

แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



นางสาว อโณทัย พึ่งทองหล่อ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ
สาขาวิชาสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2543
ISBN 974-13-0788-8
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

MOTIVATING FACTORS TO PERSUE GRADUATE WORK,
DEVELOPMENT COMMUNICATION,
CHULALONGKORN UNIVERSITY



Miss Anotai Phungthonglaw

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fullfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2000

ISBN 974-13-0788-8

หัวข้อวิทยานิพนธ์ แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
โดย นางสาวอโนทัย พึ่งทองหล่อ
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร. อัญชลี ลีสวรรค์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาามหาบัณฑิต

.....คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวัต บุญลือ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์ ดร. อัญชลี ลีสวรรค์)

.....กรรมการ
(ดร. วิเชียร เกตุสิงห์)

สํานักวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อโนทัย ฟิ่งทองหล่อ : แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย . (MOTIVATING FACTORS TO PERSUE GRADUATE WORK, DEVELOPMENT COMMUNICATION, CHULALONGKORN UNIVERSITY) อ.ที่ปรึกษา : ดร.อัญชลี ลีสุวรรณค์, 120 หน้า. ISBN 974-13-0788-8

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อการศึกษาระดับมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2) เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจที่มีผลต่อการศึกษาต่อของมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่มีเพศ อายุ สาขาที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพการสมรส และอาชีพ แตกต่างกัน และ 3) เพื่อสำรวจความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของมหาบัณฑิตเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ มหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทั้งภาคในเวลาราชการและภาคนอกเวลาราชการ จำนวน 256 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การทดสอบค่า t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ซึ่งประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

ผลการวิจัยพบว่า

1. มหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ และด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. มหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านการพัฒนาวิชาชีพ และด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. มหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่จบจากสาขาการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ต่างกัน มีแรงจูงใจด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล ด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านการพัฒนาวิชาชีพ ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ และด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4. มหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีแรงจูงใจด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล ด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ด้านการพัฒนาวิชาชีพ ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ และด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ

5. มหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีอาชีพต่างกัน มีแรงจูงใจด้านความมั่งหวังของตนเอง ด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านการพัฒนาวิชาชีพ ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ และด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์..... **ลายมือชื่อนิสิต**

สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ..... **ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา**

ปีการศึกษา...2543..... **ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม**

428 53167 28 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD : MOTIVATING FACTORS / GRADUATE WORK / DEVELOPMENT COMMUNICATION

ANOTAI PHUNGTHONGLAW : MOTIVATING FACTORS TO PERSUE GRADUATE WORK,
DEVELOPMENT COMMUNICATION, CHULALONGKORN UNIVERSITY.THESIS ADVISOR :
ANCHALEE LEESAVAN, Ed.D.120 pp. ISBN 974-13-0788-8

The purposes of this research were 1) To investigate motivating factors affecting Development Communication, Chulalongkorn University Students to persue graduate work 2) To compare demographic characteristics - sex, age, specialization, marital status, and occupation which bring about their motivation and 3)To explore opinions and suggestions of graduate students in relation to their motivation to persue graduate work in Development Communication, Chulalongkorn University. This study utilized a survey research. A sample size of 256 graduate students in Development Communication, Chulalongkorn University. The percentage, mean, t-test and one way ANOVA were used to analyze the data. Statistical Package for the Social Sciences for Windows (SPSS for Windows) Programme was employed for data processing

The results of the research found :

1. Development Communication, Chulalongkorn University Graduate Students with different demographic characteristic in sex were statistically different in terms of Person Motivating Factor, Source of Support Motivating Factor and Other Motivating Factors.

2. Development Communication, Chulalongkorn University Graduate Students with different demographic characteristic in age were statistically different in terms of Mass Communication Exposure Motivating Factor, Curriculum Motivating Factor, Career Path Development Motivating Factor and Other Motivating Factors.

3. Development Communication, Chulalongkorn University Graduate Students with different demographic characteristic in specialization were statistically different in terms of Person Motivating Factor, Mass Communication Exposure Motivating Factor, Curriculum Motivating Factor, Career Path Development Motivating Factor, Source of Support Motivating Factor and Other Motivating Factors.

4. Development Communication, Chulalongkorn University Graduate Students with different demographic characteristic in marital status were statistically different in terms of Person Motivating Factor, Mass Communication Exposure Motivating Factor, Career Path Development Motivating Factor, Source of Support Motivating Factor and Other Motivating Factors.

5. Development Communication, Chulalongkorn University Graduate Students with different demographic characteristic in occupation were statistically different in terms of Self-Satisfaction Motivating Factor, Person Motivating Factor, Curriculum Motivating Factor, Career Path Development Motivating Factor, Source of Support Motivating Factor and Other Motivating Factors.

Department.....Public Relations..... Student's Signature.....

Field of Study.....Development Communication... Advisor's Signature.....

Academic Year.....2000..... Co-Advisor's Signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจากผู้มีพระคุณต่อผู้วิจัยหลายท่าน เริ่มตั้งแต่ ดร.อัญชลี ลีสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาชี้แนะแนวทางการวิจัย กำกับดูแล ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องทุกขั้นตอนอย่างละเอียด เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากที่สุด อีกทั้งได้สร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานด้วยความเมตตากรุณาตามแบบพุทธวิธีมาโดยตลอด รวมถึง รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ ที่กรุณาเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ ดร.วิเชียร เกตุสิงห์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาชี้แนะทางสถิติด้านการวิเคราะห์ข้อมูล และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ทั้ง 3 ท่านเป็นอย่างสูง

คุณมณเฑียร พุฒประเสริฐ รองประธานกรรมการบริษัท อันดามันคลับ จำกัด ผู้บังคับบัญชาที่ให้โอกาสแก่ผู้วิจัยในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้

ขอขอบคุณพี่ ๆ เพื่อน ๆ และน้อง ๆ นิเทศศาสตร์พัฒนาการทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้เป็นอย่างดี และขอเก็บความประทับใจ ซึ่งใจในน้ำใจของเพื่อนสนิททั้ง 6 คนในกลุ่มที่คอยให้กำลังใจและความช่วยเหลือ ทำให้ผู้วิจัยสามารถฟันฝ่าอุปสรรคทำวิทยานิพนธ์นี้ให้สำเร็จได้ด้วยดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณแม่ พี่ชาย รวมทั้งคุณยายที่ล่วงลับไปแล้ว ที่เป็นกำลังใจให้โอกาสผู้วิจัยและสนับสนุนเป็นอย่างดีมาโดยตลอด ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จตามเป้าหมาย

อโณทัย พึ่งทองหล่อ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

		หน้า
	บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
	บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
	กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
	สารบัญ.....	ช
	สารบัญตาราง.....	ฅ
	บทที่	
1	บทนำ.....	1
	ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	วัตถุประสงค์.....	3
	สมมติฐานการวิจัย.....	4
	นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	4
	ขอบเขตในการวิจัย.....	5
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2	ทฤษฎี และ แนวคิดที่ใช้ในงานวิจัย.....	7
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์.....	7
	แนวคิดเรื่องการเรียนรู้.....	14
	แนวคิดเรื่องทัศนคติ.....	18
	หลักโยนิโสมนสิการทางพระพุทธศาสนา.....	24
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ.....	25
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชน.....	29
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อบุคคล.....	33
	แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล.....	36
	แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์.....	38
	แนวคิดเกี่ยวกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 และ 9.....	40
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
3	ระเบียบวิธีวิจัย.....	47
	ประชากร.....	47
	กลุ่มตัวอย่าง.....	47
	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	47
	ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	48
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	49
	หลักเกณฑ์การให้คะแนน.....	50
	การทดสอบเครื่องมือ.....	51
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	52
	การประมวลผลข้อมูล.....	52
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	52
4	ผลการวิจัย.....	54
	ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	55
	ลักษณะข้อมูลแสดงระดับความสำคัญของแรงจูงใจ.....	64
	การทดสอบสมมติฐาน.....	75
5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	95
	สรุปผลการวิจัย.....	96
	อภิปรายผล.....	98
	ข้อเสนอแนะ.....	104
	รายการอ้างอิง.....	106
	ภาคผนวก.....	111
	ประวัติผู้วิจัย.....	120

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	55
2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	56
3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	57
4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการทำงาน.....	58
5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้.....	59
6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถาบันการศึกษาระดับปริญญาตรี.....	60
7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคณะที่จบการศึกษา.....	61
8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพหลักของบิดา.....	62
9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพหลักของมารดา.....	63
10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับความสำคัญของแรงจูงใจ	64
11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแรงจูงใจทั้ง 7 ด้าน.....	68
12 แสดงความแตกต่างของแรงจูงใจแต่ละด้าน ระหว่างกลุ่มของมหาบัณฑิตที่มี เพศต่างกัน.....	75
13 แสดงความแตกต่างของแรงจูงใจแต่ละด้าน ระหว่างกลุ่มของมหาบัณฑิตที่มี อายุต่างกัน.....	77
14 แสดงความแตกต่างของแรงจูงใจด้านความมุ่งหวังของตนเอง ระหว่างกลุ่มของ มหาบัณฑิตที่จบจากสาขาการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ต่างกัน.....	80
15 แสดงความแตกต่างของแรงจูงใจด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล ระหว่างกลุ่มของ มหาบัณฑิตที่จบจากสาขาการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ต่างกัน.....	81
16 แสดงความแตกต่างของแรงจูงใจด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ระหว่าง กลุ่มของมหาบัณฑิตที่จบจากสาขาการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ต่างกัน.....	82
17 แสดงความแตกต่างของแรงจูงใจด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ระหว่างกลุ่มของ มหาบัณฑิตที่จบจากสาขาการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ต่างกัน.....	83
18 แสดงความแตกต่างของแรงจูงใจด้านการพัฒนาวิชาชีพ ระหว่างกลุ่มของมหาบัณฑิต ที่จบจากสาขาการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ต่างกัน.....	84

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
19	แสดงความแตกต่างของแรงจูงใจด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ ระหว่างกลุ่ม ของมหาบัณฑิตที่จบจากสาขาการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ต่างกัน.....	85
20	แสดงความแตกต่างของแรงจูงใจด้านอื่น ๆ ระหว่างกลุ่มของมหาบัณฑิตที่จบจากสาขา การศึกษาระดับปริญญาตรีที่ต่างกัน.....	86
21	แสดงความแตกต่างของแรงจูงใจแต่ละด้าน ระหว่างกลุ่มของมหาบัณฑิตที่มีสถานภาพ การสมรสต่างกัน.....	87
22	แสดงความแตกต่างของแรงจูงใจแต่ละด้าน ระหว่างกลุ่มของมหาบัณฑิตที่มีอาชีพ ต่างกัน.....	90
23	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการตอบคำถามข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะในแต่ละด้าน.....	93

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันนี้ประเทศไทยได้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการพัฒนาประเทศมากยิ่งขึ้น จึงทำให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบชีวิตและความเป็นอยู่ ตลอดจนวิถีการดำรงชีวิตของคนไทย ในการพัฒนากำลังคนหรือทรัพยากรมนุษย์นั้น จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่จะทำให้ประเทศเจริญก้าวหน้า สิ่งทีหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะทำให้ทรัพยากรมนุษย์ของประเทศชาติมีคุณภาพคือ การให้การศึกษาแก่มนุษย์ เพื่อให้มีคุณสมบัติที่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

การพัฒนาประเทศของประเทศไทยได้มีการริเริ่มขึ้นเป็นครั้งแรกในสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ได้มีการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 ขึ้นในปี พ.ศ. 2504 การกำหนดแผนและนโยบายของชาติเป็นการดำเนินการโดยเจ้าหน้าที่และผู้บริหารของรัฐ คือสำนักงานคณะกรรมการการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) โดยการรวบรวมปัญหา ทำการวิเคราะห์และกำหนดแนวทางในการพัฒนาประเทศ หลังจากนั้น ได้จัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเรื่อยมาจนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับปัจจุบัน เป็นฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2504-2544) ซึ่งได้ปรับเปลี่ยนปรัชญาการพัฒนา ซึ่งแต่เดิมมุ่งเน้นการเจริญเติบโตและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศเป็นหลัก มุ่งสู่การเน้น “การพัฒนาคน” โดยยึดหลักการให้คนเป็นศูนย์กลางและ เป้าหมายของการพัฒนาประเทศ โดยมีการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นเครื่องมือรองรับการพัฒนาคนและคุณภาพชีวิตของคนเหล่านั้น

การศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา โดยเฉพาะชั้นปริญญาโทและปริญญาเอก มีความสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาคนหรือการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากบุคคลที่จบการศึกษาระดับมหาบัณฑิต จะสามารถนำความรู้ความสามารถของตนเองไปพัฒนาตนเองและความเป็นผู้นำในสังคมได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเป็นผู้นำในด้านความรู้ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขา ซึ่งการศึกษาระดับมหาบัณฑิต จะใช้การศึกษาในเชิงของการค้นคว้าวิจัย และการแสวงหาความรู้อย่างลึกซึ้งเฉพาะด้าน ซึ่งเป็นการแสวงหาความจริงทางวิชาการ เพื่อให้ผู้เรียนมีความเป็นนักวิชาการ และมีวิชาชีพขั้นสูงที่จะเป็นกำลังสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าไปในทิศทางที่เหมาะสม

ปัจจุบัน การศึกษาระดับมหาบัณฑิตหรือปริญญาโท ได้รับความสนใจจากบุคคลทั่วไปเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี หรือพนักงานองค์กรต่าง ๆ

ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เนื่องจากต่างก็ตระหนักว่า การมีโอกาสได้ศึกษาในระดับที่สูงขึ้น ย่อมจะเป็นแนวทางที่จะนำไปสู่ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เป็นเกียรติประวัติต่อตนเอง และองค์กร หรือหน่วยงาน อีกทั้งตัวองค์กรต่างก็ต้องการบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ เพื่อเพิ่มศักยภาพขององค์กรให้มีความแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่มีบทบาทสำคัญในด้านการให้บริการการศึกษาที่เก่าแก่ และสำคัญมาเป็นเวลาช้านาน ปัจจุบันเปิดทำการสอนทั้งหมด 19 สาขาวิชา ได้แก่ ครุศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ สหสาขาวิชา เกษตรศาสตร์ ประชากรศาสตร์ ศิลปกรรมศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ รัฐศาสตร์ แพทยศาสตร์ จิตวิทยา ทันตแพทยศาสตร์ อักษรศาสตร์ พาณิชยศาสตร์ และการบัญชี สถาปัตยกรรมศาสตร์ นิเทศศาสตร์ พยาบาลศาสตร์ นิติศาสตร์ สัตวแพทยศาสตร์ และวิทยาศาสตร์

คณะนิเทศศาสตร์ เป็น 1 ใน 19 คณะของมหาวิทยาลัยที่ได้ทำการเปิดสอนครั้งแรกตั้งแต่ปีการศึกษา 2508 เป็นต้นมา โดยใช้ชื่อว่า “แผนกอิสระสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์” ต่อมาได้มีพระราชกฤษฎีกา ยกฐานะเป็น “คณะนิเทศศาสตร์” สำหรับปริญญาโท เริ่มเปิดสอนในปีการศึกษา 2521 โดยเริ่มเปิดสอนในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาแรกที่เปิดสอนคือสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ และต่อมาในปี 2529 ได้เริ่มเปิดการสอนสาขาการสื่อสารมวลชน และในปี 2532 ก็ได้เปิดสอนสาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ขึ้นอีกสาขาหนึ่ง ปัจจุบันเปิดทำการสอนทั้งหมด 5 สาขาวิชาคือ สาขาวิชาเทศศาสตร์พัฒนาการ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน สาขาวิชาสารสนเทศ (หนังสือพิมพ์) สาขาวิชาการโฆษณา และสาขาวิชาวารสารศาสตร์

หลักสูตรสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ เป็นสาขาแรกระดับมหาบัณฑิตของคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นสาขาวิชาที่ผ่านกระบวนการปรับเปลี่ยนและปรับปรุงให้สอดคล้องกับยุคสมัย แม้ปัจจุบันยังเป็นที่ยังเป็นที่อยู่ในความสนใจของผู้ใฝ่รู้อีกเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นสาขาวิชาที่มีความสำคัญยิ่งต่อกระบวนการพัฒนาประเทศโดยส่วนรวม โดยมีวัตถุประสงค์ของหลักสูตรและการเรียนการสอนดังนี้

1. เพื่อผลิตบัณฑิตทางด้านนิเทศศาสตร์พัฒนาการให้นำความคิดรวบยอดและทฤษฎีไปประยุกต์ใช้ในโครงการพัฒนาประเทศต่าง ๆ ให้สัมฤทธิ์ผลยิ่งขึ้น
2. เพื่อผลิตบัณฑิตทางด้านนิเทศศาสตร์พัฒนาการ ที่มีความรู้ความสามารถในการวิจัยเพื่อทำการวิจัยในโครงการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ
3. เพื่อสร้างองค์ความรู้การวิจัย และการแสวงหาเหตุผลทางด้านนิเทศศาสตร์พัฒนาการให้เหมาะสมกับยุคสมัยมากขึ้น

คุณสมบัติของผู้สมัครเข้าศึกษา มีดังนี้

1. ผู้สมัครทั่วไป ได้แก่ ผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาใดวิชาหนึ่ง
2. ผู้สมัครที่หน่วยงานจัดส่งมาได้แก่

- สำเร็จปริญญาตรีสาขาวิชาใดสาขาวิชาหนึ่ง และมีประสบการณ์ในการทำงานด้านพัฒนาในหน่วยงานภาครัฐ หรือองค์การพัฒนาภาคเอกชนที่ได้รับการรับรองไม่น้อยกว่า 3 ปี หลังจากสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีหนังสือรับรองจากต้นสังกัดมาแสดงพร้อมใบสมัคร หรือ

- สำเร็จปริญญาตรีสาขาวิชาใดวิชาหนึ่ง และทำการสอนด้านนิเทศศาสตร์ในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐหรือเอกชน ไม่น้อยกว่า 1 ปี หลังจากสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยมีหนังสือรับรองจากต้นสังกัดมาแสดงพร้อมใบสมัคร

จากการกำหนดวัตถุประสงค์และคุณสมบัติของผู้สมัครเข้าศึกษาระดับมหาบัณฑิตจะเห็นได้ว่า คณะนิเทศศาสตร์ต้องการให้ผู้เข้าศึกษานำความรู้ความสามารถจากการศึกษาไปใช้ในการปฏิบัติงานหรือการประกอบอาชีพ

นับตั้งแต่เปิดสอนสาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521 จนถึงปัจจุบัน ได้ผลิตมหาบัณฑิตออกไปแล้วจำนวนทั้งหมด 21 รุ่น (ปี พ.ศ. 2521-2541) ปรากฏว่ายังไม่มีการศึกษาว่ามีแรงจูงใจใดบ้างที่มีผลต่อการศึกษาระดับมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อีกทั้งปีนี้ หลักสูตรนิเทศศาสตร์พัฒนาการ ได้มีการเปิดสอนมาครบรอบ 23 ปี ใน พ.ศ. 2544 จึงเป็นการเพิ่มโอกาสที่จะได้มีการทบทวนหลักสูตรการเรียนการสอน เพื่อเป็นแนวทางการสร้างองค์ความรู้ทางนิเทศศาสตร์พัฒนาการของภาควิชาการประชาสัมพันธ์ ประโยชน์จากการวิจัยในครั้งนี้ นอกจากจะทำให้ทราบถึงแรงจูงใจในการเข้าศึกษาของมหาบัณฑิตในขณะดังกล่าวแล้ว ยังจะสามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยมาเป็นข้อมูลเบื้องต้นที่สำคัญต่อการวางแผนและจัดระบบการเรียนการสอนสาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการรองรับสนองตอบนโยบายพัฒนาคน หรือทรัพยากรของชาติในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อการศึกษาระดับมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจที่มีผลต่อการศึกษาคือของมหาบัณฑิตสาขาวิทยาศาสตร์ พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีเพศ อายุ สาขาที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพการสมรส และอาชีพ แตกต่างกัน และ

3. เพื่อสำรวจความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของมหาบัณฑิตเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิตสาขาวิทยาศาสตร์ พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐาน

มหาบัณฑิตสาขาวิทยาศาสตร์ พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีเพศ อายุ สาขาที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพการสมรส และอาชีพ แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อแตกต่างกัน

นิยามศัพท์

1. แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งเร้าที่เป็นเหตุชักจูงหรือโน้มน้าวให้บุคคลตัดสินใจกระทำ แสดงหรือปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

2. แรงจูงใจในการศึกษาต่อ หมายถึง สิ่งเร้าที่ชักนำให้มหาบัณฑิตเข้าศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์ พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 7 ด้านดังนี้คือ

2.1 แรงจูงใจด้านความมุ่งหวังของตนเอง หมายถึง สิ่งที่เกิดความหมายหรือผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการเข้าศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิตสาขาวิทยาศาสตร์ พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ไม่ว่าจะเป็นด้าน การเพิ่มความรู้ การปรับปรุงตนเองด้านการเข้าสังคม การเป็นที่ยอมรับนับถือจากสังคม หรือการเรียนเพื่อให้ทัดเทียมกับเพื่อนหรือสังคมรอบข้าง เป็นต้น

2.2 แรงจูงใจด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล หมายถึง การส่งเสริม ชักจูง และชี้แนะจากบุคคลอื่นที่ทำให้มีความต้องการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิตสาขาวิทยาศาสตร์ พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในที่นี้หมายถึง มหาบัณฑิตขอคำแนะนำจากบิดามารดา ญาติพี่น้อง อาจารย์ เพื่อน รุ่นพี่ที่จบการศึกษาไปแล้ว ผู้บังคับบัญชา หรือจากผู้ que ประสบความสำเร็จในวิชาที่เรียน

2.3 แรงจูงใจด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน หมายถึง การที่มหาบัณฑิตเปิดรับข่าวสารการศึกษาต่อจากสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต หรือรับทราบข่าวสารและความมีชื่อเสียงของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผ่านการประชาสัมพันธ์ของคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เกี่ยวกับสาขาวิทยาศาสตร์ พัฒนาการ

2.4 แรงจูงใจด้านหลักสูตรการเรียนการสอน หมายถึง ความพร้อมของหลักสูตรการเรียนการสอน คุณภาพและควมมีชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอน ความพร้อมของสถานศึกษาในด้านอุปกรณ์ อาคารสถานที่ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวก

2.5 แรงจูงใจด้านการพัฒนาวิชาชีพ หมายถึง ความต้องการที่จะนำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาอาชีพของตนให้ดีขึ้น เพื่อเลื่อนตำแหน่ง หรือเพื่อปรับอัตราเงินเดือนให้สูงขึ้น

2.6 แรงจูงใจด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ หมายถึง รายได้ รายรับ และสิ่งของที่ได้จากผู้สนับสนุนในระหว่างการศึกษา

2.7 แรงจูงใจด้านอื่น ๆ หมายถึง เหตุผลอื่นที่เป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อของมหบัณฑิต นอกเหนือจากแรงจูงใจอื่นข้างต้น เช่น ว่างาน ความสะดวกในการเดินทาง มีปัญหาด้านการเกษตรทหาร ฯลฯ

3. รายได้ หมายถึง ค่าจ้าง เงินเดือน หรือสิ่งตอบแทนจากประกอบอาชีพ

4. อาชีพ หมายถึง ลักษณะของงานที่บุคคลยึดเป็นอาชีพหลักที่ทำให้มีรายได้ประจำได้แก่

4.1 ข้าราชการ หมายถึง ผู้ซึ่งทำงานในหน่วยงานของราชการโดยได้รับค่าจ้างเป็นรายเดือน ได้แก่ ข้าราชการ ข้าราชการพลเรือน ข้าราชการทหาร ตำรวจ และพนักงานเทศบาล

4.2 พนักงานองค์กรเอกชน หมายถึง ผู้ซึ่งทำงานในสถานธุรกิจ ซึ่งไม่ใช่หน่วยงานหรือรัฐวิสาหกิจโดยได้รับค่าจ้างจากนายจ้าง ผู้เป็นเจ้าของหรือผู้ดำเนินการ

4.3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ หมายถึง ผู้ซึ่งทำงานในบริษัท หรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ซึ่งทุนทั้งสิ้นเป็นของกระทรวง ทบวง กรม ในรัฐบาล และรวมถึงบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลใด ๆ ที่องค์การหรือหน่วยงานธุรกิจของรัฐบาลมีทุนรวมอยู่ด้วยเกินร้อยละห้าสิบ

4.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว หมายถึง ผู้ซึ่งประกอบธุรกิจของตนเอง หรือได้ดำเนินการร่วมกับผู้อื่นในรูปของห้างหุ้นส่วน โดยหวังผลกำไรหรือส่วนแบ่งและไม่จ้างบุคคลอื่นมาทำงานในฐานะลูกจ้าง

ขอบเขตในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับมหบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์ พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ดังนี้คือ มหบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภาคในเวลาราชการ เริ่มตั้งแตปี พ.ศ. 2521-2541 จำนวน 21 รุ่น เป็นจำนวน 528 คน และภาคนอกเวลาราชการ เริ่มตั้งแตปี พ.ศ. 2538-2541 จำนวน 4 รุ่น เป็นจำนวน 170 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 698 คน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานแก่ผู้ที่ต้องการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์ พัฒนาการ
2. เพื่อเป็นข้อมูลแก่บัณฑิตวิทยาลัย และคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในการวางแผนและดำเนินการจัดการเรียนการสอนให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนมากยิ่งขึ้น และ
3. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในการปรับปรุงด้านการประชาสัมพันธ์ในการรับสมัครนักศึกษาใหม่ในอนาคต



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิตสาขานิติศาสตร์พัฒนาการจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์
2. แนวคิดเรื่องการเรียนรู้
3. แนวคิดเรื่องทัศนคติ
4. หลักโยนิโสมนสิการทางพระพุทธศาสนา
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชน
7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อบุคคล
8. แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล
9. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์
10. แนวคิดเกี่ยวกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 และ 9
11. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Need) เป็นแรงจูงใจที่มีอยู่ในมนุษย์ทุกคน ซึ่งเป็นความต้องการทางจิตใจของมนุษย์ที่จะเอาชนะอุปสรรค ฝ่าฟัน ภาระทำสิ่งยาก ๆ ให้ประสบความสำเร็จ เป็นความปรารถนาหรือแนวโน้มที่จะกระทำสิ่งใด ๆ ให้สำเร็จโดยเร็วที่สุด และได้ผลดีที่สุด

แอทคินสัน (Atkinson 1964 : 240-241) ได้อธิบายว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เป็นแรงผลักดันที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกว่า การกระทำของตนจะต้องได้รับการประเมินผลจากตนเอง หรือบุคคลอื่น โดยเทียบเคียงกับระดับมาตรฐาน ผลจากการประเมินอาจเป็นสิ่งที่น่าพอใจ เมื่อกระทำจนสำเร็จ หรือไม่น่าพอใจ เมื่อกระทำไม่สำเร็จก็ได้

แมคเคลแลนด์ (McClelland 1969 : 96) ให้คำจำกัดความว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ หมายถึง ความปรารถนาที่จะทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้สำเร็จไปได้ด้วยดี และแข่งขันด้วยมาตรฐานอันดีเยี่ยม หรือทำให้ดีกว่าบุคคลอื่น พยายามเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ มีความสบายใจเมื่อประสบความสำเร็จ และมีความวิตกกังวลเมื่อประสบความล้มเหลว

วิดเลอร์ (Vidler 1977 : 67-68) ได้อธิบายความหมายของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ไว้ว่า เป็น กระบวนการของการวางแผน การกระทำ และความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับการพยายามต่อสู้เพื่อความสำเร็จ ที่บุคคลได้ตั้งไว้ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ไม่จำเป็นจะต้องเป็นความสำเร็จที่สามารถสังเกตเห็นได้เท่านั้น เช่น การได้คะแนนสูงสุดจากแบบทดสอบ การได้ตำแหน่งที่สังคมยอมรับ หรือการได้เงินเดือนที่สูงขึ้น แต่จะเกี่ยวข้องกับกระบวนการวางแผนและความพยายามต่อสู้เพื่อให้ได้มาซึ่งความเป็นเลิศนั้น

จากความหมายข้างต้นพอสรุปได้ว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลที่ต้องการประสบความสำเร็จ ต้องการทำอะไรก็ตามที่ดีขึ้นกว่าเดิม มีความเชื่อมั่น มีความมั่นใจ มีความตั้งใจอย่างแน่วแน่ที่จะต้องทำให้สำเร็จอย่างดีที่สุด และมีความมานะพยายาม และอดทน ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหรือทางการงานตามที่ได้ตั้งไว้

ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Theory of Achievement Motivation)

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ อาจแยกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในแง่ที่เป็นทฤษฎีการจูงใจด้านเนื้อหา (Content Theory) และในแง่ที่เป็นทฤษฎีทางด้านกระบวนการ (Process Theory) ซึ่งอาจแยกอธิบายได้ดังนี้

1. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในแง่ที่เป็นทฤษฎีการจูงใจด้านเนื้อหา (Content Theory)

ทฤษฎีกลุ่มนี้จะรวมจุดสนใจอยู่กับปัญหาที่ว่า อะไรเป็นสิ่งกระตุ้นหรือผลักดันพฤติกรรม นักทฤษฎีการจูงใจอธิบายแนวคิดของความต้องการหรือแรงจูงใจที่ผลักดันบุคคลและสิ่งจูงใจที่เป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลกระทำในลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ ทฤษฎีตามแนวทางนี้จะตอบคำถามที่ว่า มนุษย์พยายามตอบสนองของความต้องการอะไรบ้าง มีความต้องการใดเกิดขึ้นก่อนหลัง เป็นต้น

นักจิตวิทยาที่เสนอแนวคิดเชิงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในแง่ที่เป็นทฤษฎีทางด้านเนื้อหาได้แก่เมอร์เรย์ (Murray) แมคเคลแลนด์ (McClelland) มาสโลว์ (Maslow) เฮิร์ซเบิร์ก (Herzberg) และทฤษฎีทางพุทธศาสนา

1.1 ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของเมอร์เรย์

เมอร์เรย์ (Murray 1938 : 152-266) นักจิตวิทยาชาวอเมริกัน ได้รวบรวมความต้องการทางจิตของมนุษย์ไว้ 28 ชนิด และในจำนวนนี้มีความต้องการเอาชนะและประสบความสำเร็จ (Need for Achievement) รวมอยู่ด้วย เขาจึงเป็นบุคคลแรกที่ได้กล่าวถึงความต้องการผลสัมฤทธิ์ว่า เป็นความต้องการได้รับผลสำเร็จจากการกระทำในสิ่งที่ยาก ต้องการที่จะควบคุม จัดกระทำ หรือจัดระเบียบ วัตถุ บุคคล หรือความคิด โดยกระทำสิ่งเหล่านั้นอย่างรวดเร็ว และมีความเป็น

อิสระให้มากเท่าที่จะทำได้ ต้องการเอาชนะอุปสรรค มุ่งมั่นที่จะกระทำในสิ่งที่ยากให้ประสบผลสำเร็จ และบรรลุถึงมาตรฐานที่ดีเลิศ ต้องการเป็นคนเก่ง มีความสามารถในการแข่งขัน และเอาชนะคนอื่น ๆ อีกทั้งต้องการเพิ่มการยอมรับตนเองโดยการบรรลุความสำเร็จในกิจกรรมด้านต่าง ๆ

ดังนั้น ในความหมายของเมอร์เรย์ ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง คือผู้ที่ชอบกระทำสิ่งที่ยุ่งยากด้วยความมุ่งมั่นพยายาม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายคือความสำเร็จ

1.2 ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของแมคเคลแลนด์

จากการวิจัยเรื่อง การจูงใจ แมคเคลแลนด์ ได้เน้นถึงแรงจูงใจทางสังคม 3 ประเภทคือ

1. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motive) ซึ่งก็คือ ความปรารถนาที่จะกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยพยายามแข่งขันกับมาตรฐานอันดีเลิศ มีความสบายใจเมื่อประสบความสำเร็จ และจะมีความวิตกกังวลเมื่อพบกับความล้มเหลว

2. แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ (Affiliation Motive) หมายถึง ความปรารถนาที่จะเป็นที่ยอมรับจากคนอื่น ต้องการเป็นที่นิยมชมชอบหรือรักใคร่ชอบพของผู้อื่น สิ่งเหล่านี้เป็นแรงจูงใจที่จะทำให้นักแสดงพฤติกรรม เพื่อให้ได้มาซึ่งการยอมรับจากบุคคลอื่น

3. แรงจูงใจใฝ่อำนาจ (Power Motive) หมายถึง ความปรารถนาที่จะได้มาซึ่งอิทธิพลที่เหนือกว่าคนอื่น ๆ ในสังคม ทำให้บุคคลแสวงหาอำนาจ เพราะจะเกิดความรู้สึกว่าหากทำอะไรได้เหนือคนอื่น จะเป็นความภาคภูมิใจ ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง จะเป็นผู้ที่พยายามควบคุมสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้ตนเองบรรลุความต้องการที่จะมีอิทธิพลเหนือคนอื่น

แมคเคลแลนด์ เน้นความสำคัญในเรื่องแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มากกว่าแรงจูงใจด้านอื่น ๆ เพราะเขาเห็นว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสำคัญมากที่สุดสำหรับความสำเร็จทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้ แมคเคลแลนด์ ยังได้กล่าวถึงลักษณะของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงไว้ดังนี้

1. เป็นผู้ที่มีความพยายามบากบั่นกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้สำเร็จมากกว่าที่จะทำเพื่อหลีกเลี่ยงความล้มเหลว

2. จะเลือกทำงานที่เหมาะสมกับความสามารถของตนเองให้ประสบผลสำเร็จ ดังนั้น การกำหนดเป้าหมายจึงไม่ง่ายหรือยากต่อความสำเร็จมากเกินไป

3. เป็นผู้ที่มีความคิดว่างานทุกอย่างจะสำเร็จก็ด้วยความตั้งใจจริงของตนเท่านั้น ไม่ใช่เพราะโอกาสอำนวยให้

4. การกระทำกิจกรรมใด ๆ นั้น มุ่งหวังเพื่อให้บรรลุมาตรฐานของตนเอง ไม่ได้มีจุดมุ่งหมายที่รางวัลหรือชื่อเสียง

จะเห็นได้ว่า ลักษณะของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงนั้น จะเป็นผู้ที่ทำงานด้วยความมานะอดทน เพื่อเอาชนะความล้มเหลว พยายามที่จะไปถึงจุดหมายปลายทาง การทำงานมีเป้าหมาย

และแบบแผนที่แน่นอน มีการตั้งระดับความคาดหวังต่อความสำเร็จของงานไว้ค่อนข้างสูง พยายามเพิ่มความสามารถของตนในการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ให้สูงขึ้นเท่าที่สามารถจะทำได้ เพื่อให้บรรลุมาตรฐานที่ดีที่สุด โดยไม่ย่อท้อต่อความล้มเหลว

1.3 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์

ความต้องการของมนุษย์จะวิวัฒนาการไปตามลำดับขั้น โดยเริ่มจากความต้องการต่ำสุด ไปจนกระทั่งถึงความต้องการสูงสุด รวมทั้งสิ้น 5 ขั้นตอนคือ

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางด้านร่างกาย หรือต้องการวัตถุที่จะทำให้ชีวิตดำรงอยู่ได้ (Physiological Needs or Survival Needs) เป็นความต้องการอันดับแรกของมนุษย์ ได้แก่ ความต้องการด้านปัจจัยสี่ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต การพักผ่อนนอนหลับ และความต้องการทางเพศ ที่จำเป็นในการดำรงเผ่าพันธุ์ของมนุษย์

ขั้นที่ 2 ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs) มนุษย์ทุกคนมีความต้องการที่จะดำรงชีวิตอยู่โดยปราศจากภัยอันตราย มีสุขภาพจิต สุขภาพกายดี มีความมั่นคงในอาชีพ หน้าที่ การงานและฐานะทางเศรษฐกิจ และมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ขั้นที่ 3 ความต้องการความรักและการยอมรับจากผู้อื่น (Love and Belonging Needs) ความต้องการความรักจากผู้อื่น เช่น จากเพื่อน ต้องการที่จะให้ และรับความรัก มีมิตรซึ่งกันและกัน โดยแสวงหาและเข้าร่วมกิจกรรมจากกลุ่มต่าง ๆ เพื่อปรารถนาที่จะเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มทางสังคม

ขั้นที่ 4 ความต้องการได้รับการยกย่อง ความมีเกียรติยศ ชื่อเสียง (Esteem Needs) หรือความต้องการที่จะให้ผู้อื่นเห็นคุณค่าและความสามารถของตัวเอง เพื่อให้สังคมยอมรับนับถือ ให้เกียรติและยกย่อง ซึ่งจะทำให้เกิดความรู้สึกเชื่อมั่นและยอมรับนับถือตัวเอง

ขั้นที่ 5 ความต้องการความสำเร็จตามความสามารถของตน สามารถกระทำได้ตามความสามารถที่เป็นจริงของบุคคลนั้น (Self-Actualization Needs or Self-Fulfillment Needs) ความต้องการนี้นับเป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ เป็นความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในชีวิต เพื่อแสดงถึงความสามารถและศักยภาพที่จะกระทำได้ของตัวเอง มนุษย์ทุกคนปรารถนาที่จะพัฒนาศักยภาพของตนเอง มุ่งสู่เป้าหมายสูงสุด หรืออุดมคติที่ตนกำหนดไว้ บุคคลที่ได้รับการต้องการผ่านมาถึงขั้นที่ 5 นี้ จะรับรู้หรือเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง มีความเป็นอิสระ สามารถทำทุกสิ่งได้ตามที่ตนต้องการและกระทำได้อย่างถูกต้อง

ความต้องการทั้ง 5 ประการข้างต้นของ Maslow นี้จะเรียงลำดับตามความสำคัญหรือความจำเป็นจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด โดยมีความต้องการทางด้านร่างกาย ซึ่งเป็นความต้องการส่วนบุคคลของมนุษย์ทุกคน เป็นพื้นฐานแรกสำหรับความต้องการขั้นต่อไป ความต้องการทั้ง 5 นี้จะ

เป็นอิสระต่อกัน และมีความต่อเนื่องหล่อมล้ากันอยู่ กล่าวคือ ความต้องการระดับถัดมา อาจให้ความสำคัญกับความต้องการสลับชั้นก็ได้ อย่างไรก็ตาม ปกติแล้วคนทั่วไปจะมีความต้องการขั้นต้นก่อน เมื่อได้รับสนองตอบแล้วจึงจะเกิดความต้องการขั้นถัดไป และไม่จำเป็นว่าทุกคนจะมีความต้องการครบทั้ง 5 ชั้น แต่ความต้องการทั้งหมดเหล่านี้จะมีอยู่ตลอดไปชั่วชีวิตของบุคคล

1.4 ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮิร์ซเบอร์ก

Frederick Herzberg ได้เสนอทฤษฎีเกี่ยวกับการจูงใจคนในการทำงาน ได้ข้อสรุปว่า คนเรามีความต้องการที่แยกออกจากกันโดยอิสระอยู่ 2 ประเภท แต่ละประเภทมีผลต่อพฤติกรรมของคนในทางที่ต่างกันคือ เมื่อคนรู้สึกไม่พอใจในงาน เขาจะมองในเรื่องของสภาพแวดล้อมงานที่เขาทำ และเมื่อเขารู้สึกพอใจในงาน เขาจะมองในเรื่องของงานที่เขาทำ Herzberg ให้ชื่อความต้องการประเภทแรกว่า ปัจจัยอนามัย หรืออํารงรักษา เป็นปัจจัยที่กล่าวถึงสภาพแวดล้อมการทำงาน และสนองตอบความต้องการขั้นพื้นฐาน ซึ่งเป็นการป้องกันมิให้เกิดความไม่พอใจ เป็นแต่เพียงให้คนยังยอมทำงานต่อไปเท่านั้น ปัจจัยกลุ่มที่ 2 นั้น Herzberg เรียกว่า ปัจจัยจูงใจ เป็นสิ่งจูงใจให้คนเต็มใจและตั้งใจทำงานได้ดีขึ้นกว่าเดิม ปัจจัยทั้ง 2 กลุ่มของ Herzberg นั้นมีดังนี้คือ

ปัจจัยอนามัย (Hygiene Factors)	ปัจจัยจูงใจ (Motivation Factors)
1. นโยบายและการบริหาร	1. ความสำเร็จในการทำงาน
2. วิธีการบังคับบัญชา	2. การยอมรับนับถือ
3. สภาพการทำงาน	3. งานที่ท้าทาย
4. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์การ	4. ความรับผิดชอบที่เพิ่มขึ้น
5. ค่าจ้าง สถานภาพ และความปลอดภัยในการทำงาน	5. ความก้าวหน้า
	6. การเจริญเติบโตขององค์การ

1.5 ทฤษฎีทางพุทธศาสนา

ในทางพุทธศาสนา แรงผลักดันพฤติกรรมของมนุษย์ ได้แก่ ความอยาก เรียกว่า ตัณหา ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทคือ

1. กามตัณหา ความอยากในสิ่งน่าใคร่ น่าปรารถนา น่าพอใจ ในรูป รส กลิ่น เสียง และการสัมผัส
 2. ภวตัณหา ความอยากเป็นโน่นเป็นนี่ เช่น เป็นเศรษฐี ดาราภาพยนตร์ บัณฑิต ฯลฯ
 3. วิภวตัณหา ความอยากไม่เป็นโน่นไม่เป็นนี่ อยากพ้นไปจากภาวะที่ไม่ปรารถนา
- ตัณหาทั้ง 3 จำพวกนี้ ทำให้เกิดอุปาทาน คือ ความยึดมั่นถือมั่น และทำให้เกิดเจตจำนงในการกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ เช่น อยากเป็นเศรษฐีก็ทำให้ยึดมั่นในความคิดเกี่ยวกับความสุข

สบายของเศรษฐกิจ ยึดมั่นที่จะทำให้ตนร่ำรวย จึงมีพฤติกรรมขยันขันแข็งทำมาหากิน หรือโง่กึ่งเพื่อ ให้เป็นเศรษฐี เป็นต้น

นอกจากนี้ในทางพระพุทธศาสนายังได้กล่าวถึงเนื้อหาความต้องการของมนุษย์โดยแบ่ง อย่างหยาบ ๆ ได้เป็น 2 ประเภทคือ

1. ความต้องการเบื้องต้น คือ ปัจจัย 4 อันเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิต ได้แก่ อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัย

2. ความต้องการทั่วไป ได้แก่ โลกธรรมทั้ง 4 คือ ลาภ ยศ สรรเสริญ และบารมี โดยเฉพาะความสุขของคฤหัสถ์ยังสามารถจำแนกออกได้อีก 4 ประการคือ สุขเกิดจากการมีทรัพย์ ฉันทะ (ความพอใจในงาน) วิริยะ(ความพากเพียรในงาน) จิตตะ(ความเอาใจใส่จดจ่อในงาน) และวิมังสา (การหาทางปฏิบัติงานนั้นให้ได้ผลดีที่สุด) จะเห็นได้ว่า คนเราเมื่อมีฉันทะ มีความพอใจในงาน ย่อม จะทำให้เกิดแรงจูงใจขึ้นในตัวเราเอง อันเป็นแรงจูงใจถาวร เพราะงานต้องอยู่กับเราชั่วชีวิต เมื่อ เผชิญกับอุปสรรค หากเรามีอิทธิบาท 4 นี้ เราก็จะประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์ปรารถนา

ในทางพระพุทธศาสนาที่ได้กล่าวมาแล้วนี้ อาจกล่าวได้ว่า มนุษย์นอกจากจะต้องการมีสุข ภาวดีแล้ว ยังต้องการความสำเร็จในงาน ความสำเร็จในสัมพันธภาพระหว่างตนเองกับผู้อื่น และ ความสำเร็จในชีวิตและครอบครัว ความสำเร็จเหล่านี้อยู่ในวิสัยที่มนุษย์จะกระทำได้ เมื่อมีความตั้ง ใจจริง อุทิศพลังงานและพลังใจเพื่อจุดหมายปลายทางที่ตั้งไว้

จะเห็นได้ว่า ความต้องการของมนุษย์ในทางพระพุทธศาสนาทั้ง 2 ประการดังกล่าวสอดคล้อง กับมาสโลว์ กล่าวคือ ความต้องการความสำเร็จให้เต็มความสามารถของตน (Self-Actualization Needs) ตามทฤษฎีของมาสโลว์ หรือแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของแมคเคลแลนด์ ต่างก็ตรงกับ ความ ต้องการความสำเร็จในการทำงานทางพระพุทธศาสนา ซึ่งเป็นความต้องการระดับสูงของมนุษย์

2. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในแง่ที่เป็นทฤษฎีทางด้านกระบวนการ

แนวคิดเชิงทฤษฎีของกลุ่มนี้จะเป็นแนวทฤษฎีที่ซับซ้อนขึ้น ได้แก่ ทฤษฎีการรู้คิด (Cognitive Theory) และทฤษฎีการเสริมแรง (Reinforcement Theory) ซึ่งจะได้แยกกล่าวดังต่อไปนี้

2.1 ทฤษฎีการรู้คิด (Cognitive Theory) เป็นทฤษฎีเชิงกระบวนการ จะเป็นการอธิบาย กระบวนการของการกระตุ้นพฤติกรรมและการทำให้เกิดทิศทางและความคงทนของพฤติกรรม แนว คิดนี้ได้เสนอว่า มนุษย์เป็นเจ้าของการรู้คิด จึงสามารถกำหนดเป้าหมาย วางแผน และพบความ หมาย สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวประกอบให้เกิดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ซึ่งเราสามารถสรุปเชิงสันนิษฐาน (Infer) ได้จากระดับความมุ่งปรารถนาที่มีระดับการเสี่ยงระหว่างความสำเร็จและความล้มเหลวที่ ก้ำกึ่งกัน อันเป็นดัชนีที่จะชี้ถึงแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ นอกจากนี้ยังมีข้อสันนิษฐานอีกว่า แรงจูงใจใฝ่ สัมฤทธิ์น่าจะตีความได้ว่า เป็นเรื่องของการตัดสินใจเลือก เมื่อเลือกแล้วก็ทุ่มเทผูกพันต่องานนั้น

2.2 ทฤษฎีการเสริมแรง (Reinforcement Theory) ทฤษฎีนี้ให้ความสนใจกับสิ่งจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมมากกว่าความต้องการที่เป็นแรงขับให้เกิดพฤติกรรม คำว่าสิ่งจูงใจตามทฤษฎีนี้ใช้ความหมายที่เป็นกลางแทน คือใช้คำว่า แรงเสริม (Reinforces) และการเสริมแรง (Reinforcement) ซึ่งหมายถึงการให้แรงเสริม

การเสริมแรงคือ สิ่งที่ทำให้พฤติกรรมหนึ่ง ๆ เกิดบ่อยครั้งมากขึ้น อะไรก็ตามที่ทำให้พฤติกรรมเกิดบ่อยครั้งขึ้น จะเรียกว่าแรงเสริม เช่น การชมว่าเก่งเมื่อเด็กไหว แล้วพฤติกรรมการไหวก็จะได้เกิดบ่อยครั้งขึ้น การชมว่าเก่ง จึงถือเป็นแรงเสริม เป็นต้น

ตามทัศนะของทฤษฎีการเสริมแรง พฤติกรรมของมนุษย์ถูกควบคุมโดยเงื่อนไขของผลกรรม ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมและผลกรรม ผลกรรมหมายถึง ผลที่เกิดจากการกระทำ และสัมพันธ์กับพฤติกรรมเป็นเงื่อนไข เรียกว่า เงื่อนไขของผลกรรม เช่น เตะก้อนหิน ผลก็คือเจ็บเท้า เป็นต้น เงื่อนไขของผลกรรมนี้มีทั้งผลกรรมทางบวกและผลกรรมทางลบ ผลกรรมทางบวกเป็นแรงเสริมให้เกิดพฤติกรรม ผลกรรมทางลบเป็นแรงต้านไม่ให้เกิดพฤติกรรม

ทฤษฎีการเสริมแรงอธิบายว่า คนเราเรียนรู้ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกับแรงเสริมต่าง ๆ ทั้งทางบวกและทางลบ การเสริมแรงทางบวก (Positive Reinforcement) เป็นการเสนอสิ่งไว้ซึ่งอาจเป็นสิ่งของหรือเหตุการณ์ก็ได้ตามหลังพฤติกรรมหนึ่ง แล้วทำให้เกิดพฤติกรรมนั้นบ่อยครั้งขึ้น ส่วนการเสริมแรงทางลบ (Negative Reinforcement) นั้น เป็นการระงับหรือดึงสิ่งไว้ที่ไม่พึงปรารถนาออกมาจากบุคคลหรือสภาพการณ์ตามหลังพฤติกรรมหนึ่ง แล้วทำให้เกิดพฤติกรรมนั้นสูงขึ้น ผลของการเรียนรู้จะทำให้คนเราสามารถคาดหวังว่าพฤติกรรมใดจะทำให้ได้รับแรงเสริมอย่างใด ความคาดหวังที่จะได้รับแรงเสริมอย่างหนึ่ง จะเกิดก่อนการกระทำพฤติกรรม จึงเป็นแรงผลักดันให้เกิดพฤติกรรมที่นำไปสู่แรงเสริมนั้น หรืออาจกล่าวได้ว่า ความคาดหวังที่จะได้รับแรงเสริมจะเป็นแรงผลักดันพฤติกรรมนั่นเอง

จากทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ทั้งหมดที่ได้กล่าวมา จะเห็นได้ว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่อยู่ภายในตัวของบุคคล จะเป็นแรงผลักดันหรือกระตุ้นให้บุคคลผู้นั้นตั้งเป้าหมายที่จะประสบความสำเร็จในชีวิต สิ่งหนึ่งที่จะสามารถทำให้บุคคลประสบความสำเร็จได้ ย่อมเป็นผลมาจากการได้รับการศึกษาในระดับที่สูงขึ้น ดังนั้น การศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิต จึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะทำให้ชีวิตเจริญก้าวหน้าไปในทิศทางที่ดีขึ้นได้ โดยจำเป็นต้องอาศัยการเรียนรู้เป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาความสามารถของบุคคล

แนวคิดเรื่องการเรียนรู้

การเรียนรู้เป็นกระบวนการหนึ่งที่สำคัญของชีวิต มนุษย์ทุกคนมีการเรียนรู้ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย การเรียนอาจเกิดขึ้นได้ทุกหนทุกแห่ง ทั้งในระบบโรงเรียนและนอกระบบโรงเรียน การเรียนนอกระบบโรงเรียนนั้น ส่วนใหญ่เป็นการเรียนรู้เพื่อนำมาใช้ดำรงชีวิตประจำวันในสังคม ซึ่งเป็นสิ่งที่เรียนรู้จากการกระทำของตนเองและผู้อื่น ส่วนการเรียนในระบบโรงเรียนนั้นเป็นการศึกษาเนื้อหาตำราวิชาการ ซึ่งเป็นสิ่งที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงกับการเรียนรู้ในชีวิตประจำวันของบุคคล

การเรียนรู้เป็นพื้นฐานที่สำคัญของการพัฒนาความสามารถ พฤติกรรม และลักษณะนิสัยของบุคคลให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีคุณภาพภายใต้สถานการณ์และเงื่อนไขที่เหมาะสม

การเรียนรู้จะเกิดขึ้นเมื่อผู้เรียนผ่านขั้นตอนทั้ง 4 ขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นสนใจปัญหา (Motivation) ผู้เรียนพบกับปัญหาและมีความตั้งใจที่จะแก้ปัญหา
2. ขั้นศึกษาข้อมูล (Information) ปัญหาที่ต้องการแก้ปัญหานั้นจะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลและความรู้ต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหา
3. ขั้นพยายาม (Application) ผู้เรียนพยายามใช้ข้อมูลที่ได้หามาได้นั้นมาฝึกฝนเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหา
4. ขั้นสำเร็จผล (Progress) ความสำเร็จผลของการพยายามที่จะแก้ปัญหานั้นจะเป็นสิ่งยืนยันว่าผู้เรียนได้เกิดการเรียนรู้ขึ้นอย่างแท้จริง

เงื่อนไขการเรียนรู้

ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ประการดังนี้

1. ตัวผู้เรียน (Learner) ส่วนประกอบที่สำคัญของผู้เรียนซึ่งเป็นบุคคลในการเรียนรู้ ได้แก่ อวัยวะรับสัมผัสระบบประสาทส่วนกลาง และกล้ามเนื้อ สถานการณ์ในสภาพแวดล้อมต่าง ๆ จะกระตุ้นอวัยวะรับสัมผัส ซึ่งส่งผลไปสู่ระบบประสาทส่วนกลาง โดยเฉพาะส่วนสมองของผู้เรียน กิจกรรมในระบบประสาทนี้จะเกิดขึ้นเป็นลำดับและเป็นไปในรูปแบบที่เหมาะสม ซึ่งเป็นการจัดระเบียบภายในของบุคคล และสุดท้ายกิจกรรมในระบบประสาทจะถ่ายทอดออกมาเป็นการกระทำ ซึ่งสังเกตเห็นได้จากการแสดงออกด้วยการเคลื่อนไหวของกล้ามเนื้อซึ่งเป็นการตอบสนองในลักษณะต่าง ๆ
2. สิ่งเร้า (Stimulus) เป็นเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่กระตุ้นหรือเร้าต่ออวัยวะรับสัมผัสของผู้เรียน อาจเรียกได้ว่าเป็นสถานการณ์ของสิ่งเร้า (Stimulus Situation)

3. การตอบสนอง (Response) การแสดงออกซึ่งเป็นผลจากสิ่งเร้าและกิจกรรมทางระบบประสาท เรียกว่า การตอบสนอง การตอบสนองเป็นการกระทำด้วยการเคลื่อนไหวของกล้ามเนื้อที่แสดงออกให้เห็นถึงผลจากการเรียนรู้

หลักแห่งการเรียนรู้

1. การเรียนรู้จะได้ผลดีที่สุดเมื่อผู้เรียนมีความพร้อมที่จะเรียน และมีจุดประสงค์ที่แน่นอนในการเรียนรู้สิ่งนั้น

2. หากผู้เรียนได้ใช้ความรู้และประสบการณ์มากเพียงใด ยิ่งจะทำให้ผู้เรียนสามารถเข้าใจสิ่งนั้นได้มากยิ่งขึ้น

3. หากสิ่งที่ได้เรียนรู้ไปนั้นสามารถนำไปใช้ประโยชน์กับตัวผู้เรียนได้ ก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจกับสิ่งที่ได้รับผลนั้น ซึ่งจะทำให้สามารถจดจำสิ่งที่ได้เรียนรู้ได้ดี และมีความต้องการที่จะเรียนรู้อีกมากขึ้น

4. การเรียนรู้สิ่งใหม่จะกระทำได้ง่ายขึ้น ถ้าหากการเรียนรู้นั้นสามารถจะสร้างความเชื่อมโยงกับสิ่งที่ได้เรียนรู้มาก่อนแล้ว และจะเป็นการดีที่สุดถ้าหากได้เริ่มต้นจากขั้นที่ง่าย ซึ่งเชื่อมโยงกับสิ่งที่ผู้รับสามารถทำได้แล้วหรือกับสิ่งที่ได้เข้าใจมาก่อนแล้ว ซึ่งจะนำไปสู่การเรียนรู้สิ่งใหม่ที่มีความยากมากขึ้นได้ดี

5. การเรียนรู้จะต้องการทำตามลำดับที่ละขั้น สิ่งใหม่ทุกสิ่งที่เรียนจำเป็นที่จะต้องเชื่อมต่อกับสิ่งที่เรียนรู้มาแล้วหลาย ๆ สิ่งให้มากที่สุด สิ่งเหล่านี้สามารถกระทำได้ดีด้วยการให้ผู้เรียนได้เรียนรู้อย่างเป็นลำดับที่เหมาะสม

6. การเรียนรู้จะกระทำได้ดีด้วยการลงมือปฏิบัติ ก่อนที่กระบวนการเรียนรู้จะสมบูรณ์ได้นั้น ผู้เรียนต้องได้รับการฝึกหัดในสิ่งที่คาดหวังว่าจะเรียนเสียก่อน

7. การเรียนที่ประสบผลสำเร็จจะช่วยให้เกิดการเรียนรู้ที่ดี ความผิดพลาดจากการเรียนจะกระทำให้เกิดความเบื่อหน่าย จึงควรมีการประเมินความสำเร็จในทุกขั้นตอนของการเรียนนั้นด้วย

นอกจากหลักของการเรียนรู้ทั้ง 7 ประการนี้แล้ว จะขอเสนอกฎแห่งการเรียนรู้ของ Thorndike ที่น่าสนใจอีก 3 ประการดังนี้

1. กฎแห่งผล (Law of Effect) ซึ่งได้กล่าวถึงการเชื่อมโยงระหว่างสิ่งเร้าและการตอบสนอง ซึ่งจะนำความพึงพอใจมาให้ กฎนี้ได้สังเกตเห็นถึงผลแห่งความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการเรียน ดังเช่นความพึงพอใจของผู้เรียนในผลผลิตที่ตนสร้างขึ้น ซึ่งจะมีผลทำให้เกิดความใส่ใจและตั้งใจที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ต่อไป และสิ่งที่จะช่วยให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก็คือ การเสริมแรงทั้งทางบวก(ส่งเสริมให้การตอบสนองนี้ดำเนินต่อไป) และการเสริมแรงทางลบ(ระงับหรือลดการตอบสนองที่ไม่พึงประสงค์)

2. กฎแห่งการฝึกหัด (Law of Exercise) ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเร้าและการตอบสนองจะแน่นแฟ้นขึ้น เมื่อมีการฝึกหัดและกระทำซ้ำบ่อย ๆ จากผู้เรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเรียนรู้ทักษะ จำเป็นต้องมีการฝึกหัดมาก ยิ่งมีการฝึกหัดมากเท่าใด ทักษะที่ได้รับก็จะมีมากขึ้นเท่านั้น แต่อย่างไรก็ตาม การฝึกหัดจะต้องกระทำภายใต้เงื่อนไขที่เหมาะสม และต้องมีการควบคุมและเสริมแรงอย่างใกล้ชิด

3. กฎแห่งความพร้อม (Law of Readiness) ถ้าบุคคลจะเรียนรู้สิ่งใดจะต้องมีความพร้อมที่จะเรียน พร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมบางอย่างที่จำเป็นสำหรับกระบวนการเรียนรู้นั้น กฎแห่งความพร้อมนี้จึงสอดคล้องกับหลักการเรียนรู้ข้อที่ 1 ที่ได้กล่าวมาข้างต้นว่า ผู้เรียนจะเรียนรู้ได้ดีเมื่อมีความพร้อมที่จะเรียน

ชนิดของการเรียนรู้

ในการพิจารณาถึงชนิดต่าง ๆ ของการเรียนรู้นั้น จำเป็นที่จะต้องอ้างอิงถึงเงื่อนไขแห่งองค์ประกอบของสถานการณ์การเรียนรู้ที่ได้กล่าวไปแล้ว ได้แก่ ผู้เรียน (Learner) สิ่งเร้า (Stimulus) ซึ่งจะแสดงด้วยอักษร S และการตอบสนอง (Response) ซึ่งแสดงด้วยอักษร R ทั้งสองตัวนี้มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกันที่มักแสดงด้วยเส้นขีดเชื่อมต่อกัน โดยจะเรียกอย่างง่าย ๆ ว่า “ทฤษฎี S-R”

การเรียนรู้ที่เกิดขึ้นได้นั้น หากพิจารณาในเชิงระบบแล้ว จะสังเกตเห็นได้ว่า ประกอบด้วย สิ่งที่ป้อนเข้า (Input) กระบวนการ (Process) และผลผลิตที่ได้ (Output) ซึ่งสิ่งที่ป้อนเข้าก็คือ สถานการณ์ของสิ่งเร้า (S) ที่รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของสิ่งต่าง ๆ ซึ่งจะมาถึงตัวผู้เรียนโดยผ่านทางประสาทรับรู้ ส่วนในด้านผลผลิตที่ได้ ซึ่งเป็นการตอบสนอง (R) ที่เกิดขึ้นจากการกระตุ้นของสิ่งเร้านี้ จะพิจารณาจากผลของการตอบสนองที่แสดงออกมาให้เห็น สำหรับกระบวนการภายในซึ่งเชื่อมต่อกันอยู่ในระหว่าง S และ R นั้น ไม่อาจสังเกตเห็นได้โดยตรง เพราะเป็นเรื่องของกระบวนการการทำงานของระบบประสาทภายในร่างกายของผู้เรียนที่จะรับรู้ต่อสิ่งเร้าและปฏิบัติการให้เกิดการตอบสนองออกมา

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาเงื่อนไขของการเรียนรู้จึงเป็นการพิจารณาถึงลักษณะและสภาพต่าง ๆ ที่จะใช้ในการนำไปสร้างสถานการณ์ของสิ่งเร้า เพื่อที่จะก่อให้เกิดการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการ โดยการพิจารณาถึงผลของการเรียนรู้เป็นหลัก

ลักษณะของการเรียนรู้สามารถแบ่งออกได้เป็น 8 ชนิดดังนี้

การเรียนรู้ชนิดที่ 1 : การเรียนรู้ด้วยสัญญาณ (Signal Learning)

อาการตอบสนองสำหรับการเรียนรู้ชนิดนี้จะเป็นการตอบสนองที่เกิดขึ้นโดยสัญชาตญาณ ซึ่งสมองไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมได้ และสิ่งเร้าที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมตอบสนองเช่นนี้จะ

สิ่งเร้าคู่ กล่าวคือ เป็นสิ่งเร้าที่ก่อให้เกิดการตอบสนองขึ้นมาโดยอัตโนมัติ เช่น อาหารที่ทำให้สุนัขน้ำลายไหล และสิ่งเร้าที่เป็นสัญญาณซึ่งต้องการจะให้ตอบสนองจากการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นกับสัญญาณนี้ เช่น เสียงกระดิ่งที่จะใช้เป็นสัญญาณให้สุนัขน้ำลายไหล เป็นต้น

การเรียนรู้ชนิดที่ 2 : การเรียนรู้สิ่งเร้า-การตอบสนอง (Stimulus-response Learning)

การเรียนรู้ชนิดนี้เป็นการเรียนรู้ในลักษณะของการเคลื่อนไหวกล้ามเนื้อให้มีความถูกต้องแม่นยำ ภายใต้เงื่อนไขของสิ่งเร้า ซึ่งเป็นการตอบสนองที่สามารถควบคุมหรือบังคับได้ ในการฝึกหัดของการเรียนรู้ชนิดนี้จะต้องอาศัยการฝึกหัดที่ละเอียดละออย และต้องอาศัยการเสริมกำลังใจและการปรับแต่งที่เหมาะสมในการเรียนรู้การเคลื่อนไหว ทักษะทางกล้ามเนื้อของผู้เรียนนั้น นับได้ว่าเป็นการเรียนรู้ที่มีความสำคัญอย่างมากในหมวดของการฝึกหัดทางอาชีพ

การเรียนรู้ชนิดที่ 3 : การเรียนรู้แบบลูกโซ่ (Chaining Learning)

การเรียนรู้ชนิดนี้ถูกใช้มากในการเรียนรู้ทักษะปฏิบัติทางวิชาชีพ ซึ่งเป็นการฝึกหัดการเคลื่อนไหวทักษะทางกล้ามเนื้อ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะคือ การเคลื่อนไหวช่วงสั้น ๆ (Elementary Motion หรือ Stimulus Response) และการเคลื่อนไหวที่ต่อเนื่องแบบลูกโซ่ (Chain of Motions) ยกตัวอย่างเช่น ในช่วงระหว่างเพียงการถือตะไบให้ถูกวิธีอย่างเดียว กับการใช้ตะไบให้ถูกต้องในการตะไบเพื่อให้ได้ความเที่ยงตรงตามพิคัดของขนาด จะเห็นได้ว่า มีความแตกต่างกัน ข้อความแรกนั้นเป็นการฝึกทักษะเพียงช่วงสั้น ๆ หรือที่เรียกว่า ทักษะทางกล้ามเนื้อเดี่ยว (Motor Element) ส่วนในข้อความหลังนั้น เป็นทักษะทางกล้ามเนื้อต่อเนื่อง (Motor Chain) ดังนั้น การรวมตัวกันขององค์ประกอบ (ทักษะเดี่ยว) ต่าง ๆ นี้จะเรียกว่า ทักษะกล้ามเนื้อต่อเนื่อง (Motor Chain) ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้จะต่อเนื่องกันเป็นห่วงโซ่กันแบบลูกโซ่

การเรียนรู้ชนิดที่ 4 : การเชื่อมโยงทางภาษา (Verbal Association Learning)

เป็นลักษณะของการเรียนรู้แบบลูกโซ่อีกอย่างหนึ่ง ซึ่งเป็นลูกโซ่ทางภาษา (Verbal Chain) เป็นการเรียนรู้ที่เกี่ยวกับภาษาในการติดต่อสื่อสารทั้งภาษาของตนเองและภาษาต่างประเทศ การแปลข้อความภาษาไทยให้เป็นภาษาต่างประเทศนี้จะแตกต่างกันไปตามพื้นฐานและประสบการณ์เดิมของผู้เรียน

การเรียนรู้ชนิดที่ 5 : การเรียนรู้แบบจำแนกความแตกต่าง (Discrimination Learning)

เป็นการเรียนรู้อีกชนิดหนึ่งที่เป็นลักษณะของการจำแนกความแตกต่างระหว่างสิ่งของต่าง ๆ การที่จะทำให้ผู้เรียนเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ถาวรจากการเรียนรู้ สามารถทำได้ไม่ยากนัก เนื่องจากบุคคลจะเกิดการลืมสิ่งที่ได้เรียนรู้ไป เนื่องจากได้รับรู้สิ่งใหม่เข้ามาทดแทน ยังมีสิ่งที่เรียนรู้มากขึ้น ก็จะมีคามยากในการเรียนมากขึ้น เพราะลูกโซ่ของสิ่งใหม่จะสอดแทรกต่อความ

ทรงจำในสิ่งที่เคยได้เรียนรู้ไปแล้ว การสอดแทรก (Interference) จึงเป็นสาเหตุพื้นฐานที่ทำให้เกิดการลืม ดังนั้น จึงควรรหาทางลดหรือป้องกันการสอดแทรกของสิ่งต่าง ๆ ที่จะมีผลต่อการเรียนรู้

การเรียนรู้ชนิดที่ 6 : การเรียนรู้แบบความคิดรวบยอด (Concept Learning)

การเรียนรู้ความคิดรวบยอด เป็นการเรียนรู้ความสามารถที่จะแยกแยะสถานการณ์ของสิ่งเร้าในรูปของคุณสมบัติที่ซับซ้อน เช่น สี สัน รูปร่าง ตำแหน่ง จำนวน คุณลักษณะทางกายภาพเหล่านี้จะเป็นสิ่งเร้าที่กระตุ้นให้ผู้เรียนได้จำแนกความแตกต่าง เปรียบเทียบ และเกิดเป็นความคิดรวบยอดขึ้น

การเรียนรู้ชนิดที่ 7 : การเรียนรู้กฎเกณฑ์ (Rule Learning)

เป็นลักษณะของการเรียนรู้ที่เกี่ยวกับการรวบรวมความคิดรวบยอดขึ้นเป็นกฎเกณฑ์ที่ก่อให้เกิดความหมายที่เป็นจริง การเรียนรู้กฎเกณฑ์นั้น ควรให้ผู้เรียนได้ร่วมคิดค้น และสร้างความสัมพันธ์ของความคิดรวบยอดที่เป็นองค์ประกอบของกฎนั้น การให้ผู้เรียนได้สร้างกฎเกณฑ์ด้วยตนเอง นอกจากเป็นการตรวจปรับความเข้าใจในความคิดรวบยอดของผู้เรียนแล้วยังทำให้ผู้เรียนได้เข้าใจกฎเกณฑ์ได้ดี และยังเป็นการฝึกหัดการใช้ภาษาอีกด้วย

การเรียนรู้ชนิดที่ 8 : การเรียนรู้แบบแก้ปัญห (Problem Solving Learning)

เมื่อผู้เรียนได้เรียนรู้กฎต่าง ๆ มาแล้ว เขาจะสามารถฝึกใช้กฎเหล่านั้นในการแก้ปัญหาในแต่ละสถานการณ์และสามารถจดจำกฎเบื้องต้นที่ได้เรียนรู้ไปเพื่อสร้างเป็นกฎเกณฑ์ใหม่ ๆ ในลำดับที่สูงขึ้น การเรียนรู้แบบแก้ปัญห จึงเป็นกระบวนการของการเรียนรู้ด้วยการใช้ความคิด รวบรวมประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ได้เรียนรู้มาเพื่อใช้ในการคิดค้นหาคำตอบต่อปัญหาแปลกใหม่ได้

ในการเรียนรู้ตามแนวคิดข้างต้นนั้น จะสามารถช่วยให้มหาบัณฑิตทราบและตระหนักถึงลำดับขั้นตอนในการใช้ความคิดเพื่อใช้ในการศึกษา โดยอาศัยความรู้เบื้องต้นที่ได้สั่งสมมา บวกกับประสบการณ์ ก็จะทำให้การเรียนของมหาบัณฑิตมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ดี แนวโน้มการเรียนรู้ของแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกันไปตามสภาพจิตใจหรือความรู้สึกนึกคิด ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดทิศทางการปฏิบัติของบุคคลนั้นได้ แนวคิดที่จะสามารถทำให้เราเข้าใจบุคคลนั้นได้ดีมากยิ่งขึ้นคือ แนวคิดเรื่องทัศนคติ เพราะทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอยู่ภายในจิตใจของแต่ละบุคคล

แนวคิดเรื่องทัศนคติ

ทัศนคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมหรือแนวโน้มที่จะกระทำหรือมีปฏิกิริยาต่อสิ่งเร้าสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในลักษณะบางอย่าง ทัศนคตินี้จะแสดงออกให้เห็นจากคำพูด หรือพฤติกรรมเมื่อได้ผลจากสิ่งที่เกี่ยวข้องกับทัศนคตินั้น คนแต่ละคนจะมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดมากน้อยต่างกัน แต่ลักษณะที่สำคัญของทัศนคติก็นั่นคือ ความเป็นนามธรรม (Abstraction) การศึกษาทัศนคติจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อที่

จะได้ทำการเปลี่ยนแปลงโดยกระบวนการต่าง ๆ เช่น การสื่อสาร การโฆษณา การศึกษา เป็นต้น (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์)

ณรงศ์ศักดิ์ จันทน์นวล (2520 : 259-260) อธิบายว่า ทักษะคติเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของคนเรามาก ซึ่งอาจสังเกตได้จากการที่เรามักจะมีแนวโน้มเพียงสนองตอบต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ เช่น บุคคล สิ่งของ สถานการณ์ หรืออุดมการณ์ ฯลฯ ในรูปของการประเมินค่า เช่น บางคนชอบ ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช และพรรคกิจสังคม บางคนไม่ชอบภาพยนตร์ไทยและเพลงลูกทุ่ง เป็นต้น จะเห็นได้ว่า ความชอบหรือไม่ชอบของบุคคลก็คือแนวโน้มเพียงที่เขาจะประเมินค่าสิ่งต่าง ๆ ในแง่บวกหรือในแง่ลบนั่นเอง

กอร์ดอน แอลพอร์ต (Gordon Allport 1935 : 810) ได้ให้คำจำกัดความของทักษะคติไว้ว่า ทักษะคติหมายถึง สภาวะความพร้อมทางด้านจิต ซึ่งเกิดขึ้นจากประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้จะ เป็นแรงที่จะกำหนดทิศทางของปฏิกิริยาของบุคคลที่จะมีต่อบุคคล สิ่งของ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง

มอริส (Morris S. Viteless 1953 : 14) กล่าวว่า คือระดับสภาพหรือสภาวะทางจิตใจและสมอง ในลักษณะที่พร้อมจะกำหนดแนวทางของการสนองตอบของบุคคลใดบุคคลหนึ่งต่อสิ่งเร้าอันใดอันหนึ่ง

แอนนี (Anne Antasi 1967 : 541) กล่าวว่า ทักษะคติหมายถึง ความโน้มเอียงที่แสดงออกมาว่า ชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งต่าง ๆ เช่น ขนบประเพณี เชื้อชาติ และสถาบันต่าง ๆ เป็นต้น

เอิร์นเนสท์ (Ernest R. Hilgard 1971 : 523-524) กล่าวว่า ทักษะคติเป็นสภาวะความพร้อม ในการตัดสินใจที่จะตอบสนองต่อเป้าหมาย แนวความคิด หรือสถานการณ์

เซคเคิน (Second 1964 : 115) กล่าวว่า การกระทำของบุคคลมีความสัมพันธ์กับทักษะคติของเขา คือ บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ อย่างไร ก็จะมีแนวโน้มในการกระทำไปในทำนองนั้น และทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ ของบุคคลแต่ละส่วนจะมีความสอดคล้องกัน ซึ่งทำให้การแสดงออกหรือการกระทำของบุคคลแต่ละส่วนจะมีความสอดคล้องกัน ซึ่งทำให้การแสดงออกหรือการกระทำของบุคคลในแต่ละอย่างมีความสอดคล้องกันด้วย

นอร์แมน (Norman L. Mun 1971 : 77) กล่าวว่า ทักษะคติคือความรู้สึกและความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใด ๆ ในทางที่จะยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด

วินตัน เบรมเบ็ค และวิลเลียม โฮเวล (Winton Brembeck and William Howel 1953 : 116) กล่าวว่า ทักษะคติเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกภายในของแต่ละคนเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งเป็น

การแสดงออกถึงการกระทำ ส่วนความคิดเห็นเป็นทัศนคติที่แสดงออกมาเป็นคำพูด ซึ่งอาจจะสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับทัศนคติก็ได้

สงวน สุทธิเลิศอรุณ (2522 : 99) กล่าวว่า ทัศนคติหมายถึง สภาพจิตใจหรือความรู้สึกนึกคิดของบุคคล หรือความคิดเห็นของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง การแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมาเป็นที่ปรากฏต่อบุคคลหรือสาธารณชน ล้วนเป็นการกระทำอันเกิดจากทัศนคติที่มีอยู่ทั้งสิ้น

ดร.ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520 : 3) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นความคิดเห็น ซึ่งมีความหมายเป็นส่วนประกอบ เป็นส่วนพร้อมที่จะมีปฏิกริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก

ทัศนคติคือ ความโน้มเอียงในการประเมินสัญลักษณ์ วัตถุหรือแง่มุมใดแง่มุมหนึ่ง ของโลกในลักษณะที่เราชอบหรือไม่ชอบ ทัศนคติเป็นสิ่งที่ครอบคลุมความรู้สึกและความรู้ องค์ประกอบของทัศนคติในแง่ที่เกี่ยวกับความรู้สึกกินความไปถึงความรู้สึกต่าง ๆ อารมณ์ในทัศนคติในส่วนที่เกี่ยวกับความรู้ หมายถึง ส่วนที่ได้รับอิทธิพลจากเหตุผลและความรู้ตามที่เป็นจริง และขยายความกว้างครอบคลุมถึงพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการแสดงออก การมีปฏิกริยาตอบกลับ ตลอดจนการประพฤติปฏิบัติต่าง ๆ ความรู้สึกที่เกี่ยวกับทัศนคติ อย่างเช่น ความรู้สึกเกี่ยวกับสัญลักษณ์ วัตถุหรือแง่มุมต่างๆ ที่เกี่ยวกับโลก เช่น การที่เราอธิบายเกี่ยวกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดว่า สิ่งนั้นสิ่งนี้คืออะไร หรือสิ่งนั้นสิ่งนี้มีลักษณะอย่างไร หรือสิ่งนั้นสิ่งนี้เกี่ยวข้องกับสิ่งหนึ่งสิ่งใด

ทัศนคติ อาจสะท้อนให้เห็นในรูปของพฤติกรรม เช่น การแสดงโดยกล่าวให้เห็นถึงความเห็นเกี่ยวกับสิ่งหนึ่งสิ่งใด เพราะเหตุใดเราจึงชอบหรือไม่ชอบสิ่งนั้น เป็นต้น

จากคำจำกัดความเหล่านี้ กล่าวโดยสรุปได้ว่า ทัศนคติหมายถึง ความคิดเห็นที่มีอารมณ์หรือความรู้สึกที่มาประกอบเป็นแนวโน้มอันเป็นความพร้อมที่จะทำให้มีการแสดงออกในการสนับสนุนหรือต่อต้านสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ทัศนคติหมายถึง แนวโน้มหรือความพร้อมที่บุคคลอาจจะแสดงออกมาเป็นความคิดเห็นหรือพฤติกรรมต่าง ๆ ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง บุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือองค์กรใดองค์กรหนึ่ง

โดยทั่วไปแล้ว ทัศนคติทุกชนิดจะมีองค์ประกอบที่เหมือนกันอยู่ 3 ประการ (ณรงค์ศักดิ์ จันทน์นวล 2520 : 666-668) คือ

1. องค์ประกอบทางด้านความเชื่อ (Cognitive of Belief Component) องค์ประกอบนี้หมายถึง ความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ เช่น คนภาคเหนืออาจเชื่อว่าคนกรุงเทพฯ มักเป็นคนหลอกหลวง หรือนักเล่นรถมีความเชื่อว่า รถยนต์ยี่ห้อเบนซ์ ทำจากเยอรมัน เป็นรถยนต์ที่มีคุณภาพดีคงทน เป็นต้น

2. องค์ประกอบด้านอารมณ์ หรือความรู้สึก (Emotional of Feeling Component) หมายถึง ปฏิกริยาตอบสนองทางด้านความรู้สึก หรืออารมณ์ของบุคคลที่มีต่อวัตถุหรือสิ่งต่าง ๆ ในการจัดองค์ประกอบทางอารมณ์ อาจทำได้หลายวิธี วิธีหนึ่งคือ การถามตัวบุคคลว่าเขามีความรู้สึกอย่างไรต่อสิ่งนั้น เช่นมีความรู้สึกในทางบวกหรือลบ อีกวิธีหนึ่งคือ วัดจากปฏิกริยาการตอบสนองทางร่างกายของบุคคล วิธีนี้ยึดหลักว่า อารมณ์ที่ถูกกระตุ้นจะทำให้กระบวนการต่าง ๆ ในร่างกายเปลี่ยนแปลง เช่น อคติ (Prejudice) อาจทำให้เกิดความกลัวหรือความโกรธ เมื่อบุคคลโกรธหรือกลัว มักจะมีเหงื่อออกมา แทนที่จะถามเขาว่ามีความรู้สึกอย่างไร นักจิตวิทยาก็สามารถดูได้จากเครื่องมือที่ระบุอารมณ์ อัตราการเต้นของหัวใจ การตอบสนองของผิวหนัง และการหรีหรือการเบิกตากว้างของนัยน์ตา จะสามารถบอกได้ว่า อารมณ์ของบุคคลอยู่ในระดับใด ตัวแปรที่บ่งการว่าอารมณ์ของบุคคลที่มีต่อวัตถุ จะเป็นไปในรูปแบบใดนั้น อาจจะเป็นความเชื่อและประสบการณ์ของแต่ละบุคคลนั่นเอง เช่น ถ้านักศึกษาชาวอเมริกันผิวขาวมีความเชื่อว่านิโกรเป็นคนเกียจคร้าน และตัวเขาเองเป็นคนที่มีความมั่นใจเช่นนั้น ในกรณีนี้นักศึกษาผิวขาวจะมีความรู้สึกทางลบต่อคนนิโกร

อาจกล่าวโดยทั่วไปว่า ทศนคติเกิดจากการเรียนรู้ แหล่งที่ทำให้เกิดทศนคติมีมากมาย แต่อาจรวมเป็นหัวข้อใหญ่ที่สำคัญ 3 หัวข้อคือ ประสบการณ์ส่วนตัว อิทธิพลของบุคคลอื่น และปฏิกริยาทางด้านอารมณ์ ในบรรดาแหล่งที่มาทั้ง 3 แหล่งนี้ อิทธิพลของบุคคลอื่นมีอิทธิพลต่อทศนคติมากที่สุด

การสร้างทศนคติ

เนื่องจากทศนคติเกิดจากการเรียนรู้ และการเพิ่มพูนประสบการณ์ให้แก่บุคคล ฉะนั้นมนุษย์จึงสามารถสร้างทศนคติที่ต้องการได้ องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการสร้างทศนคติที่ต้องคำนึงถึงมีดังนี้คือ

1. วัฒนธรรม (Culture) วัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อชีวิตของบุคคลทุก ๆ คน ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย วัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ จะแตกต่างกันออกไป เริ่มจากครอบครัว โรงเรียน วัด สถาบันอื่น ๆ ในสังคม วิทยุ โทรทัศน์ สื่อมวลชนต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการสร้างทศนคติทั้งสิ้น

2. ครอบครัว (Family) ครอบครัวเป็นแหล่งแรกที่อบรมให้เด็กเรียนรู้การสมาคมต่าง ๆ ดังนั้น ครอบครัวจึงมีอิทธิพลมากที่สุดในการสร้างทศนคติให้แก่เด็ก ตลอดจนการปลูกฝังทศนคติในการดำเนินชีวิตให้แก่บุตรของตน ทั้งนี้เพราะเด็กมักเลียนแบบและเชื่อฟังพ่อแม่อยู่แล้ว

3. กลุ่มเพื่อน (Social Groups) เด็กที่จากบิดามารดาอยู่ร่วมกับกลุ่มเพื่อนตั้งแต่เล็ก ๆ จะได้รับอิทธิพลต่าง ๆ จากกลุ่มเพื่อนมากที่สุด ทั้งนี้เพราะเด็กต้องการการยอมรับจากเพื่อน ต้องการคำแนะนำและความช่วยเหลือจากเพื่อนฝูง นั่นคือ เด็กต้องการมิตรนั่นเอง

4. บุคลิกภาพ (Personality) ลักษณะบุคลิกภาพมีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลต่อทัศนคติของบุคคลมาก พวกที่ชอบออกสังคม พวกหนึ่งสังคม พวกชอบเด่น หรือพวกอ่อนน้อม จะมีทัศนคติไม่เหมือนกัน

ประเภทของทัศนคติ

1. ทัศนคติทั่วไป (General Attitude) หมายถึง แนวความคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในลักษณะกว้าง ๆ ไม่เฉพาะเจาะจง เช่น ทัศนคติที่มีต่อการศึกษาระดับปริญญาโท อาจมีทัศนคติว่าการศึกษาต่อในระดับปริญญาโทนั้น ให้ประโยชน์หลายด้าน เช่น เพื่อเพิ่มความรู้และเพื่อเพิ่มวุฒิทางการศึกษา เป็นต้น

2. ทัศนคติเฉพาะ (Specific Attitude) เป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด บุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือสถานการณ์ใดเป็นการเฉพาะเจาะจง เช่น ทัศนคติที่มีต่อการศึกษาระดับปริญญาโทในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ มีทฤษฎีที่สำคัญอยู่ 2 ทฤษฎีคือ

1. ทฤษฎีแห่งความสอดคล้องกัน (Congruity Theory) ถ้าคน ๆ หนึ่ง มีทัศนคติต่อสิ่งสองสิ่ง (Two Attitude Objective) ซึ่งอาจจะเป็นคนหรือไม่ใช่บุคคลก็ได้ และถ้าสิ่งสองสิ่งซึ่งบุคคลมีทัศนคตินี้ มีความเกี่ยวพันในทำนองที่ขัดกับทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งสองสิ่งนั้นแล้ว ทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งสองสิ่งนั้นจะมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนได้ เพื่อไม่ให้เกิดการขัดกันขึ้น

2. ทฤษฎีแห่งการขัดกันของความเชื่อ (Cognitive Dissonance Theory) ทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่า ความเชื่อสองอย่าง อาจจะมีความสัมพันธ์กันหรือไม่มีความสัมพันธ์กันก็ได้ ความเชื่อที่เกี่ยวข้องกันมี 2 แบบ คือ ความสอดคล้อง (Constant Relation) และแบบขัดกัน (Dissonance Reduction) ความขัดกันจะมีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความสำคัญของความเชื่อทั้งสอง และความเกี่ยวพันกันระหว่างความเชื่อทั้งสอง ยิ่งเกี่ยวพันมากยิ่งมีโอกาสขัดกันมากขึ้นเท่านั้น เมื่อมีการขัดกันขึ้นมา บุคคลก็จะพยายามลดความขัดกันของความเชื่อ ซึ่งสามารถกระทำได้ 3 วิธีคือ

- 2.1 เปลี่ยนความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรม
- 2.2 เปลี่ยนความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
- 2.3 หาความเชื่อใหม่ ๆ เข้ามา

การเกิดทัศนคติ

1. ประสบการณ์ที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล หรือสถานการณ์ ทัศนคติที่เกิดขึ้นในตัวบุคคล และการได้พบเห็น ทำความคุ้นเคย ทดสอบ ล้วนถือเป็นประสบการณ์โดยตรง ได้แก่ การได้ศึกษาในระดับปริญญาโท เป็นต้น และจากประสบการณ์โดยอ้อม ได้แก่ การได้ยิน ได้เห็นภาพ หรือได้อ่านเกี่ยวกับสิ่งนั้น เช่น การได้ยินหรือได้อ่านข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาในระดับปริญญาโท เป็นต้น

2. ค่านิยมหรือการตัดสินค่านิยม เนื่องจากกลุ่มชนแต่ละกลุ่มมีค่านิยมและการตัดสินค่านิยมที่ไม่เหมือนกัน คนแต่ละกลุ่มจึงอาจมีทัศนคติต่อสิ่งเดียวกันแตกต่างกันได้ เช่น กลุ่มคนในแต่ละอาชีพมีทัศนคติต่อการศึกษาระดับปริญญาโทแตกต่างกัน เพราะค่านิยมที่ต่างกันเป็นต้น

ดังนั้น บุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งใดนั้น มักจะขึ้นอยู่กับสภาวะการณ์สิ่งแวดล้อม และค่านิยม กล่าวคือ บุคคลใดมีความพอใจในการมีประสบการณ์ในสิ่งใดถือว่าดี บุคคลนั้นก็จะมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่ในทางตรงข้ามก็ถือว่าแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้นด้วย

คุณลักษณะของทัศนคติ

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่มีความซับซ้อน ไม่สามารถอธิบายได้ด้วยตัวเลขเพียงตัวเดียว อย่างไรก็ตาม เราสามารถหยั่งรู้ทัศนคติของมนุษย์ได้ ถึงแม้จะมีความซับซ้อนและมีลักษณะเชิงคุณภาพอยู่มากก็ตาม

2. ทัศนคติต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จะเป็นผลรวมของความรู้สึก ความโน้มเอียง อคติ ความกลัว หรือความคิดอื่น ๆ ต่อเรื่องนั้น

3. เราสามารถวัดทัศนคติได้โดยใช้ความคิดเห็น (Opinion) เป็นเครื่องมือ แต่การใช้ความคิดเห็นเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงทัศนคตินั้น อาจทำให้มีการคลาดเคลื่อนในการวัด จึงมีข้อเสนอแนะว่า การกระทำของคน อาจจะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงทัศนคติที่ดีกว่าสิ่งที่เขาพูด แต่ก็เป็นไปได้ว่า ผู้นั้นอาจบิดเบือนการกระทำของตนเอง

4. จะมีความคลาดเคลื่อนอย่างแน่นอนในการวัดความคิดเห็น หรือการกระทำที่เราใช้เป็นเครื่องบ่งชี้ทัศนคติ

5. ทัศนคติของคนคนหนึ่งไม่จำเป็นที่จะทำนายการกระทำของบุคคลผู้นั้นได้ถูกต้องเสมอไป

6. ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ การเปลี่ยนแปลงที่วัดได้นั้น อาจเกิดจากความผิดพลาดในการวัด ดังนั้นจึงมีความคิดที่จะใช้ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error of Measurement) เพื่อแยกความผิดพลาดของเครื่องมือที่ใช้วัดจากความเปลี่ยนแปลงของตัวทัศนคติ

7. ไม่สามารถใช้คำว่า “มาก” หรือ “น้อย” อธิบายทัศนคติได้อย่างสมบูรณ์ เพราะทัศนคติมีหลายมิติ

จากแนวคิดเรื่องทัศนคติที่กล่าวมาข้างต้น ในการที่มหาวิทยาลัยจะเข้ารับการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์พัฒนากาญ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาบัณฑิตนั้น ๆ ฟังมีทัศนคติที่ดีต่อมหาวิทยาลัย ทั้งในด้านหลักสูตรหรือสาขาวิชาที่ศึกษาเสียก่อน ซึ่งสามารถที่จะสร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้นได้ตามเนื้อหาข้างต้น โดยอาศัยหลักของการคิดเป็น ซึ่งเป็นการรู้จักคิดอย่างถูกวิธีตามหลักคำสอนของพระพุทธศาสนา เรื่องหลักโยนิโสมนสิการ

หลักโยนิโสมนสิการ ตามหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา

โยนิโสมนสิการ คือการคิดเป็น เป็นความสามารถที่บุคคลรู้จักมอง รู้จักพิจารณาสิ่งทั้งหลายตามสภาวะโดยวิธีคิดหาเหตุปัจจัย สืบค้นจากต้นเหตุตลอดทางจนถึงผลสุดท้ายที่เกิดขึ้น แยกแยะเรื่องออกให้เห็นตามสภาวะที่เป็นจริง คิดตามความสัมพันธ์ที่สืบทอดจากเหตุโดยไม่เอาความรู้สึกอุปทานของตนเองเข้าไปจับหรือเคลือบคลุม บุคคลนั้นจะสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมด้วยวิธีการแห่งปัญญา

กลไกการทำงานของโยนิโสมนสิการในกระบวนการความคิด เมื่อบุคคลรับรู้สิ่งใดจากสิ่งแวดล้อมซึ่งมีอยู่มากมายแล้วก็จะเกิดการตีความเชื่อมโยงเพื่อตอบสนองออกมาเป็นการตัดสินใจที่จะกระทำพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง ในขั้นตอนนี้จะมีสิ่งปรุงแต่งความคิดแทรกเข้ามา ได้แก่ อารมณ์ชอบ-ชัง และ คติ-อคติต่าง ๆ ที่มีผลต่อการคิดและการกระทำนั้นด้วย ถ้าการคิดเป็นสามารถโยงถึงสิ่งปรุงแต่ง ต่าง ๆ นั้น ก็สามารถบริหารความคิดและการตัดสินใจได้อย่างเหมาะสมได้

การคิดเป็น เป็นองค์ประกอบภายใน มีความเกี่ยวข้องกับการฝึกใช้ความคิดให้รู้คิดอย่างถูกวิธี คิดอย่างมีระบบ คิดอย่างวิเคราะห์ ไม่มองเห็นสิ่งต่าง ๆ อย่างตื้น ๆ เป็นขั้นตอนสำคัญของการสร้างปัญญา ทำให้บริสุทธิ์ และเป็นอิสระ ทำให้ทุกคนช่วยตนเองได้ ซึ่งจะนำไปสู่ความเป็นอิสระไร้ทุกข์ พร้อมด้วยสันติสุขอันเป็นจุดหมายสูงสุด

ในการใช้ชีวิต สติเป็นสิ่งจำเป็นในการทำงานทุกอย่าง การคิดเป็นจะเป็นสิ่งที่หล่อเลี้ยงสติให้มีอยู่อย่างต่อเนื่องไม่ขาดตอน และเมื่อมีสติ การตัดสินใจและการกระทำก็จะเกิดขึ้นอย่างเหมาะสม ทำให้คนเป็นนายของความคิด และสามารถนำเอาความคิดมาใช้ในการตัดสินใจต่าง ๆ ได้อย่างสมเหตุสมผล ดังนั้น แนวคิดที่สำคัญอีกเรื่องหนึ่งที่ผู้วิจัยเห็นว่าเกี่ยวข้องกับกระบวนการคิดก็คือแนวคิดเรื่องกระบวนการตัดสินใจ

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ

การตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกสิ่งหนึ่งจากหลาย ๆ สิ่ง หรือเลือกที่จะปฏิบัติทางใดทางหนึ่งจากหลาย ๆ ทางที่มีอยู่ สิ่งหรือวิธีการที่เลือกนั้นย่อมได้รับการพิจารณาอย่างถี่ถ้วนแล้วว่า ถูกต้อง เหมาะสม หรือดีที่สุด และตรงกับเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

การทำงานของกระบวนการคิดและการตัดสินใจในการแปลงสิ่งเร้าออกมาเป็นพฤติกรรม ระบบการรับรู้จะทำหน้าที่ในการรับสิ่งเร้าจากสิ่งแวดล้อมภายนอกผ่านทางประสาทสัมผัส หลังจากนั้นก็จะทำการย่อย แปลและกลั่นกรองข้อมูลโดยอาศัยประสบการณ์ในอดีตที่จดจำในสมองบวกกับความต้องการ ทักษะคิดและอารมณ์ความรู้สึกในขณะนั้น แล้วจึงใช้วิจารณญาณตัดสินใจว่าจะเลือกแสดงพฤติกรรมอย่างไรในการตอบโต้สิ่งเร้า นั้น เมื่อแสดงพฤติกรรมอย่างไรแล้ว ผลที่เกิดจากพฤติกรรมนั้นจะกลายเป็นข้อมูลป้อนกลับให้กับระบบการรับรู้ และเก็บสะสมไว้ในระบบความจำ อันเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้

ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบ ได้แก่

1. การรับรู้ (Perception) การรับรู้เป็นส่วนสำคัญของกระบวนการคิด เพราะก่อนที่คนเราจะแสดงพฤติกรรมอะไรนั้น จะต้องมียังสิ่งเร้ามากระทบความรู้สึกและความคิดของตนเสียก่อน แล้วจึงจะตัดสินใจว่าจะตอบโต้สิ่งเร้านั้นอย่างไร

2. การเรียนรู้ (Learning) พฤติกรรมของมนุษย์ส่วนใหญ่เป็นผลของการเรียนรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อม การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้จำเป็นต้องเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างจะถาวร มิใช่เปลี่ยนแปลงเพียงชั่วคราวครั้งชั่วคราว และถ้ายังมีประสบการณ์หรือมีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ กัน ก็ย่อมเป็นการปลูกฝังการเรียนรู้มากยิ่งขึ้น เรียกว่าเป็นการเน้นย้ำการเรียนรู้

3. ทักษะคิด อารมณ์ และความต้องการ ทักษะคิด หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด และเชื่อว่า ความรู้สึกนี้จะมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคลนั้น ทักษะคิดประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

3.1 องค์ประกอบด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ ได้แก่ ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ ของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ

3.2 องค์ประกอบด้านความคิดและความเชื่อ ทักษะคิดของบุคคลที่แสดงออกมาจะทำให้ผู้อื่นได้ทราบว่าบุคคลนั้นมีความเชื่อต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางใด ความเชื่อนี้จะมีผลต่อการแสดงออกของบุคคล

3.3 องค์ประกอบด้านพฤติกรรม ในเมื่อทักษะคิดเป็นส่วนหนึ่งของระบบความเชื่อ ความคิด และการตัดสินใจของบุคคล ทักษะคิดจึงเป็นตัวจูงใจให้บุคคลแสดงพฤติกรรมไปในทางเดียว

กับทัศนคติของตน ดังนั้น พฤติกรรมจึงเป็นสิ่งสะท้อนทัศนคติ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าทัศนคติกับพฤติกรรมจะมีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน แต่พฤติกรรมที่แสดงออกไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้นเสมอไป ทั้งนี้เพราะพฤติกรรมของคนเรานั้นมิได้ถูกกำหนดโดยทัศนคติเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งเป็นตัวแปรของพฤติกรรมรวมอยู่ด้วย เช่น สถานภาพ สถานการณ์ และเหตุการณ์แวดล้อมที่เป็นอยู่ในขณะนั้น

ขั้นตอนของการตัดสินใจ (Steps in Decision Making)

1. การพิจารณาตัวปัญหา สิ่งแรกที่จำเป็นต้องรู้คือ ปัญหาที่แท้จริงที่เราจะต้องตัดสินใจในขณะนั้นคืออะไร กระบวนการตัดสินใจเป็นกระบวนการแก้ปัญหาอย่างหนึ่ง การที่จะรู้ว่าเป็นอะไรคือปัญหาที่แท้จริงหรือไม่ จำเป็นต้องทำการวิเคราะห์ข้อมูล และรายละเอียดของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้ละเอียดถี่ถ้วน ซึ่งบางปัญหาก็ปรากฏชัด แต่บางปัญหาก็คลุมเครือ ดังนั้น จึงต้องดูบริบทและองค์ประกอบรอบด้านเพื่อใช้ในการระบุปัญหา

2. การพิจารณาทางเลือกเพื่อการตัดสินใจ เมื่อรู้ว่าอะไรคือปัญหา และทราบข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับตัวปัญหามากพอแล้ว จะต้องพิจารณาถึงวิธีแก้ปัญห และทราบข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับตัวปัญหา การพิจารณาถึงวิธีแก้ปัญห อาจจะมีหลายทางเลือก ควรพิจารณาทางเลือกหลาย ๆ ทาง ในการหาทางเลือกต่าง ๆ นี้ต้องอาศัยความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ประกอบการพิจารณา

3. การประเมินทางเลือก ภายหลังจากที่พิจารณาหาทางเลือกต่าง ๆ สำหรับแก้ปัญหาได้หลาย ๆ วิธีแล้ว จะต้องมีการประเมินผลวิธีเหล่านั้นเพื่อให้ได้ผลดีที่สุด โดยอาศัยดุลยพินิจอย่างรอบคอบในการประเมินผล ควรมีการเปรียบเทียบด้วยว่า แต่ละวิธีนั้นมีผลดีและผลเสียอย่างไรบ้าง

4. การตัดสินใจ เมื่อได้วิเคราะห์ปัญหาและประเมินทางเลือกที่เหมาะสมไว้หลาย ๆ ทาง และจัดลำดับความสำคัญของทางเลือกไว้แล้ว ก็จะต้องทำการตัดสินใจขั้นสุดท้ายคือ พิจารณาเลือกทางเลือกที่เหมาะสมเพียงทางเลือกเดียวเท่านั้น

เกณฑ์ในการตัดสินใจ (Decision Making Criteria)

1. เกณฑ์หาจุดสูงสุด ผู้ทำการตัดสินใจพยายามเลือกทางเลือกที่คิดว่าดีที่สุด เหมาะสม และสมบูรณ์ที่สุด แต่ในความเป็นจริงแล้ว ทางเลือกนั้นอาจยังไม่ใช่จุดสูงสุด เพราะข่าวสารข้อมูลที่ได้มานั้นอาจจะมียังไม่เต็มที่ ปรากฏการณ์อย่างหนึ่งซึ่งมักเกิดขึ้นในการหาเกณฑ์จุดสูงสุดคือ เมื่อเราพิจารณาแก้ปัญหาใด ๆ ก็ตาม มักจะมีการกำหนดวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจจะมีมากกว่า 1 วัตถุประสงค์ ดังนั้น การพยายามหาจุดสูงสุดในการปฏิบัติเพื่อที่จะบรรลุวัตถุประสงค์หนึ่งนั้น อาจจะไปขัดแย้งกับการประพฤติปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์อื่นก็เป็นได้

2. เกณฑ์สร้างความเสียใจน้อยที่สุด ในบรรดาทางเลือกต่าง ๆ ที่ได้กำหนดออกมาแล้ว ผู้ทำการตัดสินใจอาจจะรู้สึกว่าจะไม่ว่าจะเลือกทางเลือกใดก็ดูจะไม่มีคุณสมบัติมากเท่าที่ต้องการ อาจเป็นเพราะผลลัพธ์ที่ออกมาไม่สร้างความพึงพอใจเท่าที่ควร ดังนั้น ผู้ทำการตัดสินใจจึงพยายามหาวิธีที่จะสร้างความเสียใจให้กับตนเองน้อยที่สุด โดยพยายามเลือกทางเลือกที่ตนเองคิดว่าสามารถป้องกันตัวเองให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

3. เกณฑ์สร้างความพึงพอใจ โดยธรรมชาติของมนุษย์ต้องการที่จะทำบางสิ่งบางอย่างที่สอดคล้องกับความต้องการและความรู้สึกของตนเอง ดังนั้น ผู้ทำการตัดสินใจจึงพยายามเลือกทางเลือกหรือวิธีปฏิบัติที่เป็นไปตามที่คิดในใจเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับตนเอง

สถานการณ์ในการตัดสินใจ (Decision Making Situation)

การเลือกทางเลือกในการตัดสินใจ จำเป็นจะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบในเรื่องสถานการณ์ที่ทำการตัดสินใจ หากผู้ทำการตัดสินใจไม่เข้าใจสถานการณ์อย่างถ่องแท้ จะส่งผลให้ผลลัพธ์ของการตัดสินใจได้ผลไม่ดีเท่าที่ควร ดังนั้น การศึกษาสถานการณ์ก่อนทำการตัดสินใจจึงเป็นเรื่องจำเป็น และสำคัญอย่างยิ่งต่อผู้ทำการตัดสินใจ สถานการณ์ในการตัดสินใจที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

1. สถานการณ์ที่แน่นอน (Certain Situation) หากผู้ทำการตัดสินใจพิจารณาว่าสถานการณ์ที่ตนทำการตัดสินใจนั้นเป็นสถานการณ์ที่แน่นอนแล้ว ก็หมายความว่า ผู้ทำการตัดสินใจสามารถกำหนดผลลัพธ์ในอนาคตได้ ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว สถานการณ์ที่แน่นอนมีอยู่น้อยมาก แต่ผู้ทำการตัดสินใจเข้าใจว่าแน่นอน ดังนั้น เกณฑ์และวิธีการตัดสินใจก็จะไม่เหมาะสมกับความเป็นจริง และคุณภาพของการตัดสินใจก็จะลดลงตามไปด้วยเช่นกัน

2. สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน (Uncertain Situation) อาจแยกได้เป็น 2 ระดับคือ ระดับที่มีความไม่แน่นอนอย่างแท้จริง หมายความว่า ผู้ทำการตัดสินใจไม่สามารถรู้ได้ว่า หากเลือกทางเลือกใดแล้ว ผลลัพธ์จะออกมาในรูปแบบใด ดังนั้น จึงต้องพยายามหาหลักเกณฑ์หรือกฎแห่งความเป็นไปได้มาใช้เป็นหลักในการพิจารณาเลือกทางเลือก

ในอีกประเด็นหนึ่งนั้น เป็นสถานการณ์ความไม่แน่นอน ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ ผู้ทำการตัดสินใจจะต้องใช้เทคนิควิธีการกำหนดความน่าจะเป็นให้กับทางเลือกทุกทางเพื่อที่จะทำให้ทราบว่า ทางเลือกใดเป็นทางเลือกที่จะให้ผลลัพธ์หรือผลตอบแทนออกมาในระดับที่น่าพอใจ หรือในระดับสูงที่สุด

เทคนิควิธีการตัดสินใจ (Decision Making Technique)

1. การใช้ประสบการณ์และดุลยพินิจ (Experience & Judgement) การตัดสินใจตามแนวทางที่เคยมีประสบการณ์มาแล้ว เป็นเรื่องที่สามารถกล่าวได้ว่า ถูกต้องและเหมาะสมอย่างยิ่ง เพราะเหตุว่าการตัดสินใจเหล่านี้ ได้เคยปฏิบัติมาแล้ว เมื่อพบกับปัญหาที่เกิดขึ้นในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน

มาก ก็อาจจะใช้วิธีการหรือแนวทางที่เคยปฏิบัติอย่างได้ผลมาแล้วมาประกอบใช้ในการตัดสินใจ แต่อย่างไรก็ดี ความผิดพลาดอาจเกิดขึ้นได้เมื่อปัญหาที่เกิดขึ้นมีความคล้ายคลึงกับปัญหาที่เกิดขึ้นมาแล้ว แต่มีตัวแปรบางอย่างที่แตกต่างกัน ทำให้การตัดสินใจจำเป็นที่จะต้องใช้ดุลยพินิจมาประกอบการพิจารณาตัดสินใจมากขึ้น

2. การรีรอ (Delay Tactics) ผู้ทำการตัดสินใจยังไม่ทำการตัดสินใจต่อปัญหานั้น โดยเก็บเรื่องหรือรีรอเรื่องเอาไว้ก่อน เมื่อเวลาหรือสถานการณ์ได้แปรเปลี่ยนไปก็อาจทำให้ปัญหานั้นบรรเทาเบาบางหรือหมดลงไป แต่เหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในลักษณะนี้จะเกิดขึ้นน้อยมาก และอาจจะเสี่ยงเกินไปที่จะต้องรีรอการตัดสินใจในทุก ๆ เรื่อง

3. การใช้ตัวแบบในเชิงปริมาณ (Quantitative Model) คือ การสร้างตัวแบบความเป็นไปได้ของผลลัพธ์ต่าง ๆ โดยอาศัยความน่าจะเป็น เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบว่าผลลัพธ์ที่ออกมาจากแต่ละตัวมีแบบมีความแตกต่างกันอย่างไร

4. การมีความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) โดยอาศัยวิธีการระดมสมอง (Brain Storming) โดยการที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมาประชุมร่วมกัน แต่ในลักษณะของการแก้ปัญหาไม่ได้เริ่มต้นที่ตัวปัญหาหรือการเสาะแสวงหาทางเลือกที่จะแก้ปัญหาโดยตรง แต่เป็นการประชุมร่วมกันเพื่อให้แต่ละคนได้แสดงความคิดและช่วยกันวิเคราะห์ความคิดแต่ละความคิดว่าความคิดใดจะเกี่ยวข้องในการแก้ปัญหาได้มากน้อยเพียงใด โดยพยายามรวบรวมแนวความคิดที่ครอบคลุมมากที่สุดไปพิจารณาแก้ปัญหาต่อไป

พฤติกรรมที่เป็นอุปสรรคในการลดประสิทธิภาพของกระบวนการตัดสินใจ มีดังนี้

1. เมื่อเผชิญกับปัญหา แทนที่จะพิจารณาปัญหาอย่างถี่ถ้วน เพื่อให้รู้สาเหตุของปัญหาอย่างแท้จริง คนเราส่วนใหญ่มักจะมองปัญหาอย่างผิวเผิน เพียงแค่มุ่งประเมินสถานการณ์ว่าเป็นอย่างไร รุนแรงแค่ไหน และมักจะเอาตัวปัญหามาปะปนจึงทำให้แก้ปัญหาได้ไม่ตรงจุด

2. นำประสบการณ์มาเป็นเกณฑ์ในการคิด การตัดสินใจ ซึ่งอาจทำให้ผิดพลาดได้เพราะสถานการณ์แวดล้อมต่างกัน

3. ไม่พยายามใช้ความคิดหาทางเลือกหลาย ๆ ทางและเลือกทางเลือกที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด กลับหาวิธีที่ง่ายและสะดวก

4. มุ่งแต่ผลดี และผลเสียขั้นสุดท้าย มิได้พิจารณาส่วนย่อยของแต่ละปัญหา

5. มิได้นึกถึงองค์ประกอบส่วนอื่นที่เกี่ยวข้องกับปัญหา ซึ่งมีอยู่หลายประการที่เกี่ยวข้องกันอยู่ และมักจะตัดสินใจโดยคิดถึงแต่องค์ประกอบอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น โดยมีได้พิจารณาถึงความสัมพันธ์และอิทธิพลขององค์ประกอบแต่ละส่วนว่าเป็นอย่างไรบ้าง

6. เมื่อมีปัญหาที่หาทางแก้ไขไม่ได้ ก็ล้มเลิกความคิดที่จะแก้ไขปัญหานั้น ซึ่งทำให้การคิดและการตัดสินใจนั้นขาดวิจารณญาณและประสิทธิภาพอย่างที่เราควรจะเป็น

การตัดสินใจศึกษาค้นคว้าระดับมหาบัณฑิต นอกจากจะต้องมีขั้นตอนและกระบวนการตัดสินใจที่ดีแล้ว การเปิดรับข่าวสารภายนอกจากสื่อมวลชนก็มีความสำคัญมากอย่างหนึ่ง เพราะจะทำให้มหาบัณฑิตสามารถติดตามข่าวสารและรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อใช้ประกอบกับการตัดสินใจ แต่อย่างไรก็ดี การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนย่อมจะมีทั้งผลดีและผลเสีย ดังนั้น การทำความเข้าใจกับประสิทธิภาพและอิทธิพลของสื่อมวลชนให้ดีเสียก่อนก็จะทำให้การตัดสินใจนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชน

กระบวนการสื่อสาร ประกอบด้วยองค์ประกอบของการสื่อสารที่สำคัญ ได้แก่ ผู้ส่งสาร (Source) สาร (Message) สื่อ (Media) และผู้รับสาร (Receiver) องค์ประกอบทั้ง 4 นี้ จะมีความสำคัญในการกำหนดความสำเร็จจากการสื่อสารที่ทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติ และพฤติกรรมไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารปรารถนา

สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้รับสารซึ่งอาจจะเป็นบุคคลเดี่ยวหรือกลุ่มบุคคลที่สามารถส่งข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก และอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้ในเวลาอันรวดเร็ว สื่อมวลชนที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต โดยทั่วไปการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนจะแตกต่างจากการสื่อสารในรูปแบบอื่น ๆ 2 ประการได้แก่

1. กลุ่มผู้รับสารจะต้องเป็นกลุ่มชนขนาดใหญ่ ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่อยู่ในสังคมหรือมีประสบการณ์ร่วมกัน แต่เป็นกลุ่มชนที่มีความหลากหลาย และมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ไม่จำเป็นต้องรู้จักหรือมีประสบการณ์คล้ายคลึงกันมาก่อน

2. สื่อที่ใช้ในการสื่อสารมวลชน จะเป็นประเภทสื่อที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็น (Visual Transmitter หรือ Visual Media) เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อที่สัมผัสได้ด้วยการฟัง (Audio Transmitter) เช่น วิทยุ และสื่อที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็นและการฟัง (Audio-Visual Transmitter) ได้แก่ โทรทัศน์ เป็นต้น

ในที่นี้จะได้กล่าวถึงอิทธิพลของสื่อมวลชน และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของสื่อต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคล

อิทธิพลของสื่อมวลชน

โจเซฟ ที เคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper อ้างใน ปรมะ สติเวทิน 2533: 142) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมด้านต่าง ๆ ของประชากรไว้ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าวได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Presupposition) ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลผู้นั้นสัมผัสกับสื่อมวลชน ก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านั้นติดตัวมาด้วย

1.2 การเลือกของผู้รับสาร (Selective Processes) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความสารตามความเชื่อและค่านิยมที่มีอยู่เดิม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย ผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นคนที่ได้รับความเชื่อถือเลื่อมใสและไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป จึงเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและการตัดสินใจของประชาชน

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspect) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมแบบเสรีนิยม ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพในการเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าจะเชื่อสื่อมวลชนไหนดี

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชน เป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้นคือ สื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ ทัศนคติ ค่านิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็ง และพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมา เมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอ หรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอทางในการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติและค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้ ในกรณีที่บุคคลนั้นไม่เคยมีความรู้ หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อย ๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสม มีอิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ในทันทีทันใด หรือในระยะเวลาอันสั้น

ลักษณะเด่นของสื่อมวลชนแต่ละประเภท

หนังสือพิมพ์

บำรุงสุข สีหอำไพ (2520 : 8) ได้อธิบายสรุปลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ไว้ดังนี้

1. หนังสือพิมพ์เป็นสิ่งพิมพ์ที่มีราคาถูก ในบรรดาสื่อมวลชนทั้งหลายในปัจจุบัน หนังสือพิมพ์จัดได้ว่าเป็นสื่อมวลชนที่มีราคาถูกที่สุด
2. หนังสือพิมพ์เป็นสื่อแพร่หลาย หาซื้อได้ง่าย
3. หนังสือพิมพ์เสนอภาพ และข่าวเรื่องราวที่สามารถเก็บรักษาไว้เป็นหลักฐานได้คงสภาพนาน
4. หนังสือพิมพ์ให้ข่าวสารและรายละเอียดได้ลึกซึ้งมากกว่าวิทยุและโทรทัศน์
5. หนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่แตกต่างไปจากสิ่งพิมพ์ประเภทอื่น ข่าวสารต่าง ๆ เป็นเรื่องใหม่ที่น่าสนใจ ชักจูงให้อยากอ่าน อ่านแล้วเกิดความรู้และความเข้าใจเหตุการณ์ต่าง ๆ และช่วยให้มีข้อมูลในการตัดสินใจและมีมุมมองเหตุการณ์ต่าง ๆ ด้วยทัศนคติที่กว้างไกล

วิทยุกระจายเสียง

วิรัช อภิรัตน์กุล (2529 : 284) ได้สรุปข้อได้เปรียบของวิทยุกระจายเสียงไว้ดังนี้

1. วิทยุสามารถแผ่กระจายรัศมีครอบคลุมไปในบริเวณพื้นที่ที่กว้างขวางในท้องที่ทุกหนทุกแห่งที่คลื่นวิทยุเข้าไปถึงได้
2. วิทยุมีความรวดเร็วมาก สามารถรายงานข่าวสด หรือข่าวด่วนที่สำคัญที่เกิดขึ้นได้ทันที
3. วิทยุมีผลทางจิตใจสูง เพราะน้ำเสียง จังหวะ ลีลาในการพูด การอ่าน มีผลทางจิตวิทยาในการเข้าถึงประชาชน สามารถเร้าอารมณ์หรือจูงใจได้ง่าย
4. การฟังวิทยุ แม้อาจจะต้องใช้สมาธิอยู่บ้างก็ตาม แต่ก็ไม่ต้องใช้สมาธิมากเหมือนสื่ออื่นบางประเภท
5. วิทยุมีความน่าเชื่อถือมากกว่าในความรู้สึกของประชาชนทั่วไป เพราะสถานีวิทยุกระจายเสียงต่าง ๆ เป็นสถานีของทางราชการ

6. วิทยุเข้าถึงประชาชนได้ทุกระดับชั้น ประชาชนที่ไม่รู้หนังสือก็สามารถรับฟังข่าวสารได้ วิทยุจึงเป็นเครื่องมือที่ใช้กันมากในประเทศด้อยพัฒนา หรือประเทศที่ยากจน เพื่อให้ความรู้และการศึกษาแก่ประชาชน

7. วิทยุสามารถเสนอเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และติดตามรายงานเหตุการณ์นั้นได้ตลอดไป โดยไม่ต้องมีกระบวนการที่ยุ่งยากนัก

8. วิทยุมีความใกล้ชิดกับผู้ฟังมาก สามารถนำวิทยุพกติดตัว ฟังได้ทุกเวลา และแทบทุกหนทุกแห่ง

9. เครื่องรับวิทยุราคาถูกลง และมีราคาถูกลงมาก เมื่อเทียบกับสื่อมวลชนบางประเภท นอกจากนี้จะมีราคาถูกลงแล้วยังมีอายุการใช้งานที่ค่อนข้างนาน

โทรทัศน์

ข้อได้เปรียบที่สำคัญของโทรทัศน์ก็คือ สามารถส่งสารได้ทั้งโดยใช้คำพูด และสามารถส่งภาพออกอากาศได้ ผู้ชมไม่จำเป็นต้องนึกภาพเหตุการณ์หรือสิ่งของต่าง ๆ เาเอง ภาพจะปรากฏขึ้นบนจอ มีการเคลื่อนไหว มีคำพูดประกอบ ซึ่งทำให้ผู้รับสารมีความเข้าใจได้ง่ายกว่าสื่ออื่น ๆ นอกจากนั้น สำหรับรายการวิทยุโทรทัศน์ที่มีการออกอากาศในพื้นที่ครอบคลุมที่กว้าง จะมีข้อได้เปรียบตรงที่จะมีผู้ชมรายการเป็นจำนวนมากนั่งชมรายการในระยะเวลาเดียวกัน ซึ่งในโอกาสนี้ ถ้าผู้ส่งสารเลือกส่งสาร ก็จะถึงผู้รับกลุ่มใหญ่มากได้ในเวลาใกล้เคียงกัน ช่วงเวลาดังกล่าวเรียกว่า “Prime Time” หรือ “Peak Hour” ซึ่งจะพบว่า มีอัตราโฆษณาและค่าเช่าเวลาจากสถานีสูงมาก เพราะการสื่อสารช่วงนี้ได้รับประสิทธิผลมากกว่าช่วงเวลาอื่น

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบุคคล

บอลล์-โรคิช และเคเฟลอร์ (Ball-rokeach, S.J. and De Fleur, M.L. 1976 : 3-21) กล่าวว่า การที่สื่อมวลชนจะมีผลต่อผู้รับสารหรือไม่ ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันของตัวแปร 3 หน่วยคือ ระบบสื่อมวลชน ผู้รับสาร และระบบสังคม การที่ข่าวสารจากสื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และการกระทำของผู้รับสารเมื่อใดนั้น ขึ้นอยู่กับระดับความพึ่งพา (Dependency) ของผู้รับสารที่มีต่อข่าวสารจากสื่อมวลชน

นอกจากนั้น เคเฟลอร์ ยังได้แสดงกรอบแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยการพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ระหว่างสื่อ ซึ่งเป็นตัวกระตุ้น (Stimulus) กับพฤติกรรมการตอบสนอง (Response) โดยแยกเป็นทฤษฎีต่าง ๆ คือ

1. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (The Individual Differences Theory) ทฤษฎีนี้เชื่อว่าการที่มนุษย์เรียนรู้ต่างๆ กัน มีสภาวะแวดล้อมที่เติบโตขึ้นมาต่างกัน เป็นผลให้เกิดรูปแบบทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ ประกอบกันเป็นบุคลิกภาพส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน โครงสร้างทางบุคลิกภาพเหล่านี้ จะมีส่วนสำคัญต่อการกำหนดพฤติกรรมแบบของการรับรู้หรือการเรียนรู้ของมนุษย์ในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตลอดจนการรับข่าวสารที่ต่างกัน

2. ทฤษฎีการจัดลำดับชั้นในสังคม (The Social Categories Theory) ทฤษฎีนี้ได้แยกแยะบุคคลในสังคมออกเป็นกลุ่ม โดยยึดถือ เพศ อายุ รายได้ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมมารวมเข้าไว้ในกลุ่มเดียวกัน และถือว่ามีโครงสร้างทางสังคมใกล้เคียงกัน ตัวแปรเหล่านี้มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และเป็นตัวแปรแทรกซ้อนระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและปฏิกิริยาตอบสนองที่คล้าย ๆ กัน

3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relationship Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวถึงความสัมพันธ์ภายในกลุ่มว่ามีอิทธิพลต่อการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้นำความคิดเห็นในสังคมจะเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการแพร่กระจายข่าวสาร ความคิด และการตัดสินใจยอมรับของบุคคลในสังคมนั้น

4. ทฤษฎีบรรทัดฐานทางวัฒนธรรม (The Cultural Norms Theory) ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญของบรรทัดฐานทางวัฒนธรรมและเหตุการณ์แวดล้อมในสังคมว่ามีผลต่อพฤติกรรม เพราะโดยปกติแล้ว บุคคลย่อมประพฤติตามแนวบรรทัดฐานของสังคม สื่อที่มีเนื้อหาสาระจะเป็นไปตามบรรทัดฐานอย่างใดอย่างหนึ่ง จะมีผลให้บุคคลคล้อยตาม

นอกจากนี้ เออริวิน พี เบททิงฮอส (Bettinghaus, 1968) ยังได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในสังคมไว้ว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อ และทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บางในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ สิ่งที่สื่อมวลชนเปลี่ยนแปลงได้มากที่สุดคือ อารมณ์ ส่วนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนั้น ยังไม่ปรากฏผลจากการวิจัยที่แน่นอนว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมแต่อย่างใด เพราะส่วนใหญ่แล้ว กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้น เป็นผลมาจากการสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งสิ้น

ทฤษฎีเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อบุคคล

สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ให้นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป สื่อบุคคลในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ พ่อแม่ พี่น้อง ญาติ ครูอาจารย์ และเพื่อน ซึ่งในที่นี้จะกล่าวถึง หลักการและแนวความคิดเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคลดังนี้

อิทธิพลของสื่อบุคคล

โรเจอร์ส และชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker : 1969) ได้กล่าวไว้ว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอไป หรือให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพที่สุด สื่อที่ใช้ในการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจยอมรับสารนั้น ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนั้นจะเป็นประโยชน์มาก ในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมในการยอมรับสารนั้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดต่อสาร และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นอีกด้วย

การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารแบบสองทาง ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถซักถาม ทำความเข้าใจ และมีปฏิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกันได้โดยทันที จัดเป็นลักษณะที่เป็นประโยชน์มากในการใช้เครื่องซักงูใจ โน้มน้าวในผู้รับสาร ดังที่ เสถียร เขยประทับ (2525) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ดังนี้

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิธี หากผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถไต่ถาม หรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน

การที่ข่าวสารเป็นสื่อระหว่างบุคคลมีระดับปฏิริยาตอบสนองหรือปฏิริยาสะท้อนกลับสูง สามารถทำให้ลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปล หรือตีความสาร และการเลือกจำสารได้

2. สามารถงูใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้ สามารถแบ่งออกได้เป็น การติดต่อสื่อสารโดยตรง และการติดต่อสื่อสารโดยกลุ่มดังนี้ (เสถียร เขยประทับ, 2525)

1. การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) การติดต่อโดยตรงนี้ ใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ข่าวสารโดยตรง เช่น วิธีเยี่ยมบ้าน วิธีนี้หากผู้รับสารสงสัย ไม่เข้าใจก็สามารถซักถามทำความเข้าใจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ผู้เผยแพร่ข่าวสารยังสามารถสำรวจข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตัวผู้รับสารได้ด้วย ฉะนั้น ในกิจการเผยแพร่ข่าวสาร เพื่อสร้างความเข้าใจ หรือซักงูใจ โน้มน้าวใจจึงนิยมใช้การติดต่อสื่อสารโดยตรง แต่มีข้อจำกัดคือ การสื่อสารประเภทนี้ ต้องใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมากสิ้นเปลืองเวลาและแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

2. การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) คือ การติดต่อโดยผ่านกลุ่ม กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม กลุ่มต่างๆ ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ ดังที่ บลูมเมอร์ (Blumer, 1969) กล่าวไว้ว่า “สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มที่ต่างชนิดกัน ส่วน

ใหญ่ใช้ชีวิตร่วมกันอยู่ทั้งหมด จะประกอบกันเป็นแบบแผนปฏิบัติ และมีพฤติกรรมร่วมของบุคคล เมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปสู่ทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจไปในทางนั้นด้วย” การติดต่อโดยกลุ่มนี้ อาจทำได้โดยการประชุม อภิปราย และสนทนาภายในกลุ่ม คือ จัดกลุ่มคนที่มีความสนใจกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีปฏิริยาโต้ตอบกัน ซึ่งจะมี ส่วนในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสารนั้น

ในความเป็นจริง บุคคล ๆ หนึ่งไม่ได้อยู่ลำพังคนเดียวในโลก แต่ต้องอยู่ร่วมกันและสื่อสาร กับผู้อื่นเป็นประจำ โดยทั่วไปเราจะเห็นรูปแบบต่าง ๆ ของการสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งในกิจวัตร ประจำวัน และหน้าที่การงาน ซึ่ง เมตตา กฤตวิทย์ (มสธ., 2532) ได้แบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ ตาม เกณฑ์เหล่านี้ได้แก่

1. การแบ่งประเภทการสื่อสารระหว่างบุคคลตามเป้าหมาย

การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารที่อาจเกิดขึ้นเอง โดยไม่ได้คาดการณ์หรือวางแผนล่วงหน้า เช่น การคุยกับคนแปลกหน้าในลิฟท์ การเข้าไปถามทางจากคนในละแวกหนึ่ง ๆ การ ทักทายเพื่อนหรือคนที่รู้จักในร้านอาหาร การกล่าวสวัสดิกับผู้บังคับบัญชา แต่ขณะเดียวกัน การสื่อ สารระหว่างบุคคลก็อาจเกิดขึ้นอย่างตั้งใจ มีเป้าหมายและการวางแผนล่วงหน้า เช่น การมอบหมาย งานให้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชา การสนทนาทางธุรกิจกับลูกค้า การออกไปสัมภาษณ์เพื่อขอข้อมูล หรือ การโทรศัพท์เพื่อนัดหมายบุคคล เป็นต้น

เป้าหมายหลักโดยทั่วไปของการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบตั้งใจหรือแบบมีการวางแผนล่วงหน้า มีดังนี้

1. เพื่อค้นหาข้อเท็จจริงหรือเพื่อขอข้อมูล เช่น การสัมภาษณ์เกี่ยวกับความเป็น ไปของเหตุการณ์
2. เพื่อบอกหรือแจ้งให้ทราบ หรือให้นำไปปฏิบัติ เช่น การสั่งงาน
3. เพื่อชักชวนหรือโน้มน้าวใจ เช่น การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ
4. เพื่อให้ความเพลิดเพลินหรือความสบายใจ เช่น การสนทนาทั่วไป หรือการ บริโภคอาหารเกี่ยวกับปัญหาบางอย่าง

2. การแบ่งประเภทการสื่อสารระหว่างบุคคลตามสื่อที่ใช้

2.1 การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบผ่านสื่อหรือสิ่งคั่นกลางระหว่างผู้สื่อสาร เช่น การเขียนจดหมาย การพูดผ่านโทรศัพท์ภายใน (Intercom) การพูดทางโทรศัพท์ การติดต่อผ่าน เครื่องคอมพิวเตอร์ เป็นต้น ไม่ว่าจะ เป็นจดหมาย โทรศัพท์ภายใน โทรศัพท์ หรือเครื่องคอมพิวเตอร์ ต่างล้วนเป็นสื่อที่นำสารจากผู้สื่อสารคนหนึ่งไปยังผู้สื่อสารอีกคนหนึ่ง ทั้งนี้ ผู้ส่งสารอาจได้รับ

ปฏิกริยาตอบสนองจากผู้รับสารในทันที เช่น การโทรศัพท์ หรือปฏิกริยาตอบสนองนั้นอาจเป็นการตอบสนองซึ่งต้องอาศัยเวลาหรือแบบประวิงเวลา เช่น การเขียนจดหมาย เป็นต้น

2.2 การสื่อสารระหว่างบุคคลแบบไม่ผ่านสื่อใด ๆ หรือแบบเห็นหน้ากันโดยตรง เช่น ในการพูดคุยกับคนอื่นหรือในการสัมภาษณ์คู่สื่อสารจะมีปฏิสัมพันธ์กันโดยตรง ฉะนั้น จึงสามารถแสดงปฏิกริยาตอบสนองต่าง ๆ ได้ทันทีและทันควัน และเป็นปฏิกริยาตอบสนองที่เราสามารถรับรู้ได้โดยผ่านประสาทรับรู้ทั้งห้ามากกว่าประเภทแรก

3. การแบ่งประเภทการสื่อสารระหว่างบุคคลตามลักษณะผู้รับสาร

ในวันหนึ่ง ๆ เราอาจได้พูดคุยกับผู้คนมากมายหลายประเภท ทั้งที่รู้จักและไม่รู้จัก และที่มาจากสภาพแวดล้อมและภูมิหลังต่าง ๆ กัน ซึ่งหากพิจารณาตามความแตกต่างของผู้รับสารแล้ว เราอาจแบ่งประเภทการสื่อสารระหว่างบุคคลออกเป็น 2 ประเภทด้วยกันดังนี้

3.1 การสื่อสารระหว่างบุคคลในวัฒนธรรมเดียวกัน เนื่องจากเป็นการสื่อสารกับบุคคลที่มาจากวัฒนธรรมเดียวกัน การสื่อสารจึงใช้ภาษาท้องถิ่น หรือภาษาประจำชาติเดียวกัน เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้จึงมักเป็นที่เข้าใจร่วมกันในสังคมนั้น

3.2 การสื่อสารระหว่างบุคคลต่างวัฒนธรรม การสื่อสารระหว่างบุคคลต่างวัฒนธรรม เราอาจจำเป็นต้องใช้ภาษาของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หรือภาษากลางในการติดต่อสื่อสาร ทั้งนี้ ความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมนี้อาจแบ่งได้หลายระดับ ตั้งแต่ระดับประเทศ เช่น คนไทยสื่อสารกับคนอังกฤษ ระดับต่างภาคในประเทศเดียวกัน เช่น คนภาคเหนือติดต่อสื่อสารกับคนภาคใต้ ระดับต่างท้องถิ่น เช่น คนนครศรีธรรมราชติดต่อสื่อสารกับคนยะลา หรือระดับต่างอาชีพในท้องถิ่นหรือชุมชนเดียวกัน เช่น ครูติดต่อสื่อสารกับพระ เป็นต้น

จากที่ได้กล่าวถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลอย่างละเอียดแล้ว ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ควรจะมีการเปรียบเทียบให้เห็นถึงลักษณะที่แตกต่างกันของสื่อทั้ง 2 ชนิดนี้ เพื่อให้เห็นถึงข้อดีและข้อเสียในอันที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจศึกษาต่อของมหาบัณฑิตได้ ดังนั้น แนวคิดที่สำคัญอีกเรื่องหนึ่งก็คือ แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

ประสิทธิภาพของสื่อมวลชนกับสื่อบุคคล

สำหรับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลนั้น นักวิชาการด้านการสื่อสารส่วนใหญ่ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคล ในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลนั้นจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในด้านการชักจูงหรือโน้มน้าวใจให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้น ๆ ตามแนวทางที่มุ่งหวัง เช่น

โรเจอร์ส (Rogers, 1978 : 291) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไว้ว่า ผลจากการวิจัยต่าง ๆ พบว่า สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งหมายถึงการเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น มีประสิทธิภาพมากกว่า เมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียวไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่นหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ฉะนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิด และเป็นผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์นั้นเป็นผลมาจากการติดต่อกับสื่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าเห็นตากันทั้งสิ้น

แคท และลาซาร์เฟล (Katz and Lazerefeld, 1955 : 27) ก็เห็นพ้องต้องกันว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด ฉะนั้น สื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นการจูงใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าในชั้นของการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน

ลาซาร์เฟล และเมนเซล (Lazerefeld and Menzel, 1968 : 97) ได้ให้เหตุผลที่ทำให้การสื่อสารระหว่างบุคคลมีประสิทธิภาพกว่าดังนี้

1. การติดต่อกับสื่อสื่อสารระหว่างบุคคล สามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจาก การหลีกเลี่ยงการสนทนาหรือรับฟัง เป็นไปได้ยากกว่าการรับฟังข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น ผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อของตน หรือเรื่องที่คนไม่สนใจได้ง่าย
2. การติดต่อกับสื่อสื่อสารแบบเผชิญกัน เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้ในการสนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว หากว่าเนื้อหาที่สนทนานั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา
3. การติดต่อกับสื่อสื่อสารระหว่างบุคคล มักจะมีลักษณะง่าย เป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงใจให้คล้อยตาม
4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจและความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่เคยรู้จักมาก่อนแล้วมาติดต่อกับสื่อสื่อสารด้วย

โรเจอร์ส (Rogers, 1971) ได้แสดงการเปรียบเทียบลักษณะที่แตกต่างกันระหว่างช่องสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลและสื่อมวลชนได้ดังนี้

ลักษณะ	สื่อระหว่างบุคคล	สื่อมวลชน
การไหลของข่าวสาร	เป็นแบบสองทาง	เป็นแบบทางเดียว
ลักษณะของการสื่อสาร	เป็นแบบตัวต่อตัว	ไม่มีลักษณะแบบตัวต่อตัว
ปริมาณของปฏิกริยาตอบสนองในขณะที่ทำการสื่อสาร	สูง	ต่ำ
ความสามารถในการลดกระบวนการเลือกในทางจิตวิทยาในการเลือกรับสาร	สูง	ต่ำ
ความเร็วในการส่งสารไปยังผู้รับสารจำนวนมาก	ค่อนข้างช้า	ค่อนข้างเร็ว
ผลที่อาจเกิดขึ้น	การก่อตัวของทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ	การเปลี่ยนแปลงความรู้

ตารางการเปรียบเทียบลักษณะของการสื่อสารระหว่างบุคคลกับสื่อมวลชน

นอกจากนี้ ทฤษฎีการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multi-Step Flow of Communication) ยังได้กล่าวไว้ว่า ข่าวสารส่วนใหญ่ที่เผยแพร่จากสื่อมวลชนไปยังประชาชนเป้าหมายนั้น มักจะผ่านผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leader) หรือผู้ที่เข้าถึงสื่อมากกว่าเสียก่อน แล้วบุคคลเหล่านี้จะนำเอาข่าวสารข้อมูลที่ได้รับไปเผยแพร่แก่ประชาชนเป้าหมายคนอื่นต่อไป ซึ่งในการถ่ายทอดข่าวสารแต่ละครั้ง ผู้ถ่ายทอดมักจะสอดแทรกทัศนคติหรือความคิดเห็นของตนลงไป ทำให้ผู้รับสารคนทำย ๆ ได้รับข่าวสารที่มีทัศนคติของคู่สนทนาแทรกมาด้วย ซึ่งมีผลไม่น้อยที่จะทำให้ผู้รับสารคล้อยตาม (Katz, 1955 : 377-452)

แนวคิดนี้จึงชี้ให้เห็นว่า ไม่ว่าจะเป็นการได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล บุคคลควรจะใช้วิจารณญาณในการเลือกเปิดรับข่าวสาร ก็จำเป็นที่จะต้องศึกษาเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์

แนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ (Selective Process)

ข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้าไปยังบุคคลแต่ละคนจากช่องทางต่าง ๆ นั้น มักจะถูกคัดเลือกอยู่ตลอดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์และเหมาะสมตามความคิดของผู้รับสาร จะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงจำเป็นต้องเข้าใจถึงกระบวนการเลือกสรรในการรับข่าวสารตามความรู้สึกและความต้องการของผู้รับสาร ซึ่งประกอบด้วย 4 ลักษณะซึ่งแต่ละลักษณะมีความเกี่ยวข้องกันดังนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นการเลือกเปิดรับสื่อ และข่าวสารตามความสนใจและความต้องการ เพื่อแก้ปัญหาและสนองความต้องการของบุคคล

2. การเลือกสนใจข่าวสาร (Selective Attention) หมายถึง การเลือกสนใจข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่งที่ตรงกับความต้องการของตน

3. การเลือกคิดหรือเลือกรู้ (Selective Interpretation or Perception) หมายถึง การเลือกให้ความหมายกับข่าวสารที่ตรงกับทัศนคติ ความต้องการ และประสบการณ์เดิมของตนเอง

4. การเลือกจำ (Selective Retention) หมายถึง การเลือกจำเฉพาะบางสิ่งบางอย่างที่คนต้องการจะจำ (Klapper 1960 : 64-65)

แซมมวล เบคเกอร์ (Samuel L. Becker, 1972) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสารโดยจำแนกตามพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารคือ

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่น ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะรายการที่สนใจ หรือมีผู้แนะนำมา หรือขณะอ่านหนังสือพิมพ์ หรือดูโทรทัศน์ หากมีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวข้องกับตนเอง ก็จะทำให้ความเอาใจใส่อ่านหรือดูเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

แมคกีร์ (W.J.McGuire, 1966) ได้อธิบายถึงขั้นตอนของกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude) และพฤติกรรม (Practice) อันเป็นผลจากการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ 5 ขั้นตอนด้วยกันคือ

1. การใส่ใจ (Attention)
2. ความเข้าใจ (Comprehension)
3. การมีสิ่งใหม่เกิดขึ้น (Yielding)
4. การเก็บเอาไว้ (Retention)
5. การกระทำ (Action)

แนวความคิดนี้จึงชี้ให้เห็นว่า กระบวนการเลือกเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคล ย่อมจะมีความแตกต่างกัน ตามความสนใจของแต่ละบุคคล รวมถึงแนวคิดต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาย่อมทำให้บุคคลมีวิจรณ์ญาณในการตัดสินใจที่ไม่เหมือนกัน จึงส่งผลให้มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อที่แตกต่างกัน

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540 – 2544) เป็นแผนปฏิรูปความคิดและคุณค่าใหม่ของสังคมไทยที่เน้นให้ คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา และใช้เศรษฐกิจเป็นเพียงเครื่องมือช่วยพัฒนาให้คนมีความสุขและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น พร้อมทั้งปรับเปลี่ยนวิธีพัฒนามาเป็นการพัฒนาแบบองค์รวม มีกระบวนการที่จะเชื่อมโยงมิติต่างๆของการพัฒนาตลอดจนเปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายในสังคมมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการพัฒนา อย่างไรก็ตาม ในปีแรกของแผนพัฒนาฯฉบับที่ 8 ประเทศต้องเผชิญกับวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อคนและสังคมโดยรวม ทำให้ต้องมีการปรับแผนเพื่อแก้ไขวิกฤตของประเทศ โดยเน้นการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ การลดผลกระทบต่อการพัฒนาคนและสังคม การปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจให้เข้มแข็งและกลับสู่สมดุล และการปรับระบบบริหารจัดการเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

วิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจส่วนรวมอย่างรุนแรง ความพยายามในการแก้ไขปัญหาทั้งในระยะสั้นและระยะปานกลางอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัวอย่างช้าๆ และมีเสถียรภาพในระดับหนึ่ง ศักยภาพของคนไทยและระดับคุณภาพชีวิตโดยรวมดีขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาอย่างต่อเนื่องระยะยาวมาจนถึงปัจจุบัน ทำให้คนไทยมีการศึกษาสูงขึ้น จำนวนปีที่ได้รับการศึกษาโดยเฉลี่ยของคนไทยในกลุ่มอายุ 15 ปีขึ้นไป เพิ่มขึ้นจาก 6.6 ปีในปี 2539 เป็น 7 ปีในปี 2541 และอัตราการเข้าเรียนหนังสือของเด็กมีแนวโน้มดีขึ้นทุกระดับชั้น ในด้านสุขภาพอนามัยพบว่าคนไทยมีอายุขัยเฉลี่ยสูงขึ้น โดยในปี 2541 เพศชายและเพศหญิงมีอายุขัยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นเป็น 70.1 ปี และ 75.2 ปี ตามลำดับ ทั้งระบบบริการสาธารณสุขมีความก้าวหน้าดีขึ้น และประชาชนได้รับการคุ้มครองด้านประกันสุขภาพเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 80.3 ในปี 2541 อย่างไรก็ตาม ยังมีปัญหาคุณภาพการศึกษาของคนไทยยังไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควร เนื่องจากการศึกษาของแรงงานไทยที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ร้อยละ 69 อยู่ในขั้นไม่เกินระดับประถมศึกษา ส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถในการเพิ่มสมรรถนะทางเศรษฐกิจของประเทศ สำหรับการพัฒนาระบบความมั่นคงทางสังคม ได้ขยายขอบเขตการดำเนินงานได้กว้างขวางขึ้น แต่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้เพียงเฉพาะแรงงานในระบบเท่านั้น ยังไม่สามารถดำเนินการไปถึงกลุ่มแรงงานนอกระบบและแรงงานภาคเกษตร ซึ่งเป็นแรงงานส่วนใหญ่ของประเทศได้

อย่างไรก็ดี แผนพัฒนาฯฉบับที่ 8 ที่ได้เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนทุกภาคส่วนในสังคมไทย ก็ถือเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญที่ทำให้ประชาชน ชุมชน องค์กรภาคประชาชนต่างๆ ตื่นตัวและเข้ามามีบทบาทร่วมในกระบวนการพัฒนาประเทศ โดยมีการรวมกลุ่มของประชาสังคมในหลายรูปแบบอย่างเข้มแข็ง มีการขยายเครือข่ายเชื่อมโยงกันอย่างกว้างขวาง และมีการทำงานร่วมกับภาครัฐ

ในลักษณะหุ้นส่วนการพัฒนาเพิ่มมากขึ้น ซึ่งทั้งหมดนี้จะเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศในระยะต่อไป

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549) เป็นแผนที่ได้ฉันทมติ แนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ มาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาประเทศให้เป็นที่ไปในทางสายกลาง อันจะทำให้ประเทศรอดพ้นจากวิกฤตสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคง และนำไปสู่การพัฒนาที่สมดุล การพัฒนาที่มีคุณภาพและการพัฒนาที่ยั่งยืน ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ และสถานการณ์เปลี่ยนแปลงต่าง ๆ

เศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาที่ถึงแนวการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุก ระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปใน ทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ ความพอเพียงหมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการมีผลกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน ทั้งนี้ จะต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอน และขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎี และนักธุรกิจในทุกระดับ ให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติ ปัญญา และความรอบคอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวางทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี

การจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกันของสังคมไทยใน 20 ปีข้างหน้า โดยนำความคิดของทุกฝ่ายในสังคมและทุกระดับ ทั้งระดับจังหวัด ระดับอนุภาค และระดับชาติ มาสังเคราะห์เชื่อมโยงเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ให้เกิดเป็น “วิสัยทัศน์ร่วม” ที่สังคมไทยยอมรับร่วมกัน โดยคำนึงถึงภาพรวมการพัฒนาที่ผ่านมา สถานการณ์และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ที่จะมีการกำหนดวิสัยทัศน์ร่วม นำไปสู่สังคมไทยที่พึงประสงค์ มีการเปลี่ยนแปลงและสร้างคุณค่าที่ดีให้เกิดขึ้นในสังคมไทย

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 จึงเป็นแผนยุทธศาสตร์ที่ชี้นำทิศทางการพัฒนาประเทศในระยะปานกลาง ที่มีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ระยะยาว และมีการดำเนินการต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ

ฉบับที่ 8 ในด้านแนวคิดที่ยึด “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” ในทุกมิติอย่างองค์รวม และให้ความสำคัญเป็นพิเศษต่อการสร้างระบบบริหารจัดการที่ดีในทุกภาคส่วนของสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การปรับระบบบริหารจัดการภาครัฐ เพื่อจัดการทุจริตและประพฤติมิชอบ ควบคู่กับการเพิ่มขีดความสามารถและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนส่วนใหญ่ของประเทศ เพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีคุณภาพ อันจะทำให้เกิดการพัฒนายั่งยืนที่มี “คน” เป็นศูนย์กลางได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์และเป้าหมายของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9

การพัฒนาประเทศเป็นไปตามจุดมุ่งหมายของวิสัยทัศน์ร่วม ภายใต้ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” และสังคมไทยที่พึงประสงค์ในอนาคต แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549) จึงกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายหลักของการพัฒนาประเทศไว้ดังนี้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อแก้ปัญหาความยากจนและเพิ่มศักยภาพและโอกาสของคนไทยในการพึ่งพาตนเอง คนยากจนและผู้ด้อยโอกาสได้รับโอกาสในการศึกษาและบริการทางสังคมอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง เศรษฐกิจมีการขยายตัวอย่างพอเพียงต่อการสร้างงานและรายได้ที่ช่วยสนับสนุนการลดความยากจน และมีการส่งเสริมการเติบโตของภาคเศรษฐกิจที่คนยากจนส่วนใหญ่พึ่งพิง

2. เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจภายในให้เข้มแข็ง มีเสถียรภาพ และมีภูมิคุ้มกัน รวมทั้งมีการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ เพื่อเพิ่มผลิตภาพการผลิต และรักษาสมรรถนะทางเศรษฐกิจในการแข่งขันของประเทศ

3. เพื่อวางรากฐานการพัฒนาประเทศระยะยาวให้สามารถพึ่งตนเองได้อย่างรู้เท่าทันโลก โดยการพัฒนาคุณภาพคนและสร้างระบบคุ้มครองความมั่นคงทางสังคม มีการดูแลจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และเครือข่ายชุมชน ให้เกิดการเชื่อมโยงการพัฒนาชนบทและเมืองอย่างยั่งยืน ควบคู่กับการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับสังคมไทย

4. เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการที่ดีในสังคมไทยทุกระดับ เป็นพื้นฐานให้การพัฒนาประเทศ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ประชาชนมีส่วนร่วมกันคิด ร่วมกันทำ และร่วมกันรับผิดชอบ สามารถตรวจสอบได้

เป้าหมาย

1. เป้าหมายการลดความยากจน ขยายโอกาส ทางเศรษฐกิจและการเข้าถึงบริการทางสังคม และข้อมูลข่าวสารให้กับคนยากจนและผู้ด้อยโอกาสอย่างทั่วถึง เพิ่มศักยภาพให้มีการรวมกลุ่มและขยายเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็ง ได้รับการพัฒนาเพิ่มทักษะในการประกอบอาชีพอย่างสอดคล้อง

คล้องกับวิถีชีวิต มีความมั่นคงในอาชีพ มีรายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สามารถพึ่งตนเองได้ โดยมีเป้าหมายลดสัดส่วนคนยากจนของประเทศให้อยู่ในระดับไม่เกินร้อยละ 10 ของประชากรในปี 2549

2. เป้าหมายการยกระดับคุณภาพชีวิต ให้ประเทศไทยมีโครงสร้างประชากรที่สมดุล และขนาดครอบครัวที่เหมาะสม โดยรักษาแนวโน้มภาวะเจริญพันธุ์ของประชากรให้อยู่ในระดับทดแทนอย่างต่อเนื่อง ให้คนไทยมีสุขภาพดี มีคุณภาพ รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง มีคุณธรรม มีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อส่วนรวม และมีความมั่นคงทางสังคม โดยเพิ่มจำนวนปีที่ได้รับการศึกษาโดยเฉลี่ยของคนไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป เป็นไม่ต่ำกว่า 9 ปี ยกระดับการศึกษาของแรงงานไทยให้ถึงระดับมัธยมศึกษาให้ได้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ในปี 2549 ขยายการประกันสุขภาพให้ครอบคลุมประชาชนอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม และให้มีระบบการคุ้มครองทางสังคมที่สร้างหลักประกันแก่คนไทยทุกช่วงวัย

3. เป้าหมายคุณภาพทางเศรษฐกิจ สร้างความเข้มแข็งของภาคการเงิน ความมั่นคงทางการคลัง และความแข็งแกร่งของการค้า การลงทุนระหว่างประเทศ รวมทั้งการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจที่เพิ่มสมรรถนะภาคการผลิตให้เข้มแข็งและแข่งขันได้ เพื่อสนับสนุนให้เศรษฐกิจโดยรวมมีความสมดุลและขยายตัวอย่างมีเสถียรภาพ ก่อให้เกิดการจ้างงาน และกระจายรายได้สู่ทุกภาคส่วนในสังคมอย่างเป็นธรรม โดยมีเป้าหมายให้เศรษฐกิจขยายตัวโดยเฉลี่ยร้อยละ 5-6 ต่อปี สามารถเพิ่มการจ้างงานได้ไม่ต่ำกว่า 300,000 คนต่อปี มีอัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยไม่เกินร้อยละ 3.5 ต่อปี รักษาการเกินดุลบัญชีเดินสะพัดเฉลี่ยร้อยละ 2.5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และลดขนาดของการขาดดุลภาครัฐให้อยู่ในระดับที่ทำให้ฐานะการคลังมั่นคง

4. เป้าหมายการบริหารจัดการที่ดี สร้างระบบราชการที่มีประสิทธิภาพ มีขนาดและโครงสร้างที่เหมาะสม ท้องถิ่นมีขีดความสามารถจัดเก็บรายได้สูงขึ้น และมีระบบสนับสนุนการกระจายอำนาจให้โปร่งใส มีระบบตรวจสอบด้วยการมีส่วนร่วมที่เข้มแข็ง เพื่อให้การป้องกันและปราบปรามการทุจริตประพฤติมิชอบเกิดประสิทธิผลอย่างแท้จริง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยภายในประเทศ

อุเทน ปัญญา และคณะ (2520) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการเลือกเข้าศึกษาในคณะศึกษาศาสตร์ และทัศนคติต่ออาชีพครูของนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ชั้นปีที่ 1 ซึ่งเข้ารับการปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่ที่ทางคณะจัดขึ้น จำนวน 180 คน ผลการวิจัยพบว่า เหตุผลที่นักเรียนเลือกเรียนคณะศึกษาศาสตร์ตรงกันมากที่สุดคือ เลือกเผื่อไว้ รองลงมาคืออาชีพมั่นคงตัวเองถนัด มีเกียรติ ง่ายกว่า และน่าสนใจเรียนมากกว่า ทางด้านทัศนคติต่ออาชีพครูนั้น ผลการ

วิจัยพบว่า นักศึกษาโดยส่วนรวมไม่จําแนกตามเพศ หรือจําแนกตามสาขาวิชาเดิมในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ไม่ได้เป็นเครื่องชี้ถึงเหตุผลของนักศึกษาที่เลือกเข้าศึกษาในคณะศึกษาศาสตร์

อุทุมพร ทองอุไทย (2523) ได้ศึกษาถึงความมุ่งหวังในการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา จากกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่มคือ กลุ่มนักเรียน กลุ่มนักศึกษา กลุ่มผู้ทำงาน และกลุ่มครู โดยใช้สัดส่วนประมาณร้อยละ 10 ของประชากรเป้าหมายแต่ละกลุ่มมีตัวแปร 5 ตัวคือ ตัวแปรด้านความหมายของการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา ด้านลักษณะความคาดหวังในการสำเร็จการศึกษา ด้านลักษณะแผนการดำเนินชีวิต และด้านความมากน้อยในการสนับสนุนทางการเงิน ผลการวิจัยพบว่า นักเรียน นักศึกษา ผู้ทำงาน และครู ประมาณร้อยละ 49 ให้ความสำคัญต่อการศึกษาต่อมากที่สุด ร้อยละ 43 ต้องการการศึกษาต่อ ร้อยละ 57 คาดว่าตนจะสำเร็จการศึกษาตามระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนด ร้อยละ 68 ตั้งใจที่จะทำงานและเรียนพร้อมกัน และร้อยละ 24 เห็นว่า ตนมีการสนับสนุนทางการเงินเพื่อการศึกษาต่อ

อัครชิต ทีชะทิพย์สกุล (2530) ได้ทำวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์เหตุผลเหตุจูงใจของนิสิตบัณฑิตศึกษาต่อการเข้าศึกษาในระดับปริญญาโทบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า แรงจูงใจของนิสิตบัณฑิตศึกษาต่อการเข้าศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิตอยู่ในระดับมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ความต้องการความสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต ต้องการความรู้ใหม่ ๆ ไปใช้ในงานที่จะปฏิบัติต่อไป และต้องการความรู้วิชาการใหม่ ๆ ที่ทันสมัย ตัวประกอบที่สำคัญที่เกี่ยวกับแรงจูงใจของนิสิตบัณฑิตศึกษาต่อการเข้าศึกษาในระดับปริญญาโทบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมี 8 ตัวประกอบคือ (1) คุณภาพของอาจารย์และการจัดการศึกษา (2) ความต้องการปริญญาโทบัณฑิต (3) สาขาวิชาที่ตรงกับความต้องการของสังคม (4) ความรู้ (5) สาขาวิชาที่นิสิตมีความสามารถเรียนได้สำเร็จได้ (6) สาขาที่มีความสามารถนำไปใช้ (7) สาขาวิชาที่ตรงกับความถนัดของนิสิต และ (8) เกียรติภูมิของมหาวิทยาลัย

ทองหล่อ นาคหอม (2535) ได้ศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนิสิตวิชาเอกการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร ปีการศึกษา 2533-2534 ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนิสิตวิชาเอกการบริหารการศึกษา โดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจลำดับแรกคือ ด้านเหตุผลส่วนตัว รองลงมาคือ ด้านหน้าที่การงาน ด้านสถาบัน ด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษา และด้านอิทธิพลชักจูงของบุคคลอื่น และสื่อตามลำดับ และจากผลการศึกษาเรื่องเหตุจูงใจในการเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโทภาคพิเศษ คณะรัฐประศาสนศาสตร์ ของนิตยา วัฒนารภรณ์ (2530) พบว่า เหตุจูงใจด้านสถาบัน เป็นเหตุจูงใจสูงสุด รองลงมาคือ ด้านเหตุผลส่วนตัว ด้านความมุ่งหวัง และมีเหตุจูงใจด้านการสนับสนุนของผู้อื่นเป็นเหตุจูงใจต่ำสุด ซึ่งสอดคล้องกัน

สุรกุล เจนอบรม (2530) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาถึงความต้องการ และความสนใจ ด้านการศึกษาต่อเนื่องของข้าราชการไทย ผลการวิจัยพบว่า ข้าราชการส่วนใหญ่สนใจศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอกตามลำดับเหตุผลของความต้องการศึกษาต่อ เพราะเห็นว่าปริญญาบัตรยังคงมีความจำเป็นสำหรับความก้าวหน้าในชีวิตราชการ สำหรับมูลเหตุที่เป็นแรงจูงใจให้ข้าราชการไทยขนขวายศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม สิ่งสำคัญคือ ต้องศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อความก้าวหน้าในงานที่ทำอยู่ เพื่อยกระดับตัวเอง

นิตยา วัฒนภรณ์ (2530) ได้ทำการวิจัยเรื่อง เหตุจูงใจในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท ภาคพิเศษ คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาลักษณะทั่วไป และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้สมัครเข้าศึกษาเป็นชายมากกว่าหญิง ส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 30-40 ปี มีอาชีพรับราชการมากที่สุด ส่วนใหญ่จะทำงานมาแล้วไม่น้อยกว่า 8 ปี และไม่เคยสอบเข้าสถาบันภาคปกติมาก่อน ผู้สมัครส่วนใหญ่มีความเห็นว่า สถาบันควรกำหนดประสบการณ์การทำงานของผู้สมัครไม่น้อยกว่า 5 ปี และไม่ต่ำกว่า 3 ปี ในกรณีมีคุณสมบัติพิเศษเช่นเดียวกับสถาบันกำหนด ผู้สมัครมีเหตุจูงใจเข้าศึกษาอยู่ในระดับสูง โดยมีเหตุจูงใจด้านลักษณะของสถาบันเป็นเหตุจูงใจสูงสุด รองลงมาคือ ด้านเหตุผลส่วนตัว ด้านความมุ่งหวัง และมีเหตุจูงใจด้านการสนับสนุนของผู้อื่นเป็นเหตุจูงใจต่ำที่สุด

วิริยา จงรักษ์สัตย์ (2537) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อเรื่องความต้องการศึกษาต่อในระดับ ปริญญาโท คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีทัศนคติต่อการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท แตกต่างกันตามอาชีพ ในด้านประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ด้านโปรแกรมการศึกษา ด้านหน่วยกิตและค่าใช้จ่าย และด้านอื่น ๆ โดยรวมมีทัศนคติเห็นด้วยอย่างยิ่ง เพื่อเพิ่มความรู้ความสามารถในการทำงาน พัฒนาความคิดให้กว้างไกล เพิ่มเครดิตในสายตาของบุคคลภายนอก และความสามารถวิเคราะห์ปัญหา และแก้ไขปัญหา ส่วนใหญ่ต้องการศึกษาปริญญาโทภาคพิเศษมากกว่าภาคการศึกษาปกติ เพราะไม่ต้องการลาออกจากงาน

นงราม เศรษฐพานิช (2532 :19) ได้ทำการวิจัยในหัวข้อเรื่อง ค่าใช้จ่ายและผลตอบแทนจากการลงทุนทางการศึกษาของสถาบันอุดมศึกษา พบว่า ผู้เรียนสาขาวิชาจิตรศิลป์ในระดับมหาวิทยาลัย ต้องเสียค่าอุปกรณ์ประกอบการเรียนสูงสุด เมื่อเทียบกับทุกสาขาวิชา ซึ่งจากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ค่าใช้จ่ายในการศึกษาเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ที่ต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโท คณะจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

2. งานวิจัยต่างประเทศ

ฮูล (Houle, 1961) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการเข้าเรียนของผู้ใหญ่ในสหรัฐอเมริกาพบว่า ผู้ใหญ่เข้ามาเรียนด้วยแรงจูงใจที่ต่างกัน โดยแบ่งเป็น 3 ประเภทคือ (1) มาเรียนอย่างมีเป้าหมาย (Goal Oriented) หมายถึง มาเรียนเพราะต้องการเพิ่มพูนความรู้ และทักษะด้านวิชาชีพ (2) มาเรียนเพื่อต้องการเข้าร่วมกิจกรรม (Activity Oriented) หมายถึง มาเรียนเพราะชอบบรรยากาศการศึกษา ชอบเข้าสังคม ต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น หรือต้องการมีเพื่อนหรือเพื่อจัดความเหงา (3) มาเรียนเพราะต้องการที่จะรู้หรือเพื่อหาความรู้ (Learning Oriented) หมายถึง มาเรียนเพราะมีใจรักเรียน ต้องการใช้ความสามารถในการเรียนรู้ที่มีอยู่ให้มากที่สุด

โบเชียร์ (Boshier, 1971) ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจในการเข้าเรียนต่อของผู้ใหญ่ในประเทศแคนาดา นิวซีแลนด์ และสหรัฐอเมริกา โดยได้สร้างเครื่องมือหรือแบบวัดการเข้าเรียนต่อ (Educational Participation Scale หรือ EPS) และนำไปทำการศึกษาเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเข้าเรียนของผู้ใหญ่ในประเทศดังกล่าว โดยเขาได้แบ่งแรงจูงใจ ออกเป็น 5 ด้านคือ (1) การติดต่อกับสัมพันธ์กับผู้อื่น (Social Relationships) (2) การทำตามความคาดหวังของผู้อื่น (External Expectation) (3) การประกอบอาชีพ (Professional Advancement) (4) การหลีกเลี่ยงจากสภาพที่เป็นอยู่ (Escape stimulation) (5) การนำความรู้ไปช่วยเหลือชุมชน (Social Welfare) และ (6) การเรียนเพื่อรู้ (Cognitive Interest) ผลการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า ผู้ใหญ่เข้าเรียนด้วยแรงจูงใจที่แตกต่างกัน และตัวแปรด้านอายุ เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีส่วนเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจเหล่านี้ด้วย นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า ผู้ที่เข้ามาเรียนหลักสูตรการศึกษาผู้ใหญ่อาจมีแรงจูงใจมากกว่าหนึ่งด้าน ต่อมาในปี 1971 โบเชียร์ ได้ทำการศึกษาแรงจูงใจในการเข้าเรียนของผู้ใหญ่ เฉพาะในสหรัฐอเมริกา พบว่า ผู้ที่มีอายุน้อยมีแรงจูงใจด้านการทำตามความคาดหวังของผู้อื่นสูง ส่วนผู้ที่มีอายุมากมีแรงจูงใจด้านการเรียนเพื่อรู้สูง

สถาบันการศึกษาผู้ใหญ่แห่งชาติของประเทศอังกฤษ หรือ NIAE (National Institute for Adult Education, 1970) ได้ทำการสำรวจหาเหตุผลที่ทำให้ผู้ใหญ่เข้าเรียนในสถานศึกษา พบว่า เหตุจูงใจด้านอาชีพ (Vocational Motive) เป็นเหตุจูงใจที่สำคัญที่สุด รองลงมาเพื่อพัฒนาตนเอง (Self Development Motive) รองลงมาเพื่อต้องการนำความรู้ไปปรับปรุงตนเองและครอบครัวให้ดีขึ้น เช่น กลุ่มแม่บ้าน รองลงมาได้แก่ ต้องการเข้าร่วมสังคม (Social Motive)

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดครั้งเดียว (One-Shot Study) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือเพื่อศึกษาแรงจูงใจในการศึกษาต่อของมหาบัณฑิตที่มีความแตกต่างกันทางด้านเพศ อายุ สาขาที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส และอาชีพ

ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัยเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวข้างต้น โดยมีรายละเอียดในเรื่องประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (ลักษณะของเครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ) หลักเกณฑ์การให้คะแนน การทดสอบเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การประมวลผลข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรเป้าหมายสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ มหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภาคในเวลาราชการ เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521-2541 จำนวน 21 รุ่น เป็นจำนวน 528 คน และภาคนอกเวลาราชการ เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538-2541 จำนวน 4 รุ่น เป็นจำนวน 170 คน รวมทั้งหมดเป็นจำนวนทั้งสิ้น 698 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

มหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวนทั้งสิ้น 698 คน และเพื่อให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ ผู้วิจัยจึงใช้ตารางการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Robert V. Krejcie and Eagle W. Morgan (1970 : 608-609) ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นจำนวนทั้งสิ้น 250 คน ผู้วิจัยจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไปยังกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 350 ฉบับ และได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวนทั้งสิ้น 256 ฉบับ

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากรายชื่อและที่อยู่ของมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ผู้วิจัยมีอยู่ทั้งหมด และคัดเลือกเฉพาะรายชื่อและที่อยู่ที่มี

บ้านเลขที่และรหัสไปรษณีย์ครบถ้วนชัดเจนเท่านั้น และใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ภาคในเวลาราชการทั้ง 21 รุ่น และภาคนอกเวลาราชการทั้ง 4 รุ่น ๆ ละ 14 คน เป็นจำนวนทั้งสิ้น 350 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1 เพศ

- 1) เพศชาย
- 2) เพศหญิง

1.2 อายุ

- 1) อายุ 20-24 ปี
- 2) อายุ 25-29 ปี
- 3) อายุ 30-34 ปี
- 4) อายุ 35 ปีขึ้นไป

1.3 สาขาที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี

- 1) ครุศาสตร์
- 2) เศรษฐศาสตร์
- 3) สหสาขาวิชา
- 4) เกษตรศาสตร์
- 5) ประชากรศาสตร์
- 6) ศิลปกรรมศาสตร์
- 7) วิศวกรรมศาสตร์
- 8) รัฐศาสตร์
- 9) แพทยศาสตร์
- 10) จิตวิทยา
- 11) ทันตแพทยศาสตร์
- 12) อักษรศาสตร์
- 13) พาณิชยศาสตร์และการบัญชี
- 14) สถาปัตยกรรมศาสตร์
- 15) นิเทศศาสตร์

- 16) พยาบาลศาสตร์
- 17) นิติศาสตร์
- 18) สัตวแพทยศาสตร์
- 19) วิทยาศาสตร์

1.4 สถานภาพการสมรส

- 1) โสด
- 2) สมรส
- 3) หม้าย
- 4) แยกกันอยู่

1.5 อาชีพ

- 1) ไม่ได้ทำงาน
- 2) รับราชการ
- 3) พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 4) พนักงานองค์กรเอกชน
- 5) ประกอบธุรกิจส่วนตัว

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ แรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิตสาขานิติศาสตร์

พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 ด้านคือ

- 1) แรงจูงใจด้านความมุ่งหวังของตนเอง
- 2) แรงจูงใจด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล
- 3) แรงจูงใจด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน
- 4) แรงจูงใจด้านหลักสูตรการเรียนการสอน
- 5) แรงจูงใจด้านการพัฒนาวิชาชีพ
- 6) แรงจูงใจด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ
- 7) แรงจูงใจอื่น ๆ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยศึกษาค้นคว้าจากเอกสารอ้างอิง การสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ โดยมีแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจำนวน 1 ชุด มีเนื้อหาดังนี้คือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สาขาที่จบการศึกษา สถานภาพการสมรส รายได้ สถาบันการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และอาชีพของบิดาและมารดา

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการศึกษาต่อของมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนากิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนากิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร วารสาร หนังสือ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิต เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

หลักเกณฑ์การให้คะแนน

แบบสอบถามแรงจูงใจในการศึกษาต่อ ผู้วิจัยได้กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถาม โดยในแต่ละข้อความจะมี 5 คำตอบให้เลือก และกำหนดน้ำหนักคำตอบแต่ละข้อ ซึ่งมีค่าคะแนนดังนี้คือ

มากที่สุด	5	คะแนน
มาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
น้อยที่สุด	1	คะแนน

สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยแรงจูงใจในการศึกษาต่อเป็นดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	เกณฑ์การแปลความหมาย
1.00 – 1.50	มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อต่ำมาก
1.51 – 2.50	มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อต่ำ
2.51 – 3.50	มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อปานกลาง
3.51 – 4.50	มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อสูง
4.51 – 5.00	มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อสูงมาก

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity)

เมื่อสร้างแบบสอบถามชุดแรกแล้ว นำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบ เพื่อหาข้อบกพร่อง และปรับปรุงคำถาม ซึ่งเป็นขั้นตอนของการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ก่อนนำออกไปทดลองใช้ (Pre-test) กับนิสิตระดับมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รุ่นปัจจุบัน และมหาบัณฑิตที่เข้าร่วมประชุมเชิงวิชาการ เรื่อง นิเทศศาสตร์พัฒนาการ กับการเปลี่ยนแปลงของสังคม ซึ่งคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้จัดขึ้นในวันที่ 27 มกราคม 2544 เป็นจำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหา ความง่าย และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้และความเป็นไปได้ของคำตอบ

2. การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability)

เฉพาะส่วนชุดคำถามที่วัดออกมาเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) คือเหตุผลที่เป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อ การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อถือได้ (Reliability Coefficient) ใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) (วิเชียร เกตุสิงห์ : 2541) โดยนำผลจากแบบสอบถามที่นำออกไปทดลองใช้ (Pre-test) มาคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

ผลจากการคำนวณค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือเรื่องแรงจูงใจในการศึกษาต่อทั้ง 7 ด้าน มีค่าเท่ากับ 0.9294 ซึ่งจัดได้ว่ามีความเชื่อถือได้ในระดับสูง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ออกหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล

2. ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามพร้อมกับหนังสือขอความร่วมมือ โดยจัดส่งทางไปรษณีย์ไปยังมหาบัณฑิตสาขานิติศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภาคในเวลาราชการจำนวน 21 รุ่น นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521-2541 เป็นจำนวน 294 คน และภาคนอกเวลาราชการจำนวน 4 รุ่น นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538-2541 เป็นจำนวน 56 คน แบบสอบถามที่ได้จัดส่งทางไปรษณีย์รวมเป็นจำนวนทั้งสิ้น 350 ฉบับ และได้รับการตอบกลับเป็นจำนวนทั้งสิ้น 256 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 73.14 ของจำนวนที่ส่งทั้งหมด และนับเป็นจำนวนที่เกินกว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ซึ่งมีจำนวนเพียง 250 ราย โดยดำเนินการทำในช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2544

การประมวลผลข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ให้คะแนนและทำการลงรหัส (Coding) ในแบบสอบถาม
2. จัดทำคู่มือลงรหัส (Coding Form) ป้อนข้อมูลและประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) เพื่อคำนวณหาค่าสถิติที่ต้องการ
3. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ป้อนเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ จากข้อมูลที่พิมพ์ออกมา (Print Out) เพื่อตรวจสอบหาข้อผิดพลาดในการลงรหัส หรือบันทึกข้อมูล หลังจากนั้นจึงจัดทำตารางวิเคราะห์ทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาแรงจูงใจในการศึกษาต่อของมหาบัณฑิตสาขานิติศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้ทั้งสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการอธิบายข้อมูลตามลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ ลักษณะทางประชากร เพศ อายุ สถานภาพการสมรส รายได้ สถาบันการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และอาชีพของบิดาและมารดา โดยการคำนวณหาค่าร้อยละ และนำเสนอข้อมูลด้วยตารางแจกแจงความถี่

2. การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing)

สมมติฐาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี สาขาที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพการสมรส และอาชีพ แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ เพศ อายุ สาขาที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพการสมรส และอาชีพ

ตัวแปรตาม แรงจูงใจในการศึกษาต่อทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านความมุ่งหวังของตนเอง ด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล ด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านการพัฒนาวิชาชีพ ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อและด้านอื่นๆ

โดยการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้ t-test และกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

3. การวิเคราะห์ข้อคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบริการจัดการศึกษานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย” ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่าง ๆ ของระเบียบวิธีวิจัยที่ได้กำหนดไว้โดยแจกแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไปยังมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทั้งภาคในเวลาราชการและภาคนอกเวลาราชการ นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521-2541 เป็นจำนวน 350 ชุด และได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 256 ชุด และนำไปประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS For Windows ซึ่งได้ผลการวิจัยออกมาตามที่นำเสนอรายละเอียดต่าง ๆ ของข้อมูลตามลำดับต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

1.1 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส สถานภาพการทำงาน รายได้ สถาบันการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และอาชีพหลักของบิดา-มารดา วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

1.2 ลักษณะข้อมูลแสดงระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการศึกษาต่อ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing)

สมมติฐาน มหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีเพศ อายุ สาขาที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพการสมรส และอาชีพ แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อแตกต่างกัน

การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มใช้ t-test และกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไปใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในกลุ่มตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ สาขาที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพการสมรส และอาชีพ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริการการจัดการศึกษานิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

1.1 ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	75	29.30
หญิง	180	70.31
ไม่ตอบ	1	0.4
รวม	256	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าในจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนั้นเพศหญิงมีจำนวนมากกว่าครึ่งหนึ่งคือร้อยละ 70.31 ส่วนเพศชายมีสัดส่วนมากกว่า 1 ใน 4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 29.30

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-24 ปี	38	14.8
25-29 ปี	117	45.7
30-34 ปี	68	26.6
35 ปีขึ้นไป	37	12.5
ไม่ตอบ	1	0.4
รวม	256	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทั้งหมดนั้นเกือบครึ่งหนึ่งมีอายุระหว่าง 25-29 ปี คือ ร้อยละ 45.7 รองลงมาประมาณ 1 ใน 4 มีอายุระหว่าง 30-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.6 สำหรับมหบัณฑิตที่มีอายุ 20-24 ปี มีไม่ถึง 1 ใน 5 คือมีร้อยละ 14.8 และอีกร้อยละ 12.5 เป็นมหบัณฑิตที่มีอายุมากกว่า 35 ปี

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการสมรส

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	163	63.7
สมรส	52	20.3
หม้าย	18	7.0
แยกกันอยู่	23	9.0
รวม	256	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.7 รองลงมาประมาณ 1 ใน 4 มีสถานภาพสมรสแล้วคิดเป็นร้อยละ 20.3 ส่วนที่เหลืออีกประมาณไม่ถึง 1 ใน 10 มีสถานภาพการสมรสแบบแยกกันอยู่และเป็นหม้ายคิดเป็นร้อยละ 9.0 และ 7.0 ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพการทำงาน

สถานภาพการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้ทำงาน	20	7.8
รับราชการ	32	12.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	46	18.0
พนักงานองค์กรเอกชน	127	49.6
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	30	11.7
ไม่ตอบ	1	0.4
รวม	256	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ในจำนวนมหาบัณฑิตที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเกือบครึ่งหนึ่งเป็นพนักงานองค์กรเอกชน คือร้อยละ 49.6 รองลงมาประมาณ 2 ใน 5 เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 18.0 อาชีพรับราชการและประกอบธุรกิจส่วนตัวมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคิดเป็นร้อยละ 12.5 และ 11.7 ตามลำดับ ส่วนที่เหลือเป็นมหาบัณฑิตที่ไม่ได้ทำงานคิดเป็นร้อยละ 7.8

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
5,000-10,000 บาท	36	14.1
10,001-15,000 บาท	59	23.0
15,001-20,000 บาท	81	31.6
มากกว่า 20,000 บาท	79	30.9
ไม่ตอบ	1	0.4
รวม	256	100.0

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 15,001-20,000 บาท มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 31.6 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.9 เกือบ 1 ใน 4 ของกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.0 ส่วนที่เหลืออีกประมาณ 1 ใน 10 มีรายได้ 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.1

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถาบันการศึกษาระดับปริญญาตรี

สถาบันการศึกษาระดับปริญญาตรี	จำนวน	ร้อยละ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	52	20.3
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	38	14.8
มหาวิทยาลัยศิลปากร	10	3.9
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	21	8.2
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	37	14.5
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	28	10.9
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ	20	7.8
มหาวิทยาลัยรังสิต	19	7.4
อื่น ๆ	31	12.1
รวม	256	100.0

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างประมาณ 1 ใน 5 จบการศึกษาจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 20.3 อันดับที่ 2 และ 3 มีความใกล้เคียงกัน จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 14.8 และ 14.5 ตามลำดับ อันดับที่ 4 จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คิดเป็นร้อยละ 10.9 อันดับที่ 5 จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 8.2 อันดับที่ 6 และ 7 มีความใกล้เคียงกันเป็นมหาบัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญและมหาวิทยาลัยรังสิต คิดเป็นร้อยละ 7.8 และ 7.4 ตามลำดับ ส่วนอันดับจบจากมหาวิทยาลัยศิลปากร คิดเป็นร้อยละ 3.9

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าอื่น ๆ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 ระบุว่าจบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยรามคำแหงจำนวน 18 คน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตจำนวน 8 คน มหาวิทยาลัยสยามจำนวน 3 คน และมหาวิทยาลัยศรีปทุมจำนวน 2 คน

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคณะที่จบการศึกษา

คณะที่จบการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
คณะอักษรศาสตร์	16	6.3
คณะเศรษฐศาสตร์	29	11.3
คณะวิศวกรรมศาสตร์	25	9.8
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	11	4.3
คณะบริหารธุรกิจ	68	26.6
คณะนิติศาสตร์	28	10.9
คณะนิเทศศาสตร์	55	21.5
คณะแพทยศาสตร์	1	0.4
อื่น ๆ	23	9.0
รวม	256	100.0

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างประมาณ 1 ใน 4 ของทั้งหมดจบจากคณะบริหารธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 26.6 รองลงมาประมาณ 1 ใน 5 จบจากคณะนิเทศศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 21.5 ประมาณ 1 ใน 10 จบจากคณะเศรษฐศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ และคณะวิศวกรรมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 11.3, 10.9, 9.8 ตามลำดับ รองลงมาคิดเป็นร้อยละ 6.3 จบจากคณะอักษรศาสตร์ รองลงมาคิดเป็นร้อยละ 4.3 จบจากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ อันดับสุดท้ายจบจากคณะแพทยศาสตร์คิดเป็น ร้อยละ 0.4

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าอื่น ๆ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ระบุว่าจบการศึกษาจากคณะศิลปศาสตร์ 13 คน คณะมนุษยศาสตร์ 5 คน คณะเกษตรศาสตร์ 3 คน และคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี 2 คน

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพหลักของบิดา

อาชีพของบิดา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้ทำงาน	28	10.9
รับราชการ	27	10.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	29	11.3
พนักงานองค์กรเอกชน	71	27.7
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	58	22.7
เกษียณ	39	15.2
ไม่ตอบ	4	1.6
รวม	256	100.0

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่บิดามีอาชีพเป็นพนักงานองค์กรเอกชนมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.7 รองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 22.7 อันดับที่ 3 คือ เกษียณอายุงานแล้ว คิดเป็นร้อยละ 15.2 อันดับที่ 4 คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 11.3 อันดับสุดท้ายจำนวนร้อยละใกล้เคียงกันคือ ไม่ได้ทำงานและรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 10.9 และ 10.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพหลักของมารดา

อาชีพของมารดา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้ทำงาน	85	33.2
รับราชการ	35	13.7
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	24	9.4
พนักงานองค์กรเอกชน	41	16.0
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	41	16.8
เกษียณ	24	9.4
ไม่ตอบ	4	1.6
รวม	256	100.0

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่มารดาไม่ได้ทำงาน มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.2 รองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัวและพนักงานองค์กรเอกชน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และ 16.0 ตามลำดับ อันดับที่ 4 อาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 13.7 และอันดับสุดท้ายมีจำนวนร้อยละเท่ากันคือ 9.4 ได้แก่อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจและเกษียณอายุงาน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.2 ลักษณะข้อมูลแสดงระดับความสำคัญแรงจูงใจในการศึกษาต่อ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความสำคัญของแรงจูงใจที่ทำให้มหาบัณฑิตศึกษาต่อ

แรงจูงใจในการศึกษาต่อ	ระดับความสำคัญที่ทำให้มหาบัณฑิตศึกษาต่อ												\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญของแรงจูงใจ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		ไม่ตอบ				
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%			
1. ต้องการศึกษาระดับปริญญาเอก	31	12.1	71	27.7	64	25.0	49	19.1	39	15.2	2	0.8	2.98	1.26	ปานกลาง
2. ต้องการได้รับความรู้ใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม	9	3.5	15	5.9	35	13.7	109	42.6	87	34.0	1	0.4	3.98	1.02	สูง
3. ต้องการนำความรู้ที่ได้ไปช่วยเหลือชุมชนที่ประสบปัญหา	10	3.9	75	29.3	99	38.7	48	18.8	23	9.0	1	0.4	3.00	1.00	ปานกลาง
4. ต้องการปรับปรุงตนเองด้านการเข้าสังคม	3	1.2	24	9.4	121	47.3	78	30.5	28	10.9	2	0.8	3.41	0.85	ปานกลาง
5. ต้องการการยอมรับนับถือจากสังคมและบุคคลรอบข้าง	2	0.8	26	10.2	93	36.3	85	34.8	45	17.6	1	0.4	3.58	0.92	สูง
6. ต้องการมีเพื่อนหรือสังคมใหม่ๆ	3	1.2	23	9.0	102	39.8	100	39.1	27	10.5	1	1.4	3.49	0.85	ปานกลาง
7. ต้องการเรียนเพื่อให้มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมผู้อื่น	5	2.0	15	5.9	66	25.8	89	34.8	79	30.9	2	1.8	3.87	0.99	สูง
8. ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมใหญ่	4	1.6	30	11.7	106	41.4	93	36.3	22	8.6	1	1.4	3.39	0.86	ปานกลาง
9. ต้องการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	2	0.8	21	8.0	58	22.7	88	34.4	84	32.8	3	1.2	3.91	0.98	สูง
10. บิดา มารดา แนะนำให้มาเรียน	37	14.5	48	18.8	70	27.3	50	19.5	50	19.5	1	0.4	3.11	1.32	ปานกลาง
11.ญาติพี่น้อง แนะนำให้มาเรียน	43	16.8	49	19.1	71	27.7	57	22.3	35	13.7	1	0.4	2.97	1.28	ปานกลาง
12.อาจารย์แนะนำให้มาเรียน	83	32.4	65	25.4	50	19.5	30	11.7	26	10.2	2	0.8	2.41	1.32	ต่ำ
13.เพื่อนฝูงแนะนำให้มาเรียน	53	20.7	62	24.2	55	21.5	65	25.4	20	7.8	1	0.4	2.75	1.26	ปานกลาง
14.รุ่นพี่ที่จบการศึกษาไปแล้วแนะนำให้มาเรียน	80	31.3	46	18.0	50	19.5	49	19.1	29	11.3	2	0.8	2.61	1.40	ปานกลาง
15.ผู้ประสบความสำเร็จในวิชาที่เรียนแนะนำให้มาเรียน	84	32.8	46	18.0	45	17.6	53	20.7	27	10.5	1	0.4	2.58	1.40	ปานกลาง
16.ผู้บังคับบัญชาแนะนำให้มาเรียน	128	50.0	46	18.0	35	13.7	33	12.9	12	4.7	2	0.8	2.04	1.26	ต่ำ
17.ได้รับการสนับสนุนจากสถาบันและสมาคมต่างๆ	145	56.6	37	14.5	31	12.1	25	9.8	15	5.9	3	1.2	1.92	1.27	ต่ำ
18.ได้รับข่าวสารการศึกษาต่อในเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จากสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ต	41	16.0	51	21.9	62	24.2	58	22.7	38	14.8	1	0.4	2.98	1.30	ปานกลาง

ตารางที่ 10 (ต่อ)

แรงจูงใจในการศึกษาต่อ	ระดับความสำคัญที่ทำให้มหาบัณฑิตศึกษาต่อ												\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญของแรงจูงใจ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		ไม่ตอบ				
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%			
19.ได้รับข่าวสารการศึกษาต่อในเทศศาสตรมหาบัณฑิต จากการประชุมสัมพันธของคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	23	9.0	48	18.8	58	22.7	95	37.1	30	11.7	2	0.8	3.24	1.16	ปานกลาง
20.ความมีชื่อเสียงของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	4	1.6	6	2.3	94	9.4	129	50.4	86	33.6	7	2.7	4.15	0.81	สูง
21.หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนตรงกับความต้องการของตนเอง	8	3.1	12	4.7	59	23.0	102	59.8	73	28.5	2	0.8	3.87	0.99	สูง
22.คุณภาพและความมีชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอน	9	3.5	12	4.7	43	16.8	118	46.1	72	28.1	2	0.8	3.91	0.98	สูง
23.เทคนิควิธีที่ใช้ในการเรียนการสอนมีคุณภาพ	7	0.8	13	5.1	66	25.8	108	42.2	64	25.0	3	1.2	3.87	0.88	สูง
24.ความพร้อมด้านอุปกรณ์การศึกษา	4	1.6	35	13.7	80	31.3	96	37.5	38	14.8	3	1.2	3.51	0.96	สูง
25.ความพร้อมด้านอาคารสถานที่	5	2.0	29	11.3	85	33.2	100	39.1	35	13.7	2	0.8	3.52	0.94	สูง
26.ความพร้อมด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เช่น คอมพิวเตอร์ เครื่องปรับอากาศ บริการสารสนเทศ ฯลฯ	2	0.8	35	13.7	78	30.5	103	40.2	36	14.1	2	0.8	3.54	0.93	สูง
27.ค่าใช้จ่ายในการศึกษา ได้แก่ ค่าหน่วยกิต ค่าธรรมเนียมการศึกษา ค่าอุปกรณ์การศึกษา ฯลฯ ไม่แพงจนเกินไป	9	3.5	20	7.8	71	27.7	116	45.3	38	14.8	2	0.8	3.61	0.95	สูง
28.หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน	7	2.7	30	16.7	64	25.0	92	35.9	61	23.8	2	0.8	3.67	1.05	สูง
29.หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนตรงกับความสามารถและความถนัดของตนเอง	7	2.7	13	5.1	63	24.6	107	41.8	64	25.0	2	0.8	3.82	0.96	สูง
30.หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนสอดคล้องกับลักษณะงานที่ทำประจำ	14	5.5	28	10.9	80	31.3	78	30.5	54	21.1	2	0.8	3.51	1.11	สูง

ตารางที่ 10 (ต่อ)

แรงจูงใจในการศึกษาต่อ	ระดับความสำคัญที่ทำให้มหาบัณฑิตศึกษาต่อ												\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญของแรงจูงใจ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		ไม่ตอบ				
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%			
31.หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนตรงกับสาขาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี	40	15.6	40	15.6	59	23.0	60	19.5	65	25.4	2	0.8	3.24	1.40	ปานกลาง
32.ความจำเป็นในตำแหน่งหน้าที่การงานที่สูงขึ้น หรือต้องการเลื่อนตำแหน่ง	26	10.2	20	7.8	30	11.7	79	30.9	100	39.1	1	0.4	3.81	1.31	สูง
33.ต้องการพัฒนาวิชาชีพของตนเองในอนาคต	9	3.5	13	5.1	32	12.5	101	39.5	99	38.7	2	0.8	4.06	1.02	สูง
34.ต้องการพัฒนาศักยภาพและความรู้ของตนเองเพื่อเตรียมความพร้อมและความสามารถในการทำงานได้หลาย ๆ อย่างในหน่วยงานต่าง ๆ ได้	4	1.6	7	2.7	32	12.5	100	39.1	112	43.8	1	0.4	4.21	0.88	สูง
35.ต้องการหลีกเลี่ยงอาชีพเดิมที่ไม่เจริญก้าวหน้า	25	9.8	82	32.0	47	18.4	53	20.7	48	18.8	1	0.4	3.07	1.29	ปานกลาง
36.เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปประกอบเป็นอาชีพหลัก	5	2.0	18	7.0	62	24.2	79	30.9	91	35.5	1	0.4	3.91	1.03	สูง
37.เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปประกอบเป็นอาชีพเสริม	10	3.9	35	13.7	78	30.5	67	26.2	65	25.4	1	0.4	3.56	1.13	สูง
38.เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปหารายได้พิเศษ	17	6.6	38	14.8	68	26.6	73	28.5	59	23.0	1	0.4	3.47	1.19	ปานกลาง
39.ทุนจากญาติพี่น้อง	81	31.6	39	15.2	36	14.1	35	13.7	63	24.6	2	0.8	2.84	1.60	ปานกลาง
40.ทุนจากครูอาจารย์	175	68.4	37	14.5	20	7.8	10	3.9	12	4.7	2	0.8	1.61	1.10	ต่ำ
41.ทุนจากองค์กรรัฐบาล	168	65.6	40	15.6	16	6.3	12	4.7	17	6.6	3	1.2	1.70	1.20	ต่ำ
42.ทุนจากสถานประกอบการของเอกชน	165	64.5	34	13.3	21	8.2	15	5.9	21	8.2	-	-	1.80	1.29	ต่ำ
43.ทุนจากสมาคมหรือมูลนิธิ	181	70.7	37	14.5	16	6.3	11	4.3	8	3.1	3	1.2	1.53	1.01	ต่ำ
44.ยังไม่มีงานทำ	146	57.0	30	11.7	29	11.3	27	10.5	20	7.8	4	1.6	1.99	1.36	ต่ำ
45.ความสะดวกในการเดินทาง	39	15.2	28	10.9	71	27.7	77	30.1	38	14.8	3	1.2	3.19	1.27	ปานกลาง

ตารางที่ 10 (ต่อ)

แรงจูงใจในการศึกษาต่อ	ระดับความสำคัญที่ทำให้มหาบัณฑิตศึกษาต่อ												\bar{X}	SD	ระดับความสำคัญของแรงจูงใจ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		ไม่ตอบ				
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%			
46.บิดาหรือมารดาเคยศึกษาอยู่	104	40.6	50	19.5	44	17.2	38	14.8	15	5.9	5	2.0	2.24	1.30	ต่ำ
47.บิดาหรือมารดามีความคุ้นเคยกับอาจารย์ผู้สอน	131	51.2	49	19.1	44	17.2	17	6.6	13	5.1	2	0.8	1.94	1.19	ต่ำ
48.บิดาหรือมารดาทำงานอยู่ในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	169	66.0	44	17.2	19	7.4	13	5.1	9	3.5	2	0.8	1.82	1.06	ต่ำ
49.มีปัญหาด้านการเกณฑ์ทหาร	216	84.4	18	7.0	6	2.3	9	3.5	3	1.2	4	1.6	1.27	0.78	ต่ำ
50.เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาบางอย่างจากที่บ้าน	162	63.3	45	17.6	26	10.2	12	4.7	6	2.3	5	2.0	1.63	1.01	ต่ำ
51.เพื่อหลีกเลี่ยงภาระหน้าที่รับผิดชอบจากการงานชั่วคราว	107	41.8	63	24.6	48	18.8	28	10.9	8	3.1	2	0.8	2.08	1.15	ต่ำ
52.เพื่อขจัดปัญหาความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน	88	34.4	78	30.5	41	16.0	34	13.3	13	5.1	2	0.8	2.24	1.21	ต่ำ
53.เพื่อเปลี่ยนแปลงบรรยากาศจากบ้านหรือภารกิจประจำวัน	75	29.3	58	22.7	73	28.5	35	13.7	13	5.1	2	0.8	2.42	1.19	ต่ำ
54.เพื่อให้ชีวิตที่ดำเนินต่อไปมีความแตกต่างไปจากเดิม	25	9.8	38	14.8	85	33.2	79	30.9	27	10.5	2	0.8	3.18	1.12	ปานกลาง
55.อื่น ๆ (โปรดระบุ)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแรงจูงใจทั้ง 7 ด้าน

แรงจูงใจในการศึกษาต่อ	ระดับความสำคัญที่ทำให้มหาวิทยาลัยติดศึกษาต่อ												\bar{X}	SD	ลำดับ ที่	ระดับความ สำคัญของ แรงจูงใจ
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		ไม่ตอบ					
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%				
1. ด้านความมุ่งหวังของตนเอง	-	-	8	3.1	117	45.7	118	46.1	8	3.1	5	2.0	3.51	0.53	3	สูง
2. ด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล	30	11.7	75	29.3	103	40.2	38	14.8	4	1.6	6	2.3	2.54	0.90	5	ปานกลาง
3. ด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน	2	0.8	26	10.2	101	39.5	92	35.9	28	10.9	7	2.7	3.46	0.81	4	ปานกลาง
4. ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน	-	-	5	2.0	90	35.2	145	56.6	12	4.7	4	1.6	3.64	0.56	2	สูง
5. ด้านการพัฒนาวิชาชีพ	-	-	9	3.5	84	32.8	120	46.9	40	15.6	3	1.2	3.72	0.68	1	สูง
6. ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ	84	32.8	119	46.5	36	14.1	11	4.3	2	0.8	4	1.6	1.90	0.78	7	ต่ำ
7. ด้านอื่น ๆ	29	11.3	153	59.8	52	20.3	9	3.5	-	-	13	5.1	2.15	0.64	6	ต่ำ

จากตารางที่ 10 และ 11 แสดงให้เห็นว่า

แรงจูงใจด้านความมั่งหวังของตนเอง มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.98-3.98 ดังนี้คือ

1. ต้องการศึกษาระดับปริญญาเอก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.98 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปานกลาง
 2. ต้องการได้รับความรู้ใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.98 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับสูง
 3. ต้องการนำความรู้ที่ได้ไปช่วยเหลือชุมชนที่ประสบปัญหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.00 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปานกลาง
 4. ต้องการปรับปรุงตนเองด้านการเข้าสังคม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.41 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปานกลาง
 5. ต้องการการยอมรับนับถือจากสังคมและบุคคลรอบข้าง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.58 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับสูง
 6. ต้องการมีเพื่อนหรือสังคมใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.49 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปานกลาง
 7. ต้องการเรียนเพื่อให้มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.87 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับสูง
 8. ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมใหญ่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.39 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปานกลาง
 9. ต้องการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.91 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับสูง
- ปรากฏผลได้ว่า แรงจูงใจในการศึกษาต่อของด้านนี้อยู่ในระดับสูง 4 ข้อได้แก่ ต้องการได้รับความรู้ใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม ต้องการการยอมรับนับถือจากสังคมและบุคคลรอบข้าง ต้องการเรียนเพื่อให้มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมผู้อื่น และต้องการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ส่วนที่เหลืออีก 5 ข้อ อยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ต้องการศึกษาระดับปริญญาเอก ต้องการนำความรู้ที่ได้ไปช่วยเหลือชุมชนที่ประสบปัญหา ต้องการปรับปรุงตนเองด้านการเข้าสังคม ต้องการมีเพื่อนหรือสังคมใหม่ ๆ และต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมใหญ่ สำหรับแรงจูงใจด้านนี้มีคะแนนโดยเฉลี่ยรวม 3.51 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับสูง

แรงจูงใจด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.92-3.11 ดังนี้คือ

1. บิดา-มารดาแนะนำให้มาเรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.11 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปานกลาง
2. ญาติพี่น้องแนะนำให้มาเรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.97 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปานกลาง
3. อาจารย์แนะนำให้มาเรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.41 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับต่ำ
4. เพื่อนฝูงแนะนำให้มาเรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.75 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปานกลาง
5. รุ่นพี่ที่จบการศึกษาไปแล้วแนะนำให้มาเรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.61 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปานกลาง
6. ผู้ประสบความสำเร็จในวิชาที่เรียนแนะนำให้มาเรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.58 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปานกลาง
7. ผู้บังคับบัญชาแนะนำให้มาเรียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.04 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับต่ำ
8. ได้รับการสนับสนุนจากสถาบันและสมาคมต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.92 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับต่ำ

ปรากฏผลได้ว่า แรงจูงใจในการศึกษาต่อของด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง 5 ข้อ ได้แก่ บิดา มารดา แนะนำให้มาเรียน ญาติพี่น้องแนะนำให้มาเรียน เพื่อนฝูงแนะนำให้มาเรียน รุ่นพี่ที่จบการศึกษาไปแล้วแนะนำให้มาเรียน และผู้ประสบความสำเร็จในวิชาที่เรียนแนะนำให้มาเรียน ส่วนที่เหลืออีก 3 ข้ออยู่ในระดับต่ำได้แก่ อาจารย์แนะนำให้มาเรียน ผู้บังคับบัญชาแนะนำให้มาเรียน และได้รับการสนับสนุนจากสถาบันและสมาคมต่างๆ สำหรับแรงจูงใจด้านนี้มีคะแนนโดยเฉลี่ยรวม 2.54 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปานกลาง

แรงจูงใจด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.98-4.15 ดังนี้คือ

1. ได้รับข่าวสารการศึกษาต่ออนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จากสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.98 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปานกลาง
2. ได้รับข่าวสารจากการศึกษาต่ออนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จากการประชาสัมพันธ์ของคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.24 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปานกลาง

3. ความมีชื่อเสียงของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับสูง

ปรากฏผลได้ว่า แรงจูงใจในการศึกษาต่อของด้านนี้อยู่ในระดับสูง 1 ข้อคือ ความมีชื่อเสียงของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ส่วนที่เหลืออีก 2 ข้อ อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ได้รับข่าวสารการศึกษาต่อนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จากสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต และได้รับข่าวสารการศึกษาต่อนิเทศศาสตรมหาบัณฑิตจากการประชาสัมพันธ์ของคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำหรับแรงจูงใจด้านนี้มีคะแนนโดยเฉลี่ยรวม 3.46 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปานกลาง

แรงจูงใจด้านหลักสูตรการเรียนการสอน มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.24-3.91 ดังนี้คือ

1. หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนตรงกับความต้องการของตนเอง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.87 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับสูง

2. คุณภาพและความมีชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.91 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับสูง

3. เทคนิควิธีที่ใช้ในการเรียนการสอนมีคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.87 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับสูง

4. ความพร้อมด้านอุปกรณ์การศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.51 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับสูง

5. ความพร้อมด้านอาคารสถานที่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.52 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับสูง

6. ความพร้อมด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เช่น คอมพิวเตอร์ เครื่องปรับอากาศ บริการสารสนเทศ ฯลฯ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.54 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับสูง

7. ค่าใช้จ่ายในการศึกษา ได้แก่ ค่าหน่วยกิต ค่าธรรมเนียมการศึกษา ค่าอุปกรณ์การศึกษา ฯลฯ ไม่แพงจนเกินไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับสูง

8. หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.67 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับสูง

9. หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนตรงกับความสามารถและความถนัดของตนเอง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.82 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับสูง

10. หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนสอดคล้องกับลักษณะงานที่ทำประจำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.51 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับสูง

11. หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนตรงกับสาขาที่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.24 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปานกลาง

ปรากฏผลได้ว่า แรงจูงใจในการศึกษาต่อของด้านนี้ส่วนมากอยู่ในระดับสูง 10 ข้อได้แก่ หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนตรงกับความต้องการของตนเอง คุณภาพและควมมีชื่อเสียงของ อาจารย์ผู้สอน เทคนิควิธีที่ใช้ในการเรียนการสอนมีคุณภาพ ความพร้อมด้านอุปกรณ์การศึกษา ความพร้อมด้านอาคารสถานที่ ความพร้อมด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เช่น คอมพิวเตอร์ เครื่องปรับอากาศ บริการสารสนเทศ ฯลฯ ค่าใช้จ่ายในการศึกษา ได้แก่ ค่าหน่วยกิต ค่าธรรมเนียม การศึกษา ค่าอุปกรณ์การศึกษา ฯลฯ ไม่แพงจนเกินไป หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนเป็นที่ ต้องการของตลาดแรงงาน หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนตรงกับความสามารถและความถนัดของ ตนเอง และหลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนสอดคล้องกับลักษณะงานที่ทำประจำ ส่วนที่เหลืออีก 1 ข้ออยู่ในระดับปานกลางคือ หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนตรงกับสาขาที่จบการศึกษาในระดับ ปริญญาตรี สำหรับแรงจูงใจด้านนี้มีคะแนนโดยเฉลี่ยรวม 3.64 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อ ระดับสูง

แรงจูงใจในด้านการพัฒนาวิชาชีพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.07-4.21 ดังนี้คือ

1. ความจำเป็นในตำแหน่งหน้าที่การงานที่สูงขึ้น หรือต้องการเลื่อนตำแหน่ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.81 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับสูง

2. ต้องการพัฒนาวิชาชีพของตนเองในอนาคต มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.06 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับสูง

3. ต้องการพัฒนาศักยภาพและความรู้ของตนเอง เพื่อเตรียมความพร้อมและความสามารถในการทำงานได้หลาย ๆ อย่างในหน่วยงานต่าง ๆ ได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.21 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับสูง

4. ต้องการหลีกเลี่ยงอาชีพเดิมที่ไม่เจริญก้าวหน้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.07 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปานกลาง

5. เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปประกอบเป็นอาชีพหลัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.91 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับสูง

6. เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปประกอบเป็นอาชีพเสริม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.56 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับสูง

7. เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปหารายได้พิเศษ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.47 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปานกลาง

ปรากฏผลได้ว่า แรงจูงใจในการศึกษาต่อของด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง 5 ข้อได้แก่ ความจำเป็นในตำแหน่งหน้าที่การงานที่สูงขึ้น หรือต้องการเลื่อนตำแหน่ง ต้องการพัฒนาวิชาชีพของตนเองในอนาคต ต้องการพัฒนาศักยภาพและความรู้ของตนเองเพื่อเตรียมความพร้อมและความสามารถในการทำงานได้หลาย ๆ อย่างในหน่วยงานต่าง ๆ ได้ เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปประกอบเป็นอาชีพหลัก และเพื่อนำความรู้ที่ได้ไปประกอบเป็นอาชีพเสริม ส่วนที่เหลืออีก 2 ข้ออยู่ในระดับปานกลางได้แก่ต้องการหลีกเลี่ยงอาชีพเดิมที่ไม่เจริญก้าวหน้า และเพื่อนำความรู้ที่ได้ไปหารายได้พิเศษสำหรับแรงจูงใจด้านนี้มีคะแนนโดยเฉลี่ยรวม 3.72 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับสูง

แรงจูงใจด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.53-2.84 ดังนี้คือ

1. ทุนจากญาติพี่น้อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.84 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปานกลาง
2. ทุนจากครูอาจารย์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.61 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับต่ำ
3. ทุนจากองค์กรรัฐบาล มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.70 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับต่ำ
4. ทุนจากสถานประกอบการของเอกชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.80 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับต่ำ
5. ทุนจากสมาคมหรือมูลนิธิ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.53 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับต่ำ

ปรากฏผลได้ว่า แรงจูงใจในการศึกษาต่อของด้านนี้ส่วนมากอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อคือ ทุนจากญาติพี่น้อง ส่วนที่เหลืออีก 4 ข้ออยู่ในระดับต่ำ ได้แก่ ทุนจากครูอาจารย์ ทุนจากองค์กรรัฐบาล ทุนจากสถานประกอบการของเอกชน และทุนจากสมาคมหรือมูลนิธิ สำหรับแรงจูงใจด้านนี้มีคะแนนโดยเฉลี่ยรวม 1.90 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับต่ำ

แรงจูงใจด้านอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.27-3.19 ดังนี้คือ

1. ยังไม่มีงานทำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.99 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับต่ำ
2. ความสะดวกในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.19 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปานกลาง
3. บิดาหรือมารดาเคยศึกษาอยู่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.24 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับต่ำ
4. บิดาหรือมารดามีความคุ้นเคยกับอาจารย์ผู้สอน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.94 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับต่ำ

5. บิดาหรือมารดาทำงานอยู่ในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.82 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับต่ำ

6. มีปัญหาด้านการเกณฑ์ทหาร มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.27 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับต่ำ

7. เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาบางอย่างจากที่บ้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.63 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับต่ำ

8. เพื่อหลีกเลี่ยงจากภาระหน้าที่รับผิดชอบจากการทำงานชั่วคราว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.08 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับต่ำ

9. เพื่อขจัดปัญหาความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.24 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับต่ำ

10. เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศจากบ้านหรือภาระกิจประจำวัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.42 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับต่ำ

11. เพื่อให้ชีวิตที่ดำเนินต่อไปมีความแตกต่างไปจากเดิม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.18 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปานกลาง

12. อื่น ๆ (โปรดระบุ) ไม่มีผู้ตอบเลย

ปรากฏผลได้ว่า แรงจูงใจในการศึกษาต่อของด้านนี้ส่วนมากอยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง และเพื่อให้ชีวิตที่ดำเนินต่อไปมีความแตกต่างไปจากเดิม ส่วนที่เหลืออีก 9 ข้ออยู่ในระดับต่ำได้แก่ ยังไม่มีงานทำ บิดาหรือมารดาเคยศึกษาอยู่ บิดาหรือมารดามีความคุ้นเคยกับอาจารย์ผู้สอน บิดาหรือมารดาทำงานอยู่ในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีปัญหาด้านการเกณฑ์ทหาร เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาบางอย่างจากที่บ้าน เพื่อหลีกเลี่ยงจากภาระหน้าที่รับผิดชอบจากการทำงานชั่วคราว เพื่อขจัดปัญหาความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน และเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศจากบ้านหรือภาระกิจประจำวัน สำหรับข้อสุดท้ายให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุแรงจูงใจที่นอกเหนือจากที่ได้กล่าวมา ปรากฏผลว่าไม่มีผู้ตอบเลย สำหรับแรงจูงใจด้านนี้มีคะแนนโดยเฉลี่ยรวม 2.15 ซึ่งจัดว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับต่ำ

การแปลผลข้อมูลจากตารางที่ 10 และ 11 ดังกล่าวข้างต้น สามารถจัดลำดับแรงจูงใจที่มีผลต่อการศึกษาต่อของมหาบัณฑิตจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดได้ดังนี้คือ ด้านการพัฒนาวิชาชีพ ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านความมุ่งหวังของตนเอง ด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล ด้านอื่น ๆ และด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing)

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในกลุ่มตัวแปรอิสระ

สมมติฐาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี สาขาที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพการสมรส และอาชีพ แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อแตกต่างกัน

ตารางที่ 12 ทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจแต่ละด้าน ระหว่างกลุ่มของมหาวิทยาลัยที่มีเพศต่างกัน

แรงจูงใจ	เพศชาย			เพศหญิง			t	p
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนฯ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนฯ		
ด้านความมุ่งหวังของตนเอง	76	3.47	0.55	180	3.54	0.52	0.95	0.344
ด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล	74	2.69	0.92	179	2.45	0.87	2.10*	0.036
ด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน	75	3.57	0.82	179	3.38	0.79	1.89	0.060
ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน	75	3.62	0.60	178	3.54	0.52	0.25	0.799
ด้านการพัฒนาวิชาชีพ	75	3.67	0.69	180	3.76	0.68	1.01	0.311
ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ	75	2.03	0.76	179	1.82	0.79	2.12*	0.035
ด้านอื่น ๆ	76	2.29	0.67	179	2.06	0.60	2.77*	0.006

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่า

- มหาวิทยาลัยที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจด้านความมุ่งหวังของตนเองไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

- มหาวิทยาลัยที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยที่เพศชายมีแรงจูงใจในการศึกษาต่อมากกว่าเพศหญิง

- มหาวิทยาลัยที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
- มหาวิทยาลัยที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจด้านหลักสูตรการเรียนการสอนไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
- มหาวิทยาลัยที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจด้านการพัฒนาวิชาชีพไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
- มหาวิทยาลัยที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยที่เพศชายมีแรงจูงใจในการศึกษาต่อมากกว่าเพศหญิง
- มหาวิทยาลัยที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจด้านอื่น ๆ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยที่เพศชายมีแรงจูงใจในการศึกษาต่อมากกว่าเพศหญิง

กล่าวได้ว่า มหาวิทยาลัยที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ และด้านอื่น ๆ แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านความมุ่งหวังของตนเอง ด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน และด้านการพัฒนาวิชาชีพ ไม่แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 13 ทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจแต่ละด้านระหว่างกลุ่มของมหาบัณฑิตที่มีอายุต่างกัน

แรงจูงใจ	อายุ 20-24 ปี			อายุ 25-29 ปี			อายุ 30-34 ปี			อายุ 35 ปีขึ้นไป			F	p	คู่ที่ต่างกัน
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนฯ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนฯ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนฯ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนฯ			
ด้านความมุ่งหวังของตนเอง	38	3.51	0.55	116	3.54	0.52	65	3.45	0.53	31	3.51	0.55	0.394	0.757	-
ด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล	38	2.49	0.99	116	2.41	0.88	65	2.65	0.91	30	2.88	0.74	2.630	0.051	-
ด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน	35	3.86	0.80	115	3.20	0.79	67	3.28	0.85	31	3.61	0.66	4.707*	0.003	-
ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน	38	3.79	0.63	116	3.69	0.59	67	3.49	0.56	30	3.54	0.42	3.234*	0.023	-
ด้านการพัฒนาวิชาชีพ	37	4.03	0.57	117	3.79	0.69	67	3.55	0.70	31	3.45	0.58	6.460*	0.000	(3) < (1), (4) < (1)
ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ	38	1.82	0.82	115	1.81	0.71	67	2.07	0.91	31	1.97	0.66	1.731	0.161	-
ด้านอื่นๆ	38	2.24	0.74	110	2.07	0.57	65	2.09	0.60	29	2.49	0.72	3.887*	0.010	(3) < (4), (2) < (4)

*p ≤ .05

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่า

- महाบัณฑิตที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อด้านความมุ่งหวังของตนเองไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
- महाบัณฑิตที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคลไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
- महाบัณฑิตที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ โดยวิธีการของ Scheffe ' ไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน
- महाบัณฑิตที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อด้านหลักสูตรการเรียนการสอนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่โดยวิธีการของ Scheffe ' ไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน
- महाบัณฑิตที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อด้านการพัฒนาวิชาชีพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ โดยวิธีการของ Scheffe ' พบว่า महाบัณฑิตที่มีช่วงอายุระหว่าง 30-34 ปี และอายุ 35 ปีขึ้นไป มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อน้อยกว่ามหาบัณฑิตที่มีช่วงอายุระหว่าง 20-24 ปี
- महाบัณฑิตที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
- महाบัณฑิตที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อด้านอื่น ๆ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ โดยวิธีการของ Scheffe ' พบว่า महाบัณฑิตที่มีช่วงอายุระหว่าง 30-34 ปีและ 25-29 ปี มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อน้อยกว่ามหาบัณฑิตที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป

กล่าวได้ว่า มหาบัณฑิตที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านการพัฒนาวิชาชีพ และด้านอื่น ๆ แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านความมุ่งหวังของตนเอง ด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล และด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ ไม่แตกต่างกัน



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 ทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจด้านความมุ่งมั่นของตนเองระหว่างกลุ่มของมหาวิทยาลัยที่จบจากสาขาการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ต่างกัน

สาขาที่จบการศึกษา ระดับปริญญาตรี	แรงจูงใจด้านความมุ่งมั่นของตนเอง			F	P	คู่ที่ต่างกัน
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความ เบี่ยงเบนฯ			
คณะอักษรศาสตร์ (1)	15	3.55	0.34			
คณะเศรษฐศาสตร์ (2)	28	3.56	0.57			
คณะวิศวกรรมศาสตร์ (3)	24	3.37	0.58			
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ (4)	11	3.60	0.51			
คณะบริหารธุรกิจ (5)	67	3.41	0.52	1.328	0.230	-
คณะนิติศาสตร์ (6)	28	3.54	0.56			
คณะนิเทศศาสตร์ (7)	54	3.66	0.53			
คณะแพทยศาสตร์ (8)	1	4.11				
อื่น ๆ (9)	23	3.43	0.48			

$p \leq .05$

จากตารางที่ 14 พบว่า มหาวิทยาลัยที่จบจากสาขาการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ต่างกัน มีแรงจูงใจด้านความมุ่งมั่นของตนเองไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่โดยวิธีการของ Scheffe ไม่พบคู่ที่ต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 15 ทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคลระหว่างกลุ่มของมหาวิทยาลัยที่จบจากสาขาการศึกษาที่ต่างกัน

สาขาที่จบการศึกษา ระดับปริญญาตรี	แรงจูงใจด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล			F	P	คู่ที่ต่างกัน
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความ เบี่ยงเบนฯ			
คณะอักษรศาสตร์ (1)	16	2.95	0.79			
คณะเศรษฐศาสตร์ (2)	29	2.81	0.95			
คณะวิศวกรรมศาสตร์ (3)	22	3.20	0.81			
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ (4)	11	2.68	0.96			
คณะบริหารธุรกิจ (5)	68	2.60	0.86			
คณะนิติศาสตร์ (6)	27	2.19	0.74	4.929*	0.000	(6) < (3), (7) < (3)
คณะนิเทศศาสตร์ (7)	54	2.12	0.85			
คณะแพทยศาสตร์ (8)	1	2.87				
อื่น ๆ (9)	22	2.38	0.83			

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 15 พบว่า มหาวิทยาลัยที่จบจากสาขาการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ต่างกัน มีแรงจูงใจด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่โดยวิธีการของ Scheffe พบว่า มหาวิทยาลัยที่จบจากคณะนิติศาสตร์ และคณะนิเทศศาสตร์มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อน้อยกว่ามหาวิทยาลัยที่จบจากคณะวิศวกรรมศาสตร์

ตารางที่ 16 ทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนระหว่างกลุ่มของมหบัณฑิตที่จบจากสาขาการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ต่างกัน

สาขาที่จบการศึกษา ระดับปริญญาตรี	แรงจูงใจด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน			F	P	คู่ที่ต่างกัน
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนฯ			
คณะอักษรศาสตร์ (1)	16	3.46	0.78			
คณะเศรษฐศาสตร์ (2)	28	3.58	0.90			
คณะวิศวกรรมศาสตร์ (3)	25	3.72	0.79			
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ (4)	11	3.55	0.52			
คณะบริหารธุรกิจ (5)	67	3.36	0.82			
คณะนิติศาสตร์ (6)	27	3.48	0.81	2.8036*	0.006	(9) < (7)
คณะนิเทศศาสตร์ (7)	51	3.65	0.77			
คณะแพทยศาสตร์ (8)	1	3.00				
อื่น ๆ (9)	23	2.84	0.63			

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 16 พบว่า มหบัณฑิตที่จบจากสาขาการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ต่างกัน มีแรงจูงใจด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่โดยวิธีการของ Scheffe พบว่า มหบัณฑิตที่จบจากคณะอื่น ๆ ได้แก่ คณะศิลปศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ คณะเกษตรศาสตร์ และคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มีแรงจูงใจในการศึกษา ต่ำน้อยกว่ามหบัณฑิตที่จบจากคณะนิเทศศาสตร์

ตารางที่ 17 ทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจด้านหลักสูตรการเรียนการสอนระหว่างกลุ่มของมหาวิทยาลัยที่จบจากสาขาการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ต่างกัน

สาขาที่จบการศึกษา ระดับปริญญาตรี	แรงจูงใจด้านหลักสูตรการเรียนการสอน			F	P	คู่ที่ต่างกัน
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบน			
คณะอักษรศาสตร์ (1)	16	3.65	0.38			
คณะเศรษฐศาสตร์ (2)	28	3.52	0.52			
คณะวิศวกรรมศาสตร์ (3)	25	3.60	0.45			
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ (4)	11	3.68	0.46			
คณะบริหารธุรกิจ (5)	68	3.53	0.45			
คณะนิติศาสตร์ (6)	28	3.66	0.56	6.231*	0.000	(5) < (7), (2) < (7), (9) < (7)
คณะนิเทศศาสตร์ (7)	52	4.03	0.62			
คณะแพทยศาสตร์ (8)	1	3.55				
อื่น ๆ (9)	23	3.22	0.59			

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 17 พบว่า มหาวิทยาลัยที่จบจากสาขาการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ต่างกัน มีแรงจูงใจด้านหลักสูตรการเรียนการสอนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่โดยวิธีการของ Scheffe พบว่า มหาวิทยาลัยที่จบจากคณะบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ และคณะอื่น ๆ มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อน้อยกว่ามหาวิทยาลัยที่จบจากคณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 18 ทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจด้านการพัฒนาวิชาชีพระหว่างกลุ่มของมหาวิทยาลัยที่จบจากสาขาการศึกษาปริญญาตรีที่ต่างกัน

สาขาที่จบการศึกษา ระดับปริญญาตรี	แรงจูงใจด้านการพัฒนาวิชาชีพ			F	P	คู่ที่ต่างกัน
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความ เบี่ยงเบนฯ			
คณะอักษรศาสตร์ (1)	16	3.71	0.48			
คณะเศรษฐศาสตร์ (2)	29	3.67	0.69			
คณะวิศวกรรมศาสตร์ (3)	25	3.62	0.86			
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ (4)	11	3.51	0.80			
คณะบริหารธุรกิจ (5)	68	3.58	0.59			
คณะนิติศาสตร์ (6)	27	3.68	0.78	4.787*	0.000	(5) < (7), (9) < (7)
คณะนิเทศศาสตร์ (7)	53	4.19	0.55			
คณะแพทยศาสตร์ (8)	1	4.00				
อื่น ๆ (9)	23	3.42	0.56			

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 18 พบว่า มหาวิทยาลัยที่จบจากสาขาการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ต่างกัน มีแรงจูงใจด้านการพัฒนาวิชาชีพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่โดยวิธีการของ Scheffe พบว่า มหาวิทยาลัยที่จบจากคณะบริหารธุรกิจ และคณะอื่น ๆ มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อน้อยกว่ามหาวิทยาลัยที่จบจากคณะนิเทศศาสตร์

ตารางที่ 19 ทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อระหว่างกลุ่มของมหาบัณฑิตที่จบจากสาขาการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ต่างกัน

สาขาที่จบการศึกษา ระดับปริญญาตรี	แรงจูงใจด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ			F	P	คู่ที่ต่างกัน
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความ เบี่ยงเบนฯ			
คณะอักษรศาสตร์ (1)	16	2.06	0.78			
คณะเศรษฐศาสตร์ (2)	29	2.12	0.79			
คณะวิศวกรรมศาสตร์ (3)	24	2.37	0.54			
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ (4)	11	1.96	0.76			
คณะบริหารธุรกิจ (5)	66	1.88	0.74			
คณะนิติศาสตร์ (6)	28	1.91	0.87			
คณะนิเทศศาสตร์ (7)	54	1.60	0.67	2.781*	0.006	(7) < (3)
คณะแพทยศาสตร์ (8)	1	1.81				
อื่น ๆ (9)	23	1.72	0.62			

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 19 พบว่า มหาบัณฑิตที่จบจากสาขาการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ต่างกัน มีแรงจูงใจด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่โดยวิธีการของ Scheffe พบว่า มหาบัณฑิตที่จบจากคณะนิเทศศาสตร์มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อน้อยกว่ามหาบัณฑิตที่จบจากคณะวิศวกรรมศาสตร์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 20 ทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจด้านอื่น ๆ ระหว่างกลุ่มของมหาบัณฑิตที่จบจากสาขาการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ต่างกัน

สาขาที่จบการศึกษา ระดับปริญญาตรี	แรงจูงใจด้านอื่น ๆ			F	P	คู่ที่ต่างกัน
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความ เบี่ยงเบนฯ			
คณะอักษรศาสตร์ (1)	16	2.44	0.49			
คณะเศรษฐศาสตร์ (2)	26	2.35	0.77			
คณะวิศวกรรมศาสตร์ (3)	25	2.52	0.78			
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ (4)	11	2.30	0.41			
คณะบริหารธุรกิจ (5)	65	2.14	0.63			
คณะนิติศาสตร์ (6)	27	2.13	0.63	3.538*	0.001	(7) < (3)
คณะนิเทศศาสตร์ (7)	50	1.89	0.50			
คณะแพทยศาสตร์ (8)	1	2.18				
อื่น ๆ (9)	22	1.90	0.64			

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 20 พบว่า มหาบัณฑิตที่จบจากสาขาการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ต่างกัน มีแรงจูงใจด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่โดยวิธีการของ Scheffe พบว่า มหาบัณฑิตที่จบจากคณะนิเทศศาสตร์มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อน้อยกว่ามหาบัณฑิตที่จบจากคณะวิศวกรรมศาสตร์

จากตารางที่ 14-20 กล่าวได้ว่า มหาบัณฑิตที่จบจากสาขาการศึกษาระดับปริญญาตรีที่ต่างกัน มีแรงจูงใจด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล ด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านการพัฒนาวิชาชีพ ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ และด้านอื่น ๆ แตกต่างกันไป ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านความมุ่งหวังของตนเองไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 21 ทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจแต่ละด้านระหว่างกลุ่มของมหาบัณฑิตที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน

แรงจูงใจ	(1) โสด			(2) สมรสแล้ว			(3) หม้าย			(4) แยกกันอยู่			F	p	คู่ที่ต่างกัน
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนฯ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนฯ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนฯ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนฯ			
ด้านความมุ่งหวังของตนเอง	158	3.51	0.49	52	3.54	0.54	18	3.72	0.76	23	3.30	0.53	2.205	0.088	-
ด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล	159	2.30	0.89	52	2.84	0.84	17	2.89	0.58	22	3.27	0.66	12.891*	0.000	(1) < (4), (1) < (2)
ด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน	156	3.40	0.88	52	3.38	0.68	18	3.93	0.58	23	3.65	0.61	2.921*	0.035	-
ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน	160	3.66	0.62	52	3.57	0.46	17	3.65	0.50	23	3.02	0.37	0.366	0.778	-
ด้านการพัฒนาวิชาชีพ	160	3.84	0.69	52	3.51	0.65	18	3.64	0.49	23	3.44	0.73	4.773*	0.003	(2) < (1)
ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ	160	1.71	0.72	51	2.03	0.72	18	2.49	0.73	23	2.49	0.88	12.003*	0.000	(1) < (4), (1) < (3)
ด้านอื่น ๆ	159	1.99	0.58	50	2.27	0.64	15	2.80	0.55	23	2.58	0.54	14.515*	0.000	(2) < (3), (1) < (3), (1) < (4), (1) < (2)

* $p \leq .05$

จากตารางที่ 21 พบว่า

- महाबन्धितที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีแรงจูงใจด้านความมุ่งหวังของตนเองไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
- महाबन्धितที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีแรงจูงใจด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ โดยวิธีการของ Scheffe พบว่า महाबन्धितที่มีสถานภาพโสด มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อน้อยกว่ามหาबन्धितที่สมรสแล้ว และแยกกันอยู่
- महाबन्धितที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีแรงจูงใจด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ โดยวิธีการของ Scheffe ไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน
- महाबन्धितที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีแรงจูงใจด้านหลักสูตรการเรียนการสอนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
- महाबन्धितที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีแรงจูงใจด้านการพัฒนาวิชาชีพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ โดยวิธีการของ Scheffe พบว่ามหาबन्धितที่สมรสแล้ว มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อน้อยกว่ามหาबन्धितที่มีสถานภาพโสด
- महाबन्धितที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีแรงจูงใจด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ โดยวิธีการของ Scheffe พบว่า महाबन्धितที่มีสถานภาพโสด มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อน้อยกว่ามหาबन्धิตที่เป็นหม้าย หรือแยกกันอยู่
- महाबन्धितที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีแรงจูงใจด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ โดยวิธีการของ Scheffe พบว่า महाबन्धิตที่สมรสแล้วมีแรงจูงใจในการศึกษาต่อน้อยกว่ามหาबन्धิตที่เป็นหม้าย และมหาबन्धิตที่เป็นโสดมีแรงจูงใจในการศึกษาต่อน้อยกว่ามหาबन्धิตที่สมรสแล้ว เป็นหม้าย และแยกกันอยู่

กล่าวได้ว่า มหาวิทยาลัยที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีแรงจูงใจด้านอิทธิพลจากสื่อ บุคคล ด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ด้านการพัฒนาวิชาชีพ ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ และด้านอื่น ๆ แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านความมุ่งหวังของตนเองและด้าน หลักสูตรการเรียนการสอนไม่แตกต่างกัน



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 22 ทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจแต่ละด้านระหว่างกลุ่มของมหาบัณฑิตที่มีอาชีพแตกต่างกัน

แรงจูงใจ	(1) ไม่ได้ทำงาน			(2) รับราชการ			(3) พนักงาน รัฐวิสาหกิจ			(4) พนักงานองค์กร เอกชน			(5) ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว			F	p	คู่ที่ต่างกัน
	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนฯ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนฯ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนฯ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนฯ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนฯ			
ด้านความมุ่งหวังของตนเอง	20	3.33	0.33	32	3.41	0.52	46	3.58	0.51	122	3.59	0.54	30	3.33	0.58	2.759*	0.029	-
ด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล	20	2.22	0.66	31	2.72	0.83	44	2.78	1.15	125	2.41	0.88	29	2.74	0.64	2.781*	0.028	-
ด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน	19	3.47	0.96	32	3.57	0.75	44	3.63	0.66	123	3.42	0.86	30	3.28	0.71	1.105	0.355	-
ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน	20	3.68	0.65	32	3.73	0.56	45	3.78	0.48	125	3.64	0.58	29	3.30	0.38	3.673*	0.006	(5) < (3)
ด้านการพัฒนาวิชาชีพ	20	3.80	0.63	32	3.71	0.60	46	3.70	0.72	124	3.84	0.65	30	3.24	0.70	4.99*	0.001	(5) < (4)
ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ	20	1.92	0.58	32	2.16	0.90	45	2.09	0.82	125	1.73	0.78	29	2.03	0.64	3.255*	0.013	-
ด้านอื่น ๆ	19	2.33	0.62	31	2.50	0.74	45	2.27	0.71	119	1.97	0.56	28	2.22	0.47	6.081*	0.000	(4) < (2)

*P ≤ .05

จากตารางที่ 22 พบว่า

- महाบัณฑิตที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจด้านความมุ่งหวังของตนเองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ โดยวิธีการของ Scheffe ' ไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน
- महाบัณฑิตที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ โดยวิธีการของ Scheffe ' ไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน
- महाบัณฑิตที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้
- महाบัณฑิตที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจด้านหลักสูตรการเรียนการสอนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ โดยวิธีการของ Scheffe ' พบว่า महाบัณฑิตที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อน้อยกว่ามหาบัณฑิตที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ
- महाบัณฑิตที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจด้านการพัฒนาวิชาชีพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ โดยวิธีการของ Scheffe ' พบว่า महाบัณฑิตที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อน้อยกว่ามหาบัณฑิตที่มีอาชีพพนักงานองค์กรเอกชน
- महाบัณฑิตที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ โดยวิธีการของ Scheffe ' ไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน
- महाบัณฑิตที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ โดยวิธีการของ Scheffe ' พบว่า महाบัณฑิตที่เป็นพนักงานองค์กรเอกชน จะมีแรงจูงใจในการศึกษาต่อน้อยกว่ามหาบัณฑิตที่รับราชการ

กล่าวได้ว่า มหาบัณฑิตที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีแรงจูงใจด้านความมุ่งหวังของตนเอง ด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านการพัฒนาวิชาชีพ ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ และด้านอื่นๆ แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนไม่แตกต่างกัน



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริการจัดการศึกษานิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการตอบคำถาม ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ในแต่ละด้าน

หัวข้อ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน	38	14.84
ด้านการสอบเข้า	28	10.94
ด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย	45	17.58
ด้านอื่น ๆ	12	4.69
ไม่ตอบ	133	51.95
รวม	256	100.00

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่า ในจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดของผู้ตอบแบบสอบถาม แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการจัดการศึกษานิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนเกือบครึ่งหนึ่งของทั้งหมดหรือคิดเป็นร้อยละ 48.05 และผู้ที่ไม่แสดงความคิดเห็นคิดเป็นร้อยละ 51.95 ทั้งนี้เป็นคำถามปลายเปิดที่ไม่ระบุชื่อของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 48.05 นั้น ร้อยละ 14.84 เป็นผู้ที่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านหลักสูตรการเรียนการสอน โดยแสดงความคิดเห็นว่า โครงสร้างของหลักสูตรนิเทศศาสตร์พัฒนาการมีความเหมาะสมดี กล่าวคือ เปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีความรู้สหสาขาวิชา และให้ความรู้พื้นฐานสำคัญทางทฤษฎีแก่ผู้เรียน เพื่อให้มีความรู้ ความสามารถในการจัดทำงานวิจัยเพื่อการพัฒนาในด้านต่างๆ และมีข้อเสนอแนะให้แต่ละรายวิชานั้นควรเน้นให้ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์และเสนอแนะความคิดโดยการอภิปรายและเสนอความคิดเห็นร่วมกัน เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนการบูรณาการทางความคิดรวบยอดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ส่วนด้านการวัดและการประเมินผลมีความเหมาะสมดีอยู่แล้ว เนื่องจากการทดสอบความสามารถของผู้เรียนในแต่ละรายวิชาทั้งแบบ Open Book, Closed book, Take Home Exam และ Presentation ในห้องเรียน

ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 10.94 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการสอบเข้า โดยแสดงความคิดเห็นว่า การสอบข้อเขียน และการสอบสัมภาษณ์ มีความเหมาะสมดีเนื่องจากมีการวัดความสามารถของผู้สมัครทั้งด้านทักษะการใช้ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ความรู้พื้นฐานทางนิเทศศาสตร์

และการสอบสัมภาษณ์เพื่อเป็นการทดสอบเขาวนปัญญา ปฏิภาณไหวพริบ และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของผู้สมัคร

ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 17.58 แสดงความคิดเห็นด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยว่า ทางมหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับโครงสร้างของหลักสูตร การรับสมัครนักศึกษา หรือแม้แต่การเปลี่ยนแปลงวันและเวลาการรับสมัครนักศึกษา การสอบข้อเขียน การสอบสัมภาษณ์ โดยให้มีการบริหารจัดการข้อมูล เผยแพร่ข้อมูลด้านประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่ทราบกันอย่างชัดเจน เพราะเป็นคนที่ทำงานเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน ฉะนั้น ควรนำเสนอข่าว ข้อเท็จจริงต่างๆ ในสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต เพราะที่ปฏิบัติมาผู้ที่ต้องการรับทราบข้อมูลจะต้องติดต่อกับสื่อบุคคล คือ เจ้าหน้าที่ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเท่านั้น จึงทำให้ไม่ได้รับความสะดวก และทันการเท่าที่ควร จึงเห็นว่าควรใช้สื่อหลากหลายในการประกาศนำเสนอการรับสมัครต่างๆ และการประชาสัมพันธ์ของโครงการ

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามด้านความคิดเห็นอื่น ๆ มีจำนวนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 4.69 โดยมีข้อเสนอแนะที่หลากหลายคือ ควรเพิ่มอุปกรณ์ด้านการเรียนการสอนให้ทันสมัยมากกว่านี้ เช่น คอมพิวเตอร์ สไลด์ วิดีทัศน์ และสื่อสารสนเทศอื่นๆ และให้ข้อสังเกตว่า ค่าเล่าเรียนค่อนข้างแพงมาก และควรให้มีการประสานงานด้านหลักสูตรให้มีความเป็นนานาชาติดัง เช่น มีการศึกษาดูงานในต่างประเทศและประสานงานกับมหาวิทยาลัยในต่างประเทศและลงทะเบียนเรียนในมหาวิทยาลัยเหล่านั้นโดยนับเป็นหน่วยกิตได้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีผลต่อการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจที่มีผลต่อการศึกษาต่อของมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มีเพศ อายุ สาขาที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพ การสมรส และอาชีพ แตกต่างกัน และ
3. เพื่อสำรวจความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของมหาบัณฑิตเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดครั้งเดียว (One Shot Study) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทั้งภาคในเวลาราชการ และภาคนอกเวลาราชการ นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2521-2541 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 698 คน และเพื่อให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ ผู้วิจัยจึงใช้ตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Robert V.Krejcie and Earyle W. Morgan ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นจำนวนทั้งสิ้น 250 คน

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากรายชื่อและที่อยู่ของมหาบัณฑิตที่ผู้วิจัยมีอยู่ทั้งหมด และคัดเลือกเฉพาะรายชื่อและที่อยู่ที่มีรายละเอียดครบถ้วนชัดเจน และจึงใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 350 คน และจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ โดยผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามตอบกลับคืนมาจำนวนทั้งสิ้น 256 ชุด เพื่อทำการประมวลผลทางสถิติ

แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้คือ

- ตอนที่ 1 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง
- ตอนที่ 2 เหตุผลที่เป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้คือ ร้อยละและค่าเฉลี่ย เพื่อใช้อธิบายข้อมูลทางด้านสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้อธิบายแรงจูงใจในการศึกษาต่อแต่ละด้าน รวมทั้งใช้ค่าสถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Anova) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการวิจัย

1. สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง

- 1.1 เพศ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมี 256 คน เพศหญิงมีจำนวนมากกว่าเพศชาย
- 1.2 อายุ ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 25-29 ปี รองลงมาคือ 30-34 ปี อันดับ 3 คือ 20-24 ปี และช่วงอายุ 35 ปีขึ้นไปมีจำนวนน้อยที่สุด
- 1.3 สถานภาพการสมรส จำนวนมากกว่ากึ่งหนึ่งมีสถานภาพโสด รองลงมาคือสมรสแล้ว อันดับ 3 และ 4 คือแยกกันอยู่ และเป็นหม้าย ตามลำดับ
- 1.4 สถานภาพการทำงาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เกือบครึ่งหนึ่งเป็นพนักงานองค์กรเอกชน รองลงมาเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ รัฐบาล และประกอบธุรกิจส่วนตัวตามลำดับ
- 1.5 รายได้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ในช่วงระหว่าง 15,000 ถึง 20,000 บาท และมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันกับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท
- 1.6 สถาบันการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประมาณ 1 ใน 5 จบการศึกษาจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รองลงมา มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รองลงมาคือมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- 1.7 คณะที่จบการศึกษา ส่วนใหญ่ประมาณ 1 ใน 4 จบจากคณะบริหารธุรกิจ รองลงมาประมาณ 1 ใน 5 จบจากคณะนิเทศศาสตร์
- 1.8 อาชีพหลักบิดาของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานองค์กรเอกชน รองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัว
- 1.9 อาชีพหลักมารดาของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว รองลงมาเป็นพนักงานองค์กรเอกชน

2. แรงจูงใจในการศึกษาต่อทั้ง 7 ด้านสรุปผลได้ดังนี้คือ

- 2.1 แรงจูงใจด้านความมุ่งหวังของตนเอง มีผลต่อการศึกษาระดับมหาบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อยู่ในระดับสูง

2.2 แรงจูงใจด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล มีผลต่อการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อยู่ในระดับปานกลาง

2.3 แรงจูงใจด้านการเกิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน มีผลต่อการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อยู่ในระดับปานกลาง

2.4 แรงจูงใจด้านหลักสูตรการเรียนการสอน มีผลต่อการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อยู่ในระดับสูง

2.5 แรงจูงใจด้านการพัฒนาวิชาชีพ มีผลต่อการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อยู่ในระดับสูง

2.6 แรงจูงใจด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ มีผลต่อการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อยู่ในระดับต่ำ

2.7 แรงจูงใจด้านอื่น ๆ มีผลต่อการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อยู่ในระดับต่ำ

โดยสามารถจัดลำดับแรงจูงใจที่มีผลต่อการศึกษาต่อของมหาบัณฑิตจากมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดได้ดังนี้คือ ด้านการพัฒนาวิชาชีพ ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านความมุ่งหวังของตนเอง ด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล ด้านอื่น ๆ และด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ

3. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการศึกษาต่อนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พอจะสรุปได้ดังนี้คือ

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่า โครงสร้างหลักสูตรนิเทศศาสตรพัฒนาการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีความรู้สหสาขาวิชา และให้ความรู้พื้นฐานทางทฤษฎีที่สำคัญ เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความสามารถในการจัดทำงานวิจัยเพื่อการพัฒนาในด้านต่างๆ ด้านการวัดและประเมินผลมีความเหมาะสมดีอยู่แล้วเนื่องจากมีการทดสอบความสามารถของผู้เรียนทั้งแบบ Open Book, Closed Book, Take Home Exam และ Presentation เช่นเดียวกับการสอบเข้าที่กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่ามีความเหมาะสมดีเช่นกัน เนื่องจากมีการวัดพื้นฐานความสามารถของผู้เรียนทั้งทักษะการใช้ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ความรู้ทางนิเทศศาสตร์ และการสอบสัมภาษณ์เพื่อทดสอบเชาวน์ปัญญา ปฏิภาณไหวพริบและการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของผู้สมัคร ด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหลักสูตรและการรับสมัครนักศึกษาใหม่พบตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ตน้อยมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน มหาวิทยาลัยสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่มี เพศ อายุ สาขาที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพการสมรส และ อาชีพ แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า

- มหาวิทยาลัยที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ และด้านอื่น ๆ แตกต่างกัน ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านความมุ่งหวังของตนเอง ด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ด้านหลักสูตรการเรียนการสอนและ ด้านการพัฒนาวิชาชีพ ไม่แตกต่างกัน

- มหาวิทยาลัยที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านการพัฒนาวิชาชีพ และด้านอื่น ๆ แตกต่างกัน ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านความมุ่งหวังของตนเอง ด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล และ ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ ไม่แตกต่างกัน

- มหาวิทยาลัยที่จบจากสาขาการศึกษาที่ต่างกัน มีแรงจูงใจด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล ด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านการพัฒนาวิชาชีพ ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ และด้านอื่น ๆ แตกต่างกัน ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านความมุ่งหวังของตนเอง ไม่แตกต่างกัน

- มหาวิทยาลัยที่มีสถานภาพการสมรสที่ต่างกัน มีแรงจูงใจด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล ด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ด้านการพัฒนาวิชาชีพ ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ และด้านอื่น ๆ แตกต่างกัน ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านความมุ่งหวังของตนเอง และด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ไม่แตกต่างกัน

- มหาวิทยาลัยที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจด้านความมุ่งหวังของตนเอง ด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านการพัฒนาวิชาชีพ ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ และด้านอื่น ๆ แตกต่างกัน ผลการทดสอบจึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่ได้สรุปไว้ข้างต้น ผู้วิจัยจะได้นำผลการวิจัยดังกล่าวมาอภิปรายผลดังนี้

1. แรงจูงใจด้านความมุ่งหวังของตนเอง

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อแรงจูงใจในด้านความมุ่งหวังของตนเองอยู่ในระดับสูง และต้องการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิต สาขานิติศาสตร์พัฒนาการ โดยมีองค์ประกอบคือ ต้องการได้รับความรู้ใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม ต้องการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์สูงสุด ต้องการเรียนเพื่อสร้างการยอมรับนับถือจากสังคมและบุคคลรอบข้าง และต้องการเรียนเพื่อให้มีความรู้ความสามารถเท่าเทียมผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัครชิต ทีชะทิพย์สกุล (2530) ที่ได้ศึกษาแรงจูงใจของนิสิตในการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยพบว่า แรงจูงใจในการศึกษาต่อของนิสิตที่อยู่ในระดับมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ ความต้องการสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต ต้องการความรู้ใหม่ไปใช้ในการปฏิบัติงาน และเพื่อพัฒนาตนเอง อีกทั้งแนวคิดนี้สอดคล้องกับแนวความคิดของเมอร์เรย์ (Murrey, 1964) ที่กล่าวว่า ความต้องการเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเนื่องมาจากสภาพทางร่างกายและสภาพจิตใจ โดยเมอร์เรย์ได้สรุปว่าเป็น ความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement) เป็นความต้องการที่มนุษย์ทุกคนจำเป็นต้องมี เช่นเดียวกับมาสโลว์ (Maslow, 1954) ที่ได้กล่าวว่า มนุษย์ทุกคนจะมีความต้องการที่จะแสวงหาสิ่งแปลกๆ ใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองซึ่งจะพัฒนาไปตามลำดับขั้นดังนี้คือ ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ความต้องการสังคม (Social Needs) ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องในสังคม (Esteem Needs) และความต้องการที่บรรลุถึงความต้องการของตนเองอย่างแท้จริง (Self-Actualization)

การศึกษาระดับปริญญาโทนี้เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นจากตัวผู้เรียนเอง ซึ่งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษา โดยที่งานวิจัยในครั้งนี้ก็ได้เน้นในเรื่องความมุ่งหวังของผู้เรียนที่มีความประสงค์ที่จะได้รับความรู้ใหม่ ต้องการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์สูงสุด ต้องการเรียนเพื่อสร้างการยอมรับนับถือจากสังคมและบุคคลรอบข้าง และต้องการมีความสามารถทัดเทียมผู้อื่น แสดงให้เห็นว่าความรู้ระดับปริญญาตรีนั้นอาจยังไม่เพียงพอสำหรับสังคมไทย เนื่องจากการพัฒนาคุณภาพและทรัพยากรมนุษย์ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 และ 9 นั้นยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านการศึกษาของประชาชน เพื่อให้ประชาชนมีคุณภาพทัดเทียมกับอารยประเทศในทุกๆ ด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดแรงงานยังอยู่ในสภาวะที่จำกัด ไม่ขยายตัวเหมือนในช่วงที่ผ่านมาในอดีต อย่างน้อยการศึกษาระดับมหาบัณฑิตจึงเป็นทางเลือกและทางเลือกในการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ได้อีกทางหนึ่ง

2. แรงจูงใจด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่าบุคคลในครอบครัว มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด โดยที่พ่อและแม่จะเป็นสื่อบุคคลที่สำคัญที่สุดที่ทำให้มีการตัดสินใจศึกษาต่อ

ระดับมหาวิทยาลัย เนื่องจากพ่อและแม่เป็นสื่อบุคคลที่ใกล้ชิดมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับเรื่องอิทธิพลของสื่อบุคคลที่ทำให้เกิดแรงจูงใจ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ พฤติกรรม และการยอมรับในกลุ่มเป้าหมาย ดังแนวความคิดของโรเจอร์ส และชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอไป หรือให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพที่สุด สื่อที่ใช้ในการกระตุ้นให้เกิดการยอมรับสารนั้น ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนั้นจะเป็นประโยชน์มาก ในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมในการยอมรับสารนั้น เช่นเดียวกับ แคทและลาซาร์เฟลด์ (Katz and Lazearfeld) ที่กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ อาจกล่าวได้ว่า สื่อบุคคลมีความสำคัญในด้านการจูงใจมากกว่าสื่ออื่นๆ

3. แรงจูงใจด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจศึกษาต่อนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เนื่องจากความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยที่ได้รับการยอมรับจากสังคมว่าเป็นมหาวิทยาลัยที่เก่าแก่และมีคุณภาพ สำหรับการได้รับข่าวสารการศึกษาต่อนิเทศศาสตรพัฒนการจากสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ต หรือจากการประชาสัมพันธ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ค่อนข้างน้อยนั้น ทั้งนี้เป็นเพราะว่างานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยและคณะนิเทศศาสตร์ไม่ได้มุ่งไปทางสื่อมวลชน ทั้ง ๆ ที่บทบาทของสื่อมวลชนก็ยังมืออยู่ เนื่องจากเป็นสื่อที่หลากหลายที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว และสามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดี

4. แรงจูงใจด้านหลักสูตรการเรียนการสอน

จากตารางที่ 10 และ 11 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อแรงจูงใจด้านหลักสูตรการเรียนการสอนอยู่ในระดับสูง โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพและความมีชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอนมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแรงจูงใจด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความมีชื่อเสียงของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมากที่สุดเช่นกัน จะเห็นได้ว่า การที่กลุ่มตัวอย่างต้องการศึกษาต่อที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยนั้น ก็เนื่องมาจากคุณภาพและความมีชื่อเสียงของตัวมหาวิทยาลัยและอาจารย์ผู้สอนมากกว่าที่จะให้ความสำคัญกับความพร้อมด้านอุปกรณ์การศึกษา อาคารสถานที่ อุปกรณ์อำนวยความสะดวก และค่าใช้จ่ายในการศึกษา

5. แรงจูงใจด้านการพัฒนาวิชาชีพ

แรงจูงใจด้านกรพัฒนาวิชาชีพนับว่าเป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิตสูงสุด เนื่องจากมีความต้องการพัฒนาวิชาชีพของตนเอง ต้องการพัฒนาศักยภาพและความรู้ความ

สามารถในการทำงานให้ประสบผลสำเร็จ และเพื่อเตรียมความพร้อมและความสามารถในการทำงานได้หลายๆอย่างในหน่วยงานต่างๆได้ ดังที่ วิดเลอร์ (Vidler) กล่าวไว้ว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะเกิดขึ้นภายในตัวบุคคลที่ต้องการประสบความสำเร็จ ต้องการทำอะไรก็ตามที่ดีขึ้นกว่าเดิม มีความเชื่อมั่น มีความมั่นใจ มีความตั้งใจอย่างแน่วแน่ที่จะต้องทำให้สำเร็จอย่างดีที่สุด และมีความพยายามอดทนไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหรือการงานตามที่ได้ตั้งไว้นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังให้ความสำคัญกับองค์ประกอบ ความจำเป็นในตำแหน่งหน้าที่การงานที่สูงขึ้น และต้องการนำความรู้ที่ได้ไปประกอบอาชีพหลักหรืออาชีพเสริม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสถาบันการศึกษาผู้ใหญ่แห่งชาติของประเทศอังกฤษ หรือ NIAE ที่ได้ทำการสำรวจหาเหตุผลที่ทำให้ผู้ใหญ่เข้าเรียนในสถานศึกษา ผลการวิจัยพบว่า เหตุจูงใจด้านอาชีพ (Vocational Motive) เป็นเหตุผลจูงใจที่สำคัญที่สุด รองลงมาเพื่อพัฒนาตนเอง (Self Development Motive) และอันดับสุดท้ายคือ ต้องการเข้าร่วมสังคม (Social Motive) ซึ่งสอดคล้องกับหลักปฏิบัตินิยามให้ได้ผลและผลของการปฏิบัตินิยามของพระราชสุทธินิยมมงคล (หลวงพ่อดวงษ์ วิจิตรนิม) ที่ได้กล่าวไว้ว่า คนที่ปฏิบัตินิยามจะสามารถมีวินัยในตัวเองและมีกิจนิสัยที่เป็นแบบอย่างคือ รู้จักพัฒนาตนเองและอาชีพให้ดีขึ้นตามลำดับโดยอัตโนมัติ ฉะนั้นการศึกษาระยะในทางพุทธศาสนาโดยการปฏิบัตินิยามอย่างจริงจัง จะทำให้มนุษย์มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ต้องการประสบความสำเร็จในวิชาชีพของตนเอง

6. แรงจูงใจด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ

แรงจูงใจในการศึกษาต่อของด้านนี้อยู่ในระดับต่ำที่สุดในจำนวนแรงจูงใจทั้งหมด 7 ด้าน สามารถกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า แรงจูงใจด้านนี้มีผลต่อการศึกษาต่อระดับมหาวิทยาลัยนานาชาติ ศาสตร์พัฒนการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย น้อยที่สุด ทั้งนี้อาจจะเป็นไปได้ว่า ระบบครอบครัวไทยนั้นมีความเป็นอยู่ใกล้ชิด ผูกพันและช่วยเหลือเกื้อกูลกันในหมู่เครือญาติ ดังนั้นปัญหาด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อในสังคมไทยจึงยังไม่เป็นปัญหามากนัก ซึ่งไม่เหมือนกับครอบครัวชาวตะวันตกที่จะต้องดูแลบริหารจัดการทุนทรัพย์ด้วยตนเอง

7. แรงจูงใจด้านอื่น ๆ

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับแรงจูงใจด้านอื่นๆอยู่ในระดับต่ำ องค์ประกอบในด้านความสะดวกในการเดินทางมีผลต่อการศึกษาต่อของกลุ่มตัวอย่างในระดับปานกลาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจศึกษาต่อที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพราะสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยอยู่ไม่ไกลจากบ้านและที่ทำงานของตนเองมากนัก

สมมติฐาน มหาวิทยาลัยสาขานิเทศศาสตร์พัฒนการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่มี เพศ อายุ สาขา ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพการสมรส และอาชีพ แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า มหาวิทยาลัยที่มีเพศ อายุ สาขาที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพการสมรส และอาชีพแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อแตกต่างกัน ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

เพศ จากผลการวิจัยพบว่า มหาวิทยาลัยที่มีความแตกต่างกันทางด้านเพศ มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อแตกต่างกัน กล่าวคือ เพศชายมีแรงจูงใจในการศึกษาต่อมากกว่าเพศหญิงในแรงจูงใจทั้งในด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ และด้านอื่น ๆ

อายุ จากผลการวิจัยพบว่า มหาวิทยาลัยที่มีความแตกต่างกันทางด้านอายุ มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อแตกต่างกัน กล่าวคือ มหาวิทยาลัยที่มีอายุต่างกัน จะมีแรงจูงใจด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านการพัฒนาวิชาชีพ และด้านอื่น ๆ แตกต่างกัน โดยที่มหาวิทยาลัยที่มีอายุในช่วงระหว่าง 20-24 ปี จะมีแรงจูงใจด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน และด้านการพัฒนาวิชาชีพ เป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้มหาวิทยาลัยต้องการศึกษาต่อ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในช่วงอายุดังกล่าวเป็นช่วงที่เพิ่งสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี และต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโท เพื่อมุ่งหวังที่จะประสบความสำเร็จในหน้าที่การงานในอนาคต และมีการเปิดรับข่าวสารและความคิดใหม่ ๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับตนเอง สำหรับแรงจูงใจด้านอื่น ๆ นั้น ผลการวิจัยพบว่า มหาวิทยาลัยที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไปมีแรงจูงใจในการศึกษาต่อมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มของมหาวิทยาลัยที่อยู่ในช่วงอายุดังกล่าว ส่วนมากเป็นผู้ที่อยู่ในวัยทำงานแล้วทั้งสิ้น ซึ่งจะเป็นผู้ที่ต้องการความสำเร็จในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของเฟรดเดอริก เฮอร์ชเบอร์ก (Frederick Herzberg) ที่ได้กล่าวถึงปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจให้คนทำงานดีขึ้นกว่าเดิมจะมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้คือ ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ทำงานที่ท้าทาย และความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ดังนั้นจึงทำให้บุคคลกลุ่มนี้ต้องการศึกษาต่อเพื่อหาความรู้เพิ่มเติม

สาขาที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จากผลการวิจัยพบว่า มหาวิทยาลัยที่มีความแตกต่างกันทางด้านสาขาที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมีแรงจูงใจในการศึกษาต่อแตกต่างกัน กล่าวคือ มหาวิทยาลัยที่จบจากคณะอื่น ๆ ได้แก่ คณะศิลปศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ คณะเกษตรศาสตร์ และคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จะมีแรงจูงใจด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ด้านหลัก

สูตรการเรียนการสอน และด้านการพัฒนาวิชาชีพ น้อยกว่ามหาบัณฑิตที่จบจากคณะนิเทศศาสตร์โดยตรง หรืออาจกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า แรงจูงใจทั้ง 4 ด้านที่ได้กล่าวมา มีผลต่อการศึกษาของมหาบัณฑิตที่จบจากคณะนิเทศศาสตร์มากที่สุด แต่อย่างไรก็ดี มหาบัณฑิตที่จบจากคณะนิเทศศาสตร์ จะมีแรงจูงใจน้อยกว่ามหาบัณฑิตที่จบจากคณะวิศวกรรมศาสตร์ในด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ และด้านอื่น ๆ

สถานภาพการสมรส จากผลการวิจัยพบว่า มหาบัณฑิตที่มีความแตกต่างกันทางด้านสถานภาพการสมรส มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน การพัฒนาวิชาชีพ ทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ และด้านอื่น ๆ แตกต่างกัน ยกเว้นแรงจูงใจด้านความมุ่งหวังของตนเอง และด้านหลักสูตรการเรียนการสอน

อาชีพ จากผลการวิจัยพบว่า มหาบัณฑิตที่มีความแตกต่างกันทางด้านอาชีพ มีแรงจูงใจแตกต่างกันในด้านความมุ่งหวังของตนเอง ด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านการพัฒนาวิชาชีพ ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ และด้านอื่น ๆ ยกเว้นแรงจูงใจด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนที่มหาบัณฑิตที่มีอาชีพแตกต่างกันไม่มีแรงจูงใจด้านนี้แตกต่างกัน

อาจกล่าวได้ว่า เพศ อายุ สาขาที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพการสมรส และอาชีพ ที่แตกต่างกันของมหาบัณฑิต จะส่งผลให้มีแรงจูงใจในการศึกษาต่อแตกต่างกัน ตามแนวลักษณะของฮิลการ์ด (Hilgard : 1962) ที่ได้สรุปและให้ข้อสังเกตเกี่ยวกับแรงจูงใจไว้ดังนี้คือ

แรงจูงใจแต่ละบุคคลแตกต่างกันออกไปแต่ละสังคม แม้ว่าในสังคมเดียวกัน แรงจูงใจของแต่ละบุคคลก็ยังมี ความแตกต่างกัน แล้วแต่ประสบการณ์หรือการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล หรือของสังคมแต่ละสังคม ทั้งนี้เพราะแรงจูงใจเป็นผลของประสบการณ์ และการเรียนรู้โดยตรง นอกจากนี้แรงจูงใจอย่างเดียวกัน อาจจะทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่แตกต่างกัน และในขณะเดียวกัน แรงจูงใจต่างกัน อาจก่อให้เกิดพฤติกรรมอย่างเดียวกันได้ และแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรม อาจมีสาเหตุสลับซับซ้อนหรือหลายสาเหตุด้วยกันได้

ในการดำเนินงานระดับมหาบัณฑิต โดยเฉพาะสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการนั้น เมื่อดำเนินงานมาระยะหนึ่ง จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการประเมินสถานการณ์และโครงการ เพื่อพัฒนาให้เกิดสัมฤทธิ์ผลสมกับวัตถุประสงค์ของโครงการ และเป็นการแสวงหาข้อมูล ข้อเท็จจริง ซึ่งตรงกับแนวคิดและกระบวนการวางแผนพัฒนาแบบองค์รวมหรือบูรณาการ คือ พัฒนาปัจจัยต่างๆในลักษณะที่ความสัมพันธ์ เชื่อมโยงอย่างเป็นระบบ ซึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ได้มุ่งเน้นการพัฒนาประเทศ โดยปรับเปลี่ยนแนวคิด ทิศทาง กระบวนการพัฒนา โดยใช้คนเป็นศูนย์กลางเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งนี้ตรงกับหลักและกระบวนการทางนิเทศศาสตร์ที่เน้นการวางแผนการประชาสัมพันธ์ การพัฒนาความรู้ กระบวนการ พฤติกรรม และทัศนคติ ฉะนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึง

เปรียบเทียบหนึ่งปฏิริยาตอบสนองหรือปฏิริยาโต้กลับให้แก่สาขาวิชาวิทยาศาสตร์พัฒนาการ เพื่อสนองตอบนโยบายการพัฒนาประเทศของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 และ 9 ในอนาคต ฉะนั้นการพัฒนาแบบองค์รวมจะพัฒนาตามแนวทางที่สำคัญ 2 ประการดังนี้คือ

1. การพัฒนาศักยภาพของคน ทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสติปัญญา เพื่อให้คนมีคุณภาพชีวิตที่ดี และมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ
2. การพัฒนาสภาพแวดล้อมต่างๆที่อยู่รอบตัวคน ได้แก่ ครอบครัว ชุมชน สภาพแวดล้อม ทั้งเศรษฐกิจและสังคม วัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ โดยเอื้อต่อการพัฒนาคน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

จากผลการวิจัย สามารถรวบรวมข้อมูล และสรุปเป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1. แนวทางการปรับปรุงด้านหลักสูตรการเรียนการสอน

การศึกษาระดับมหาบัณฑิตยังคงอยู่ในความสนใจของบุคคลทั่วไปและยังเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานในปัจจุบัน จากผลการวิจัยพบว่ามหาบัณฑิตเข้ารับการศึกษาคืบเนื่องมาจากมีแรงจูงใจด้านการพัฒนาวิชาชีพมากที่สุด รองลงมาคือแรงจูงใจด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ซึ่งนับเป็นแรงจูงใจที่สะท้อนให้เห็นว่า คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ยังเป็นสถาบันการศึกษาที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียง จึงสมควรที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ บัณฑิตวิทยาลัย และคณะนิเทศศาสตร์และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ควรให้ความสำคัญด้านการบริหารจัดการหลักสูตรอย่างต่อเนื่องให้มีคุณภาพ สนองตอบนโยบายแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 และ 9 และสนองตอบการสร้างความเป็นเลิศและงานบริการด้านสถานศึกษาของแผนพัฒนามหาวิทยาลัย โดยคำนึงถึงความต้องการของตลาดแรงงาน ข้อเท็จจริงของสังคม และกลุ่มผู้เรียน เพื่อให้มหาบัณฑิตที่จบการศึกษาไปแล้ว สามารถนำความรู้ที่ได้ไปประกอบอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และในขณะเดียวกัน สาขาวิชาวิทยาศาสตร์พัฒนาการอาจจะนำเสนอหลักสูตรที่สามารถเชื่อมโยง ประสานงานกับหลักสูตรของมหาวิทยาลัยในต่างประเทศอื่นๆ เพื่อมุ่งสู่ความเป็นนานาชาติในยุคโลกาภิวัตน์

2. แนวทางการปรับปรุงด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัยและคณะนิเทศศาสตร์ ควรให้มีแผนการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่หลากหลาย เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้รวดเร็ว ทันการ และทันสมัยมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการศึกษาต่อของมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์ พัฒนาการเป็นระยะๆ เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุง พัฒนาหลักสูตรให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับแต่ละยุคสมัย

2. ควรมีการศึกษาข้อมูลกับผู้ที่มาสมัคร แต่ไม่ผ่านการคัดเลือกเข้าศึกษาต่อ เพื่อขยายโอกาสและความเป็นไปได้ให้กับกลุ่มเหล่านี้ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ด้านการพัฒนาการศึกษาของประเทศ

3. ควรมีการสำรวจความต้องการของตลาดโดยเฉพาะการเปิดหลักสูตรนานาชาติเพื่อประสานงานและเชื่อมโยงกับมหาวิทยาลัยในต่างประเทศต่อไป เพื่อประโยชน์ในกานวางแผนเชิงรุก และการพัฒนาบุคลากรและทรัพยากรของไทยให้ทัดเทียมกับนานาชาติ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กมลทิพย์ ม้าคนอง. เทคนิควิธีการสื่อสารระหว่างบุคคลของผู้แทนจำหน่ายในธุรกิจขายตรงหลายชั้น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ก้องเกียรติ โอภาสวงการ. กลยุทธ์สู่ความสำเร็จในธุรกิจส่วนตัว. ซีเอ็ดยูเคชั่น, กรุงเทพฯ, 2534.
- กันยา สุนทรารักษ์. บทบาทการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการยอมรับเข้าเป็นสมาชิกสหกรณ์โคนมหนองโพ จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- เกษม สิริสัมพันธ์. สื่อมวลชนกับการพัฒนาทางการเมือง : วิเคราะห์เชิงทฤษฎีและวิจัยวารสารธรรมศาสตร์ 7 (กรกฎาคม-กันยายน 2520) : 11.
- จุฑาภรณ์ วรสุมินต์. ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพบิดามารดากับการเลือกอาชีพของนักเรียน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต แผนกวิชาวิจัยการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2510.
- จุมพล หนิมพานิช. แผนการศึกษาต่อและการประกอบอาชีพของนักเรียน ม.ศ. 5. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต แผนกวิชาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2517.
- ชวลิต หมิ่นนุช. สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย กับการพัฒนาการศึกษา ระดับอุดมศึกษาไทย. จุลสารสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ฉบับพิเศษ, 14 (พฤศจิกายน – พฤษภาคม 2537).
- ชัยพร วิชชาวุธ. มูลสารจิตวิทยา. หน่วยผลิตเอกสารคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524 : 150.
- ทรงพล ภูมิพัฒน์. จิตวิทยาทั่วไป. ภาควิชาพื้นฐาน คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, ไอดีเอ็นเอสไตร์. กรุงเทพฯ.
- ทศพร ประเสริฐสุข. การสร้างโมเดลการสอนแบบกระบวนการกลุ่มเพื่อพัฒนาแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สำหรับเด็กด้อยสัมฤทธิ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต ภาควิชาจิตวิทยาบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

- ธีรกุล สถิตนิมานการ. การศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารความรู้สุขภาพอนามัยด้านสาธารณสุขกับการมารับบริการของผู้มารับบริการโรงพยาบาลรามธิบดี. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537.
- บุญเลิศ ศุกดิลก. สื่อมวลชนกับการพัฒนาประเทศ : วิเคราะห์เชิงทฤษฎีและวิจัย. วารสารธรรมศาสตร์ 7 (กรกฎาคม-กันยายน 2520) : 11.
- ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, กรุงเทพฯ, 2540.
- ประจักษ์ บุญอารีย์. ความต้องการและการได้โอกาสศึกษาในระดับอุดมศึกษาเขต 10. ปริญญานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต วิทยาลัยวิชาการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2522.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์พีรพัฒนา, พิมพ์ครั้งที่ 2), 2526.
- พรพิมล โทจันทร์. การพัฒนาระบบช่วยตัดสินใจในการเลือกสถาบันเพื่อศึกษาต่อ. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- พัชนี เขยจรรยา และคณะ. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2530.
- ไพฑูริย์ เครือแก้ว. ลักษณะสังคมไทย. พิมพ์ครั้งที่ 2, พระนคร, 2513 : 23-27.
- มังกร ชัยชนะตรา. ลักษณะของการสื่อสารและสื่อสารมวลชน. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2521.
- ยุพิน แสงทอง. การแสวงหาสารนิเทศเพื่อการตัดสินใจในเลือกคณะในสถาบันระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- โยธิน คันสนยุท. มนุษย์สัมพันธ์จิตวิทยาการทำงานในองค์การ. ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, พิมพ์ครั้งที่ 3, กรุงเทพฯ, 2530.
- รัชนิดา นิตพัฒนาภิรักษ์. การเปิดรับสื่อมวลชน ความรู้ และการเข้ามีส่วนร่วมเกี่ยวกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540-2544) ของผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

- วินเซนต์ โนแอน. เข้าใจสื่อสารเข้าใจตรงกัน. เรียบเรียงโดยกริช สืบสนธิ. หจก.เอช-เอน การพิมพ์, กรุงเทพมหานคร, 2533.
- วินัย สิงหนนท์. แรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขาวิชาช่างยนต์ วิทยาลัยเทคนิคภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคกลาง. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2539.
- วิเชียร เกตุสิงห์. คู่มือการวิจัย กาวิจัยเชิงปฏิบัติ. ไทยวัฒนาพานิชย์, กรุงเทพมหานคร, 2534.
- วุฒิชัย จำนงค์. การเรียนรู้ ทฤษฎีเบื้องต้นและการประยุกต์. คณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพ.
- วุฒิชัย จำนงค์. พฤติกรรมการตัดสินใจ. สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2523 : 2-28.
- สงวน สุทธิเลิศอรุณ, จำรัส ดังสุวรรณ และฐิติพงศ์ ธรรมานุสรณ์. จิตวิทยาสังคม. ชัยศิริการพิมพ์, กรุงเทพมหานคร, 2522 : 99.
- สมยศ นาวิการ. การติดต่อสื่อสารขององค์กร. สำนักพิมพ์บรรณกิจ กรุงเทพมหานคร, 2531.
- สมยศ นาวิการ. การบริหารตามสถานการณ์. สำนักพิมพ์บรรณกิจ กรุงเทพมหานคร, 2532.
- สมศักดิ์ สามัคคีธรรม. สู่ความเป็นเลิศทางวิชาการ. วารสารร่วมพฤษ 13, 2 (พฤศจิกายน-พฤษภาคม 2538) : 20.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 พ.ศ.2545-2549, มีนาคม 2544.
- สุชาติ ศิริสุขไพบูลย์. ทฤษฎีการเรียนรู้. คณะอุตสาหกรรมและวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, กรุงเทพมหานคร, 2528.
- สุชาติ อุกฤษ. ความต้องการศึกษาต่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา. วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์บัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.
- แสง สงวนเรือง. นันททัศนะของนักบริหารสถาบันต่อการอุดมศึกษาเอกชน. จุลสารสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ฉบับพิเศษ, 4 (พฤศจิกายน - พฤษภาคม 2537).
- โสภณต์ พูนเพชรพันธ์. ค่านิยมทางการศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 5 ในจังหวัดอยุธยา. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต วิทยาลัยวิชาการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, 2514.
- อมร รักษาสัตย์. ทฤษฎีผู้ตาม. อนุสรณ์งานพระราชทานเพลิงศพศาสตราจารย์มาลัย หุวนันท์, โรงพิมพ์สวนทองถิ่น กรมการปกครอง กรุงเทพมหานคร, 2522 : 62-63.

อรุณีประภา หอมเศรษฐี. การสื่อสารมวลชนเบื้องต้น. ภาควิชาภาษาไทยและภาษาตะวันออก
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2534.

อัญชัย พรสมผล. กฏตกรรรมกลุ่มและรายบุคคลของนักศึกษาที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงและต่ำ.
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาจิตวิทยา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2534.

เออร์เนส อาร์ ฮิลการ์ด. คู่มือเรียนจิตวิทยาทั่วไป. แปลโดยคณะอาจารย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,
มิตรนราการพิมพ์, กรุงเทพมหานคร, 2519 : 261-262.

การสัมภาษณ์

พระราชสุทธานวมงคล (จรัญ จิตฺตมโม). การเผยแพร่ธรรมะและอันติสงส์จากการปฏิบัติ
กรรมฐาน. 15 กุมภาพันธ์ 2544.

ภาษาอังกฤษ

Abraham H. Maslow. Motivation and Personality. (New York : Haper and Row
Publisher, 1970).

Abraham k. Korman. The Psychology of Motivation. (Engelwood Cliffs : Prentice-Hall,
1974) : 182-188.

Charles R. Wright. Mass Communication. (New York : Random House, Inc., 1959) :
62-65.

David K. Berlo. The Process of Communication. (New York : Holt, Rinchart & Winston,
Inc, 1960) : 12.

Cerek C. Vidler. Achievement Motivation. In Motivation in Education, Samuel Ball,
(New York : Academic Press 1977) : 67-68.

Everett M. Rogers. Communication Strategies for Family Planning. (New York : The
Free Press, 1973) : 43.

Frederick Herzberg, Bernard Mausner and Barbara B. Snyderman. The Motivation to
Work. (New York : John Wiley & Sans, 1959) : 110-120.

Harold D. Lasswell. The Structure and Function of Communication in Society. In
Bernard Berelson and Morris Junowitz (eds.) Reader in Public Opinion can
Communication (New York : The Free Press, 1966) : 1-25.

- Henry A. Murray. Explorations in Personality. (New York : Oxford University Press, 1938) : 152-164.
- Iror Morrish. The Sociology of Education. London : George Allen and Urwin Ltd. 1972.
- Johnston G. James. A Need Analysis of Aspirations for Post Secondary Education Held by High School Students and Adults in the State of Vermont. Psychological Abstracts VI (December 1975) : 3448.
- John W. Atkinson. Motives in Fantasy Action and Society. Prirceton, N.J. : D Van Nostrand Co., 1964 : 240-241.
- John W. Leon Festinger. Conflict, Decision and Dissonance. (California : Standford University Press 1964) : 98-105.
- Joseph T. Klapper. The Effects of Mass Communication. (New York : The Free Press. 1960) : 5-10.
- Mori Takako. Analysis of Factors Influencing Motivation for Becoming Teacher. Journal of Education Research (December 1966) : 174-179.
- Morris S. Viteless. Motivation and Morale in Industry. (New York : W.W. Horton & Company, Inc., 1953) : 14-19.
- RedField Robert. The Folk Society. American Journal of Sociology (January 1947) : 293-308.
- Second and Buckman. Social Psychology. (New York : Mcgraw Hill Book Co., 1964) : 115.
- Stephenson, R.M. Occupational Aspiration and Plan of Ninth Grader. The Journal of Educational Research (May 1995) : 27-35.
- Wilbur Schramm. How Communication Works in the Process and Effects of Mass Communication. Urbana University of Illinois Press, 1954 : 3-26.
- Winston Brombeck and William Howel. Persuasion : A Mean of Social Control. (New York : Prentice, Harle, 1953) :116.



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับการทำวิจัยเพื่อทำวิทยานิพนธ์ระดับมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2543 ภายใต้หัวข้อเรื่อง **แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิตสาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**

ข้อมูลที่ได้จากท่าน จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาด้านการวางแผนและดำเนินการจัดการเรียนการสอนของบัณฑิตวิทยาลัย และคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จึงใคร่ขอความกรุณาในการตอบแบบสอบถามนี้ตามความเป็นจริง และตามความคิดเห็นของท่านเอง โดยไม่ต้องกรอกชื่อของท่านแต่อย่างใด กรุณารวบรวมแบบสอบถามเป็นชุดเดียวกัน และส่งคืนทางตู้ไปรษณีย์ จ่าหน้าถึงผู้วิจัย ตามชื่อและที่อยู่ที่ได้แนบมาให้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับ ความกรุณาจากท่าน จึงใคร่ขอแสดงความขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

นางสาวอโณทัย พึ่งทองหล่อ

นิสิตปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ
ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

เลขที่แบบสอบถาม.....

สำหรับเจ้าหน้าที่

1

2

3

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
คำชี้แจง โปรดวงกลมหน้าข้อที่ตรงกับสถานภาพของท่าน

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

4

2. อายุ

1. 20-24 ปี

2. 25-29 ปี

3. 30-34 ปี

4. 35 ปีขึ้นไป

5

3. สถานภาพการสมรส

1. โสด

2. สมรส

3. หม้าย

4. แยกกันอยู่

6

4. สถานภาพการทำงาน

1. ไม่ได้ทำงาน

2. รับราชการ

3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ

4. พนักงานองค์กรเอกชน

5. ประกอบธุรกิจส่วนตัว

7

5. รายได้ต่อเดือน

1. 5,000 – 10,000 บาท

2. 10,001 – 15,000 บาท

3. 15,001 – 20,000 บาท

4. มากกว่า 20,000 บาท

8

6. สถาบันการศึกษาระดับปริญญาตรี

1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

3. มหาวิทยาลัยศิลปากร

4. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

5. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

6. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

7. มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

8. มหาวิทยาลัยรังสิต

9. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

9

7. ท่านจบการศึกษาจากคณะใด

1. คณะอักษรศาสตร์

2. คณะเศรษฐศาสตร์

3. คณะวิศวกรรมศาสตร์

4. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

5. คณะบริหารธุรกิจ

6. คณะนิติศาสตร์

10

- 7. คณะนิเทศศาสตร์
 - 8. คณะแพทยศาสตร์
 - 9. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
8. อาชีพหลักของบิดา
- 1. ไม่ได้ทำงาน
 - 2. รับราชการ
 - 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - 4. พนักงานองค์กรเอกชน
 - 5. ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 - 6. เกษียณ
9. อาชีพหลักของมารดา
- 1. ไม่ได้ทำงาน
 - 2. รับราชการ
 - 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - 4. พนักงานองค์กรเอกชน
 - 5. ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 - 6. เกษียณ

11

12

ตอนที่ 2 เหตุผลที่เป็นแรงจูงใจในการศึกษาต่อ

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความรู้สึกที่แท้จริงของท่านเพียงข้อละ 1 ข้อ เท่านั้น

- มากที่สุด หมายถึง เป็นเหตุผลที่มีความสำคัญมากที่สุดที่ทำให้ท่านเข้าศึกษาต่อ
- มาก หมายถึง เป็นเหตุผลที่มีความสำคัญมากที่ทำให้ท่านเข้าศึกษาต่อ
- ปานกลาง หมายถึง เป็นเหตุผลที่มีความสำคัญปานกลางที่ทำให้ท่านเข้าศึกษาต่อ
- น้อย หมายถึง เป็นเหตุผลที่มีความสำคัญน้อยที่ทำให้ท่านเข้าศึกษาต่อ
- น้อยที่สุด หมายถึง เป็นเหตุผลที่มีความสำคัญน้อยที่สุดหรือไม่ใช่เหตุผลที่ทำให้ท่านเข้าศึกษาต่อ

ข้อที่	แรงจูงใจในการศึกษาต่อ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ด้านความมุ่งหวังของตนเอง							
1.	ต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาเอก						<input type="checkbox"/> 13
2.	ต้องการได้รับความรู้ใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม						<input type="checkbox"/> 14
3.	ต้องการนำความรู้ที่ได้ไปช่วยเหลือชุมชนที่ประสบปัญหา						<input type="checkbox"/> 15
4.	ต้องการปรับปรุงตนเองด้านการเข้าสังคม						<input type="checkbox"/> 16
5.	ต้องการการยอมรับนับถือจากสังคมและบุคคลรอบข้าง						<input type="checkbox"/> 17
6.	ต้องการมีเพื่อนหรือสังคมใหม่ ๆ						<input type="checkbox"/> 18
7.	ต้องการเรียนเพื่อมีความรู้ความสามารถเท่าเทียมผู้อื่น						<input type="checkbox"/> 19
8.	ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมใหญ่						<input type="checkbox"/> 20
9.	ต้องการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์						<input type="checkbox"/> 21
ด้านอิทธิพลจากสื่อบุคคล							
10.	บิดา มารดาแนะนำให้มาเรียน						<input type="checkbox"/> 22
11.	ญาติพี่น้องแนะนำให้มาเรียน						<input type="checkbox"/> 23
12.	อาจารย์แนะนำให้มาเรียน						<input type="checkbox"/> 24
13.	เพื่อนฝูงแนะนำให้มาเรียน						<input type="checkbox"/> 25
14.	รุ่นพี่ที่จบการศึกษาไปแล้วแนะนำให้มาเรียน						<input type="checkbox"/> 26
15.	ผู้ประสบความสำเร็จในวิชาที่เรียนแนะนำให้มาเรียน						<input type="checkbox"/> 27
16.	ผู้บังคับบัญชาแนะนำให้มาเรียน						<input type="checkbox"/> 28
17.	ได้รับการสนับสนุนจากสถาบันและสมาคมต่าง ๆ						<input type="checkbox"/> 29

ข้อที่	แรงจูงใจในการศึกษาต่อ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ด้านการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน							
18.	ได้รับข่าวสารการศึกษาต่ออนิเทศ ศาสตรมหาบัณฑิต จากสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และ อินเทอร์เน็ต						<input type="checkbox"/> 30
19.	ได้รับข่าวสารจากการศึกษาต่ออนิเทศ ศาสตรมหาบัณฑิต จากการประชาสัมพันธ์ สัมพันธของคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย						<input type="checkbox"/> 31
20.	ความมีชื่อเสียงของจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย						<input type="checkbox"/> 32
ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน							
21.	หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนตรง กับความต้องการของตนเอง						<input type="checkbox"/> 33
22.	คุณภาพและชื่อเสียงของ อาจารย์ผู้สอน						<input type="checkbox"/> 34
23.	เทคนิควิธีที่ใช้ในการเรียนการสอนมี คุณภาพ						<input type="checkbox"/> 35
24.	ความพร้อมด้านอุปกรณ์การศึกษา						<input type="checkbox"/> 36
25.	ความพร้อมด้านอาคารสถานที่						<input type="checkbox"/> 37
26.	ความพร้อมด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เช่น คอมพิวเตอร์ เครื่องปรับอากาศ บริการสารสนเทศ ฯลฯ						<input type="checkbox"/> 38
27.	ค่าใช้จ่ายในการศึกษา ได้แก่ ค่าหน่วยกิต ค่าธรรมเนียมการศึกษา ค่าอุปกรณ์การศึกษา ฯลฯ ไม่แพงจน เกินไป						<input type="checkbox"/> 39

ข้อที่	แรงจูงใจในการศึกษาต่อ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
28.	หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนเป็น ที่ต้องการของตลาดแรงงาน						<input type="checkbox"/> 40
29.	หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอน ตรงกับความสามารถและความถนัด ของตนเอง						<input type="checkbox"/> 41
30.	หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอน สอดคล้องกับลักษณะงานที่ทำ ประจำ						<input type="checkbox"/> 42
31.	หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนตรง กับสาขาที่จบการศึกษาในระดับ ปริญญาตรี						<input type="checkbox"/> 43
ด้านการพัฒนาวิชาชีพ							
32.	ความจำเป็นในตำแหน่งหน้าที่การ งานที่สูงขึ้น หรือต้องการเลื่อน ตำแหน่ง						<input type="checkbox"/> 44
33.	ต้องการพัฒนาวิชาชีพของตนเองใน อนาคต						<input type="checkbox"/> 45
34.	ต้องการพัฒนาศักยภาพและความรู้ ของตนเอง เพื่อเตรียมความพร้อม และความสามารถในการทำงานได้ หลายๆ อย่างในหน่วยงานต่าง ๆ ได้						<input type="checkbox"/> 46
35.	ต้องการหลีกเลี่ยงอาชีพเดิมที่ไม่เจริญ ก้าวหน้า						<input type="checkbox"/> 47
36.	เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปประกอบเป็น อาชีพหลัก						<input type="checkbox"/> 48
37.	เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปประกอบเป็น อาชีพเสริม						<input type="checkbox"/> 49
38.	เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปหารายได้พิเศษ						<input type="checkbox"/> 50

ข้อที่	แรงจูงใจในการศึกษาต่อ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ด้านทุนทรัพย์ในการศึกษาต่อ							
39.	ทุนจากญาติพี่น้อง						<input type="checkbox"/> 51
40.	ทุนจากครูอาจารย์						<input type="checkbox"/> 52
41.	ทุนจากองค์กรรัฐบาล						<input type="checkbox"/> 53
42.	ทุนจากสถานประกอบการของเอกชน						<input type="checkbox"/> 54
43.	ทุนจากสมาคมหรือมูลนิธิ						<input type="checkbox"/> 55
ด้านอื่น ๆ							
44.	ยังไม่มื้งานทำ						<input type="checkbox"/> 56
45.	ความสะดวกในการเดินทาง						<input type="checkbox"/> 57
46.	บิดาหรือมารดาเคยศึกษาอยู่						<input type="checkbox"/> 58
47.	บิดาหรือมารดามีความคุ้นเคยกับ อาจารย์ผู้สอน						<input type="checkbox"/> 59
48.	บิดาหรือมารดาทำงานอยู่ในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย						<input type="checkbox"/> 60
49.	มีปัญหาด้านการเกษตรที่ทหาร						<input type="checkbox"/> 61
50.	เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาบางอย่างจากที่บ้าน						<input type="checkbox"/> 62
51.	เพื่อหลีกเลี่ยงจากภาระหน้าที่รับผิดชอบจากการงานชั่วคราว						<input type="checkbox"/> 63
52.	เพื่อขจัดปัญหาความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน						<input type="checkbox"/> 64
53.	เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศจากบ้านหรือ ภารกิจประจำวัน						<input type="checkbox"/> 65
54.	เพื่อให้ชีวิตที่ดำเนินต่อไปมีความแตกต่างไปจากเดิม						<input type="checkbox"/> 66
55.	อื่น ๆ (โปรดระบุ)						<input type="checkbox"/> 67

ท่านมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการศึกษาต่อระดับมหาบัณฑิต สาขานิติศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน

1.1 โครงสร้างหลักสูตร.....

.....

1.2 เนื้อหารายวิชา.....

.....

1.3 การวัดและประเมินผล.....

.....

2. ด้านการสอบเข้า

2.1 การสอบข้อเขียน.....

.....

2.2 การสอบสัมภาษณ์.....

.....

3. ด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย.....

.....

4. ด้านอื่น ๆ.....

.....

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติของผู้วิจัย

นางสาวอโณทัย พึ่งทองหล่อ เกิดวันที่ 17 สิงหาคม พ.ศ.2519 ที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร ศึกษาในระดับมัธยมศึกษาที่โรงเรียนทิวไผ่งาม สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี เกียรตินิยมอันดับ 2 คณะมนุษยศาสตร์ สาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ในปีการศึกษา 2539 และเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2542 ปัจจุบันปฏิบัติงานเป็นเลขานุการผู้บริหารระดับสูง บริษัทอันดามันคลับ จำกัด



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย