทัศนคติหรือความรู้สึกที่ไม่ดีต่อบุคคล เรื่องราวหรือสิ่งต่างๆ มักเกิดขึ้นร่วมกับความไม่พอใจและความแตกแยก (ในกรณีต่อองค์กร) ทัศนคติด้านลบนี้จะก่อให้เกิดอคติขึ้นในใจของบุคคล นำไปสู่การด่วนสรุปตัดสินใจในเรื่องต่างๆ แม้จะยังไม่มี ความเข้าใจในเรื่องนั้นอย่างถ่องแท้ก็ตาม

3. ทัศนคตินิ่งเฉย (Passive Attitude) บางครั้งบุคคลอาจไม่มีความคิดเห็นในเรื่องนั้นอย่างสิ้นเชิงก็เป็นได้ ส่วนใหญ่มักมีสาเหตุมาจากความห่างไกลจากผลกระทบที่เกิดขึ้นหรือขาดข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ

การเกิดทัศนคติ

คำว่า การก่อร่างทัศนคติ (Attitude Formation) คือ การเกิดทัศนคติขึ้นกับสิ่งที่ไม่เคยมีทัศนคติมาก่อน ซึ่งอาจจะเป็นทัศนคติเชิงบวกหรือทัศนคติเชิงลบก็ได้ โดยปัจจัยที่จะก่อให้เกิดทัศนคติดังกล่าวนั้นมีมากมาย สามารถแบ่งได้เป็นการตัดสินใจภายในของบุคคลและปัจจัยที่เป็นอิทธิพลจากภายนอก โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากประสบการณ์ตรงไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์จริง หรือประสบการณ์ผ่านการเปิดรับสื่อซ้ำๆ นั้นนับเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดในการสร้างทัศนคติ (Stuart Oskamp, 1991 : p.172)

ไทบูท และสก็อตต์ (Tybout and Scott, 1983) กล่าวว่าเมื่อบุคคลมีข้อมูลโดยตรงต่อสิ่งใดแล้วทัศนคติของเขาต่อสิ่งนั้นก็ชัดเจนขึ้นด้วยการเพิ่มข้อมูลเหล่านั้น อย่างไรก็ตามหากความรู้ในเรื่องนั้นๆ ของบุคคลที่มีน้อยหรือไม่ชัดเจนเขาก็อาจลงความเห็นโดยการสังเกตจากพฤติกรรมของตนเอง และสถานการณ์แวดล้อม (Stuart Oskamp, 1991 : pp.155-156)

ในงานวิจัยเรื่องนี้ได้นำแนวคิดนี้เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาเรื่องการเกิดทัศนคติของบัณฑิตที่จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตต่อการศึกษาระดับปริญญาโทว่ามีการเกิดทัศนคติเช่นไรอย่างไร โดยศึกษาว่าทัศนคตินั้นจะเกิดขึ้นเนื่องจากการสื่อใดที่มีผลกระทบมากที่สุด

2.3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์โดยทั่วไปแล้วจะหมายถึง ลักษณะด้านอายุ เพศ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา และภูมิลำเนา (ปรมะ สตะเวทิน, 2539 :105-109) แต่ในงานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะพิเศษของกลุ่มอาชีพ คือ กลุ่มนักเรียนทำให้ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความเปลี่ยนแปลงจากเดิม ลักษณะทางประชากรของกลุ่มเป้าหมายในงานวิจัยนี้ หมายถึง ลักษณะด้าน เพศ และรายได้เฉลี่ยของครอบครัว ซึ่งที่กล่าวมานั้น ก็มีพื้นฐาน

ในการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (ปรมะ สตะเวทิน, 2539 :105-109) ประกอบด้วยปัจจัยต่อไปนี้

1. เพศ

การวิจัยทางจิตวิทยาได้แสดงให้เห็นว่า เพศหญิงกับเพศชาย มีความแตกต่างกันอย่างมากในด้านความคิด ค่านิยม และทัศนคติ เนื่องจากระบบสังคมและวัฒนธรรมได้กำหนดบทบาทและกิจกรรมของทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน

2. แผนการศึกษา

การศึกษา หรือความรู้เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ทั้งในด้านของความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ รสนิยม ค่านิยม และความต้องการที่แตกต่าง

ฉะนั้น การเรียนแผนการศึกษาที่แตกต่างกัน ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ก่อให้เกิดความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ รสนิยม ค่านิยม และความต้องการที่แตกต่างเช่นกันด้วย

3. ระดับคะแนนเฉลี่ย

ปัจจัยด้านสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้มนุษย์แตกต่างกัน การวิจัยชี้ให้เห็นว่าสถานะทางสังคม และเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร และสารสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน

ระดับคะแนนเฉลี่ยสามารถเปรียบได้กับสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ในสังคมของการเรียนในสถานศึกษา นักเรียนที่มีผลการเรียนที่แตกต่างกันก็น่าจะมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน ด้วย

4. รายได้เฉลี่ยของครอบครัว

รายได้เฉลี่ยของครอบครัว เป็นองค์ประกอบหนึ่งใน ปัจจัยทางสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งได้แก่ อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ซึ่งจากงานวิจัยพบว่า เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้มนุษย์แตกต่างกันในด้านวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายชีวิต

ดังนั้น รายได้เฉลี่ยของครอบครัวนี้ จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความต่างกันในเรื่องของการแสวงหาข่าวสารได้

จากแนวคิดดังกล่าว จะเห็นได้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ สามารถนำมาปรับใช้กับงานวิจัยครั้งนี้ได้โดยในปัญหานำวิจัยแต่ละข้อนั้นล้วนแต่ต้องใช้ลักษณะประชากรในการอธิบายทั้งสิ้น

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุเทพ พันประสิทธิ์ และยงยุทธ นาคแดง (2531) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร(2531)” พบว่า ลักษณะภูมิหลังคือสาขาที่เลือกศึกษา อายุ เกรดเฉลี่ย เขตที่อยู่อาศัยเมื่อเข้ารับการศึกษา ระดับการศึกษาที่ใช้สมัคร เพศของผู้สมัคร ภูมิฐานะการศึกษาที่จบ และรายได้ของผู้ปกครอง ไม่มีอิทธิพลต่อความต้องการเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน ผู้สมัครให้ความสำคัญกับสาขาที่เปิดให้ศึกษา และคุณภาพของบัณฑิตที่จบออกไปมากที่สุด รองลงมาคือ การมีความสัมพันธ์เป็นพิเศษกับสถาบัน

สุภา กิจวรเกียรติ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางานทำจากนิตยสาร และหนังสือพิมพ์ของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีปีการศึกษา 2543 ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยในเรื่องของ คณะที่สำเร็จ รายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพการทำงาน งานที่ทำตรงสาขาวิชาที่สำเร็จที่ต่างกันของบัณฑิตจะมีพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยด้านเพศ เกรดเฉลี่ย ที่แตกต่างกันของบัณฑิต ไม่ทำให้บัณฑิตมีพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า ทุกบริษัทให้ความสำคัญในการจัดทำนิตยสาร และหนังสือพิมพ์ประเภทสมัครงานมาก โดยมีการกำหนดนโยบายอย่างชัดเจน เพื่อช่วยเหลือสังคมในภาวะเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

อมรรัตน์ ภาลิน (2544) ศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ และการมีส่วนร่วมของนักเรียน นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อโครงการรวมพลังหาร 2 ” ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แล้วมีการเปิดรับข่าวสารโดยทั่วไปและสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องนี้ ทำให้ทราบข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาซึ่ง
จากผลงานวิจัยที่ผ่านมา อาจกล่าวได้ว่า ผู้รับสารนั้นมีช่องทางในการเปิดรับสารอย่างไร ซึ่งข้อมูล
จากงานวิจัยทั้ง 3 นี้จะนำมาใช้ในการช่วยวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผลในบทต่อไป

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารและทัศนคติของบัณฑิตมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่จะเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโทมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ปี 2546 ” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากเอกสาร ตำรา และผลงานที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือ โดยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative research) ในรูปของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) วัดผลเพียงครั้งเดียว (One-shot case study) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่จะวิเคราะห์ถึงเหตุและผลของการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมายในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ บัณฑิตที่จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่มีความสนใจที่จะศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มีประชากรรวม(บัณฑิตที่จบการศึกษาในปี 2546) จำนวน 3,786 คน เพื่อให้ได้รับข้อมูลเป็นไปอย่างรวดเร็วผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane (1967 : p. 110)

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (0.05)

N = จำนวนประชากร

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{3,786}{1 + 3,786 (0.05)^2} \\ &= 362 \text{ คน} \end{aligned}$$

ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่าง = 362 คน

หลังจากได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างแล้ว ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) (วันทนีย์ ชูศิลป์, 2525 : 127) ให้ครบตามจำนวนที่ต้องการ ซึ่งจะนำแบบสอบถามไปแจกในช่วงวันขอรับปริญญาในวันที่ 19 – 22 พฤศจิกายน 2546 เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สำเร็จการศึกษาปี 2546 โดยได้แบ่งตามสัดส่วนคณะต่างๆ กันดังนี้

คณะบริหารธุรกิจ	จำนวน	135	คน
คณะการบัญชี	จำนวน	100	คน
คณะนิติศาสตร์	จำนวน	13	คน
คณะเศรษฐศาสตร์	จำนวน	5	คน
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์	จำนวน	18	คน
คณะนิเทศศาสตร์	จำนวน	25	คน
คณะวิศวกรรมศาสตร์	จำนวน	3	คน
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	จำนวน	63	คน
รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น	จำนวน	362	คน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

พื้นฐานส่วนบุคคล อาทิ

- เพศ

- อายุ

- ศาสตร์หรือคณะที่จบ

- ครอบครั้ว
- รายได้
- ภูมิลำเนา
- ระดับผลการเรียนที่จบการศึกษา
- อาชีพในปัจจุบัน

ตัวแปรตามได้แก่

- ทักษะคิดของบัณฑิตที่จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่มีต่อการศึกษา

ต่อระดับปริญญาโทมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

- การเปิดรับสาร
- แหล่งข่าวสาร
- ความสนใจรายละเอียดข้อมูล
- โอกาสในการเข้าถึง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งมีข้อคำถามทั้งหมด 31 ข้อ ซึ่งผู้ตอบกรอกด้วยตนเอง (Self administered questionnaire) เป็นคำถามปลายเปิด ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปในการศึกษาต่อปริญญาโท มีจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 3 ทักษะคิดที่มีต่อการศึกษาระดับปริญญาโทของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำนวน 13 ข้อ โดยให้คะแนนแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน
เห็นด้วย	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน

นำผลรวมของคะแนนทั้งหมดมาหาค่าเฉลี่ยและจัดลำดับคะแนนเฉลี่ยออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

4.2-5.0	หมายถึง	มีทัศนคติดีมาก
3.4-4.1	หมายถึง	มีทัศนคติดี
2.5-3.3	หมายถึง	มีทัศนคติปานกลาง
1.9-2.4	หมายถึง	มีทัศนคติไม่ดี
1.0-1.8	หมายถึง	มีทัศนคติไม่ดีเลย

ตอนที่ 4 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำนวน 3 ข้อ

ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

1. ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
2. วิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อสร้างเป็นข้อคำถาม
3. จัดทำร่างแบบสอบถาม

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การประเมินคุณภาพของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย มีการจัดทำ 2 วิธี คือ

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ นักวิชาการ และนักวิจัย เพื่อพิจารณาความครอบคลุมในเนื้อหาของแบบสอบถาม และเป็นการทดสอบความเที่ยงตรง และความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม รวมถึงให้ได้คำถามที่สามารถสื่อความหมายได้ตรงกันระหว่างผู้วิจัย และผู้ตอบแบบสอบถาม

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือหรือความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้ทดสอบก่อน (Pre-test) โดยเลือกทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างและประชากรจริง จำนวน 30 ชุด แล้วนำแบบสอบถามนั้น มาวิเคราะห์หาค่าความเที่ยง โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

$$\alpha = \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \left(1 - \frac{1}{n} \right)$$

เมื่อ α	หมายถึง	สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
n	หมายถึง	จำนวนข้อ
S_i^2	หมายถึง	คะแนนความแปรปรวนแต่ละข้อ
S_t^2	หมายถึง	คะแนนความแปรปรวนทั้งฉบับ

ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาได้ = 0.76 ซึ่งแสดงว่าคำถามในแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นหลัก โดยศึกษาในชั้นปฐมภูมิ (Primary Data) คือ การสอบถามโดยตรงกับกลุ่มตัวอย่าง ให้ได้จำนวน 362 คน เมื่อได้รับแบบสอบถามภาคสนามตามจำนวนที่กำหนดแล้ว ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเพื่อให้แน่ใจว่าข้อมูลจากแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ จากนั้นจึงสร้างแบบลงรหัส (Coding Form) แล้วนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาจัดระเบียบ บันทึกลงในจานแม่เหล็ก (Diskette) เพื่อนำไปประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical package for the social science) ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

เพื่อความแม่นยำในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในการประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Statistical Package for Social Sciences (SPSS) สำหรับค่าสถิติที่ใช้ประกอบในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

1. สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) (วาริ เกิดคำ, 2540 : 175-176) โดยใช้ค่าร้อยละ (%) และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean : \bar{X}) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างในเรื่องต่อไปนี้

- 1.1 ข้อมูลทางประชากรศาสตร์
- 1.2 ข้อมูลทั่วไปในการศึกษาต่อระดับปริญญาโท
- 1.3 ทักษะที่มีต่อการศึกษาต่อระดับปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- 1.4 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ที่นัยสำคัญ 0.05 นำเสนอด้วยสถิติ Chi-square ระหว่างตัวแปรอิสระเชิงคุณภาพกับตัวแปรตามเชิงคุณภาพ ในกรณีตัวแปรอิสระเชิงคุณภาพและตัวแปรตามเป็นเชิงปริมาณ โดยที่ตัวแปรอิสระแบ่งได้ 2 กลุ่มย่อยใช้สถิติ t-test ในกรณีที่ตัวแปรอิสระมีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้สถิติวิเคราะห์การผันแปรทางเดียว (One - Way Analysis of Variance) เมื่อพบความแตกต่างจึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe's)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการวิจัย จึงขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้
ในลักษณะตารางประกอบคำอธิบาย (Descriptive) ใน 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาเพื่อให้ทราบข้อมูลทั่วไป โดยใช้
ใช้อัตราส่วนร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ซึ่งแบ่งเป็น 5
ตอน ตามลำดับดังนี้

- | | |
|----------|--|
| ตอนที่ 1 | ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของบัณฑิต |
| ตอนที่ 2 | การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต |
| ตอนที่ 3 | ทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัย
ธุรกิจบัณฑิต |
| ตอนที่ 4 | สื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต |

ส่วนที่ 2 แสดงการทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคล
กับการเปิดรับข่าวสาร ความสนใจและทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ด้วยสถิติ Chi-square ระหว่างตัวแปรอิสระเชิงคุณภาพกับตัวแปรตาม
เชิงคุณภาพ ใช้สถิติ t-test กรณีที่ตัวแปรอิสระเชิงคุณภาพที่แบ่งไว้ 2 กลุ่มย่อย กับตัวแปรตามเป็น
เชิงปริมาณ และใช้สถิติวิเคราะห์การผันแปรทางเดียว (One - Way Analysis of Variance) ใน
กรณีที่ตัวแปรอิสระมีมากกว่า 2 กลุ่มย่อย กับตัวแปรตามเชิงปริมาณ เมื่อพบความแตกต่างจึงใช้
การทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe's)

ส่วนที่ 1
แสดงผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของบัณฑิต

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลส่วนบุคคลของบัณฑิต

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เพศ		
ชาย	119	32.9
หญิง	243	67.1
รวม	362	100.0
อายุ		
20-22 ปี	80	22.1
23-25 ปี	251	69.3
26-39 ปี	31	8.6
$\bar{X} = 23.52$ S.D. = 1.9 Max = 39 Min = 20		
รวม	362	100.0
คณะวิชาที่สำเร็จการศึกษา		
บริหารธุรกิจ	135	37.3
ศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์	18	5.0
การบัญชี	100	27.6
นิเทศศาสตร์	25	6.9
นิติศาสตร์	13	3.6
วิศวกรรมศาสตร์	3	0.8
เศรษฐศาสตร์	5	1.4
เทคโนโลยีสารสนเทศ	63	17.4
รวม	362	100.0

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
จำนวนพี่น้องในครอบครัว		
1 คน	38	10.5
2 คน	121	33.4
3 คน	90	24.9
มากกว่า 3 คน	113	31.2
รวม	362	100.0
รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	89	24.6
10,001-20,000 บาท	124	34.3
20,001-30,000 บาท	68	18.8
มากกว่า 30,000 บาท	81	22.4
รวม	362	100.0
ภูมิลำเนา		
ภาคกลาง	128	35.4
ภาคตะวันออก	13	3.6
กรุงเทพและปริมณฑล	34	9.4
ภาคตะวันตก	9	2.5
ภาคเหนือ	24	6.6
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	21	5.8
ภาคใต้	133	36.7
รวม	362	100.0
ผลการเรียนเฉลี่ยสะสมรวม		
2.00-2.50	218	60.2
2.51-3.00	95	26.2
3.01-3.50	40	11.0
3.51-4.00	9	2.5
รวม	362	100.0

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
อาชีพปัจจุบัน		
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	16	4.4
พนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน	203	56.1
ประกอบอาชีพส่วนตัว	31	8.6
ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ	8	2.2
ยังไม่ประกอบอาชีพ	100	27.6
อื่นๆ	4	1.1
รวม	362	100.0

ตารางที่ 1 พบว่า บัณฑิตซึ่งเป็นผู้สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ทั้งสิ้น ส่วนใหญ่เป็นหญิง (ร้อยละ 67.1) อายุระหว่าง 23-25 ปี (ร้อยละ 69.3) อายุเฉลี่ย 23.52 ปี อายุมากที่สุด 39 ปี น้อยสุด 20 ปี จำนวนพี่น้องในครอบครัว 2 คน (ร้อยละ 33.4) รายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาท (ร้อยละ 34.3) ภูมิลำเนาเดิมอยู่ที่ภาคใต้ (ร้อยละ 36.7) ผลการเรียนเฉลี่ยสะสมรวม 2.00-2.50 (ร้อยละ 60.2) บางส่วนที่มิงานทำแล้วส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน (ร้อยละ 56.1) ในขณะที่ยังไม่ประกอบอาชีพ (ร้อยละ 27.6)

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัย
ธุรกิจบัณฑิตฯ

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของบัณฑิตที่มีความสนใจศึกษาต่อระดับปริญญาโท

ความสนใจศึกษาต่อระดับปริญญาโท	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ความสนใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโท		
สนใจ	297	82.0
ไม่สนใจ	65	18.0
รวม	362	100.0
ประเภทสถาบันที่สนใจ		
สถาบันการศึกษาของรัฐบาล	219	60.5
สถาบันการศึกษาของเอกชน	111	30.7
สถาบันการศึกษาต่างประเทศ	20	5.5
ไม่ระบุ	12	3.3
รวม	362	100.0

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปในการศึกษาต่อระดับปริญญาโท	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
สถาบันการศึกษาของรัฐบาล		
มหาวิทยาลัยรามคำแหง	57	15.7
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	39	10.8
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	38	10.5
มหาวิทยาลัยของรัฐทั่วไป	66	18.2
ไม่เลือกมหาวิทยาลัยของรัฐ	131	36.2
ไม่ระบุ	31	8.6
รวม	362	100.0
เหตุผลที่เลือกสถาบันการศึกษาของรัฐบาล		
ค่าใช้จ่ายไม่สูง	166	25.2
ความมีชื่อเสียงของสถาบัน	143	21.7
สังคมยอมรับ	125	19.0
คุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน	54	8.2
มีโอกาสเข้าศึกษาง่าย	35	5.3
อยู่ใกล้บ้าน	34	5.2
อยู่ใกล้ที่ทำงาน	33	5.0
บรรยากาศน่าเรียน	28	4.2
มีผู้แนะนำ	22	3.3
มีโอกาสจบสูง	17	2.6
หางานทำง่าย	2	0.3
รวม	362	100.0
สถาบันการศึกษาของเอกชนที่สนใจศึกษาต่อ		
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	78	21.5
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	20	5.5
มหาวิทยาลัยศรีปทุม	13	3.6
ไม่ระบุ	251	69.3
รวม	362	100.0

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปในการศึกษาต่อระดับปริญญาโท	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เหตุผลที่เลือกสถาบันเอกชน		
บรรยากาศน่าเรียน	61	18.8
ความมีชื่อเสียงของสถาบัน	60	18.5
มีโอกาสเข้าศึกษาง่าย	46	14.2
มีโอกาสจบสูง	40	12.3
คุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน	32	9.9
สังคมยอมรับ	27	8.3
อยู่ใกล้บ้าน	23	7.1
อยู่ใกล้ที่ทำงาน	16	4.9
มีผู้แนะนำ	11	3.4
ค่าใช้จ่ายไม่สูง	8	2.5
รวม	362	100.0

ตารางที่ 2 พบว่า บัณฑิตสนใจศึกษาต่อระดับปริญญาโท ร้อยละ 82 โดยสนใจศึกษาในสถาบันการศึกษาของรัฐบาล (ร้อยละ 60.5) โดยเลือกมหาวิทยาลัยรามคำแหง (ร้อยละ 15.7) ด้วยเหตุผลที่ว่าค่าใช้จ่ายไม่สูง (ร้อยละ 25.2) ส่วนบัณฑิตที่สนใจศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาของเอกชน (ร้อยละ 30.7) ส่วนใหญ่เลือกมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต (ร้อยละ 21.5) เหตุผลที่เลือกมหาวิทยาลัยเอกชนเนื่องจากมีบรรยากาศน่าเรียน (ร้อยละ 18.8)

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ความต้องการข่าวสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ความต้องการข่าวสารการศึกษาระดับปริญญาโท		
ต้องการ	306	84.5
ไม่ต้องการ	56	15.5
รวม	362	100.0

ตารางที่ 3 พบว่า บัณฑิตร้อยละ 84.5 ต้องการข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของสื่อที่เปิดรับข่าวสารการศึกษาของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

สื่อที่เปิดรับ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
โทรทัศน์	255	22.3
Internet	154	13.4
หนังสือพิมพ์	126	11.0
วารสาร มธบ. สื่อสัมพันธ์	109	9.5
แผ่นพับ/ของที่ระลึก	104	9.1
การบอกเล่าจากคนรู้จัก	102	8.9
ป้ายโฆษณา/ป้ายผ้า	90	7.9
มีพี่น้อง/ญาติมิตรเรียนอยู่	82	7.2
วิทยุ	63	5.5
โฆษณาในโรงภาพยนตร์	35	3.1
กิจกรรม Open House	25	2.2
รวม	362	100.0

ตารางที่ 4 พบว่า สื่อที่บัณฑิตเคยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตคือ สื่อโทรทัศน์มากที่สุด (ร้อยละ 22.3) รองลงมาคือ Internet (ร้อยละ 13.4) และหนังสือพิมพ์ (ร้อยละ 11) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ทักษะเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละความสนใจเกี่ยวกับการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ความสนใจในการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
สนใจ	297	82.0
ไม่สนใจ	57	15.8
ไม่ระบุ	8	2.2
รวม	362	100.0

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ความสนใจในการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เหตุผลที่ไม่สนใจ		
ค่าใช้จ่ายสูง	44	27.0
ยังไม่มีงานทำ/อยากทำงานก่อน	20	12.3
ไม่มีงบในการเรียนต่อ	18	11.0
อยากเรียนสถาบันอื่นดูบ้าง	15	9.2
ไกลบ้านที่ทำงาน – เดินทางไม่สะดวก	15	9.2
ชื่อเสียงสถาบันไม่ดี	13	8.0
กลัวจบแล้วหางานทำยาก	8	4.9
บรรยากาศไม่น่าเรียน	8	4.9
ไม่มีหลักสูตรที่น่าสนใจ	8	4.9
ยังไม่เป็นที่ยอมรับของสังคม	6	3.7
กลัวเรียนไม่จบ	5	3.1
จบแล้วไม่สามารถศึกษาต่อได้ในระดับสูง	3	1.8
รวม	362	100.0

ตารางที่ 5 พบว่า บัณฑิตสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต (ร้อยละ 82) โดยมีไม่สนใจ (ร้อยละ 15.8) ด้วยเหตุผลที่ว่า ค่าใช้จ่ายสูง (ร้อยละ 27.0)

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน และระดับของทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับ
ปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

4.2-5.0	หมายถึง	มีทัศนคติดีมาก
3.4-4.1	หมายถึง	มีทัศนคติดี
2.5-3.3	หมายถึง	มีทัศนคติปานกลาง
1.9-2.4	หมายถึง	มีทัศนคติไม่ดี
1.0-1.8	หมายถึง	มีทัศนคติไม่ดีเลย

ข้อความ	\bar{X}	S.D.	ระดับทัศนคติ
สภาพแวดล้อมเหมาะสมต่อการเรียน	4.44	.65	ดีมาก
ความพร้อมด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน	4.18	.66	ดี
อาจารย์ผู้สอนเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ	4.07	.57	ดี
มหาวิทยาลัยมีการพัฒนาวิชาการอยู่เสมอ	4.06	.62	ดี
ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยมีผลต่อความสนใจเลือกศึกษาต่อ	4.05	.68	ดี
เป็นมหาวิทยาลัยเอกชนที่มีชื่อเสียง	4.04	.57	ดี
มหาบัณฑิตของมหาวิทยาลัยถึงพร้อมด้วยคุณธรรม และจริยธรรม	3.93	.64	ดี
มีความเป็นเลิศทางวิชาการ	3.88	.53	ดี
มหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตส่วนใหญ่มี คุณภาพ	3.80	.66	ดี
หลักสูตรมหาบัณฑิตของมหาวิทยาลัยมีความ สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน	3.80	.66	ดี
มหาบัณฑิตของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตเป็นที่ ยอมรับของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	3.76	.67	ดี
อัตราค่าเล่าเรียนเหมาะสม	3.57	.75	ดี
รวม	3.97	.43	ดี

ตารางที่ 6 พบว่า บัณฑิตมีทัศนคติเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.97$) โดยมีคะแนนเฉลี่ยทัศนคติดีมาก คือ สภาพแวดล้อมเหมาะสมต่อการเรียน ($\bar{X} = 4.44$) โดยคะแนนเฉลี่ยทัศนคติแสดงให้เห็นว่าอัตราค่าเล่าเรียนเหมาะสมนั้นมีคะแนนเฉลี่ยน้อยสุด

ตอนที่ 4 สื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัย
ธุรกิจบัณฑิต

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของสื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารการศึกษาระดับปริญญาโทที่
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ประเภทสื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ส่งจดหมายไปยังที่บ้าน	134	39.1
Web site มหาวิทยาลัย	67	19.5
โทรทัศน์	52	15.2
วารสาร มธบ. สื่อสัมพันธ์	52	15.2
e-Mail	26	7.6
สื่อพิมพ์	7	2.0
ส่งจดหมายไปที่ทำงาน	4	1.2
วิทยุ	1	0.3
รวม	362	100.0

ตารางที่ 7 พบว่า สื่อที่บัณฑิตเปิดรับข่าวสารการศึกษต่อในระดับปริญญาโทได้
สะดวกมากที่สุดคือ ส่งจดหมายไปยังที่บ้าน (ร้อยละ 39.1) รองลงมาคือ Web site มหาวิทยาลัย
(ร้อยละ 19.5) และโทรทัศน์ เท่ากับวารสาร มธบ.สื่อสัมพันธ์ (ร้อยละ 15.2)

ส่วนที่ 2
ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 บัณฑิตที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันใช้สื่อในการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับ
การศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์แตกต่างกัน

ตารางที่ 8 ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่ใช้ในการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับ
ปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์กับเพศ

ประเภทสื่อ	ชาย	หญิง	Df	Sig.
โทรทัศน์	20 16.8	32 13.2	8	.888
วิทยุ	0 0.0	1 0.4		
สิ่งพิมพ์	2 1.7	5 2.1		
Website	23 19.3	44 18.1		
e- Mail	8 6.7	18 7.4		
วารสารมธบ.	14 11.8	38 15.6		
ส่งจดหมายไปที่บ้าน	42 35.3	92 37.9		
ส่งจดหมายที่ทำงาน	2 1.7	2 0.8		
ไม่ระบุ	8 6.7	11 4.5		
รวม	119 32.9	243 67.1		

Chi-Square = 3.643

ตารางที่ 8 พบว่า สื่อที่บัณฑิตนิยมเปิดรับข่าวสารด้านการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทมากที่สุดคือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน รองลงมาคือ Website โทรศัพท์ และวารสาร มธบ.สื่อสัมพันธ์ ตามลำดับ เมื่อพิจารณาแยกตามเพศ พบว่า เพศชายสื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารมากที่สุดคือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน รองลงมาคือ Website และโทรศัพท์ ตามลำดับ โดยเพศหญิงสื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารมากที่สุดคือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน รองลงมาคือ Website และวารสาร มธบ.สื่อสัมพันธ์ ตามลำดับ และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า บัณฑิตต่างเพศกันเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 9 ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่นิยมเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตวัยกับอายุ

ประเภทสื่อ	20-22 ปี	23-25 ปี	26-39 ปี	Df	Sig.
โทรศัพท์	14 17.5	37 14.7	1 3.2	16	.731
วิทยุ	0 0.0	1 0.4	0 0.0		
สิ่งพิมพ์	3 3.8	3 1.2	1 3.2		
Website	15 18.8	45 17.9	7 22.6		
e- Mail	5 6.3	19 7.6	2 6.5		
วารสารมธบ.	13 16.3	35 13.9	4 12.9		
ส่งจดหมายไปที่บ้าน	28 35.0	91 36.3	15 48.4		
ส่งจดหมายที่ทำงาน	1 1.3	3 1.2	0 0.0		
ไม่ระบุ	1 1.3	17 6.8	1 3.2		

รวม	80	251	31		
	22.1	69.3	8.6		

Chi-Square = 12.182

จากตารางที่ 27 พิจารณาแยกตามกลุ่มอายุ พบว่า บัณฑิตอายุ 20-22 ปี สื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารมากที่สุดคือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน รองมาคือ Website และโทรทัศน์ ตามลำดับ ส่วนอายุระหว่าง 23-25 ปี สื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารมากที่สุดคือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน รองลงมาคือ Website และโทรทัศน์ ในขณะที่อายุ 39-26 ปี สื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารมากที่สุดคือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน Website และวารสาร มธบ. สื่อสัมพันธ์ตามลำดับ และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า บัณฑิตที่มีอายุต่างกันเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 10 ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่นิยมเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตศึกษากับคณะวิชา

ประเภทสื่อ	คณะวิชา								DF	Sig.
	บริหารธุรกิจ	ศิลปศาสตร์และ ศึกษาศาสตร์และ	การบัญชี	นิติศาสตร์	นิเทศศาสตร์	วิศวกรรมศาสตร์	เศรษฐศาสตร์	เทคโนโลยีสารสนเทศ		
โทรทัศน์	24 17.8	3 16.7	11 11.1	4 16.0	1 7.7	0 0.0	2 40.0	7 11.1	56	.725
วิทยุ	0 0.0	0 0.0	1 1.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0		
สิ่งพิมพ์	2 1.5	1 5.6	0 0.0	1 4.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	3 4.8		
Website	22 16.3	4 22.2	21 21.0	1 4.0	1 7.7	0 0.0	1 20.0	17 27.0		
e- Mail	10 7.4	1 5.6	7 7.0	3 12.0	1 7.7	0 0.0	0 0.0	4 6.3		
วารสารมธบ.	22 16.3	2 11.1	15 15.0	2 8.0	2 5.4	0 0.0	1 20.0	8 12.7		
ส่งจดหมายไปที่บ้าน	48 35.6	6 33.3	38 38.0	14 56.0	5 38.5	2 66.7	0 0.0	21 33.3		
ส่งจดหมายที่ทำงาน	1 0.7	0 0.0	2 2.0	0 0.0	1 7.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0		
ไม่ระบุ	6 4.4	1 5.6	5 5.0	0 0.0	2 15.4	1 33.3	1 20.0	3 4.8		

รวม	19	6	26	7	1	32	52	134		
	5.2	18.5	7.2	1.9	0.3	14.4	14.4	37.0		

Chi-Square = 49.284

จากตารางที่ 10 พิจารณาแยกตามคณะวิชา พบว่า บัณฑิตที่จบจากทุกคณะวิชาสื่อที่นิยมเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากที่สุดคือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน รองลงมาคือ Website โทรศัพท์ และวารสาร มธบ. สื่อสัมพันธ์ และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า บัณฑิตจบจากคณะวิชาที่ต่างกัน เปิดรับข้อมูลข่าวสารไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 11 ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่นิยมเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตกับจำนวนพี่น้องในครอบครัว

ประเภทสื่อ	จำนวน	1 คน	2 คน	3 คน	มากกว่า 3 คน	DF	Sig.
โทรศัพท์		4	21	14	13	24	.095
		10.5	17.4	15.6	11.5		
วิทยุ		0	0	0	1		
		0.0	0.0	0.0	0.9		
สิ่งพิมพ์		1	1	3	3		
		2.6	0.8	2.2	2.7		
Website		2	22	19	24		
		5.3	18.2	28.4	21.2		
e- Mail		0	9	6	11		
		0.0	7.4	6.7	9.7		
วารสารมธบ.		7	16	15	14		
		18.4	13.2	16.7	12.4		
ส่งจดหมายไปที่บ้าน		18	44	34	38		
		47.4	36.4	37.8	33.6		
ส่งจดหมายที่ทำงาน		0	3	0	1		
		0.0	2.5	0.0	0.9		
ไม่ระบุ		6	5	0	8		
		15.8	4.1	0.0	7.1		
รวม		38	121	90	113		
		10.5	33.4	24.9	31.2		

Chi-Square = 33.449

จากตารางที่ 11 พิจารณาแยกตามจำนวนพี่น้องในครอบครัว พบว่า ทุกจำนวนสื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน รองลงมาคือ Website โทรศัพท์ และวารสาร มธบ. สื่อสัมพันธ์ ตามลำดับ และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า บัณฑิตที่มีจำนวนพี่น้องในครอบครัวต่างกันเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 12 ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่นิยมเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตเทียบกับรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	มากกว่า 30,000	DF	Sig.
โทรศัพท์	19 21.3	13 10.5	8 11.8	12 14.8	24	.444
วิทยุ	0 0.0	1 0.8	0 0.0	0 0.0		
สิ่งพิมพ์	1 1.1	4 3.2	0 0.0	2 2.5		
Website	15 16.9	26 21.0	16 23.5	10 12.3		
e- Mail	8 9.0	8 6.5	2 2.9	8 9.9		
วารสารมธบ.	7 7.9	23 18.5	11 16.2	11 13.6		
ส่งจดหมายไปที่บ้าน	33 37.1	41 33.1	26 38.2	34 42.0		
ส่งจดหมายที่ทำงาน	2 2.2	0 0.0	1 1.5	1 1.2		
ไม่ระบุ	4 4.5	8 6.5	4 5.9	3 3.7		
รวม	89 24.6	124 34.3	68 18.8	81 22.4		

Chi-Square = 24.305

จากตารางที่ 12 พิจารณาแยกตามรายได้ พบว่า บัณฑิตที่รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท สื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน รองลงมาคือ โทรทัศน์ และ Website รายได้ 10,001-20,000 บาท สื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน รองลงมาคือ Website และโทรทัศน์ รายได้ 20,001-30,000 บาท สื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน รองลงมาคือ Website และวารสาร มธบ.สื่อสัมพันธ์ และรายได้มากกว่า 30,000 บาท สื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน รองลงมาคือ โทรทัศน์ และวารสาร มธบ.สื่อสัมพันธ์ และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า บัณฑิตที่มีรายได้ครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 13 ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่นิยมเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตกับภูมิลำเนา

ประเภทของสื่อ	ภูมิลำเนา	กทม. ปริมาณ	กลาง	เหนือ	ใต้	ตะวันออก	ตะวันตก	อีสาน	DF	Sig.
โทรทัศน์		3 8.8	18 14.1	4 16.7	20 15.0	3 23.1	2 22.2	2 9.5	48	.912
วิทยุ		0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 0.8	0 0.0	0 0.0	0 0.0		
สิ่งพิมพ์		1 2.9	2 1.6	0 0.0	2 1.5	1 7.7	0 0.0	1 4.8		
Website		6 17.6	21 16.4	4 16.7	27 20.3	4 30.8	1 11.1	4 19.0		
e- Mail		0 0.0	12 9.4	0 0.0	12 9.0	0 0.0	0 0.0	2 9.5		
วารสารมธบ.		6 17.6	21 16.4	5 20.8	14 10.5	2 15.4	2 22.2	2 9.5		
ส่งจดหมายไปที่บ้าน		16 47.1	51 39.8	8 33.3	45 33.8	2 15.4	3 33.3	9 42.9		
ส่งจดหมายที่ทำงาน		1 2.9	1 0.8	1 4.2	1 0.8	0 0.0	0 0.0	0 0.0		
ไม่ระบุ		1 2.9	2 1.6	2 8.3	11 8.3	1 7.7	1 11.1	1 4.8		

รวม	128	13	34	9	24	21	133		
	35.4	3.6	9.4	2.5	6.6	5.8	36.7		

Chi-Square = 353.373

จากตารางที่ 13 พิจารณาแยกตามภูมิภาค พบว่า บัณฑิตที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑลสื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน โทรศัพท์ และวารสาร มธบ. สื่อสัมพันธ์ บัณฑิตที่อาศัยอยู่ภาคกลางสื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารมากที่สุดคือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน รองลงมาคือ Website และวารสาร มธบ.สื่อสัมพันธ์ บัณฑิตที่อาศัยอยู่ในภาคเหนือ สื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน รองลงมาคือ Website วารสาร มธบ.สื่อสัมพันธ์ และโทรศัพท์ บัณฑิตที่อาศัยอยู่ในภาคใต้สื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน รองลงมาคือ Website และโทรศัพท์ บัณฑิตที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือสื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ Website รองลงมาคือ โทรศัพท์ และส่งจดหมายไปที่บ้าน บัณฑิตที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันตกสื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน รองลงมาคือ โทรศัพท์ และวารสาร มธบ.สื่อสัมพันธ์ บัณฑิตที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือสื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน รองลงมาคือ Website และจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า บัณฑิตที่อาศัยอยู่ภูมิภาคต่างกันเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 14 ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่นิยมเปิดรับข้อมูลการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตศึกษากับผลการเรียนเฉลี่ยสะสมรวม

ผลการเรียนรวม	2.00-2.50	2.51-3.00	3.01-3.50	3.51-4.00	DF	Sig.
ประเภทของสื่อ						
โทรทัศน์	32 14.7	14 14.7	4 10.0	2 22.2	24	.124
วิทยุ	0 0.0	1 1.1	0 0.0	0 0.0		
สิ่งพิมพ์	5 2.3	2 2.1	0 0.0	0 0.0		
Website	40 18.3	16 16.8	9 22.5	2 22.2		
e- Mail	13 6.0	8 8.4	4 10.0	1 11.1		
วารสารมธบ.	32 14.7	10 10.5	9 22.5	1 11.1		
ส่งจดหมายไปที่บ้าน	80 36.7	40 42.1	14 35.0	0 0.0		
ส่งจดหมายที่ทำงาน	4 1.8	0 0.0	0 0.0	0 0.0		
ไม่ระบุ	12 5.5	4 4.2	0 0.0	3 33.3		
รวม	218 60.2	95 26.2	40 11.0	9 2.5		

Chi-Square = 32.140

จากตารางที่ 14 พิจารณาแยกตามระดับผลการเรียนเฉลี่ยรวม พบว่า บัณฑิตที่ผลการเรียนเฉลี่ยรวม 2.00-2.50 สื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน รองลงมาคือ Website โทรทัศน์ และวารสาร มธบ. สื่อสัมพันธ์ บัณฑิตที่ผลการเรียนเฉลี่ยรวม 2.51-3.00 สื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน รองลงมาคือ Website และโทรทัศน์ บัณฑิตที่ผลการเรียนเฉลี่ยรวม 3.01-3.50 สื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน รองลงมาคือ Website และวารสาร มธบ. สื่อสัมพันธ์ และบัณฑิตที่ผลการเรียนเฉลี่ยรวม 3.51-4.00 ไม่ระบุสื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสาร และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า บัณฑิตที่มีระดับผลการเรียนเฉลี่ยรวมต่างกันเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 15 ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อที่นิยมเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์กับอาชีพ

อาชีพ	รับราชการ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	อาชีพ ส่วนตัว	เจ้าของ กิจการ	ยังไม่มี อาชีพ	อื่นๆ	DF	Sig.
ประเภทของสื่อ	จ							
โทรทัศน์	2 12.5	29 14.3	5 16.1	1 12.5	14 14.0	1 25.0	40	973
วิทยุ	0 0.0	1 0.5	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0		
สิ่งพิมพ์	0 0.0	3 1.5	1 3.2	1 12.5	2 2.0	0 0.0		
Website	5 31.3	33 16.3	5 16.1	2 25.0	22 22.0	0 0.0		
e- Mail	2 12.5	15 7.4	3 9.7	0 0.0	6 6.0	0 0.0		
วารสารมธบ.	1 6.3	30 14.8	6 19.4	0 0.0	13 13.0	2 50.0		
ส่งจดหมายไปที่บ้าน	6 37.5	74 36.5	10 32.3	4 50.0	39 39.0	1 25.0		
ส่งจดหมายที่ทำงาน	0 0.0	3 1.5	0 0.0	0 0.0	1 1.0	0 0.0		
ไม่ระบุ	0 0.0	15 7.4	1 3.2	0 0.0	3 3.0	0 0.0		
รวม	16 4.4	203 56.1	31 8.6	8 2.2	100 27.6	4 1.1		

Chi-Square = 24.439

จากตารางที่ 15 พิจารณาแยกตามอาชีพ พบว่า บัณฑิตที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจสื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน รองลงมาคือ Website โทรทัศน์ และ e-Mail บัณฑิตที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน สื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน รองลงมาคือ Website และวารสาร มธบ.สื่อสัมพันธ์ บัณฑิตที่อาชีพประกอบอาชีพส่วนตัวสื่อที่นิยมเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ ส่งจดหมายไปที่บ้าน รองลงมาคือ วารสาร มธบ.สื่อสัมพันธ์ Website และโทรทัศน์ และบัณฑิตที่ยังไม่ประกอบอาชีพ สื่อที่นิยม

สมมติฐานที่ 2 บัณฑิตที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการการศึกษาต่อที่
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 16 เปรียบเทียบระหว่างเพศกับค่าเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญา
โทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

เพศ	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
ชาย	3.97	.47	.233	.816
หญิง	3.96	.40		
รวม	3.97	.43		

จากตารางที่ 16 พบว่า ค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อการการศึกษาที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแยกตามเพศ พบว่า เพศชายมีทัศนคติต่อการการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต $\bar{X} = 3.97$ มากกว่าเพศหญิง $\bar{X} = 3.96$ ผลการทดสอบทางสถิติพบว่า เพศต่างก็มีค่าเฉลี่ยทัศนคติต่อการการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 17 เปรียบเทียบระหว่างอายุกับค่าเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญา
โทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

อายุ	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
22 ปีลงมา	3.97	.37	.002	.998
23-25 ปี	3.97	.45		
26 ปีขึ้นไป	3.97	.36		
รวม	3.97	.43		

จากตารางที่ 17 จำแนกตามช่วงอายุ พบว่า อายุ 22 ปีลงมามีทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต $\bar{X} = 3.97$ อายุ 23-25 ปี $\bar{X} = 3.97$ และอายุ 26 ปีขึ้นไป $\bar{X} = 3.97$ ผลการทดสอบทางสถิติพบว่า อายุต่างก็มีค่าเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 18 เปรียบเทียบระหว่างคณะวิชากับค่าเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

คณะวิชา	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
บริหารธุรกิจ	4.01	.41	3.594	.001
ศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์	3.99	.56		
การบัญชี	4.03	.38		
นิเทศศาสตร์	3.87	.31		
นิติศาสตร์	3.77	.46		
วิศวกรรมศาสตร์	3.58	.14		
เศรษฐศาสตร์	3.52	.66		
เทคโนโลยีสารสนเทศ	3.32	.45		
รวม	3.97	.43		

จากตารางที่ 18 พบว่า บัณฑิตที่จบจากคณะการบัญชี มีทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตมากกว่าทุกคณะวิชา $\bar{X} = 4.03$ รองลงมาคือ คณะบริหารธุรกิจ $\bar{X} = 4.01$ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ $\bar{X} = 3.99$ คณะนิเทศศาสตร์ $\bar{X} = 3.87$ คณะนิติศาสตร์ $\bar{X} = 3.77$ คณะวิศวกรรมศาสตร์ $\bar{X} = 3.58$ คณะเศรษฐศาสตร์ $\bar{X} = 3.52$ และคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ $\bar{X} = 3.32$ ผลการทดสอบทางสถิติ พบว่า บัณฑิตที่จบจากคณะวิชาที่ต่างกันมีค่าเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 19 จำแนกความแตกต่างระหว่างคณะวิชาเป็นรายคู่

	ศิลปศาสตร์	การบัญชี	นิเทศฯ	นิติฯ	วิศวกรรม	เศรษฐฯ	เทคโนโลยี
บริหารธุรกิจ	2.69	2.20	.15	.24*	.43	.70*	.11
ศิลปศาสตร์ฯ		4.89	.12	.22	.40	.67*	.87
การบัญชี			.17	.27*	.45	.72*	.14*
นิเทศศาสตร์				9.74	.28	.55*	3.28
นิติศาสตร์					.19	.45*	.13
วิศวกรรม						.27	.32
เศรษฐศาสตร์							.58*

* P < 0.001

จากตารางที่ 19 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วย Scheffe' Test พบว่า บัณฑิตคณะบริหารธุรกิจมีค่าเฉลี่ยทัศนคติแตกต่างกับบัณฑิตคณะนิติศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์มีค่าเฉลี่ยทัศนคติแตกต่างกับบัณฑิตคณะเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตคณะการบัญชีมีค่าเฉลี่ยทัศนคติแตกต่างกับบัณฑิตคณะนิติศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ และคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ บัณฑิตคณะนิเทศศาสตร์มีค่าเฉลี่ยทัศนคติแตกต่างกับบัณฑิตคณะเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตคณะนิติศาสตร์มีค่าเฉลี่ยทัศนคติแตกต่างกับบัณฑิตคณะเศรษฐศาสตร์และบัณฑิตคณะเศรษฐศาสตร์มีค่าเฉลี่ยทัศนคติแตกต่างกับบัณฑิตคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 20 เปรียบเทียบระหว่างจำนวนพี่น้องในครอบครัวกับค่าเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
1 คน	3.94	.41	1.103	.348
2 คน	3.99	.41		
3 คน	4.01	.37		
มากกว่า 3 คน	3.91	.48		
รวม	3.97	.43		

จากตารางที่ 20 พบว่า บัณฑิตที่มีจำนวนพี่น้อง 3 คน มีทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตมากที่สุด $\bar{X} = 4.01$ รองลงมาคือ จำนวนพี่น้อง 2 คน $\bar{X} = 3.99$ จำนวนพี่น้อง 1 คน $\bar{X} = 3.94$ จำนวนพี่น้องมากกว่า 3 คน $\bar{X} = 3.91$ ผลการทดสอบทางสถิติพบว่าบัณฑิตที่จำนวนพี่น้องในครอบครัวต่างกันมีค่าเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 21 เปรียบเทียบระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวกับค่าเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

รายได้	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.99	.39	1.192	.313
10,001-20,000 บาท	4.01	.45		
20,001-30,000 บาท	3.93	.38		
มากกว่า 30,000 บาท	3.91	.46		
รวม	3.97	.43		

จากตารางที่ 21 จำแนกค่าเฉลี่ยทัศนคติตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัว พบว่าบัณฑิตที่ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตมากที่สุด $\bar{X} = 4.01$ รองลงมาคือ รายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท $\bar{X} = 3.99$ รายได้ 20,001-30,000 บาท $\bar{X} = 3.93$ มากกว่า 30,000 บาท $\bar{X} = 3.91$ ผลการทดสอบทางสถิติ พบว่า บัณฑิตที่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวต่างกันมีค่าเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 22 เปรียบเทียบระหว่างภูมิภาคเดิมนับค่าเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ภูมิภาค	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
กรุงเทพและปริมณฑล	3.84	.46	1.192	.313
ภาคกลาง	3.98	.37		
ภาคเหนือ	3.99	.51		
ภาคใต้	3.94	.47		
ภาคตะวันออก	3.89	.44		
ภาคตะวันตก	4.03	.47		
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3.96	.44		
รวม	3.97	.43		

ตารางที่ 22 พบว่า บัณฑิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันตกมีทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตมากที่สุด $\bar{X} = 4.03$ รองลงมาคือ ภาคเหนือ $\bar{X} = 3.99$ ภาคกลาง $\bar{X} = 3.98$ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ $\bar{X} = 3.96$ ภาคใต้ $\bar{X} = 3.96$ ภาคตะวันออก $\bar{X} = 3.89$ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ $\bar{X} = 3.96$ กรุงเทพและปริมณฑล $\bar{X} = 3.84$ ผลการทดสอบทางสถิติพบว่า บัณฑิตที่มีจำนวนพี่น้องในครอบครัวต่างกันมีค่าเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 23 เปรียบเทียบระหว่างระดับผลการเรียนเฉลี่ยรวมกับค่าเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ระดับผลการเรียน	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
2.00-2.50	3.97	.43	3.032	.029
2.51-3.00	3.98	.39		
3.01-3.50	3.98	.44		
3.51-4.00	3.55	.44		
รวม	3.97	.43		

จากตาราง 23 พบว่า บัณฑิตมีระดับผลการเรียนเฉลี่ยรวม 2.51-3.00 และ 3.01-3.50 มีทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตมากที่สุด $\bar{X} = 3.98$ รองลงมาคือระดับผลการเรียน 2.00-2.50 $\bar{X} = 3.97$ และ 3.51-4.00 $\bar{X} = 3.55$ ตามลำดับ ผลการทดสอบ

ตารางที่ 24 จำแนกความแตกต่างระหว่างระดับผลการเรียนเฉลี่ยรวมเป็นรายคู่

	2.51-3.00	3.01-3.50	3.51-4.00
2.00-2.50	5.05	4.40	.43*
2.51-3.00		6.58	.43*
3.01-3.50			.43*

จากตารางที่ 24 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วย Scheffe' Test พบว่าบัณฑิตที่มีระดับผลการเรียนเฉลี่ยรวม 3.51-4.00 มีทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตต่างจากบัณฑิตที่มีระดับผลการเรียนเฉลี่ยทุกกลุ่ม

ตารางที่ 25 เปรียบเทียบระหว่างอาชีพกับค่าเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

อาชีพ	\bar{X}	S.D.	F	Sig.
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	4.01	.33	1.194	.311
พนักงานบริษัท/ องค์กรเอกชน	3.95	.43		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.92	.34		
ผู้ประกอบการ/ เจ้าของกิจการ	4.13	.49		
ยังไม่ประกอบอาชีพ	3.98	.45		
อื่นๆ	4.40	.39		
รวม	3.97	.43		

จากตารางที่ 25 เมื่อจำแนกค่าเฉลี่ยทัศนคติตามอาชีพ พบว่า บัณฑิตที่มีอาชีพอื่นๆ มีทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตมากที่สุด $\bar{X} = 4.40$ รองลงมาคือผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ $\bar{X} = 4.13$ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ $\bar{X} = 4.01$ ยังไม่ประกอบอาชีพ $\bar{X} = 3.98$ พนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน $\bar{X} = 3.95$ ประกอบธุรกิจส่วนตัว $\bar{X} = 3.92$ ตามลำดับผลการทดสอบทางสถิติ พบว่า บัณฑิตที่อาชีพต่างกันมีค่าเฉลี่ยทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 บัณฑิตที่มีพื้นฐานส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีความสนใจในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตแตกต่างกัน

ตารางที่ 26 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความสนใจในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

เพศ	สนใจ	ไม่สนใจ	DF	Sig.
ชาย	98 82.4	21 17.6	1	.915
หญิง	199 81.9	44 18.1		
รวม	297 82.0	65 12.0		

Chi-square = .011

จากตารางที่ 26 พบว่า เพศชายสนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 82.4 ไม่สนใจร้อยละ 17.6 ส่วนเพศหญิงสนใจศึกษา ร้อยละ 81.9 ไม่สนใจร้อยละ 18.1 จากการทดสอบค่า Chi-square พบว่า ความสนใจที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโทกับเพศไม่ความสัมพันธ์ต่อกัน กล่าวคือ ไม่ว่าจะเพศชายหรือเพศหญิงมีความสนใจที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโทไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 27 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความสนใจในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท
ที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

อายุ	สนใจ	ไม่สนใจ	DF	Sig.
18-22	69 86.3	11 13.8	2	.310
23-25 ปี	213 84.9	38 15.1		
26 ปีขึ้นไป	26 83.9	5 16.1		
รวม	308 85.1	54 14.9		

Chi-square = 2.341

จากตารางที่ 27 พบว่า บัณฑิตที่มีอายุ 22 ปีลงมา ส่วนใหญ่สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 86.3 และไม่สนใจ ร้อยละ 13.8 ในขณะที่บัณฑิตที่มีอายุระหว่าง 23-25 ปี สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 84.9 และไม่สนใจ ร้อยละ 15.1 ส่วนบัณฑิตที่มีอายุ 26 ปีขึ้นไป สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 83.9 และไม่สนใจ ร้อยละ 16.1 จากการทดสอบค่า Chi-square พบว่า ความสนใจที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโทกับอายุไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน กล่าวคือ แม้ว่าอายุของบัณฑิตที่แตกต่างกันก็ไม่ส่งผลต่อความสนใจที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโท

ตารางที่ 28 ความสัมพันธ์ระหว่างคณะวิชากับความสนใจในการศึกษาต่อในระดับ
ปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

คณะวิชา	สนใจ	ไม่สนใจ	DF	Sig.
บริหารธุรกิจ	113 83.7	22 16.3	7	.003
ศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์	9 50.0	9 50.0		
การบัญชี	85 85.0	15 15.0		
นิเทศศาสตร์	20 80.0	5 20.0		
นิติศาสตร์	11 84.6	2 15.4		
วิศวกรรมศาสตร์	2 66.7	1 33.3		
เศรษฐศาสตร์	2 40.0	3 60.0		
เทคโนโลยีสารสนเทศ	58 92.1	5 7.9		
รวม	297 82.0	65 18.0		

Chi-square = 21.624

จากตารางที่ 28 พบว่า บัณฑิตที่จบจากคณะบริหารธุรกิจ สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 83.7 และไม่สนใจ ร้อยละ 16.3 บัณฑิตที่จบจากคณะการบัญชี สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 50 และไม่สนใจ ร้อยละ 50 บัณฑิตที่จบจากคณะนิเทศศาสตร์ สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 80 และไม่สนใจ ร้อยละ 20 บัณฑิตที่จบจากคณะนิติศาสตร์ สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 84.6 และไม่สนใจ ร้อยละ 15.4 ส่วนบัณฑิตที่จบจากคณะวิศวกรรมศาสตร์ สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 66.7 และไม่สนใจ ร้อยละ 33.3 ในขณะที่บัณฑิตที่จบจากคณะเศรษฐศาสตร์ สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 40 และไม่สนใจ ร้อยละ 60 และบัณฑิตที่จบจากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 92.1 และไม่สนใจ ร้อยละ 7.9 จากการทดสอบค่า Chi-square พบว่า ความสนใจที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโทกับ

ตารางที่ 29 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนพี่น้องในครอบครัวกับความสนใจในการศึกษา
ในระดับปริญญาโทในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

จำนวนพี่น้องในครอบครัว	สนใจ	ไม่สนใจ	DF	Sig.
1 คน	32 84.2	6 15.8	3	.443
2 คน	98 81.0	23 19.0		
3 คน	80 88.9	10 11.1		
มากกว่า 3 คน	98 86.7	15 13.3		
รวม	308 85.1	54 14.9		

Chi-square = 2.684

จากตารางที่ 29 พบว่า บัณฑิตที่มีจำนวนพี่น้องในครอบครัว 1 คน สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 84.2 ไม่สนใจ ร้อยละ 15.8 ในขณะที่บัณฑิตที่มีจำนวนพี่น้อง 2 คน สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 81.0 ไม่สนใจ ร้อยละ 19.0 ส่วนบัณฑิตที่มีจำนวนพี่น้อง 3 คน สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 88.9 ไม่สนใจ ร้อยละ 11.1 จากการทดสอบค่า Chi-square พบว่า ความสนใจที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโทกับจำนวนพี่น้องไม่ความสัมพันธ์ต่อกัน กล่าวคือ จำนวนพี่น้องของบัณฑิตที่แตกต่างกันก็ไม่มีผลต่อความสนใจที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโท

ตารางที่ 30 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนกับความสนใจในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

รายได้	สนใจ	ไม่สนใจ	DF	Sig.
ต่ำกว่า 10,000 บาท	71 79.8	18 20.2	3	.396
10,001-20,000 บาท	110 88.7	14 11.3		
20,001-30,000 บาท	58 85.3	10 14.7		
มากกว่า 30,000 บาท	69 82.7	12 17.3		
รวม	308 85.1	54 14.9		

Chi-square = 2.972

จากตารางที่ 30 พบว่า บัณฑิตที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 79.8 ไม่สนใจ ร้อยละ 20.2 ในขณะที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 10,001-20,000 บาท สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 88.7 ไม่สนใจ ร้อยละ 11.3 ส่วนบัณฑิตที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน 20,001-30,000 บาท สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 85.3 ไม่สนใจ ร้อยละ 14.7 และบัณฑิตที่มีรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 82.7 ไม่สนใจ ร้อยละ 17.3 จากการทดสอบค่า Chi-square พบว่า ความสนใจที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโทกับรายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนไม่ความสัมพันธ์ต่อกัน กล่าวคือ รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกันก็ไม่มีผลต่อความสนใจที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโท

ตารางที่ 31 ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิลำเนากับความสนใจในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ภูมิลำเนา	สนใจ	ไม่สนใจ	DF	Sig.
กรุงเทพและปริมณฑล	28 82.4	6 17.6	6	.408
ภาคกลาง	106 82.8	22 17.2		
ภาคเหนือ	21 87.5	3 12.5		
ภาคใต้	116 87.2	17 12.8		
ภาคตะวันออก	12 92.3	1 7.7		
ภาคตะวันตก	8 88.9	1 11.1		
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	17 81.0	4 19.0		
รวม	308 85.1	54 14.9		

Chi-square = 6.138

จากตารางที่ 31 พบว่า บัณฑิตที่มีภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพและปริมณฑล สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 82.4 ไม่สนใจ ร้อยละ 17.6 บัณฑิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 82.8 ไม่สนใจ ร้อยละ 17.2 บัณฑิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคเหนือ สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 87.5 ไม่สนใจ ร้อยละ 12.5 บัณฑิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 87.2 ไม่สนใจ ร้อยละ 12.8 บัณฑิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออก สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 92.3 ไม่สนใจ ร้อยละ 7.7 บัณฑิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันตก สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 88.9 ไม่สนใจ ร้อยละ 11.1 บัณฑิตที่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 81.0 ไม่สนใจ ร้อยละ 19.0 จากการทดสอบค่า Chi-square พบว่า ความสนใจที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโทกับภูมิลำเนาไม่ความสัมพันธ์ต่อกัน กล่าวคือ ภูมิลำเนาของบัณฑิตที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความสนใจที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโท

ตารางที่ 32 ความสัมพันธ์ระหว่างผลการเรียนเฉลี่ยสะสมกับความสนใจในการศึกษาต่อ
ในระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ผลการเรียนเฉลี่ยสะสมรวม	สนใจ	ไม่สนใจ	DF	Sig
2.00-2.50	178 81.7	40 18.3	3	.174
2.51-3.00	88 92.6	7 7.4		
3.01-3.50	35 87.5	5 12.5		
3.51-4.00	7 77.8	2 22.2		
รวม	308 85.1	54 14.9		

Chi-square = 4.966

จากตารางที่ 32 พบว่า บัณฑิตผลการเรียนเฉลี่ยสะสมรวม 2.00-2.50 สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 81.7 ไม่สนใจ ร้อยละ 18.3 บัณฑิตที่ผลการเรียนเฉลี่ยสะสม 2.51-3.00 สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 92.6 ไม่สนใจ ร้อยละ 7.4 บัณฑิตที่ผลการเรียนเฉลี่ยสะสม 3.01-3.50 สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 87.5 ไม่สนใจ ร้อยละ 12.5 และบัณฑิตที่มีผลการเรียนเฉลี่ยสะสม สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 77.8 ไม่สนใจ ร้อยละ 22.2 จากการทดสอบค่า Chi-square พบว่า ความสนใจที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโทกับผลการเรียนเฉลี่ยสะสมไม่ความสัมพันธ์ต่อกัน กล่าวคือ ระดับผลการเรียนเฉลี่ยสะสมของบัณฑิตที่แตกต่างกันก็ไม่มีผลต่อความสนใจที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโท

ตารางที่ 33 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพปัจจุบันกับความสนใจในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

อาชีพปัจจุบัน	สนใจ	ไม่สนใจ	DF	Sig
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	14 87.5	2 12.5	5	.183
พนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน	177 87.2	26 12.8		
ประกอบอาชีพส่วนตัว	28 90.3	3 9.7		
ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ	6 75.0	2 25.0		
ยังไม่ประกอบอาชีพ	80 80.0	20 20.0		
อื่นๆ	3 75.0	1 25.0		
รวม	308 85.1	54 14.9		

Chi-square = 7.541

จากตารางที่ 33 พบว่า บัณฑิตที่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 87.5 ไม่สนใจ ร้อยละ 12.5 บัณฑิตที่อาชีพพนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 87.2 ไม่สนใจ ร้อยละ 12.8 บัณฑิตที่ประกอบอาชีพส่วนตัว สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 90.3 ไม่สนใจ ร้อยละ 9.7 บัณฑิตที่มีอาชีพเป็นผู้ประกอบการและเจ้าของกิจการ สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 75.0 ไม่สนใจ ร้อยละ 25.0 บัณฑิตที่ยังไม่ประกอบอาชีพ สนใจศึกษาต่อ ร้อยละ 80.0 ไม่สนใจ ร้อยละ 20.0 และอาชีพอื่นๆ ร้อยละ 75.0 ไม่สนใจ ร้อยละ 25.0 จากการทดสอบค่า Chi-square พบว่า ความสนใจที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโทกับอาชีพปัจจุบันไม่มีความสัมพันธ์ต่อกัน กล่าวคือ บัณฑิตที่มีอาชีพปัจจุบันแตกต่างกันไม่มีผลต่อความสนใจที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโท

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารและทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท : กรณีศึกษาบัณฑิตมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตปี 2546 ” โดยผู้ศึกษามุ่งศึกษาเพื่อหาคำตอบต่อปัญหานำวิจัย 6 ประการ คือ

1. บัณฑิตมีการเปิดรับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตหรือไม่ อย่างไร
2. บัณฑิตมีทัศนคติต่อการศึกษาระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตอย่างไร
3. บัณฑิตมีความสนใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตหรือไม่ อย่างไร
4. บัณฑิตที่มีพื้นฐานส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
5. บัณฑิตที่มีพื้นฐานส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
6. บัณฑิตที่มีพื้นฐานส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีความสนใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บัณฑิตจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ในปีการศึกษา 2546 จำนวน 3,786 คน กลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาศึกษาโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ตามหลักเกณฑ์การวิจัยทางสังคมศาสตร์ จำนวน 362 คน โดยแบ่งสัดส่วนตามคณะต่างๆ ตัวแปรอิสระได้แก่ เพศ อายุ คณะที่สำเร็จการศึกษา สถานภาพครอบครัว รายได้เฉลี่ยของครอบครัว ภูมิลำเนา ระดับผลการเรียนที่จบการศึกษา อาชีพในปัจจุบัน ตัวแปรตามได้แก่ ทัศนคติของบัณฑิตที่จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่มีต่อการศึกษาต่อระดับปริญญาโทมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ความนิยมในการเปิดรับข่าวสาร แหล่งข่าวสาร ความสนใจรายละเอียดข้อมูล โอกาสในการเข้าถึง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ

สรุปผลการวิจัย

สามารถสรุปได้เป็น 2 ส่วนดังนี้ คือ

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 67.1 มีอายุระหว่าง 23-25 ปี มากที่สุด จำนวน 251 คน คิดเป็น ร้อยละ 69.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาจากคณะบริหารธุรกิจมากที่สุด จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 โดยได้มีผลการเรียนเฉลี่ยสะสมรวมระหว่าง 2.00-2.50 มากที่สุด จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 60.2 มีจำนวนพี่น้องในครอบครัว ส่วนใหญ่ 2 คน จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4 ส่วนใหญ่มีรายได้ครอบครัวเฉลี่ยระหว่าง 10,001- 20,000 บาท จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 ซึ่งมีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ มากที่สุด 128 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทหรือ ทำงานในองค์กรเอกชน จำนวน 203. คน คิดเป็นร้อยละ 56.1

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปในการศึกษาต่อระดับปริญญาโท

การศึกษาคความคิดเห็นในความสนใจของบัณฑิตจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตต่อการศึกษาคต่อระดับปริญญาโทพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจที่จะศึกษาคต่อมากกว่าไม่สนใจเป็นจำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 82 ซึ่งมีความสนใจที่จะศึกษาคสถาบันของรัฐ มากที่สุด จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 โดยส่วนใหญ่จะเลือกเข้าศึกษาคต่อที่มหาวิทยาลัยรามคำแหง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 ทั้งนี้กลุ่มผู้ที่เลือกศึกษาคต่อในมหาวิทยาลัยของรัฐให้เหตุผลว่าเลือกเพราะ ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากที่สุด จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 รองลงมาเลือกเพราะความมีชื่อเสียงของสถาบัน จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 และการได้รับการยอมรับจากสังคม 125 คน คิดเป็นร้อยละ 19

ส่วนกลุ่มผู้ที่สนใจเลือกเข้าศึกษาคต่อในสถาบันการศึกษาคเอกชนนั้นโดยส่วนใหญ่ตัดสินใจที่จะเลือกเข้าศึกษาคต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต 78 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 รองลงมาได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และมหาวิทยาลัยศรีปทุม

ตอนที่ 3 ทักษะคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการศึกษาระดับปริญญาโทของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตมากกว่าไม่สนใจ จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 82 และผู้ที่ไม่สนใจศึกษาต่อจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ซึ่งเหตุผลที่ทำให้ไม่สนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตเนื่องจาก

1. มีค่าใช้จ่ายในการศึกษาสูง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 27
2. กลุ่มตัวอย่างต้องการทำงานเพื่อหาประสบการณ์ก่อน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3
3. ไม่มีงบประมาณสำหรับศึกษาต่อ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 11
4. ต้องการเปลี่ยนสถานศึกษาเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 และมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตอยู่ไกลจากบ้าน และที่ทำงานทำให้เดินทางไม่สะดวกจำนวน 15 คิดเป็นร้อยละ 9.2
5. ชื่อเสียงสถาบันไม่ดี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8

ทางด้านผู้ที่มีความสนใจที่จะเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตนั้น พบว่าส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ไม่ว่าจะเป็นด้านของ ความมีชื่อเสียงของสถาบัน ความมีชื่อเสียงทางวิชาการ ผู้สอนเป็นผู้ที่มีคุณวุฒิ ความพร้อมด้านอุปกรณ์ การเรียนการสอน อัตราค่าเล่าเรียนที่เหมาะสม มหาวิทยาลัยได้รับการยอมรับจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ความมีคุณภาพของมหาบัณฑิต หลักสูตรการเรียนการสอนมีความสอดคล้องกับตลาดแรงงาน คุณธรรมและคุณวุฒิของมหาบัณฑิต การพัฒนาวิชาการอยู่เสมอ และความน่าเชื่อถือของผู้บริหารมหาวิทยาลัย บัณฑิตส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีมากกับสภาพแวดล้อมต่อการเรียนที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ตอนที่ 4 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทของบัณฑิต

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความต้องการที่จะรับทราบข้อมูลข่าวสารในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 84.5 ซึ่งโดยกลุ่มมาตัวอย่างส่วนใหญ่ เคยได้รับข้อมูลการศึกษาต่อผ่านสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 22.3 สื่อ Internet จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4 หนังสือพิมพ์ จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 11 จากวารสารทั่วไปและวารสารทางวิชาการของมหาวิทยาลัย จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และจากแผ่นพับของที่ระลึก จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 ทั้งกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่จะรับข้อมูลข่าวสารการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต โดยส่วนใหญ่แล้วมีความนิยมที่จะรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ จดหมายส่งไปที่บ้าน จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 39.1 รับทาง Web site มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 โฆษณาประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 วารสาร มธบ. สื่อสัมพันธ์ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 และ ส่ง e - mail จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 บัณฑิตที่มีลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตแตกต่างกัน

จากการทดสอบทางสถิติพบว่า บัณฑิตที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ คณะที่สำเร็จการศึกษา จำนวนพี่น้องในครอบครัว รายได้เฉลี่ยเองครอบครัวภูมิลำเนาที่อาศัย ระดับผลการเรียนเฉลี่ย และอาชีพที่แตกต่างกันไม่ทำให้การเปิดรับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตแตกต่างกัน

จึงปฏิเสธสมมติฐานนี้

สมมติฐานที่ 2 บัณฑิตที่มีลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อการการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต แตกต่างกัน

จากผลการทดสอบทางสถิติพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ จำนวนพี่น้องครอบครัว รายได้เฉลี่ยของครอบครัว ภูมิลำเนาและอาชีพ ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้ทัศนคติต่อการศึกษาระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตแตกต่างกันส่งผลให้บัณฑิตมีทัศนคติแตกต่างกัน บัณฑิตที่จบจากคณะวิชาที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนบัณฑิตที่มีระดับผลการเรียนเฉลี่ยรวมต่างกันส่งผลให้ทัศนคติต่อการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 การยอมรับสมมติฐานนี้จึงเป็นเพียงบางส่วนเท่านั้น

สมมติฐานที่ 3 บัณฑิตที่มีพื้นฐานส่วนบุคคลที่ต่างกันจะมีความสนใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตแตกต่างกัน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ คณะที่จบ จำนวนครอบครัวรายได้เฉลี่ยของครอบครัว ระดับคะแนนเฉลี่ย ภูมิลำเนา และอาชีพ ของบัณฑิตที่ต่างกัน จะทำให้บัณฑิตมีความสนใจในการศึกษาต่อ แตกต่างกันนั้นเมื่อนำมาวิเคราะห์ด้วยค่า ไค-สแควร์ พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์เองบัณฑิตมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่ต่างกันไม่ส่งผลต่อความสนใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโท ที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต แตกต่างกัน ยกเว้น คณะวิชาที่ศึกษาซึ่งพบว่าบัณฑิตมีจบจากคณะวิชาที่ต่างกันจะมีความสนใจในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 การยอมรับสมมติฐานนี้จึงเป็นเพียงบางส่วนเท่านั้น

การอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา ปี 2546 ผู้วิจัยขอนำมาอภิปรายผลตามปัญหานำวิจัย ดังนี้

1. บัณฑิตมีการเปิดรับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตหรือไม่อย่างไร

การเปิดรับข่าวสารการศึกษาต่อระดับปริญญาโทของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตนั้น บัณฑิตส่วนใหญ่มีความต้องการข่าวสารมาก (ร้อยละ 84.5) ซึ่งที่ผ่านมาก็เคยได้รับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ได้แก่

1. ได้รับสื่อจากโทรทัศน์มากที่สุด (ร้อยละ 22.3)
2. สื่อ Internet Web site ของมหาวิทยาลัย (ร้อยละ 13.4)
3. จากการรับสมัครทางหนังสือพิมพ์ (ร้อยละ 11)
4. จากวารสารของมหาวิทยาลัยและวารสารวิชาการ (ร้อยละ 9.5)
5. จากแผ่นพับและของที่ระลึก (ร้อยละ 9.1)
6. การบอกเล่าของคนรู้จัก (ร้อยละ 8.9)
7. ป้ายโฆษณา ป้ายพัก (ร้อยละ 7.9)
8. ญาติพี่น้อง (ร้อยละ 7.2)
9. วิทยุ (ร้อยละ 5.5)
10. โฆษณาในโรงภาพยนตร์ (ร้อยละ 3.1)
11. กิจกรรม Open House (ร้อยละ 2.2)

ทั้งนี้สื่อต่างๆ ที่บัณฑิตได้รับนั้นส่วนใหญ่เป็นสื่อที่ทางฝ่ายประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ จัดขึ้นทั้งสิ้น ซึ่งจากลำดับการเปิดรับสารดังกล่าวนั้นขึ้นอยู่กับความนิยมของบัณฑิตด้วย ดังเห็นได้ว่าบัณฑิตเปิดรับสื่อจากโทรทัศน์มากที่สุดจึงได้รับข่าวสารจากมหาวิทยาลัย มากที่สุด รองลงได้แก่ Internet ซึ่งเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง เช่น วิทยุณปัจจุบันนิยมการเล่น Internet นั้นเอง ลำดับต่อมาคือ หนังสือพิมพ์ที่จะรับข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลการเลือกศึกษาต่อในบางช่วงเท่านั้น ข้อมูลจากวารสารของมหาวิทยาลัย จะจัดส่งให้บัณฑิตเองทุกเดือนเป็นประจำและลำดับที่ 5 นั้น ข้อมูลแผ่นพับการศึกษาต่อก็มีแจกให้ที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์และบัณฑิตวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ

แม้ผลการรับสื่อจากบัณฑิตจะปรากฏออกมาว่ารับข่าวสารจากแต่ละสื่อมากน้อยเพียงไรแต่ก็เชื่อว่าจะสอดคล้องกับความต้องการความนิยมในการรับสารของบัณฑิตที่มีความต้องการจะศึกษาต่อ บัณฑิตส่วนใหญ่มีความต้องการข่าวสารการศึกษาต่อจากทางมหาวิทยาลัย ลำดับตามความต้องการได้ดังนี้

1) นิยมที่จะรับข้อมูลจากจดหมาย ร้อยละ 39.1) บัณฑิตมีความต้องการที่จะรับข้อมูลการศึกษาต่อจากจดหมาย ทั้งนี้เพราะการส่งข้อมูลทางจดหมายสามารถให้รายละเอียดในการศึกษาได้มากและเนื้อหาของสารก็มีความคงทน

2) การจัดเตรียมข้อมูลใน Web site ของมหาวิทยาลัย (ร้อยละ 19.5) ซึ่งปัจจุบันมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตได้ดำเนินการอยู่แล้ว สามารถเข้าชมและรับข้อมูลได้ที่ www.dpu.ac.th

3) รับข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์ (ร้อยละ 15.2) และวารสาร มธบ. สื่อสัมพันธ์ (ร้อยละ 15.2) ที่จัดส่งให้บัณฑิตของมหาวิทยาลัยทุก 3 เดือน ซึ่งจะลงได้เพียงรายละเอียดของเวลาและการรับสมัครนั้น ทั้งนี้เพราะสื่อโทรทัศน์ให้รายละเอียดได้น้อย เนื่องจากข้อจำกัดด้านค่าใช้จ่ายในการสื่อเวลาออกอากาศ ส่วนวารสารของมหาวิทยาลัยนั้นปกติจะมีข้อมูลที่เป็นการประชุมสัมมนาของมหาวิทยาลัยอยู่แล้วซึ่งรวมถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทด้วย โดยจะลงไว้บนปกหลังของวารสาร

2. บัณฑิตมีทัศนคติต่อการศึกษาระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตอย่างไร

บัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ส่วนใหญ่แล้วมีทัศนคติที่ดีมากกับมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะผู้ที่มีความสนใจจะศึกษาระดับปริญญาโท ซึ่งจากการวัดทัศนคติ ในด้านต่างๆ ของมหาวิทยาลัย กับบัณฑิตเรียงลำดับตามทัศนคติความเห็นด้วยมากกับบัณฑิตในเรื่องต่างๆ ดังนี้

- 1) มหาวิทยาลัยมีสภาพแวดล้อมเหมาะสมต่อการเรียน
- 2) มีความพร้อมด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน
- 3) อาจารย์ผู้สอนเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ
- 4) มหาวิทยาลัยมีการพัฒนาวิชาการอยู่เสมอ
- 5) ผู้บริหารมหาวิทยาลัยมีความน่าเชื่อถือ
- 6) เป็นมหาวิทยาลัยเอกชนที่มีชื่อเสียง
- 7) มหาบัณฑิต จากธุรกิจบัณฑิตถึงพร้อมด้วยคุณธรรมและจริยธรรม
- 8) มีความเป็นเลิศทางวิชาการ
- 9) มหาบัณฑิตเป็นผู้มีคุณภาพ
- 10) หลักสูตรการสอนของมหาวิทยาลัยมีความสอดคล้องกับความต้องการเองตลาดแรงงาน
- 11) มหาบัณฑิตเป็นที่ยอมรับของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
- 12) อัตราค่าเล่าเรียนเหมาะสม

จากแนวคิดของวิรัช ลภีรัตนกุล (2542) นำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลจะพบว่า บัณฑิตจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มีทัศนคติในทางบวก (Positive Attitude) กับสถาบันของตน ซึ่งจะส่งผลให้บัณฑิต แสดงพฤติกรรมในด้านดี และให้ความร่วมมือในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับทางมหาวิทยาลัย ซึ่งประสบการณ์ดังกล่าวเป็นประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์จริงของบัณฑิตเอง (Stuart Oskamp, 1991)

3. บัณฑิตมีความสนใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตหรือไม่ อย่างไร

บัณฑิตมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตมีความสนใจที่จะศึกษาต่อระดับปริญญาโทเป็นส่วนมาก (ร้อยละ 82) ซึ่งจะเลือกเข้าศึกษาต่อในสถาบันของรัฐก่อน (ร้อยละ 60.5) ถ้าพลาดจึงจะมาในใจเลือกสถาบันเอกชน มีเพียงส่วนน้อยที่คิดจะศึกษาต่อต่างประเทศ (ร้อยละ 5.5)

ความสนใจของบัณฑิตที่จะเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเอกชนนั้น โดยส่วนใหญ่สนใจจะศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต (ร้อยละ 21.5) เนื่องจากเห็นว่า มหาวิทยาลัยมีบรรยากาศที่น่าศึกษา (ร้อยละ 18.8) จะช่วยให้การเรียนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพบัณฑิตมีความพึงพอใจที่มีต้นไม่ร่มรื่นมีแหล่งน้ำคูมีชีวิตชีวา อีกทั้งมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตเป็นสถาบันที่มีชื่อเสียงดีเป็นที่พอใจ (ร้อยละ 18.5) เมื่อจบการศึกษาไปไม่อายุใคร บัณฑิตมีโอกาสเข้าศึกษาได้ง่าย (ร้อยละ 14.2) โอกาสสำเร็จการศึกษาก็มีสูงด้วย (ร้อยละ 12.5) และเชื่อมั่นในคุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน (ร้อยละ 9.9) เป็นลำดับที่ 5

ความสนใจที่จะเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ของบัณฑิตยนั้นมียุคมากมาย (ร้อยละ 82) ส่วนผู้ที่ไม่สนใจศึกษาต่อ (ร้อยละ 15.8) มีเหตุผลว่า ค่าใช้จ่ายในการเล่าเรียนสูงเกินไป (ร้อยละ 27) ยังไม่มีงานทำและต้องการหาประสบการณ์ก่อน (ร้อยละ 12.3) ยังไม่มีงบประมาณในการเรียนต่อ (ร้อยละ 11) ส่วนบัณฑิตบางคนเห็นว่าอยากหาประสบการณ์การศึกษาจากสถาบันอื่นๆ ดูบ้าง (ร้อยละ 9.2) และบางคนมองว่าการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตนั้น เดินทางไม่สะดวกจากสถานที่ทำงานหรือที่พัก (ร้อยละ 9.2)

จากผลการวิจัยเหตุผลในการเลือกศึกษาต่อของบัณฑิตนั้นจะเห็นว่าเหตุผลเกิดได้จากการรับรู้ของบัณฑิตขณะศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีซึ่งเป็นผลการรับรู้ในเรื่องของประสบการณ์เดิม (Past Experience) ว่าขณะศึกษาอยู่เกิดความประทับใจกับสถาบันเดิม และมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งต่างๆ จึงส่งผลให้เกิดความสนใจในการศึกษาต่อได้ และจากงานวิจัยของสุเทพ พันประสิทธิ์ และยงยุทธ นาคแดง (2531) พบว่า หนึ่งในปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ในการเลือกศึกษาต่อใน

4. บัณฑิตที่มีลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่า บัณฑิตที่มีพื้นฐานส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไม่ส่งผลให้บัณฑิตมีการเปิดรับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ แตกต่างกัน ส่งผลให้ปฏิเสธสมมติฐานข้อที่ 1

สาเหตุที่ทำให้การเปิดรับข่าวสารของบัณฑิตไม่มีความแตกต่างกันนั้นอาจเป็นเพราะการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกิดจากรับข่าวโดยไม่ได้แสวงหาข่าวสาร กล่าวคือ การทำประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยนั้นการกระจายข่าวสารที่กว้างและทั่วถึงภายในมหาวิทยาลัยอยู่แล้ว อาทิ การลงข้อมูลข่าวสารผ่าน Web Board การลงข้อมูลในวารสาร มธบ. สื่อสัมพันธ์ซึ่งนักศึกษาและบัณฑิตทุกคนต้องได้รับวารสารนี้ เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามข้อมูลที่บัณฑิตได้รับนั้นคงเป็นเพียงข้อมูลที่ไม่มีความละเอียดที่สำคัญต่อการตัดสินใจในเลือกมากนัก เช่น รายละเอียดเนื้อหาของหลักสูตร

5. บัณฑิตที่มีลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่า บัณฑิตที่มีลักษณะประชากรด้าน เพศ อายุ จำนวนพี่น้อง รายได้เฉลี่ยของครอบครัว ภูมิลำเนา และอาชีพ ที่แตกต่างกันไม่ทำให้บัณฑิตมีทัศนคติ ต่อการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ แตกต่างกัน ยกเว้น บัณฑิต ที่จบการศึกษาจากคณะที่ศึกษาแตกต่างกัน และบัณฑิตที่มีผลการเรียนเฉลี่ยต่างกัน จะมีทัศนคติต่อการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ แตกต่างกันที่นัยสำคัญทางสถิติระดับ ร้อยละ 0.01

ดังแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้รับสารที่มีอิทธิพลกับผู้รับสารในเรื่อง แผนการศึกษา และระดับคะแนนเฉลี่ยที่แตกต่างกันย่อมส่งผลให้เกิดพฤติกรรมที่แตกต่างกันได้

บัณฑิตที่จบมาต่างคณะกันนั้นย่อมมีทัศนคติที่แตกต่างกัน เพราะในศาสตร์ที่แต่ละคนเรียนนั้นย่อมทำให้ผู้เรียนเกิดความต้องการที่ต่างกัน มีมุมมองต่างกัน ส่วนบัณฑิตที่มีผลคะแนนเฉลี่ย

จากความต่างของทัศนคติที่ได้นั้น จากแนวคิดของ ริชาร์ด สโคลล์ (Richard W.Scholl, Online ,2000) สามารถอธิบายได้ว่าการเกิดทัศนคติของมนุษย์เกิดจากองค์ประกอบ 4 ประการ คือ

1. ความรู้ความเข้าใจ (Cognition) ซึ่งบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาระดับต่างกัน มีระดับคะแนนเฉลี่ยต่างกันย่อมชี้ให้เห็นว่า ทั้งคู่ต่างก็มีการรับรู้จากประสบการณ์ที่ต่างกันได้
2. ความรู้สึกต่อสิ่งรอบข้าง (Affect) บัณฑิตที่คณะต่างกัน และมีระดับคะแนนต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกกับสิ่งรอบข้างต่างกัน
3. การแสดงออกโดยเจตนา (Behavior Intention) เป้าหมายและแรงบันดาลใจของ บัณฑิตที่ต่างกัน
4. การประเมินค่า (Evaluation) บัณฑิตย่อมมีการประเมินค่าสิ่งต่างๆ จากพื้นฐานประสบการณ์ของตนที่ได้จากการจำเรียนมา และวัฒนธรรมของตน ฉะนั้นบัณฑิตต่างศาสตร์วิชา ย่อมได้รับประสบการณ์ในการประเมินค่าต่างกัน เช่นเดียวกับวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Spooncer (1992 :) ที่เห็นว่าทัศนคติเป็นส่วนผสมของความรู้สึก ความเชื่อและแนวโน้มของพฤติกรรมของบุคคลใดๆ ซึ่งการเกิดทัศนคตินั้น จะต้องมีส่วนเข้ามากระตุ้น ประกอบกับพื้นฐานความเชื่อเดิมตามวัฒนธรรมของบุคคลนั้นๆ แล้วจะก่อให้เกิดพฤติกรรมตามมา (Behavioral)

อย่างไรก็ดี ในการอภิปรายผลการวิจัยข้อนี้ พบว่าแม้จะมีความแตกต่างในทัศนคติของ บัณฑิตเกิดขึ้นแต่ก็เป็นความแตกต่างที่ทัศนคติเป็นไปทางบวก (Positive Attitude)

6. บัณฑิตที่มีลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีความสนใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

จากการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 พบว่า บัณฑิตที่มีพื้นฐานส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ จำนวนพี่น้อง รายได้เฉลี่ยของครอบครัว ภูมิลำเนา คะแนนเฉลี่ยและอาชีพที่แตกต่างกัน ไม่ทำให้บัณฑิตมีความสนใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทแตกต่างกัน ยกเว้นบัณฑิตที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจะมีความสนใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตฯ ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ดังแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารในส่วนของ แผนการศึกษาซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสารในด้าน

นอกจากนี้ผลทดสอบสมมติฐานยังมีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุเทพ พันประสิทธิ์และยงยุทธ นาคแดง (2531) ที่พบว่า ลักษณะภูมิหลัง หรือลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ คะแนนเฉลี่ย เขตที่พักอาศัย และรายได้ไม่มีผลต่อการเลือกศึกษาต่อในสถาบันเอกชน ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยต่างๆ ได้แก่

สุเทพ พันประสิทธิ์และยงยุทธ นาคแดง (2531) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร (2531)” พบว่า ลักษณะภูมิหลังคือสาขาที่เลือกศึกษา อายุ เกรดเฉลี่ย เขตที่อยู่อาศัยเมื่อเข้ารับการศึกษา ระดับการศึกษาที่ใช้สมัคร เพศของผู้สมัคร ภูมิลำเนาการศึกษาที่จบ และรายได้ของผู้ปกครอง ไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน ผู้สมัครให้ความสำคัญกับสาขาที่เปิดให้ศึกษา และคุณภาพของบัณฑิตที่จบออกไปมากที่สุด รองลงมาคือ การมีความสัมพันธ์เป็นพิเศษกับสถาบัน

สุภา กิจวรเกียรติ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางานทำจากนิตยสาร และหนังสือพิมพ์ของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ปีการศึกษา 2543 ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยในเรื่องของ คณะที่สำเร็จ รายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพการทำงาน งานที่ทำตรงสาขาวิชาที่สำเร็จที่ต่างกันของบัณฑิตจะมีพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน ในขณะที่ปัจจัยด้านเพศ เกรดเฉลี่ย ที่แตกต่างกันของบัณฑิต ไม่ทำให้บัณฑิตมีพฤติกรรมการแสวงหาข่าวแตกต่างกัน

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้พบว่า บัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตส่วนใหญ่มีความสนใจที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโท โดยมีความสนใจที่จะศึกษาต่อในสถาบันของรัฐบาล ก่อนจึงจะศึกษาต่อในสถาบันเอกชน แต่ถ้าจะต้องเข้าสถาบันเอกชนแล้วบัณฑิตส่วนใหญ่มีความสนใจที่จะศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต เพราะเกิดทัศนคติที่ดีต่อสถาบันที่ศึกษาจากประสบการณ์การศึกษาระดับปริญญาตรีที่ผ่านมา ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อมในการศึกษา หรือวิชาการ ซึ่งความแตกต่างของบัณฑิตที่จบการศึกษานั้น คณะที่จบ และระดับคะแนนเฉลี่ยเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดความแตกต่างของบัณฑิตกับความสนใจ และทัศนคติได้

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. จากการศึกษาที่พบว่าบัณฑิตที่จบการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีความสนใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่แตกต่างกันนั้น ฉะนั้นการทำประชาสัมพันธ์ควรจะเน้นเนื้อหาการรับสมัคร และการใช้สื่อให้มีความสอดคล้องกับคณะต่างๆ อย่างชัดเจน รวมถึงวิธีการนำเสนอจุดเด่นของแต่ละสาขาที่บัณฑิตที่จบการศึกษาจากคณะต่างๆ จะสามารถศึกษาต่อยอดความรู้ได้

2. จากผลที่ได้รับในเรื่องของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารบัณฑิตนั้น ทำให้พบว่าบัณฑิตมีความต้องการและนิยมเปิดรับสื่อทางจดหมายที่ส่งไปยังบ้านพักมากที่สุด ดังนั้นมหาวิทยาลัย จึงควรมีการจัดเก็บข้อมูลของบัณฑิตที่จบการศึกษาในแต่ละปี และทำการสำรวจถึงแนวโน้มการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท และเมื่อถึงช่วงการรับสมัคร ทางมหาวิทยาลัย สามารถส่งข้อมูลดังกล่าวไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ หรือจะเป็นข่าวสารใดๆ ของมหาวิทยาลัยก็สามารถทำได้

3. ทักษะที่บัณฑิตมีต่อการศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย นั้น แม้ผลที่ได้รับจะเป็นที่น่าพอใจ คือ บัณฑิตมีทัศนคติที่ดีมากต่อมหาวิทยาลัย แต่ลำดับของความน่าพอใจนั้นผู้ศึกษาเห็นว่า สิ่งที่น่าจะอยู่ใน 3 ลำดับแรกคือ

1. ความมีชื่อเสียงในกลุ่มมหาวิทยาลัยเอกชน

2. ความเป็นเลิศทางวิชาการ

3. มหาบัณฑิตของมหาวิทยาลัย เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานภาครัฐ ดังนั้นมหาวิทยาลัย จึงควรมีการเพิ่มแผนงานการสร้างวิชาการให้เกิดขึ้นเพื่อจัดลำดับทัศนคติของบัณฑิตที่จะเข้าศึกษาได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามปลายปิด จึงทำให้ไปสามารถพบรายละเอียดเล็กๆ ของความสนใจ ทักษะ และ การเปิดรับได้ หากมีการทำวิจัยครั้งต่อไป ผู้ศึกษามีความเห็นว่าควรจะทำการศึกษาในเรื่องดังกล่าวเพราะจะเป็นประโยชน์กับการวางแผนการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยได้มากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการขยายกลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาให้กว้างขึ้น ควรจะทำการศึกษา แยกคณะต่างๆ แล้วจึงนำมาเปรียบเทียบกันในภายหลัง

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กิติมา สุรสนธิ. **ความรู้ทางการสื่อสาร**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546
- ปรมะ สตะเวทิน. **หลักนิเทศศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2533
- พัชนี เชยจรรยา และคณะ. **แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538
- วันทนีย์ ชูศิลป์. **สถิติและการวิจัยเบื้องต้น**. กรุงเทพมหานคร : อักษรบัณฑิต, 2525
- วิทยากร เชียงกุล. **ทางรอดของประเทศไทย ปฏิวัติกรอบแนววิถีคิดและระบบการเรียนรู้ใหม่**. นนทบุรี : สำนักพิมพ์เรือนปัญญา, 2544
- วิรัช ภูมิรัตนกุล. **การประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532
- ศักดิ์ สุนทรเสถียร. **เจตคติ**. กรุงเทพมหานคร : เจ้าพระยาการพิมพ์, 2528
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, สำนักนายกรัฐมนตรื. **แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2545-2559**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พริกหวานกราฟฟิค, 2545
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, สำนักนายกรัฐมนตรื. **การศึกษาของคนไทยปี 2546**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์เซ็นจูรี่, 2546
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ ธวัชชัย อาทรรุระสุข และพิสิษฐ์ ศุภกรัยพงศ์. **สถิติสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์, 2533
- อรวรรณ ปิณฑนนโอบาท. **การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542

เอกสารอื่นๆ

กิติมา สุรสนธิ. รายงานการวิจัย “แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล” กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535

สุเทพ พันประสิทธิ์ และยงยุทธ์ นาคแดง. “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน ในกรุงเทพมหานคร ปี 2531” กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2533

วิทยานิพนธ์

สุภา กิจวรเกียรติ. “การศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารเพื่อการหางานทำจากนิตยสาร และหนังสือพิมพ์ของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา ปีการศึกษา 2543 ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2545

อมรรัตน์ ภาลิน. “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ทักษะคนดี และการมีส่วนร่วมของนักเรียนนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อโครงการรวมพลังหาร 2” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2544

ภาษาอังกฤษ

BOOKS

Klapper, Joseph. *The Effect of Mass Communication*. Glencoe, Illinois: The Free Press, 1960.

Roger, Everett M. and Shoemaker, Floyd F. *Communication of Innovations*. New York: The Free Press, 1971.

Stephen Littlejohn, W . *Theories of Human Communication*. The United State: Wadworth Publishing Company, copyright 1999.

Stuart, Oskamp. **Television as a Social Issue.** The United States of America: SAGE Publications, Inc. 1991.

Taro Yamane. **Mathematics for Economists an Elementary Survey.** New Delhi: Prentice-Hall of Indian Inc., 1981.

DRPU

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง

“การเปิดรับข่าวสารและทัศนคติเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท
:กรณีศึกษาบัณฑิตมหาวิทยาลัยธุรกิจ 2546 ”

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงความเป็นจริงมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ..... ปี

3. ท่านจบการศึกษาจากคณะ

บริหารธุรกิจ

ศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์

การบัญชี

นิเทศศาสตร์

นิติศาสตร์

วิศวกรรมศาสตร์

เศรษฐศาสตร์

เทคโนโลยีสารสนเทศ

4. ท่านมีพี่น้องในครอบครัวทั้งหมดกี่คน (รวมทั้งตัวท่านด้วย)

1 คน

2 คน

3 คน

มากกว่า 3 คน

5. รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

ต่ำกว่า 10,000 บาท

10,001-20,000 บาท

20,001-30,000 บาท

มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป

6. ภูมิภาคเนาเดิมของท่านคือภาคใด

ภาคกลาง

กรุงเทพฯ และปริมณฑล

ภาคตะวันตก

ภาคตะวันออก

ภาคเหนือ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ภาคใต้

7. ระดับผลการเรียน (แต่ัมเฉลี่ยสะสมรวม)

2.00-2.50

2.51-3.00

3.01-3.50

3.51 ขึ้นไป

8. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพใด

- รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน
 ประกอบธุรกิจส่วนตัว ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ
 ยังไม่ประกอบอาชีพ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 -ข้อมูลทั่วไปในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง

9. ท่านมีความสนใจศึกษาต่อในระดับปริญญาโทหรือไม่

- สนใจ ไม่สนใจ เพราะ

10. ถ้าท่านมีความสนใจศึกษาต่อท่านสนใจศึกษาต่อในสถาบันใด

- สถาบันการศึกษาของรัฐ สถาบันการศึกษาของเอกชน
 ศึกษาต่อในต่างประเทศ (ตอบข้อนี้ข้ามไปตอบตอนที่ 3)

11. โปรดระบุสถาบันการศึกษาของรัฐที่ท่านสนใจศึกษาต่อ (3 ลำดับ)

1.
 2.
 3.

12. เหตุผลใดที่ทำให้ท่านสนใจศึกษาต่อในสถานศึกษาของรัฐบาล (ตอบเพียงข้อเดียว)

- ความมีชื่อเสียงของสถาบัน สังคมยอมรับ
 ค่าใช้จ่ายไม่สูง มีโอกาสเข้าศึกษาง่าย
 บรรยากาศน่าเรียน มีทุนการศึกษามาก
 มีโอกาสจบสูง อยู่ใกล้บ้าน
 คุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน มีผู้แนะนำ
 อยู่ใกล้ที่ทำงาน อื่นๆ โปรดระบุ.....

13. โปรดระบุสถาบันการศึกษาของเอกชนที่ท่านสนใจศึกษาต่อ (3 ลำดับ)

1.
 2.
 3.

14. เหตุผลใดที่ทำให้ท่านสนใจศึกษาต่อในสถานศึกษาของเอกชน (ตอบเพียงข้อเดียว)

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> ความเป็นชื่อเสียงของสถาบัน | <input type="radio"/> สังคมยอมรับ |
| <input type="radio"/> ค่าใช้จ่ายไม่สูง | <input type="radio"/> มีโอกาสเข้าศึกษาง่าย |
| <input type="radio"/> บรรยากาศน่าเรียน | <input type="radio"/> มีทุนการศึกษามาก |
| <input type="radio"/> มีโอกาสจบสูง | <input type="radio"/> อยู่ใกล้บ้าน |
| <input type="radio"/> คุณวุฒิของอาจารย์ผู้สอน | <input type="radio"/> มีผู้แนะนำ |
| <input type="radio"/> อยู่ใกล้ที่ทำงาน | <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

ตอนที่ 3 ทักษะคิดที่มีต่อการศึกษาระดับปริญญาโทของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

15. ความสนใจในการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

- สนใจ
- ไม่สนใจ เพราะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> ชื่อเสียงของสถาบันไม่ดี | <input type="radio"/> ยังไม่เป็นที่ยอมรับของสังคม |
| <input type="radio"/> ค่าใช้จ่ายสูง | <input type="radio"/> กลัวจบแล้วหางานทำยาก |
| <input type="radio"/> บรรยากาศไม่น่าเรียน | <input type="radio"/> ไม่มีงบในการศึกษาต่อ |
| <input type="radio"/> สนใจที่จะทำงานก่อน | <input type="radio"/> ไม่มีหลักสูตรที่สนใจ |
| <input type="radio"/> อยากเรียนสถาบันอื่นดูบ้าง | <input type="radio"/> ไกลจากบ้านที่ทำงาน |
| <input type="radio"/> ไม่สะดวกในการเดินทาง | <input type="radio"/> จบแล้วไม่มีหลักสูตรต่อเนื่อง |
| <input type="radio"/> กลัวเรียนไม่จบ | <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
16. เป็นมหาวิทยาลัยเอกชนที่มีชื่อเสียง					
17. มีความเป็นเลิศทางวิชาการ					
18. อาจารย์ผู้สอนเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ					
19. สภาพแวดล้อมเหมาะสมต่อการเรียน การสอน					
20. ความพร้อมด้านอุปกรณ์การเรียน					
21. อัตราค่าเล่าเรียนเหมาะสม					
22. มหาวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยธุรกิจ บัณฑิตยเป็นที่ยอมรับของหน่วยงาน ภาครัฐและเอกชน					
23. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย ส่วนใหญ่มีคุณภาพ					
24. หลักสูตรมหาบัณฑิตของมหาวิทยาลัย มีความสอดคล้องกับความต้องการของ ตลาดแรงงาน					
25. มหาวิทยาลัยถึงพร้อม ด้วยคุณธรรมและจริยธรรม					
26. มหาวิทยาลัยมีการพัฒนาวิชาการอยู่ เสมอ					
27. ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยมีผลต่อความ สนใจเลือกศึกษาต่อ					

ตอนที่ 4 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

28. ท่านต้องการรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาในระดับปริญญาโทของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตหรือไม่
- ต้องการ ไม่ต้องการ
29. ท่านเคยรับทราบข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตจากสื่อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|---|---|
| <input type="radio"/> โทรทัศน์ | <input type="radio"/> วิทยุ |
| <input type="radio"/> หนังสือพิมพ์ | <input type="radio"/> วารสาร/วารสารทางวิชาการ |
| <input type="radio"/> โฆษณาในโรงภาพยนตร์ | <input type="radio"/> ป้ายโฆษณา/ป้ายผ้า |
| <input type="radio"/> แผ่นพับ/ของที่ระลึก | <input type="radio"/> จากกิจกรรม Open House |
| <input type="radio"/> Internet | <input type="radio"/> มีพี่น้อง/ญาติมิตรเรียนอยู่ |
| <input type="radio"/> การบอกเล่าจากคนรู้จัก | <input type="radio"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |
30. ถ้ามหาวิทยาลัยจะส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทที่เป็นประโยชน์ไปให้ท่านคิดว่าสื่อใดจะสะดวกมากที่สุด (โปรดเลือกข้อที่สนใจที่สุดเพียงข้อเดียว)
- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> ลงใน Web site มหาวิทยาลัย | <input type="radio"/> ส่งไปทาง E-mail |
| <input type="radio"/> ออกอากาศทางวิทยุ | <input type="radio"/> ออกอากาศทางโทรทัศน์ |
| <input type="radio"/> ส่งจดหมายไปยังที่บ้าน | <input type="radio"/> ส่งจดหมายไปที่ทำงานของท่าน |
| <input type="radio"/> ลงในข่าวหนังสือพิมพ์ | <input type="radio"/> มธบ. สื่อสัมพันธ์ |
| <input type="radio"/> อื่น (โปรดระบุ)..... | |

ขอบคุณบัณฑิตท่านทุกที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 30 พฤษภาคม พ.ศ. 2511 โดยมี ดร.ไสว สุทธิพิทักษ์ และอาจารย์สนั่น เกตุทัต เป็นผู้ร่วมกันก่อตั้งขึ้น ปัจจุบันตั้งอยู่ที่ ริมคลองประปา ถนนประชาชื่น เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ โดยปัจจุบันเปิดสอนทั้งระดับปริญญาตรี และปริญญาโท การศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาหรือ ระดับปริญญาโทนั้น เปิดสอนด้วยกันทั้งสิ้น 8 หลักสูตร ได้แก่

1. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (Master of Business Administration)
2. หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต (Master of Laws)
3. หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (Master of Economics)
4. หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (Master of Public Administration)
5. หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (Master of Arts Communication)
6. หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (Master of Science Information Technology)
7. หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (Master of Arts Program in Education Management)
8. หลักสูตรวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (Master of Science in Engineering Management)

รวมหน่วยกิต 48 หน่วยกิต โดยแบ่ง วิชาแกนบังคับ 27 หน่วยกิต วิชาเลือกเอกเลือก 9 หน่วยกิต และวิทยานิพนธ์ 12 หน่วยกิต ซึ่งผู้เรียนสามารถเลือกทำวิทยานิพนธ์หรือสอบปากเปล่าได้

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต (เฉพาะของระดับบัณฑิตศึกษา) ได้แก่

1. แผ่นพับ
2. ไปสเตอร์
3. การจัดนิทรรศการ
4. การจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น การเปิดเยี่ยมชมมหาวิทยาลัย (Open house)
5. ของแจก อาทิ ปฏิทิน สมุดบันทึก

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายคัมภีร์ เริงวิจิตรวาท
เกิดเมื่อ	30 ธันวาคม 2519
การศึกษา	พ.ศ.2542 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีนิเทศศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
การทำงาน บัณฑิต	พ.ศ. 2544 – ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยธุรกิจ บัณฑิต

D
P
U