

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษา
ระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

The logo of Sakon Nakhon Rajabhat University is a circular emblem. It features a central sun-like symbol with rays, surrounded by a ring of stylized leaves or petals. The outermost ring contains the university's name in Thai script: "มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา" (Mahavithayalai Rajabhat Sakon Nakhon).

ณัฐสิมา นครกันท์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการ
คณานิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

2566

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษา

ระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

ณัฐสิมา นครกัณฑ์

คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ศาสตราจารย์พัชณี เขยจรรยา)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อศวิน เนตรโพธิ์แก้ว)

..... กรรมการ
(ศาสตราจารย์พัชณี เขยจรรยา)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์)

บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z
ชื่อผู้เขียน	นางสาวณัฐสิมา นครกัณฑ์
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร)
ปีการศึกษา	2566

งานวิจัยเรื่องปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อกับการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจจากสื่อและการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z 5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจจากสื่อกับการใช้ประโยชน์จากสื่อและการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z 6) ศึกษาการความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์จากสื่อกับการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z 7) ศึกษาแรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ กับการพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

งานวิจัยนี้เป็นการใช้การวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นวิธีการเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเด็ก Generation Z ที่เกิดในช่วงนี้ ซึ่งจะมีอายุในช่วงอายุ 15-19 ปี จำนวน 400 คน และใช้การวิจัยแบบเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) กับ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ได้แก่ นักเรียนสายวิทย์-คณิต นักเรียนสายศิลป์-คำนวณจำนวน และนักเรียนสายศิลป์-ภาษา รวมจำนวน 8 คน

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า แรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ระบุว่า ต้องการให้มีสื่อ
ประชาสัมพันธ์ และความทันสมัยของข้อมูลเพื่อประกอบในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อ



ABSTRACT

Title of Thesis	Causal Factors Affecting Generation Z Children's Decision to Study in Higher Education Institutions.
Author	Miss Natsima Nakornkun
Degree	Master of Arts (Communication and Innovation)
Year	2023

This research on causal factors affecting generation Z children's decision to study in higher education institutions aims to 1) study motivation, information seeking, lifestyle, The utilization and gratifications of media and their decision to study in a higher education institution of Generation Z children 2) to study the relationship between lifestyle and information seeking utilization and gratifications of media 3) to study the relationship between motivation and information seeking. satisfaction and utilization of media; 4) to study the relationship between information seeking and media gratifications and their decision to study in higher education institutions of Generation Z children 5) Studying the relationship between media-to-media needs and research into this matter at the higher education level of Generation Z children 6) to study the relationship between the utilization of media and the decision to study in a higher education institution of children of Generation Z 7) studies motivation. seeking information lifestyle and the utilization and gratifications of the media and predicting the decision to study in higher education institutions of Generation Z children.

This research was the use of quantitative research. (Quantitative Research) is a oriented approach. Survey using questionnaires as a tool to collect data from a sample of Generation Z children born during this period. which will be aged between 15-19 years, totaling 400 people and using qualitative research. The in-depth interview was conducted with Mathayomsuksa 6students, namely Science and Mathematics students. Art students - calculating numbers and art-language students, totaling 8 people.

The results of the quantitative research revealed that motivation, information seeking, lifestyle and the utilization and gratifications of the media predicting the decision to study in higher education institutions of Generation Z children.

The qualitative research found that most of the key informants stated that want to have public relations media and the up-to-date information to support the decision to choose to study further.



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ เนื่องมาจากผู้วิจัยได้รับความช่วยเหลือและการสนับสนุนของบุคคลหลายฝ่ายในการให้ข้อมูล ให้คำปรึกษา และคำแนะนำ รวมถึงผู้ที่ได้กรุณาให้ข้อมูลการสัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ช่วยให้คำปรึกษา ดูแลเอาใจใส่ และให้ความช่วยเหลือตลอดการทำวิจัยครั้งนี้ และชี้แนะสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์มาโดยตลอด รวมทั้งขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว ประธานกรรมการ และรองศาสตราจารย์ ดร.กุลธิดา ธรรมวิภาชน์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ที่กรุณาให้คำแนะนำเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัยในครั้งนี้ รวมถึงกรุณาพิจารณาและตรวจสอบวิทยานิพนธ์เล่มนี้ให้มีความถูกต้องและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นตลอดช่วงระยะเวลาของการศึกษา

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และบุคลากรของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชที่ได้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ รวมทั้งผู้มีอุปการะคุณที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จที่คอยให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน และให้กำลังใจทำให้ผู้วิจัยสามารถจัดทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ได้สำเร็จเป็นเล่มสมบูรณ์

ณัฐสิมา นครกัณฑ์

ตุลาคม 2566

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ค
ABSTRACT	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ท
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 ปัญหาการนำวิจัย	4
1.3 วัตถุประสงค์.....	5
1.4 สมมติฐาน.....	5
1.5 ขอบเขตการศึกษา	6
1.6 นิยามศัพท์.....	6
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	8
2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจ.....	8
2.1.1 นิยามของแรงจูงใจ.....	8
2.1.2 ประเภทแรงจูงใจ	9
2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจ.....	10
2.2 ทฤษฎีการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร (Information Seeking Theory).....	12
2.2.1 นิยามของการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	12

2.2.2 แหล่งที่มาของการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	12
2.2.3 ลักษณะการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	13
2.2.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	14
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)	15
2.3.1 นิยามของรูปแบบการดำเนินชีวิต	15
2.3.2 ลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิต	16
2.3.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต	17
2.3.4 การวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต	18
2.4 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (U&G)	20
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ	22
2.5.1 นิยามของการตัดสินใจ	22
2.5.2 กระบวนการตัดสินใจ	23
2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ Generation Z	25
2.7 กรอบแนวคิด	27
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	28
3.1 ประเภทของงานวิจัย	28
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	28
3.3 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย	29
3.4 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	31
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	31
3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	33
3.7 การทดสอบเครื่องมือ	34
3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	35
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	37

4.1 การวิเคราะห์ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง	37
4.2 การวิเคราะห์ด้านแรงจูงใจ.....	40
4.3 การวิเคราะห์ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	41
4.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต.....	45
4.5 ผลการวิเคราะห์ด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	47
4.6 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจ	48
4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	50
4.8 การวิจัยเชิงคุณภาพ.....	61
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	64
5.1 สรุปผลการวิจัย	65
5.1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง.....	65
5.1.2 แรงจูงใจเพื่อตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z	65
5.1.3 การแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z	65
5.1.4 รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของกลุ่มตัวอย่าง	66
5.1.5 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อของกลุ่มตัวอย่าง.....	66
5.1.6 การตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z .	67
5.1.7 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	68
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	70
5.2.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง	70
5.2.2 แรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต และการใช้ประโยชน์และ ความพึงพอใจจากสื่อ กับการพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z	70
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	72

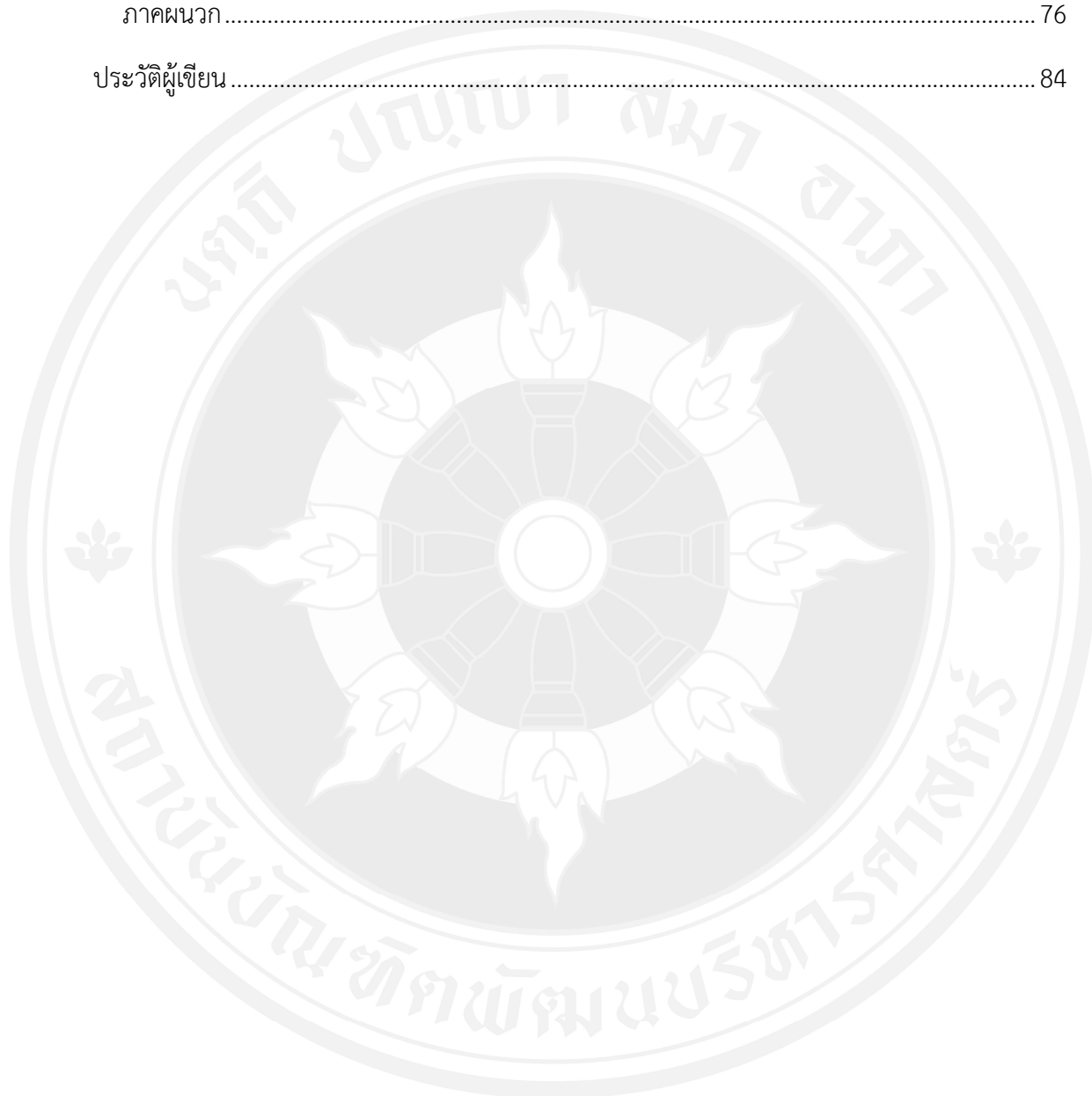
5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ 72

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต..... 72

บรรณานุกรม..... 73

ภาคผนวก..... 76

ประวัติผู้เขียน..... 84



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1	ลักษณะการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	13
ตารางที่ 2.2	แนวทางการตั้งคำถามของการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs	18
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	38
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	38
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ครอบครัว	39
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ส่วนบุคคล	39
ตารางที่ 4.5	แสดงค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่าง.	40
ตารางที่ 4.6	แสดงค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ของกลุ่มตัวอย่าง	42
ตารางที่ 4.7	แสดงค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตแต่ละ ด้านของกลุ่มตัวอย่าง	43
ตารางที่ 4.8	แสดงค่าวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 1	45
ตารางที่ 4.9	แสดงค่าวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 2	45
ตารางที่ 4.10	แสดงค่าวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 3	46
ตารางที่ 4.11	แสดงค่าวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 4	46
ตารางที่ 4.12	แสดงค่าวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 5	46
ตารางที่ 4.13	แสดงค่าวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 6	47
ตารางที่ 4.14	แสดงค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการใช้ประโยชน์และความ พึงพอใจต่อสื่อของกลุ่มตัวอย่าง	47
ตารางที่ 4.15	แสดงค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อใน สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z	48
ตารางที่ 4.16	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	50
ตารางที่ 4.17	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความพึงพอใจจากสื่อ	51
ตารางที่ 4.18	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการใช้ประโยชน์จากสื่อ	52

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร. 53

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับความพึงพอใจจากสื่อ..... 54

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการใช้ประโยชน์จากสื่อ 55

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจจากสื่อ ... 56

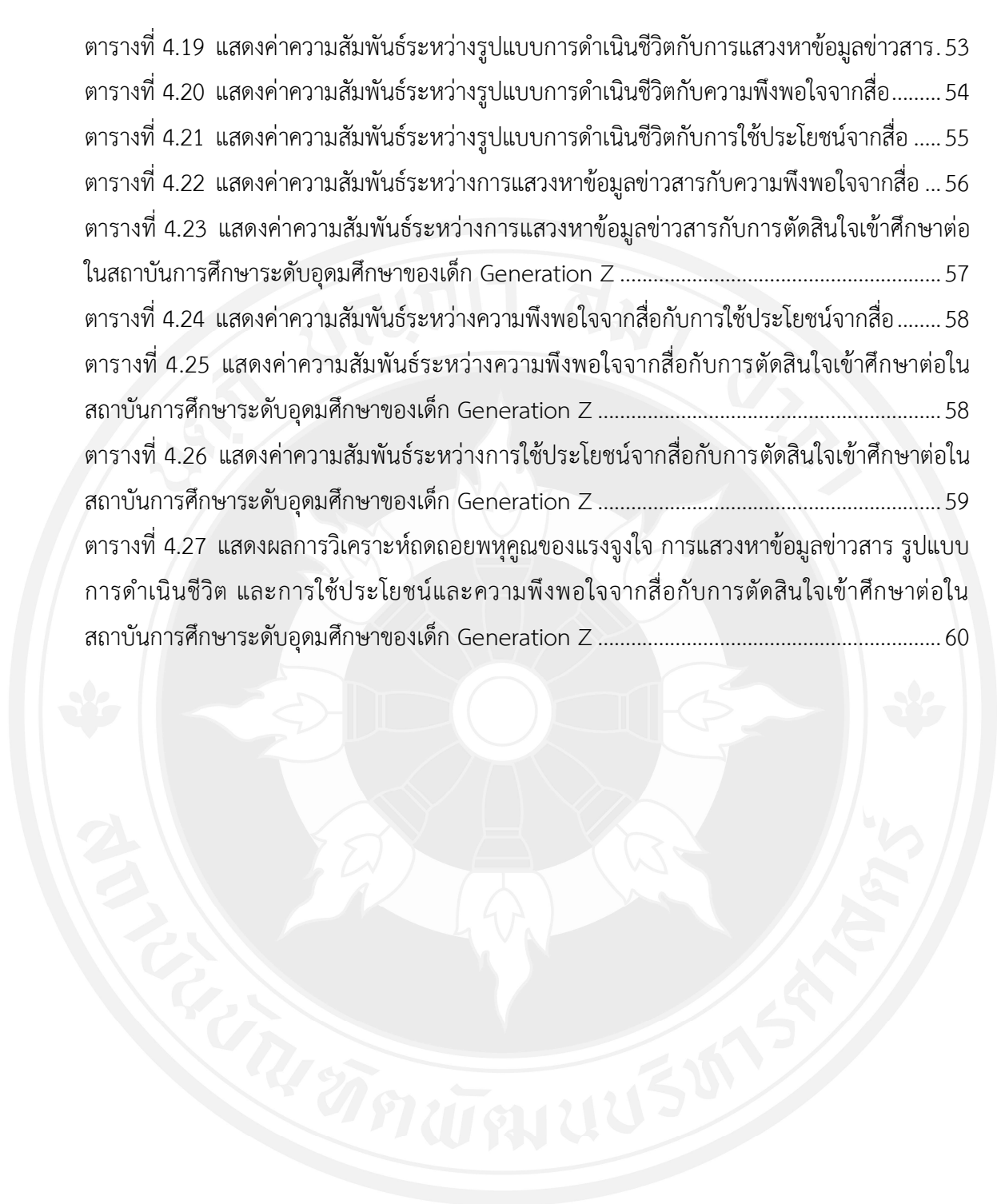
ตารางที่ 4.23 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข้อมูลข่าวสารกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ
 ในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z 57

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจจากสื่อกับการใช้ประโยชน์จากสื่อ..... 58

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจจากสื่อกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อใน
 สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z 58

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์จากสื่อกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อใน
 สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z 59

ตารางที่ 4.27 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของแรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบ
 การดำเนินชีวิต และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อใน
 สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z 60



สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1	จำนวนอัตราการเกิดของประชากรในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557-2565.....	2
ภาพที่ 1.2	จำนวนนักศึกษาใหม่ที่เลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยรัฐทั่วประเทศ ไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557-2564	3
ภาพที่ 2.1	ลำดับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์.....	11
ภาพที่ 2.2	รูปแบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการบริโภค	17
ภาพที่ 2.3	แบบจำลองการสื่อสาร.....	20
ภาพที่ 2.4	กระบวนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน.....	23

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

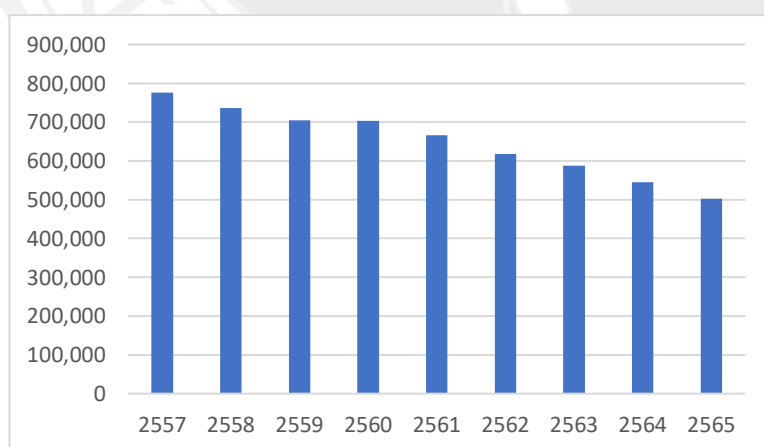
การศึกษาเป็นหนึ่งในสิ่งที่จะช่วยพัฒนาระดับคุณภาพของชีวิตและหน้าที่การงานของมนุษย์ ประชากรส่วนใหญ่ต่างก็ให้ความสำคัญกับการศึกษาเป็นอย่างมาก รวมถึงรัฐบาลได้เข้ามาส่งเสริมและสนับสนุนจัดวางแผนในระบบการศึกษาให้พัฒนาเข้ากับยุคสมัย เพราะถือว่าการศึกษาเป็นหนึ่งในปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ทำให้มนุษย์มีคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี มีความรู้ มีความสามารถ และมีคุณธรรม สามารถนำมาใช้เพื่อให้ตนเองประสบความสำเร็จและสามารถสร้างประโยชน์แก่สังคมโดยรวมได้ อีกทั้งการศึกษายังช่วยในการพัฒนาประเทศ ทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ โดยคนส่วนมากในสังคมไทยเชื่อว่าการได้รับการศึกษาที่สูงขึ้นมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในชีวิต มีโอกาสในการทำงานที่ดีมีชื่อเสียง ได้รับการยกย่องและการยอมรับจากคนในสังคม ด้วยเหตุนี้ทำให้นักเรียนที่สำเร็จการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ต่างมุ่งหวังเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา

สำหรับประเทศไทย ได้ให้ความสำคัญกับระบบการศึกษาเป็นอย่างมาก จะเห็นได้จากการจัดทำแผนพัฒนาการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการฉบับที่ ๑๒ ซึ่งได้มีการกำหนดเป้าหมายหลักของแผนพัฒนาการศึกษา อาทิ พัฒนาให้มีคุณภาพการศึกษาของไทยดีขึ้น คนไทยมีคุณธรรมจริยธรรม สามารถปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาประเทศในอนาคต มีการผลิตทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพ พัฒนากำลังคนให้สอดคล้องกับความต้องการในการจัดการศึกษาทุกระดับ ทุกประเภท พัฒนาเทคโนโลยีต่างๆให้ประชาชนทุกคน ทุกเพศ ทุกวัยได้เข้าถึงระบบการศึกษาได้ง่าย สะดวก ไม่จำกัดเวลา และสถานที่ สามารถเรียนรู้ได้ตลอดชีวิต เพื่อสร้างโอกาสทางการศึกษาให้แก่ประชาชนอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง อีกทั้งยังมีการพัฒนาระบบบริหารการจัดการและส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมไปกับการพัฒนาและจัดการงบประมาณเพื่อให้พัฒนาระบบการศึกษาอย่างมีคุณภาพ โดยระบบการศึกษาของประเทศไทยนั้นมีด้วยกันหลายระดับ ตั้งแต่ระดับชั้นการศึกษาปฐมวัย ประถมศึกษา มัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา ระดับชั้นอุดมศึกษาและเทียบเท่าซึ่งในระดับอุดมศึกษาและเทียบเท่า ในประเทศไทยมีสถาบันจำนวนมาก ได้แก่ สถาบันอุดมศึกษาของรัฐมีทั้งหมด 84

สถาบัน และสถาบันอุดมศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษาหรือมหาวิทยาลัยเอกชนมี 72 สถาบัน (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2566) จึงสามารถรับผู้ที่ต้องการเข้าเรียนในระดับชั้นอุดมศึกษาและเทียบเท่าได้เป็นจำนวนมาก ทั้งนี้เนื่องจากมีสถาบันอยู่เป็นจำนวนมากและด้วยงบประมาณที่จำกัด จึงทำให้เกิดการแข่งขันทางการตลาด ทำนโยบายต่างๆให้ดึงดูดให้นักศึกษาเข้ามา เพื่อให้สถาบันคงอยู่รอดได้ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ด้วยเหตุนี้จึงเกิดวิกฤตการณ์ทำให้จำนวนนักศึกษาที่ต้องการเข้าสถาบันมีจำนวนลดลง ไม่ตรงตามเป้าหมายของสถาบันนั้นๆ หากแต่วิกฤตการณ์การศึกษานี้ ไม่ได้เกิดจากปัจจัยจากการแข่งขันทางการตลาดของสถาบันต่างๆเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากปัจจัยหลายๆประการที่ส่งผลให้จำนวนผู้ที่ต้องการเข้าศึกษาต้องมีจำนวนลดลงตามไปด้วย

ในส่วนของอัตราการเกิดของประชากรในประเทศไทย พบว่า อัตราการเกิดย้อนหลัง 9 ปี ในช่วงปี 2556 ถึงปี 2565 โดยปี 2557 มีอัตราการเกิดของประชากรจำนวน 776,390 คน ปี 2558 มีอัตราการเกิดของประชากรจำนวน 736,352 คน ปี 2559 มีอัตราการเกิดของประชากรจำนวน 704,058 คน ปี 2560 มีอัตราการเกิดของประชากรจำนวน 702,755 คน ปี 2561 มีอัตราการเกิดของประชากรจำนวน 666,109 คน ปี 2562 มีอัตราการเกิดของประชากรจำนวน 618,193 คน ปี 2563 มีอัตราการเกิดของประชากรจำนวน 587,368 คน ปี 2564 มีอัตราการเกิดของประชากรจำนวน 544,570 คน ปี 2565 มีอัตราการเกิดของประชากรจำนวน 502,107 คน ซึ่งจะเห็นได้ว่า อัตราการเกิดของประชากรมีจำนวนการลดลงติดต่อกันถึง 9 ปี (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2566ก) ดังภาพที่ 1.1

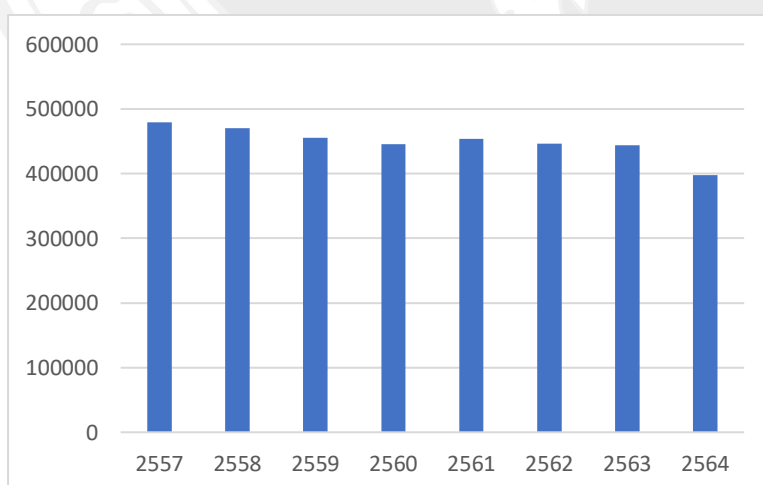
ภาพที่ 1.1 จำนวนอัตราการเกิดของประชากรในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557-2565



แหล่งที่มา: สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (2566).

นอกจากนี้ปัจจัยอีกอย่างหนึ่งคือปัจจัยทางลักษณะพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยของมนุษย์แต่ละรุ่น โดยรุ่นในปัจจุบันนี้อยู่ในช่วงของ Generation Z หรือ Gen Z เป็นรุ่นที่เกิดมาก่อนข้างเต็มไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างมากมาย โดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิต รู้จักเทคโนโลยีตั้งแต่จำความได้ เรียกได้ว่า รุ่น Generation Z หรือ Gen Z เป็นรุ่นที่อยู่ในยุคของสังคมออนไลน์ เนื่องจาก รูปแบบการดำเนินการใช้ชีวิตจะเชื่อมต่อเข้ากับโลกออนไลน์เกือบจะตลอดเวลาเพื่อใช้ทำกิจกรรมต่างๆ อาทิเช่น เพื่อเข้าสังคม การใช้จ่าย ดูทีวี เล่นเกมส์ ฟังเพลง เพื่อการพักผ่อนหรือผ่อนคลายความเครียดต่างๆ ทำให้มีลักษณะพฤติกรรมที่ชอบทำในสิ่งที่ชอบ มีความเป็นตัวของตัวเองสูง รักความสะดวกสบาย ไม่ชอบอยู่ในกฎระเบียบหรือเป็นทางการ ทำอะไรหลายๆอย่างพร้อมในเวลาเดียวกันได้ ทั้งยังมีลักษณะต้องการพื้นที่ในการแสดงออกทางความคิดเห็นส่วนตัว เพื่อเรียกร้องการตอบรับจากสังคม หากความคิดเห็นที่ถูกแสดงออกไปและได้รับการตอบรับกลับมาเท่าไรจะทำให้ยิ่งรู้สึกดีและมีความสุขมากที่ได้กลายเป็นจุดเด่นทางสังคม หากต้องการข้อมูลข่าวสารใดๆหรือเรียนรู้ในสิ่งต่างๆ จะเข้าไปแสวงหาข้อมูลบนโลกออนไลน์ได้ทันทีเพื่อตอบสนอง ความอยากรู้และข้อสงสัยต่างๆ ด้วยเหตุนี้อัตราการเกิดของประชากรในประเทศไทยและลักษณะพฤติกรรมของรุ่น Generation Z หรือ Gen Z จึงเป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลให้จำนวนนักศึกษาที่ต้องการเข้าสถาบันในระดับอุดมศึกษาลดลง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2566) ดังภาพที่ 1.2

ภาพที่ 1.2 จำนวนนักศึกษาใหม่ที่เลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยรัฐทั่วประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557-2564



แหล่งที่มา: สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา (2566).

จากความเป็นมาข้างต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของเด็ก Generation Z ว่าปัจจัยในด้านของ แรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมีส่วนช่วยในการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z หรือไม่อย่างไร และผลงานวิจัยนี้สามารถเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางให้กับผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิตและการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อกับการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

1.2 ปัญหาการนำวิจัย

1.2.1 แรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อกับการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z เป็นอย่างไร

1.2.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อ หรือไม่ อย่างไร

1.2.3 แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อหรือไม่ อย่างไร

1.2.4 การแสวงหาข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากสื่อและการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z หรือไม่ อย่างไร

1.2.5 ความพึงพอใจจากสื่อมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อและการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z หรือไม่ อย่างไร

1.2.6 การใช้ประโยชน์จากสื่อมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือไม่ อย่างไร

1.2.7 แรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z หรือไม่ อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 เพื่อศึกษาแรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อกับการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

1.3.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อ

1.3.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อ

1.3.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจจากสื่อและการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

1.3.5 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจจากสื่อกับการใช้ประโยชน์จากสื่อและการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

1.3.6 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างใช้ประโยชน์จากสื่อมีกับการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

1.3.7 เพื่อศึกษาแรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ กับการพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

1.4 สมมติฐาน

1.4.1 แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

1.4.2 แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากสื่อ

1.4.3 แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อ

1.4.4 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

1.4.5 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากสื่อ

1.4.6 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อ

1.4.7 การแสวงหาข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากสื่อ

1.4.8 การแสวงหาข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

1.4.9 ความพึงพอใจจากสื่อมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อ

1.4.10 ความพึงพอใจจากสื่อที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

1.4.11 การใช้ประโยชน์จากสื่อที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

1.4.12 แรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต และการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อ สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

1.5 ขอบเขตการศึกษา

1.5.1 การวิจัยนี้เป็นการใช้การวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นวิธีการเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และใช้การวิจัยแบบเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview)

1.5.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้คือ กลุ่มของเด็ก Generation Z ที่เกิดในช่วงพ.ศ. 2540-2558 หรือ ค.ศ. 1997-2015 ซึ่งจะมีอายุในช่วงอายุ 15-19 ปี จำนวน 400 คน

1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 สถาบันระดับอุดมศึกษา หมายถึง หน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการจัดการเรียนการสอน ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป

1.6.2 การตัดสินใจ ในงานวิจัยนี้หมายถึง กระบวนการขั้นตอนที่บุคคลนั้นตกลงใจเลือกที่จะ เข้าในสถาบันระดับอุดมศึกษาตามที่ต้องการ

1.6.3 แรงจูงใจ หมายถึง กระบวนการของจิตใจที่ถูกกระตุ้นหรือผลักดันความคิดและการกระทำเพื่อให้บุคคลนั้นสามารถตัดสินใจเข้าสถาบันระดับอุดมศึกษา โดยในงานวิจัยนี้ แรงจูงใจจะมาจากด้านเหตุผลส่วนตัว ด้านการประกอบอาชีพ ด้านสังคม และด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง

1.6.4 รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลนั้น ทั้งในด้านของ การทำกิจกรรม ความสนใจ และความเห็นต่าง ๆ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเลือกเข้าสถาบัน ระดับอุดมศึกษา

1.6.5 การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การที่บุคคลนั้นทำการค้นหา สืบค้น ข้อมูลต่างๆ เพื่อให้ได้ความรู้หรือข้อมูลที่ต้องการในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา โดยในงานวิจัยนี้

จะใช้การวิเคราะห์จากการใช้สื่อเพื่อหาข้อมูลข่าวสาร การหาข้อมูลที่เฉพาะเจาะจง และการหาข้อมูลอย่างต่อเนื่อง

1.6.6 การใช้ประโยชน์ หมายถึง การนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประโยชน์ตามความต้องการของบุคคลนั้น เช่น ใช้ในการตัดสินใจเข้าสถาบันระดับอุดมศึกษา

1.6.7 ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความพอใจของบุคคลนั้นเมื่อได้ประโยชน์จากการค้นหาข่าวสาร

1.6.8 สังคมออนไลน์ หมายถึง การที่มนุษย์เข้าหา พูดคุย ทำความรู้จักกันผ่านสื่อออนไลน์

1.6.9 สื่อออนไลน์ หมายถึง เทคโนโลยีของการสื่อสารซึ่งเป็นช่องทางในการสื่อสารผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) ยูทูบ (Youtube)

1.6.10 รุ่น Generation Z หรือ Gen Z ในงานวิจัยนี้หมายถึง กลุ่มคนที่เกิดยุคที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยและมีความสะดวกสบายรอบด้าน มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีต่างๆ

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้หรือเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อกับการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

1.7.2 เพื่อนำองค์ความรู้ประโยชน์ให้สถาบันการศึกษาสามารถประยุกต์ใช้ แรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อและการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาเป็นแนวทางในการจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของเด็ก Generation Z

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้ารวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการศึกษาศึกษาและวิเคราะห์ โดยมีหัวข้อดังนี้

- 2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจ
- 2.2 ทฤษฎีการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร (Information Seeking Theory)
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต
- 2.4 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ
- 2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ Generation Z
- 2.7 กรอบแนวคิด

2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจ

2.1.1 นิยามของแรงจูงใจ

Hilgard (Hilgard, 1981, อ้างถึงใน ชูชีพ อ่อนโคกสูง, 2546) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจไว้ว่า ปัจจัยหรือองค์ประกอบที่ไปกระตุ้นบุคคลให้เกิดพลังและนำไปสู่การกระทำ

อารี พันธมณี (2542) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจไว้ว่า ภาวะใด ๆ ก็ตามที่กระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมา

สุวัฒน์ วัฒนวงศ (2544) ได้ให้ความหมายแรงจูงใจไว้ว่า สิ่งโน้มน้าวหรือสิ่งชักนำให้บุคคลเกิดการกระทำหรือปฏิบัติการ

Woolfolk (Woolfolk, 2001 อ้างถึงใน ศิริรักษา ศรีโคกล่าม, 2556) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจไว้ว่า พลังหรือสภาวะภายในที่กระตุ้นให้ทำพฤติกรรมที่มีทิศทางด้วยความกระตือรือร้น มุ่งมั่นพยายามจนบรรลุจุดหมายปลายทางที่ต้องการซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดภายในร่างกาย

ราตรี กลิ่นประทุม (2545) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจไว้ว่า กระบวนการที่เปราะบางหรือสิ่งเร้าแรงกระตุ้นที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อสนองความต้องการของตนเอง

นรงค์ฤทธิ์ สุรชิต (2547) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจไว้ว่า สิ่งกระตุ้นหรือสิ่งเร้าที่ทำให้บุคคลเกิดความต้องการและตัดสินใจกระทำเพื่อตอบสนองความต้องการของคน

สมโภชน์ เอี่ยมสุภชาติ (2547) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจไว้ว่า สิ่งที่บุคคลคาดหวังโดยสิ่งนั้นอาจเป็นสิ่งที่บุคคลพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจก็ได้ความคาดหวังนี้เป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมา

จุฑารัตน แดงโสภา (2549) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจไว้ว่า สภาวะหรือแรงกระตุ้นที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจโดยมีปัจจัยวิธีการกระบวนการหรือสิ่งเร้าที่เปราะบางชักนำเพื่อตอบสนองความต้องการของตน

จึงสรุปได้ว่า แรงจูงใจหมายถึง ปัจจัยหรือองค์ประกอบใดๆทั้งที่เป็นเชิงบวกหรือเชิงลบได้มากระตุ้นให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมออกมาเพื่อตอบสนองกับความต้องการของบุคคลนั้น

2.1.2 ประเภทแรงจูงใจ

ในกลุ่มนักจิตวิทยาได้แบ่งประเภทของแรงจูงใจออกเป็นประเภทต่างๆ มีวิธีการแบ่งที่หลากหลายวิธีเพื่อง่ายต่อการศึกษาและนำเสนอ โดยวิธีที่นิยมแบ่งประเภทของแรงจูงใจกันมากมีด้วยกัน 2 วิธีดังนี้

1) แบ่งจากลักษณะของแรงจูงใจซึ่งได้แบ่งลักษณะของแรงจูงใจออกไปอีก 2 ประเภท คือ

(1) แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motives) คือแรงจูงใจที่ถูกกระตุ้นจากภายในตัวบุคคลให้แสดงพฤติกรรมต่างๆออกมาตามความต้องการของบุคคลด้วยความเต็มใจ เช่น ช่วยเหลือคนชรากำลังข้ามถนน ความภาคภูมิใจต่อองค์กรที่กำลังทำงานอยู่

(2) แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motives) คือแรงจูงใจที่ถูกกระตุ้นจากภายนอกตัวบุคคลแสดงพฤติกรรมต่างๆออกมาตามโดยหวังสิ่งตอบแทน และแรงจูงใจนี้ไม่ได้อยู่ถาวร เช่น เด็กพยายามทำคะแนนสอบให้ได้เต็มเพื่อได้รับคำชมจากสังคม ทำความดีออกสื่อเพื่อให้สังคมชมเชย

2) แบ่งจากที่มาของแรงจูงใจ ซึ่งได้แบ่งแหล่งที่มาของแรงจูงใจออกเป็น 3 ที่มาดังนี้

(1) แรงจูงใจทางด้านร่างกาย (Physiological Motives) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการซึ่งเกี่ยวกับพื้นฐานของร่างกายทางกายภาพ มีผลต่อร่างกายของบุคคล เช่น ความหิว ความต้องการพักผ่อน สิ่งที่ทำให้ร่างกายมีความสุข เป็นต้น

(2) แรงจูงใจทางด้านจิตวิทยา (Psychological Motives) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการซึ่งเกี่ยวกับทางด้านของจิตใจ มีผลต่อสุขภาพจิตของบุคคล เช่น ความปลอดภัย ความรัก ความสุข ความเศร้า เป็นต้น

(3) แรงจูงใจทางด้านสังคม (Social Motives) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการที่ได้เรียนหรือได้รับความรู้จากสังคมที่บุคคลนั้นเกี่ยวข้อง มีผลให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมออกมา ซึ่งได้แบ่งส่วนสำคัญออกมา 4 ประเภทหลักๆคือ

(1) แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motive) เป็นแรงจูงใจที่ถูกกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมในการทำอะไรให้ประสบความสำเร็จตามที่บุคคลนั้นต้องการด้วยผลที่ดีเยี่ยมหรือที่สุดแห่งความสำเร็จ

(2) แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ (Affiliative Motive) เป็นแรงจูงใจที่ถูกกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมในการทำอะไรให้เป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่นๆ

(3) แรงจูงใจใฝ่ก้าวร้าว (Aggression Motive) เป็นแรงจูงใจที่ถูกกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมในการทำอะไรเพื่อขจัดความโกรธหรือความคับข้องใจอาจใช้ความรุนแรงทางวาจาหรือท่าทางที่ก้าวร้าว โดยผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่ก้าวร้าวมักมาจากการถูกเลี้ยงดูของครอบครัวที่เข้มงวดมากเกินไปหรือใช้ความรุนแรงจนเกิดเป็นพฤติกรรมเลียนแบบขึ้นมา

(4) แรงจูงใจใฝ่พึ่งพา (Dependency Motive) เป็นแรงจูงใจที่ถูกกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมในการทำอะไรด้วยความไม่มั่นใจในตนเอง โดยผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่พึ่งพามักมาจากการเลี้ยงดูของครอบครัวที่ดูแลปกป้องมากเกินไป ทำให้ขาดความมั่นใจช่วยเหลือตัวเองไม่ค่อยได้ ไม่กล้าตัดสินใจ รู้สึกไม่ปลอดภัย ต้องการที่พึ่งพา

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจ

ทฤษฎีแรงจูงใจของ Maslow

Maslow (Maslow, 1987 อ้างอิงจาก พาสนา จุลรัตน์, 2548) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจนั้นขึ้นอยู่กับลำดับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ขั้นดังนี้

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) คือ ความต้องการทางด้านร่างกายซึ่งเป็นขั้นพื้นฐานที่สำคัญที่สุดของการดำรงชีวิต เช่น ความต้องการในด้านของน้ำและอาหาร อากาศหายใจ การพักผ่อน ถ้าหากขาดขั้นนี้ไปก็จะมีขั้นอื่นๆเกิดขึ้นได้

ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง (Security or Safety Needs) คือ หลังจากมนุษย์ได้ตอบสนองกับความต้องการทางด้านร่างกายแล้ว ต่อมาก็จะเพิ่มขึ้นของความต้องการให้สูงขึ้น จึงเกิดเป็นขั้นที่ต้องการทางด้านร่างกายและจิตใจให้มีความมั่นคงในชีวิต หน้าที่การงานและปลอดภัยจากอันตรายต่างๆ

ขั้นที่ 3 ความต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม (Love and Belongingness Needs) คือ หลังจากมนุษย์ได้ตอบสนองกับความต้องการทางด้านร่างกาย ความปลอดภัยและมั่นคง ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับตนเองแล้ว ต่อมาก็จะเริ่มนึกถึงบุคคลอื่นจนเกิดความต้องการการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นเพื่อให้ได้ความรักและกลายเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม

ขั้นที่ 4 ความต้องการการยกย่อง การยอมรับ (Esteem Needs) คือ หลังจากที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มแล้ว ก็ต้องการให้คนในกลุ่มเกิดการยอมรับตนเอง ว่ามีคุณค่า มีความสามารถ คู่ควรแก่การยอมรับนับถือ ต้องการมีชื่อเสียง

ขั้นที่ 5 ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-Actualization Needs) คือ ขั้นความต้องการสูงสุดสำหรับมนุษย์ ต้องการทำให้ตัวเองประสบความสำเร็จ มีความเจริญก้าวหน้าในชีวิต

ภาพที่ 2.1 ลำดับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์



จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาแรงจูงใจกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z เพื่อนำมาใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z ต่อไป

2.2 ทฤษฎีการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร (Information Seeking Theory)

2.2.1 นิยามของการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

Krikelas (1983) ได้ให้ความหมายของการแสวงหาข้อมูลข่าวสารไว้ว่า การแสวงหาข่าวสารเป็นกิจกรรมที่บุคคลกระทำการเสาะหา ค้นหา เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลและข่าวสารที่จะสนองความต้องการของตน ให้ความรู้ คลายความสงสัยทั้งในส่วนที่บุคคลนั้นมีความสนใจ ไม่ว่าจะเป็นในด้านการเรียนรู้ หน้าที่การงาน พฤติกรรมเช่นนี้เริ่มขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการรู้ ศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาหรือเรื่องราวใดเรื่องหนึ่ง และพบว่าความรู้ที่ตนมีอยู่นั้นไม่เพียงพอจึงต้องการแสวงหาความรู้เพิ่มเติม

Assael (2004) ได้ให้ความหมายของการแสวงหาข้อมูลข่าวสารไว้ว่า การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร เป็นการพยายามที่จะเสาะแสวงหาเพื่อที่จะให้ได้มาซึ่งความรู้เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์สินค้าร้านค้า บริการ การซื้อสินค้า เพื่อเป็นการรวบรวมข้อมูลที่เป็นประโยชน์และเหมาะสมก่อนทำการตัดสินใจซื้อสินค้า

Solomon (2013) ได้ให้ความหมายของการแสวงหาข้อมูลข่าวสารไว้ว่า การแสวงหาข้อมูลคือ ความพยายามที่จะหาความรู้เกี่ยวกับสินค้า ร้านค้า หรือการซื้อสินค้าจากคำจำกัดความของการเสาะแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

จึงสรุปได้ว่า การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การที่บุคคลเข้าไปค้นหาข้อมูลข่าวสารตามแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูล ความรู้ และรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับสิ่งที่บุคคลนั้นสนใจ มาประกอบกันเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจกับสิ่งที่บุคคลนั้นต้องการ

2.2.2 แหล่งที่มาของการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

โดยส่วนใหญ่แล้วสามารถเห็นแหล่งที่มาได้ดังนี้

- 1) ข้อมูลข่าวสารจากการแสดงความคิดเห็น ทศนคติพฤติกรรมของผู้คนรอบข้างในสังคม ทั้งที่ได้พบเจอกันต่อหน้า หรือผ่านสื่อสังคมออนไลน์
- 2) ข้อมูลข่าวสารจากผู้มีประสบการณ์ เจ้าของข้อมูลเอง ที่ได้เรียบเรียงข้อมูลข่าวสารแล้วนำเสนอ โฆษณาไว้ในเอกสาร หนังสือ หรือผ่านสื่อสังคมออนไลน์
- 3) ข้อมูลข่าวสารจากประสบการณ์โดยตรงของบุคคลนั้นที่ได้เข้าไปสัมผัสตรวจสอบ

มีส่วนร่วมกับแหล่งข้อมูลข่าวสารนั้นๆ

โดยแหล่งที่มาต่างๆของข้อมูลข่าวสารนั้นมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบบอกต่อ (Word-of-Mouth) ที่เกิดจากการบอกเล่าข้อมูลหรือประสบการณ์ต่าง ๆ ให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจเรื่องนั้น ๆ ได้รับรู้ถึงเนื้อหาข้อมูล เพราะส่วนใหญ่ไม่สามารถตัดสินใจได้หากยังไม่ได้หาข้อมูลเพิ่มเติมหรือรับข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่บุคคลนั้นๆ สนใจ

2.2.3 ลักษณะการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

Assael (2004) ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารแบบบอกต่อไว้ว่า เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป ไม่ว่าจะสนทนากับกับกลุ่มของตัวเองหรือใครก็ตาม ข้อมูลข่าวสารนี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจต่างๆได้ และแต่ละบุคคลจะมีลักษณะเฉพาะในการแสวงหาข้อมูลที่มีลักษณะแตกต่างกันออกไป Assael ได้อธิบายการแสวงหาข้อมูลของบุคคลกับสินค้าและบริการ ซึ่งงานวิจัยนี้สามารถนำมาเทียบกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z ได้ดังนี้

ตารางที่ 2.1 ลักษณะการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

กระบวนการได้มาของข้อมูล	รูปแบบของความเกี่ยวพัน
1. การหาข้อมูลอย่างต่อเนื่อง	ค้นหาข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งอาจจะไม่มีความต้องการในขณะนั้นๆ หรือไม่มีความเกี่ยวข้อง ค้นหาอย่างต่อเนื่องจนกว่าจะมีการตัดสินใจ
2. การหาข้อมูลที่เฉพาะเจาะจง	ค้นหาข้อมูลที่ต้องการหรือเกี่ยวข้องโดยตรงกับสิ่งที่สนใจ เมื่อต้องการตัดสินใจ

แหล่งที่มา: ดัดแปลงจาก Assael (2004).

1) แสวงหาข้อมูลอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นลักษณะที่บุคคลนั้นมีการแสวงหาข้อมูลอย่างสม่ำเสมอแม้ในขณะนั้นอาจจะไม่ต้องการก็ตาม โดยบุคคลนั้นจะมีแรงจูงใจมาจากความต้องการเพิ่มเติมความรู้เดิมที่เกี่ยวกับข้อมูลที่ต้องการศึกษา เพื่อเก็บข้อมูลเหล่านั้นมาประกอบการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต ซึ่งในขณะเดียวกันการแสวงหาจะสิ้นสุดลงเมื่อเกิดการตัดสินใจแล้วเท่านั้น

2) การแสวงหาข้อมูลอย่างเฉพาะเจาะจง ซึ่งเป็นลักษณะที่บุคคลนั้นมีการแสวงหาข้อมูลที่ต้องการหรือเกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องที่ต้องการตัดสินใจ โดยบุคคลนั้นมีแรงจูงใจมาจากความต้องการให้กระบวนการตัดสินใจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.2.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

McCombs & Becker (1979) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดความต้องการในแสวงหาข้อมูลข่าวสารได้ดังนี้

- 1) ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) เพื่อที่จะได้ทราบถึงสถานการณ์รอบ ๆ ตัวบุคคล ว่าเป็นอย่างไรบ้าง มีเหตุการณ์สำคัญอะไรเกิดขึ้นบ้างรอบๆตัวในปัจจุบัน
- 2) ต้องการข่าวสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decision) การจะตัดสินใจอะไรได้นั้น เพื่อที่จะให้ได้รับผลลัพธ์ที่ดีที่สุด ตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ของบุคคลนั้น ก็ต้องมีข้อมูลข่าวสารมาประกอบเพื่อใช้ในการตัดสินใจ
- 3) ต้องการข้อมูลเพื่อประกอบการสนทนาในชีวิตประจำวัน (Discussions) เพื่อสามารถพูดคุยสนทนากับผู้อื่นได้ในระหว่างวัน จึงจำเป็นต้องรับรู้ถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อให้สามารถพูดคุยและตามทันบทสนทนากับผู้อื่น
- 4) ต้องการมีส่วนร่วม (Participating) เพื่อให้สามารถเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มได้ การพูดคุยถึงสถานการณ์ต่างๆในปัจจุบันก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งเช่นกัน ดังนั้นเพื่อให้สามารถสนทนากับบุคคลอื่นๆได้จึงจำเป็นต้องหาข้อมูลข่าวสารเตรียมไว้ เพื่อสามารถตามบทสนทนากับกลุ่มได้
- 5) ต้องการข่าวสารเพื่อเสริมความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement) บางครั้งในการที่ได้มีการตัดสินใจไปแล้ว อาจจะต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุน
- 6) ต้องการผ่อนคลายและความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อให้ชีวิตมีความสุข สิ่งที่ช่วยได้อีกทางหนึ่งคือความสนุกสนานจากการอ่านหนังสือหรือสื่อสังคมออนไลน์ ตามแต่ความคิดส่วนบุคคล

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยจะทำการศึกษาการแสวงหาข้อมูลข่าวสารกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z เพื่อนำมาใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข้อมูลข่าวสารกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z ต่อไป

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)

2.3.1 นิยามของรูปแบบการดำเนินชีวิต

Solomon (1996) ได้ให้ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) สามารถอธิบายให้เห็นถึงค่านิยมหรือรสนิยมในการดำเนินชีวิตผ่านรูปแบบของบุคคลต่างๆ ซึ่งบุคคลมักจะรวมตัวกันเป็นกลุ่มโดยมีสิ่งที่ชอบเหมือนกัน ใช้เวลาทำกิจกรรมที่คล้ายกันและชื่อของที่คล้ายกันดังนั้นนับเป็นโอกาสที่ดีของนักการตลาดในการกำหนดกลยุทธ์ให้ตรงกับลักษณะและความต้องการของกลุ่มคนต่างๆเหล่านี้

Assael (1995) ได้ให้ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิตไว้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตจะดูได้จากการใช้เวลาในการทำกิจกรรมอย่างไร ให้ความสำคัญกับสิ่งใดและความคิดของตนเองกับสิ่งรอบตัว อาทิเช่น ด้านของกิจกรรม ได้ทำกิจกรรมอะไรในเวลาว่าง ด้านของความสนใจ มีความสนใจต่อเรื่องใดหลายๆ และในด้านของความคิดเห็น มีความคิดเกี่ยวกับสิ่งต่างๆรอบๆตัวอย่างไร รูปแบบการดำเนินชีวิตจึงเป็นตัวแปรที่ทำให้ทราบข้อมูลทางจิตวิทยาของผู้รับสารได้

(Engel, Blackwell, and Miniard (1993) ได้ให้ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิตไว้ว่า รูปแบบที่ผู้คนจะดำเนินชีวิตรวมทั้งการใช้เงินและเวลา โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตจะสะท้อนได้จากกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) ของผู้คน

Reimer (1995) ได้ให้ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิตไว้ว่า คือ รูปแบบเฉพาะของกิจกรรมในแต่ละวัน ที่แสดงถึงความเป็นตัวของคนนั้นๆ โดยที่รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลจะเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่มีใครเหมือน คนแต่ละคนจะเลือกทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่น ๆ ซึ่งก็อาจจะมีใครคนอื่นทำในสิ่งเหล่านี้เหมือนกันก็เป็นได้ จึงมีคนจำนวนหนึ่งที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมือนกัน

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2550) ได้ให้ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิตไว้ว่า การดำรงชีวิตของมนุษย์แต่ละยุคไม่ได้เป็นอย่างไม่มีหลักเกณฑ์ มนุษย์อยู่รวมกันเป็นกลุ่ม แต่ละกลุ่มมีกฎหรือเกณฑ์ที่ทุกคนในกลุ่มยึดถือปฏิบัติพฤติกรรมกันไปในการทำนองเดียวกันและวางแผนแบบแผน การดำรงชีพหรือใช้ชีวิตตลอดจนถึงแบบแผนของการบริโภคขึ้นมาใช้ในสังคม แบบแผนดังกล่าวเราเรียกว่า แบบของการใช้ชีวิต (Lifestyle)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้ให้ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิตไว้ว่า หมายถึงรูปแบบของการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์โดยแสดงออกในรูปของ กิจกรรม (Activities) ความสนใจ

(Interest) และความคิดเห็น (Opinion) ซึ่งรูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมชนชั้นของสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล

สุปัญญา ไชยชาญ (2543) ได้ให้ความหมายของรูปแบบการดำเนินชีวิตไว้ว่า หมายถึง พฤติกรรมการใช้ชีวิต ใช้เงิน และใช้เวลาของบุคคลนั้น ซึ่งแสดงออกมาให้ปรากฏซ้ำๆ กันใน 4 มิติ ดังต่อไปนี้คือ

- 1) ทางด้านลักษณะประชากรที่ประกอบกันเข้าเป็นตัวคนคนนั้น (Demographics)
- 2) กิจกรรมที่เขาเข้าไปมีส่วนร่วม (Activities)
- 3) ความสนใจที่เขามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Interest)
- 4) ความคิดเห็นที่เขามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Opinion)

จึงสรุปได้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หมายถึง รูปแบบลักษณะพฤติกรรมของบุคคลแต่ละบุคคลในการใช้ชีวิตในแต่ละวัน โดยแสดงออกมาผ่านทาง การทำกิจกรรม (Active) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinion) สำหรับงานวิจัยนี้รูปแบบการดำเนินชีวิต ของเด็ก Generation Z จึงหมายถึงรูปแบบลักษณะ พฤติกรรม ในการใช้ชีวิตในแต่ละวันผ่านการทำ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่อสังคมรอบตัว

2.3.2 ลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิต

Berkman, Lindquist and Sirgy (1997) ได้อธิบายถึงลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิต ว่ามีอยู่ด้วยกัน 4 องค์ประกอบดังนี้

- 1) รูปแบบการดำเนินชีวิตอยู่เป็นกลุ่ม (Lifestyle is a Group Phenomenon) คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลนั้นๆ ที่ได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆ และมีความสัมพันธ์กับกลุ่มทางสังคม เช่น เด็กสองคนอยู่โรงเรียนและห้องเดียวกัน คนหนึ่งไปเรียนพิเศษตอนเย็น แต่อีกคนไปเล่นกีฬาทุกเย็น เนื่องจากพื้นฐานความคิดทางครอบครัวของเด็กสองคนนี้แตกต่างกัน
- 2) รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในด้านอื่นๆ (Lifestyle Influence Many Aspects of Behavior) คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลนั้นๆ จะมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่ทำอย่างอื่นในชีวิตประจำวัน เช่น พวกที่ชอบอ่านหนังสือจะเข้าร้านหนังสือเพื่อซื้อหนังสือมากกว่าพวกที่ชอบเล่นเกม
- 3) รูปแบบการดำเนินชีวิตที่บอกถึงความสนใจหลักๆ ในชีวิต (Lifestyle Implies a Central Life Interest) คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลนั้นๆ ที่ชัดเจนอาจสามารถที่จะเห็นได้จากกิจกรรมหรือความสนใจที่สอดคล้องกับพฤติกรรมที่ทำอย่างอื่นในชีวิตประจำวัน เช่น ครอบครัว หน้าที่การงาน งานอดิเรก

4) รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างเปลี่ยนแปลงไปตามสังคม (Lifestyle Vary According to Sociologically Relevant Variables) คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลนั้นมีฐานทางสังคมและลักษณะประชากร อย่าง อายุ เพศ ระดับทางสังคม เป็นต้น มาทำให้รูปแบบการใช้ชีวิตแตกต่างกัน เช่น สถานะที่เท่าเทียมกันทางสังคมระหว่างผู้หญิงกับผู้ชาย

2.3.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต

Hawkins, Best and Coney (1998) ได้กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลนั้นได้ถูกแสดงออกผ่านทางการทำงาน (Active) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinion) แล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆที่ส่งผลทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตนั้นแตกต่างกันออกไป อาทิเช่น ปัจจัยทางด้านของลักษณะประชากร ระดับทางสังคม แรงจูงใจ ค่านิยม ทศนคติ เป็นต้น อีกทั้งยังส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้าและการบริการของแต่ละบุคคลทำให้มีพฤติกรรมที่ต่างกันไปด้วย โดยสามารถเห็นภาพรวมของรูปแบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการบริโภคได้ ดังภาพที่ 2.2

ภาพที่ 2.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการบริโภค



แหล่งที่มา: ดัดแปลงจาก Hawkins, Best, and Coney (1998).

2.3.4 การวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyles) เป็นการศึกษาโดยอาศัยใช้วิธีวัดลักษณะทางจิตวิทยา (Psychographics) ซึ่งเป็นวิธีการวัดโดยใช้แบบสอบถามเชิงปริมาณ (Quantitative) มีมาตรวัดที่หลากหลาย อาทิเช่น แบบวิธีวิเคราะห์เชิงจิตวิทยาแบบดั้งเดิม (Psychographics) หรือ AIOs วิธีวิเคราะห์เชิงจิตวิทยาประยุกต์ หรือ VALS, VALS2 วิธีวิเคราะห์เชิงลักษณะค่านิยม หรือ LOV เป็นต้น

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการวัดแบบวิธีวิเคราะห์เชิงจิตวิทยาแบบดั้งเดิม (Psychographics) หรือ AIOs มาเป็นแนวทางในการศึกษา เนื่องจากวิธีแบบ AIOs มีความยืดหยุ่นสูง สามารถปรับเปลี่ยนหัวข้อและคำถามให้เหมาะกับกลุ่มตัวอย่างได้ โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Plummer (1974) ที่ได้สรุปหัวข้อที่ใช้ในการตั้งคำถามสำหรับการศึกษาลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยใช้วิธี AIOs มาเป็นแนวทางในการทำงานวิจัยนี้ ซึ่งจะศึกษาเกี่ยวกับกิจกรรม (Active) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็น (Opinion) รวมถึงลักษณะทางประชากร (Demographics) ดังนี้

ตารางที่ 2.2 แนวทางการตั้งคำถามของการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs

กิจกรรม (Activities)	ความสนใจ (Interests)	ความคิดเห็น (Opinions)	ประชากร (Demographics)
- การทำงาน	- ครอบครัว	- ตนเอง	- อายุ
- งานอดิเรก	- บ้าน	- ประเด็นทางสังคม	- การศึกษา
- กิจกรรมทางสังคม	- อาชีพ	- การเมือง	- รายได้
- การพักผ่อน	- ชุมชน	- ธุรกิจ	- อาชีพ
- ความบันเทิง	- การหาความบันเทิง	- เศรษฐกิจ	- ขนาดครอบครัว
- สมาชิกสโมสร	- แฟชั่น	- การศึกษา	- ที่อยู่อาศัย
- ชุมชน	- อาหาร	- ผลิตภัณฑ์	- ภูมิลำเนา
- การซื้อสินค้า	- สื่อ	- อนาคต	- ขนาดเมือง
- กีฬา	- การประสบความสำเร็จ	- วัฒนธรรม	- วงจรชีวิต

แหล่งที่มา: ดัดแปลงจาก Plummer (1974).

1) กิจกรรม (Activities, A) หมายถึง การกระทำที่เด่นชัดของแต่ละบุคคล บ่งบอกว่าบุคคลนั้นได้ทำอะไรในเวลาว่างบ้าง มีงานอดิเรกอะไร ไปซื้อของและใช้บริการอะไร รับชมสื่อต่างๆ เป็นต้น

2) ความสนใจ (Interests, I) หมายถึง เรื่องที่บุคคลนั้นชอบ ให้ความสนใจ มองว่าเป็นสิ่งสำคัญและอยากรู้อย่างต่อเนื่อง เช่น การทำอาหาร การท่องเที่ยว การเล่นเกม การอ่านหนังสือ ออกกำลังกาย ดนตรี เป็นต้น

3) ความคิดเห็น (Opinions, O) หมายถึง การแสดงออกทางความคิดของบุคคลนั้น ต่อเรื่องที่เกิดขึ้น มีมุมมองอย่างไรบ้างทั้งในเชิงบวก เป็นกลาง หรือเชิงลบ เช่น ความคิดเห็นต่อหนังสือที่อ่าน สินค้าและบริการที่ใช้ ชำวงการเมือง เป็นต้น

4) ลักษณะประชากร (Demographic) หมายถึง ข้อมูลพื้นฐานของบุคคล ลักษณะทางกายภาพของประชากรต่างๆ เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ เป็นต้น

นอกจากนี้ ในการศึกษาการวัดลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิตโดยวิธี AIOs Hawkins, Best, and Coney (2004). ได้อธิบายเพิ่มเติมไว้ว่า คำถามส่วนใหญ่มีประเด็นคำถามต่างเพิ่มเติมดังนี้

1) ทักษะคติ (Attitudes) เป็นแนวความคิดเห็นของบุคคลที่เกี่ยวกับบุคคลอื่นๆ ความคิดเห็น และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ทั้งในเชิงบวก เป็นกลาง หรือเชิงลบ

2) ค่านิยม (Values) คือ ความเชื่อหรือสิ่งที่เป็นที่บุคคลนั้นต้องการหรือยอมรับ

3) รูปแบบของการใช้สื่อ (Media Patterns) หมายถึง สื่อที่บุคคลนั้นเปิดรับ

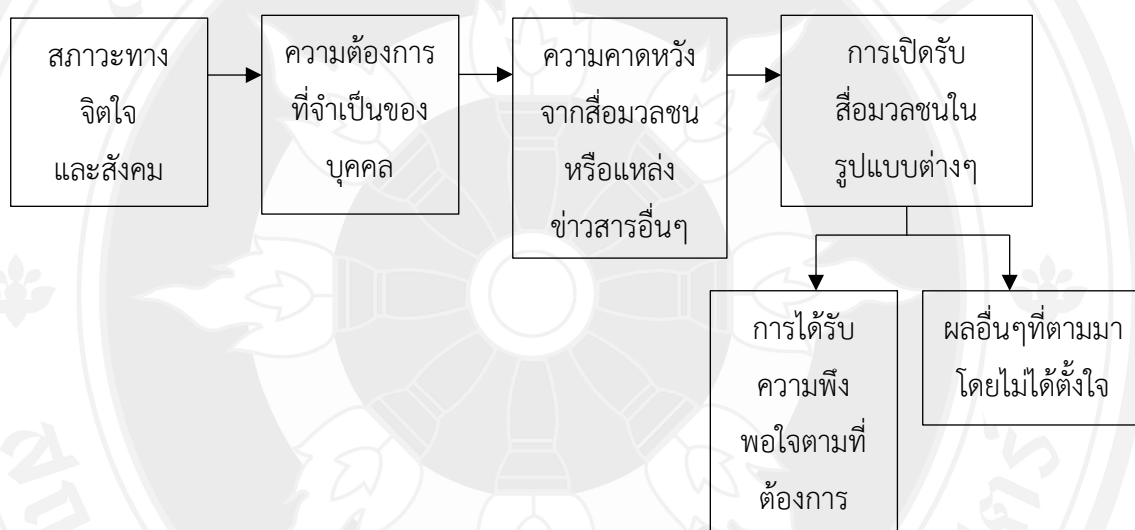
4) ระดับการใช้ (Usage Rates) หมายถึง ระดับการบริโภคหรือการใช้บริการสำหรับสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ซึ่งโดยทั่วไปจะแบ่งออกเป็น ใช้ในระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อยและไม่ใช้

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z ด้วยวิธีการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ AIOs โดยวิเคราะห์ผ่านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น เพื่อนำมาใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิตกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z ต่อไป

2.4 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (U&G)

Katz et al. (1974) ได้ให้ความหมายของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไว้ว่าสภาวะทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ทำให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกัน และแต่ละคนคาดคะเนว่า สื่อแต่ละประเภทจะสนองความต้องการใดแตกต่างกันออกไปด้วย ซึ่งลักษณะดังกล่าวทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อแตกต่างกัน และยังทำให้เกิดผลอื่นๆ ที่ไม่ได้มุ่งหวังตามมาอีกด้วย โดยมีรูปแบบจำลองดังภาพที่ 2.3

ภาพที่ 2.3 แบบจำลองการสื่อสาร



แหล่งที่มา: ดัดแปลงจาก Katz et al. (1974).

นอกจากนี้ Katz et al. ยังได้ตั้งข้อสันนิษฐานของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจหลายๆข้อได้ดังนี้

- 1) บุคคลที่เป็นผู้รับสารจะเป็นผู้ทำการเลือกรับสื่อ และเลือกที่จะใช้สื่อของบุคคลนั้นด้วยความต้องการของตนเอง
- 2) บุคคลที่เป็นผู้รับสารจะเป็นผู้ทำการเลือกในการเชื่อมโยงความพึงพอใจความต้องการของตนเองกับการใช้สื่อต่างๆแต่ละชนิด
- 3) สื่อเป็นคู่แข่งกับแหล่งข้อมูลอื่นๆ ที่บุคคลที่เป็นผู้รับสารจะเป็นผู้ทำการเลือกว่าจะใช้สื่อไหน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตนเอง

4) บุคคลที่เป็นผู้รับสารจะมีความเข้าใจ ตระหนักรู้ถึงการใช้สื่อ ความสนใจ และแรงจูงใจอย่างเพียงพอว่าตรงตามความพึงพอใจในการใช้สื่ออื่นๆ

5) บุคคลที่เป็นผู้รับสารจะประเมินและตัดสินใจระดับความสำคัญคุณค่าของเนื้อหาจากสื่อต่าง ๆ

จากข้อสมมติฐานดังกล่าว จะเห็นได้ว่า บุคคลที่เป็นผู้รับสารจะเป็นผู้กำหนดหัวข้อต่างๆ ให้กับสื่อ ดังนั้นสื่อจึงต้องมีการปรับตัวอยู่เสมอ เพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของบุคคลที่เป็นผู้รับสารที่อาจจะกลายมาเป็นผู้บริโภคในอนาคต

McCombs and Becker (1979) ได้กล่าวถึงการใช้อยู่อาศัยและความพึงพอใจไว้ว่า อะไรก็ตามที่สื่อต่างๆ นำเสนอ สามารถตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะบุคคล ทำให้การเปิดรับสื่อแตกต่างกันไป หรือพูดอีกอย่างว่าทำให้คนเลือกที่จะใช้สื่อประเภทกัน โดยจะเน้นด้านการดำรงชีวิตในสังคมดังนี้

1) ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) เพื่อที่จะได้ทราบถึงสถานการณ์รอบๆ ตัวบุคคล ว่าเป็นอย่างไบบ้าง มีเหตุการณ์สำคัญอะไรเกิดขึ้นบ้างรอบๆ ตัวในปัจจุบัน

2) ต้องการข่าวสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decision) การจะตัดสินใจอะไรได้นั้น เพื่อให้จะได้รับผลลัพธ์ที่ดีที่สุด ตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ของบุคคลนั้น ก็ต้องมีข้อมูลข่าวสารมาประกอบเพื่อใช้ในการตัดสินใจ

3) ต้องการข้อมูลเพื่อประกอบการสนทนาในชีวิตประจำวัน (Discussions) เพื่อสามารถพูดคุยสนทนากับผู้อื่นได้ในระหว่างวัน จึงจำเป็นต้องรับรู้ถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อให้สามารถพูดคุยและตามทันบทสนทนากับผู้อื่น

4) ต้องการมีส่วนร่วม (Participating) เพื่อให้สามารถเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มได้ การพูดคุยถึงสถานการณ์ต่างๆ ในปัจจุบันก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งเช่นกัน ดังนั้นเพื่อให้สามารถสนทนากับบุคคลอื่นๆ ได้จึงจำเป็นต้องหาข้อมูลข่าวสารเตรียมไว้ เพื่อสามารถตามบทสนทนากับกลุ่มได้

5) ต้องการข่าวสารเพื่อเสริมความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement) บางครั้งในการที่ได้มีการตัดสินใจไปแล้ว อาจจะต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุน

6) ต้องการผ่อนคลายและความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อให้ชีวิตมีความสุข สิ่งที่จะช่วยได้อีกทางหนึ่งคือความสนุกสนานจากการอ่านหนังสือหรือสื่อสังคมออนไลน์ตามแต่ความคิดส่วนบุคคล

ประมะ สตะเวทิน (2546) ได้ให้ความหมายของการใช้อยู่อาศัยและความพึงพอใจไว้ว่า จะให้ความสำคัญกับผู้รับสารเป็นผู้กระทำการสื่อสาร ผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือก

รับเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง ด้วยประการที่สามารถนำไปสู่จุดต่างๆ

Rosengren (1974) ได้กล่าวถึงการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไว้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่าง “ประโยชน์” (Uses) กับคำว่า “ความพึงพอใจ” (Gratifications) ว่าเป็นลักษณะหนึ่งของผลที่เกิดจากการใช้สื่อ โดยประโยชน์สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจได้ ขณะเดียวกัน ความพึงพอใจก็อาจจะได้รับจากประโยชน์ ทั้งสองคำมีความสัมพันธ์กันนักวิจัยจึงอาจศึกษาเฉพาะตัวใดตัวหนึ่ง โดยมีเป้าหมายถึง ทั้งสองตัวก็ได้

จึงสรุปได้ว่าแนวคิดนี้จะมุ่งเน้นบุคคลที่เป็นผู้รับสารเป็นหลัก มีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้ที่กำหนดเองว่าตัวเองต้องการอะไร ชอบอะไร เลือกสื่อไหนเป็นหลักในการรับข้อมูลข่าวสาร จึงจะตอบสนองถึงประโยชน์และความพึงพอใจแก่ตนเองได้

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาคำอธิบายการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z เพื่อนำมาใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z ต่อไป

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ

2.5.1 นิยามของการตัดสินใจ

McGrew and Wilson (1982) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า การตัดสินใจคือการเลือกจากทางเลือกหรือตัวเลือกที่มีอยู่

Stephen (1993) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า การเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งจากหลายๆทางเลือกที่มี

Schutte and Ciarlante (1998) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นกระบวนการที่เป็นผลมาจากการตอบสนองการกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อม เช่น แพ้คเกจของสินค้าการโฆษณา เป็นต้น

ศิริพร พงศ์ศรีโรจน์ (2540) ได้อธิบาย การตัดสินใจ ไว้ว่า การตัดสินใจคือการเลือกทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือไม่ ซึ่งการเลือกวิธีการดำเนินการนั้นจะเลือกวิธีที่เห็นว่าดีที่สุดจากทางเลือกทั้งหมดเพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์ โดยไตร่ตรองทบทวนและตัดสินใจดำเนินการในเรื่องนั้นๆอย่างรอบคอบ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) ได้ให้กล่าวถึง การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ไว้ว่า ในขั้นตอนการประเมินนั้นจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจซื้อขึ้น โดยการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมักจะทำการซื้อหรือใช้ตราสินค้าที่ชอบมากที่สุด

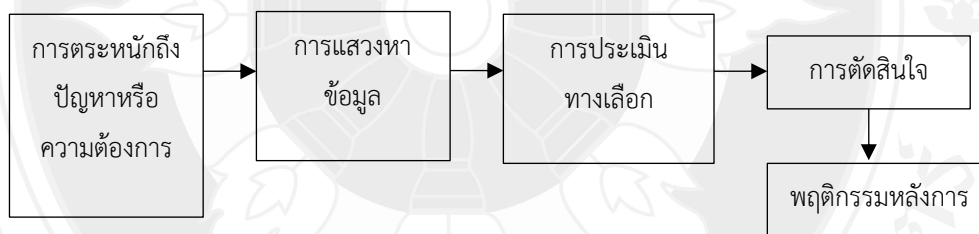
สมคิด บางโม (2551) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า การตัดสินใจเลือกทางปฏิบัติซึ่งมีหลากหลายแนวทางเป็นแนวปฏิบัติไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ การตัดสินใจนี้อาจเป็นการตัดสินใจที่จะทำการใดๆ เพื่อความสำเร็จตรงตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ในทางปฏิบัติการตัดสินใจมักเกี่ยวข้องกับปัญหาที่ยุยกาสลับซับซ้อนและมีวิธีการแก้ปัญหาให้วินิจัยมากกว่าหนึ่งทางเสมอ

จึงสรุปได้ว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลนั้นพิจารณาทางเลือกหลายๆทาง แล้วเลือกทางเพียงทางเดียว ซึ่งทางที่ได้เลือกมานั้นจะนำไปสู่เป้าหมายหรือความต้องการที่แท้จริงของบุคคลนั้น

2.5.2 กระบวนการตัดสินใจ

แม้ว่าบุคคลแต่ละบุคคลจะมีความต้องการหรือเป้าหมายแตกต่างกัน หากแต่จะมีรูปแบบกระบวนการตัดสินใจที่เหมือนหรือคล้ายกัน ซึ่งกระบวนการตัดสินใจ แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังภาพที่ 2.4

ภาพที่ 2.4 กระบวนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน



แหล่งที่มา: ดัดแปลงจาก ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541)

1) การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem or Need Recognition) เป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการตัดสินใจซึ่งที่บุคคลนั้นตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ความต้องการอาจถูกกระตุ้น โดยตัวกระตุ้นจากภายใน (Internal Stimuli) เช่น สื่อต่างๆ นำเสนอจูงใจ บุคคลรอบข้างทำให้เกิดความอยากได้ หรือปัจจัยภายนอก (External Stimuli) เช่น ความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ นอกจากนี้อาจมีปัจจัยอื่น ๆ อีกดังนี้

- (1) สิ่งของที่ใช้อยู่เดิมหมดไป
- (2) ผลของการแก้ปัญหาในอดีตนำไปสู่ปัญหาใหม่
- (3) การเปลี่ยนแปลงส่วนบุคคล

- (4) การเปลี่ยนแปลงของสภาพครอบครัว
- (5) การเปลี่ยนแปลงของสถานะทางการเงิน
- (6) ผลจากการเปลี่ยนกลุ่มอ้างอิง
- (7) ประสิทธิภาพของการส่งเสริมทางการตลาด

2) การเสาะแสวงหาข้อมูล (Search for Information) เมื่อเริ่มตระหนักถึงปัญหา และเพื่อที่จะหาแนวทางแก้ไขในข้อสงสัยต่างๆ การเข้าไปค้นหาข้อมูลข่าวสาร ตามแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูล ความรู้ และรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวกับสิ่งที่บุคคลนั้นสนใจ มาประกอบกันเพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจกับสิ่งที่บุคคลนั้นต้องการ โดยอาจจะหาจากแหล่งข้อมูลดังนี้

- (1) แหล่งบุคคล
- (2) แหล่งธุรกิจ
- (3) แหล่งข่าวทั่วไป
- (4) จากประสบการณ์ของผู้บริโภคเอง

3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) เมื่อหาแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ แล้ว ก็จะนำข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่ได้ นำมาประเมินเปรียบเทียบ เพื่อเป็นตัวเลือกในการตัดสินใจ โดยมีตัวพิจารณา ดังนี้

- (1) คุณสมบัติและประโยชน์ของสิ่งที่ได้รับ
- (2) ระดับความสำคัญ
- (3) ความเชื่อถือต่อตราয়ี่ห้อ
- (4) ความพอใจ
- (5) กระบวนการประเมิน

4) การตัดสินใจ (Decision Making) เมื่อประเมินแล้วโดยส่วนมากจะจัดลำดับตัวเลือกและเลือกจากความพึงพอใจหรือชอบมากที่สุดจนนำไปสู่การตัดสินใจ แต่บางครั้งก็ไม่ได้นำไปสู่การตัดสินใจด้วยเช่นกัน เนื่องจากยังไม่สามารถหาสิ่งที่ชอบหรือพึงพอใจมากที่สุด

5) พฤติกรรมหลังการตัดสินใจ (Post Purchase Behavior) หลังจากบุคคลนั้นได้ทำการตัดสินใจไปแล้วก็จะเกิดประสบการณ์ ซึ่งหลังจากนี้ ก็ขึ้นอยู่กับความชอบหรือความพึงพอใจ หลังจากการเลือกตัดสินใจไปแล้ว ถ้าหากมีความชอบหรือความพึงพอใจก็อาจจะแนะนำต่อแก่ผู้อื่น

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ดังนั้นในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z ต่อไป

2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ Generation Z

กันต์ ทาคากิ (2561) ได้อธิบายลักษณะคนในยุค Generation Z ว่า คนรุ่นใหม่ในยุคปัจจุบัน กล่าวคือคนที่เกิดหลังจากปี ค.ศ. 1995 หรือปี พ.ศ. 2538 ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่จะเป็นกำลังสำคัญต่อไปในอนาคต และสิ่งที่ติดตัวคนยุค Generation Z มากก็คือจะทำงานกับสิ่งที่เขาเป็นแพชชั่นของเขา และจะแตกต่างจากคนยุคอื่นที่จะมองเรื่องความมั่นคงของงานที่ทำ จะเข้าไปอยู่ในบริษัทที่มั่นคงทั้งตัวงานที่ทำและบริษัท สิ่งที่มีบทบาทสำคัญคือ ได้รับความท้าทายในงานที่ทำ ความสนุก และได้อยู่ในองค์กรที่มีวิสัยทัศน์อยากเปลี่ยนโลกหรือองค์กรที่เกี่ยวกับนวัตกรรมเทคโนโลยีและเหนือสิ่งใดคืองานที่ทำให้รู้สึกว่าคุณค่า

Elmore (2014) กล่าวว่ากลุ่มคนที่เกิดใน Generation Z คือกลุ่มที่เกิดและโตมาในช่วงของการเติบโตด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีโทรศัพท์มือถือที่เข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งของการดำรงชีวิตและอยู่ในยุคแห่งอินเทอร์เน็ตที่มีการค้นคว้าหาข้อมูลอย่างง่ายดาย

Oxford (2018) เสนอแนวคิดที่ว่า Generation Z มีลักษณะที่แตกต่างไปจาก Generation อื่น โดยมีลักษณะ (Character) ที่เด่นชัด 7 ประการ ดังนี้

- 1) กลุ่ม Generation Z เติบโตมาพร้อมกับยุคดิจิทัลซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ทำให้สามารถปรับเปลี่ยนตนเองได้ อย่าง รวดเร็วในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
- 2) บุคคลกลุ่มนี้มองว่าอาศัยอยู่บนโลกที่ไม่มีความปลอดภัยตัวอย่างเช่น การเกิดในช่วงที่มีเหตุการณ์ 911 ซึ่งเป็นการก่อการร้ายครั้งยิ่งใหญ่ในสหรัฐอเมริกาในปี 2001 หรือในช่วงปี 2007 ที่เกิดเหตุการณ์วิกฤติเศรษฐกิจ เกิดเศรษฐกิจถดถอย ครอบครัวต้องตกงาน ดังนั้นบุคคลในกลุ่มนี้จึงมีความระมัดระวังและประหยัดในการใช้จ่ายมากกว่า Generation อื่น
- 3) การเป็นที่ยอมรับในทุกแง่มุมไม่ว่าจะเป็นเรื่องเพศ ความแตกต่างความหลากหลายต่างๆ มีการติดต่อสื่อสารที่ง่าย สะดวก และกว้างขวางมากขึ้น
- 4) ใส่ใจในสุขภาพ รับประทานอาหารที่มีประโยชน์ มากกว่า Generation อื่นๆ
- 5) ให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวคน ยุคนี้โตมาด้วยความเข้าใจอย่างถ่องแท้ถึง มีเส้นแบ่งระหว่างสาธารณะและความเป็นส่วนตัวในการใช้โซเชียลมีเดีย และยังเป็นผู้ที่ปกป้องความเป็นส่วนตัวอย่างระมัดระวัง
- 6) เป็นผู้ประกอบการและกังวลเกี่ยวกับโอกาสในอนาคตเนื่องจากคนกลุ่มนี้เกิดในยุคเศรษฐกิจที่ไม่ค่อยดีนัก ดังนั้นจึงมีการวางแผนการเงินในอนาคต และพึ่งพาตนเองในการประกอบธุรกิจมากขึ้น เพื่อให้มีความมั่นคงทางการเงิน
- 7) ความแตกต่างระหว่างวัยเด็กกับวัยผู้ใหญ่ของยุค Generation Z ซึ่งไม่ได้มีเส้นแบ่งที่

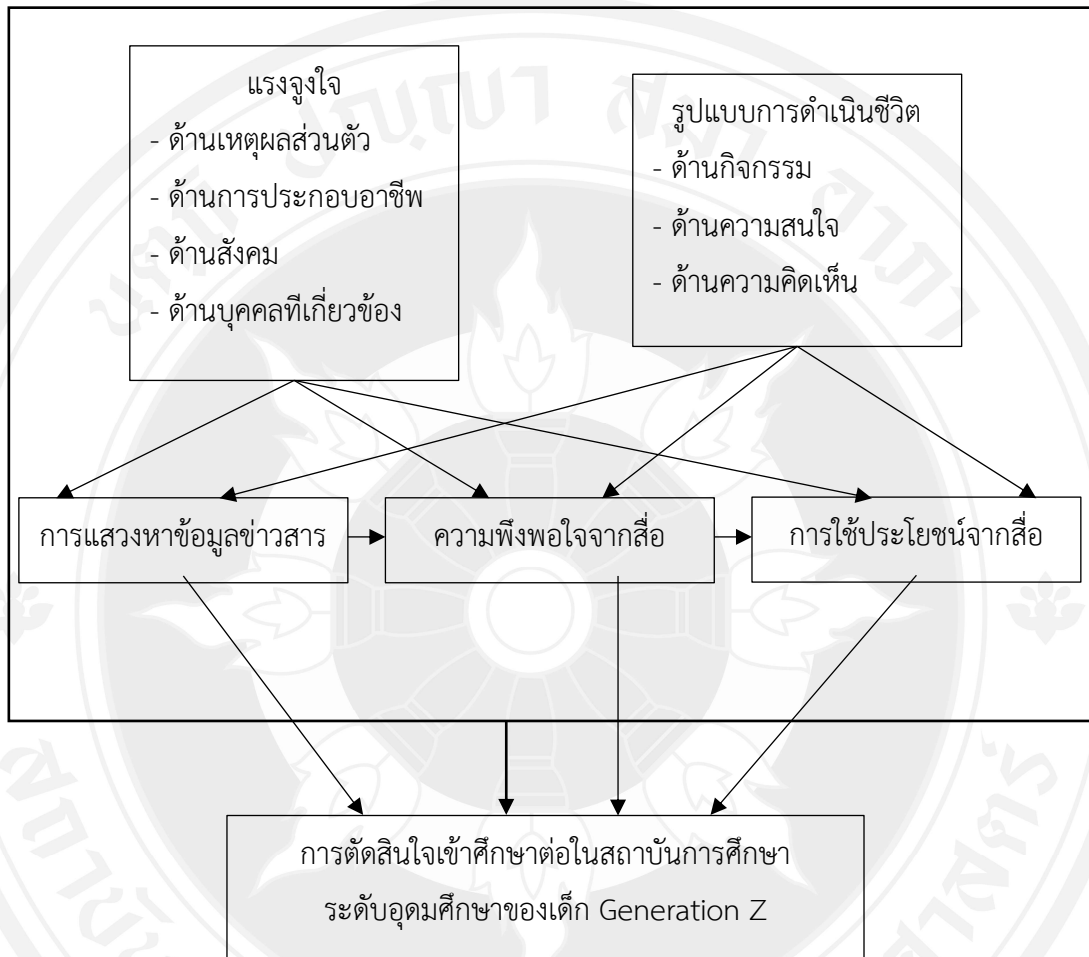
ชัดเจน แต่อย่างน้อยจะต้องเรียนให้จบในอายุ 18 ปี และพยายามที่จะประสบความสำเร็จด้วยตนเอง โดยการมีกิจการส่วนตัวที่ตั้งขึ้นมา

จึงสรุปได้ว่า รุ่นของ Generation Z หรือ Gen Z เป็นรุ่นที่เกิดมาค่อนข้างเต็มไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างมากมาย โดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่กลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิต รู้จักเทคโนโลยีตั้งแต่จำความได้ มีลักษณะพฤติกรรมที่ทำในสิ่งที่ชอบ มีความเป็นตัวของตัวเองสูง รักความสะดวกสบาย ไม่ชอบอยู่ในกฎระเบียบหรือเป็นทางการ ทำอะไรหลายอย่างพร้อมในเวลาเดียวกัน ได้ ทั้งยังมีลักษณะต้องการพื้นที่ในการแสดงออกทางความคิดเห็นส่วนตัว เพื่อเรียกร้องการตอบรับจากสังคม หากความคิดเห็นที่ถูกแสดงออกไปและได้รับการตอบรับกลับมาเท่าไรจะทำให้ยิ่งรู้สึกดีและมีความสุขมากที่ได้กลายเป็นจุดเด่นทางสังคม



2.7 กรอบแนวคิด

ภาพที่ 2.5 กรอบแนวคิดวิจัย



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z” ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.4 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.6 การทดสอบเครื่องมือ
- 3.7 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทของงานวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการใช้การวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นวิธีการเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ และการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่อยู่ในช่วงของ Generation Z ในประเทศไทย ทั้งเพศชายและหญิง ซึ่งประชากรในการวิจัยนี้ยังไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

3.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่อยู่ในช่วงของ Generation Z โดยผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง แล้วตั้งสมมติฐานว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีการ

กระจายแบบปกติ (Normal Distribution) ซึ่งใช้สูตรของ Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 7 โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้

$$n = \frac{P(1 - P)(Z)^2}{e^2}$$

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P คือ ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด

e คือ ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

Z คือ ระดับความเชื่อมั่น 95% Z มีค่าเท่ากับ 1.96

$$n = \frac{(0.5)(1 - 0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ คน}$$

3.2.3 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากผลการคำนวณกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน แต่เพื่อความเหมาะสมและลดการผิดพลาด ดังนั้นในงานวิจัยนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน

3.2.4 ช่องทางในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามออนไลน์เพื่อความสะดวกในการเก็บข้อมูลและเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างมากขึ้น โดยแบบสอบถามนี้ได้สร้างขึ้นมาจากเว็บไซต์ <https://docs.google.com> ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการแก่ผู้ที่ต้องการแจกแบบสอบถามโดยเฉพาะ หลังจากนั้น ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปไว้ในสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟสบุ๊กและไลน์ ซึ่งคาดว่าจะสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจนครบจำนวน 400 คนได้ตามที่กำหนดไว้

3.3 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

ตัวแปรอิสระ คือ แรงจูงใจ

ตัวแปรตาม คือ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากสื่อ

ตัวแปรอิสระ คือ แรงจูงใจ

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจจากสื่อ

สมมติฐานที่ 3 แรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อ

ตัวแปรอิสระ คือ แรงจูงใจ

ตัวแปรตาม คือ การใช้ประโยชน์จากสื่อ

สมมติฐานที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

ตัวแปรอิสระ คือ รูปแบบการดำเนินชีวิต

ตัวแปรตาม คือ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

สมมติฐานที่ 5 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากสื่อ

ตัวแปรอิสระ คือ รูปแบบการดำเนินชีวิต

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจจากสื่อ

สมมติฐานที่ 6 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อ

ตัวแปรอิสระ คือ รูปแบบการดำเนินชีวิต

ตัวแปรตาม คือ การใช้ประโยชน์จากสื่อ

สมมติฐานที่ 7 การแสวงหาข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากสื่อ

ตัวแปรอิสระ คือ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจจากสื่อ

สมมติฐานที่ 8 การแสวงหาข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าศึกษาใน

สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

ตัวแปรอิสระ คือ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก

Generation Z

สมมติฐานที่ 9 ความพึงพอใจจากสื่อมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อ

ตัวแปรอิสระ คือ ความพึงพอใจจากสื่อ

ตัวแปรตาม คือ การใช้ประโยชน์จากสื่อ

สมมติฐานที่ 10 ความพึงพอใจจากสื่อมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าศึกษาใน

สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

ตัวแปรอิสระ คือ ความพึงพอใจจากสื่อ

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก

Generation Z

สมมติฐานที่ 11 การใช้ประโยชน์จากสื่อมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

ตัวแปรอิสระ คือ การใช้ประโยชน์จากสื่อ

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

สมมติฐานที่ 12 แรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

ตัวแปรอิสระ คือ แรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

3.4 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4.1 ทบทวนวรรณกรรม ศึกษาทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ และการตัดสินใจ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างกรอบแนวคิด

3.4.2 สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดในการวิจัยและนำแบบสอบถามไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม

3.4.3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด และนำไปวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

3.4.4 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

3.5.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ คือ แบบสอบถามออนไลน์ เก็บข้อมูลจากเฟสบุ๊คและไลน์ ซึ่งภายในแบบสอบถามหนึ่งชุดจะประกอบด้วยส่วนที่เป็นคำถามสำคัญ 6 ส่วน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และ รายได้ส่วนบุคคล/เดือน เป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) เลือกคำตอบเพียงข้อเดียว เพื่อเป็นกาใช้คข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามว่าตรงกับกลุ่มเป้าหมายหรือไม่

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจของเด็ก Generation Z

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ของเด็ก Generation Z

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็น ของเด็ก Generation Z ตามแนวทางการตั้งคำถามของ Plummer (1974)

ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ของเด็ก Generation Z

ส่วนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรี ของเด็ก Generation Z ตามแนวทางการตั้งคำถามของอภิชญา ญัฐพงศ์ พุทธิ (2558)

3.5.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์ที่ดึงส่วน สำคัญจากแนวคำถามเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านแรงจูงใจ คำถามเกี่ยวกับความต้องการความสนใจ ประสบการณ์ ความก้าวหน้าด้าน อาชีพที่ส่งผลให้ตัดสินใจเลือกสาขาที่ต้องการศึกษา

ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร คำถามเกี่ยวกับความสงสัยในรายละเอียดของข้อมูล วิธีการ ค้นหาข้อมูล สื่อที่ใช้หรือแหล่งที่มาของข้อมูล

ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต คำถามเกี่ยวกับวิถีชีวิตประจำวัน ความสนใจในสิ่งต่างๆรอบตัว

ด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ คำถามเกี่ยวกับสื่อที่เลือกมีความทันสมัย ถูกต้องตรงตามรายละเอียดของข้อมูล

ด้านการตัดสินใจ คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เช่น ระยะเวลา ค่าใช้จ่าย สภาพแวดล้อม

ด้านหลังการได้รับเลือกเข้าศึกษาต่อ คำถามเกี่ยวกับหลังจากที่ได้เข้าไปศึกษาแล้วมีความรู้สึก ตรงตามการตัดสินใจ

3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.6.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บแบบสอบถามผ่านออนไลน์จากเว็บไซต์ <https://docs.google.com> โดยมีการนำไปประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เฟซบุ๊กและไลน์ โดยมีขั้นตอนการเก็บข้อมูลมีดังต่อไปนี้

- 1) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บแบบสอบถามออนไลน์
- 2) รวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องจนได้ครบ 400 ชุดตามจำนวนที่ตั้งไว้

โดยข้อมูลเชิงปริมาณมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ผู้วิจัยได้กำหนดค่าตัวแปรต่างๆในการคำนวณทางสถิติ โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนเพื่อการวิเคราะห์ตามมาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert Scale) ซึ่งเป็นเกณฑ์ให้คะแนนตามลำดับ 5 ลำดับ ได้แก่

ระดับมากที่สุด	หมายถึง	5 คะแนน
ระดับมาก	หมายถึง	4 คะแนน
ระดับปานกลาง	หมายถึง	3 คะแนน
ระดับน้อย	หมายถึง	2 คะแนน
ระดับน้อยที่สุด	หมายถึง	1 คะแนน

รวมถึงใช้เกณฑ์แปลความหมายค่าเฉลี่ย ซึ่งคำนวณระดับค่าเฉลี่ย ได้กำหนดช่วงของค่าระดับ (บุญใจ ศรีสถิตนรากร, 2555) ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ระดับค่าเฉลี่ย} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

จากข้างต้นสามารถแสดงเกณฑ์และแปลความหมายของระดับเฉลี่ยของแบบสอบถามได้
ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 - 5.00	ระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	ระดับมาก
2.61 - 3.40	ระดับปานกลาง
1.81 - 2.60	ระดับน้อย
1.00 - 1.80	ระดับน้อยที่สุด

สำหรับเกณฑ์การอธิบายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยทั่วไปอาจใช้เกณฑ์ดังนี้ (Bartz, อ้างถึงใน วิเชียร เกตุสิงห์, 2547)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	ระดับของค่าความสัมพันธ์
0.81 - 1.00	ระดับสูงมาก
0.61 - 0.80	ระดับสูง
0.41 - 0.60	ระดับปานกลาง
0.21 - 0.40	ระดับต่ำ
0.00 - 0.20	ระดับต่ำมาก

3.6.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพในครั้งนี้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 8 คน ได้แก่ นักเรียนสายวิทย์-คณิต จำนวน 3 คน นักเรียนสายศิลป์-คำนวณ จำนวน 3 คน นักเรียนสายศิลป์-ภาษา จำนวน 2 คน

3.7 การทดสอบเครื่องมือ

3.7.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้แก่อาจารย์ที่ปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้พิจารณาและตรวจสอบทั้งด้านเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษา เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมและครอบคลุมเนื้อหาที่ได้ทำการวิจัย

3.7.2 นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด และนำไปวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Reliability Coefficient) ของแบบสอบถามต้องมีค่าความน่าเชื่อถือไม่น้อยกว่า 0.70 (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2544) โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้มีค่าเท่ากับ 0.857 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่มีความน่าเชื่อถือ และจำแนกตามปัจจัยได้ผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา

ตัวแปร	จำนวนข้อคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา
แรงจูงใจ	16	0.834
การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	14	0.820
การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ	10	0.878
รูปแบบการดำเนินชีวิต	30	0.882
การตัดสินใจ	13	0.874

3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้รับข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับการตอบครบถ้วนสมบูรณ์แล้ว ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติ SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) เพื่อคำนวณและวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ดังนี้

3.8.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ใช้ในการอธิบายข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร แรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูล รูปแบบการดำเนินชีวิต และการใช้ประโยชน์กับควาพึงพอใจ โดยใช้การบรรยายข้อมูลด้วยวิธีแจกแจงความถี่ในรูปแบบตารางร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.8.2 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

เพื่อลดจำนวนตัวแปร (Data Reduction) ด้วยการจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไว้ด้วยกัน ใช้วิธีองค์ประกอบหลัก (Principal Component) และหมุนแกนปัจจัยแบบ Varimax เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มกิจกรรม กลุ่มความสนใจ กลุ่มความคิดเห็น เพื่อจัดเป็นกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต

3.8.3 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis)

เป็นการนำข้อมูลที่ได้นำมารวบรวมและวิเคราะห์ถึงปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อแรงบันดาลใจในการแสวงหาความรู้ ของเด็ก Generation Z โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

- 1) การวิเคราะห์ลักษณะความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่าง ใช้สถิติ T-test และ F-test (One-way ANOVA)
 - 2) การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ใช้ค่าสถิติความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 ถึงสมมติฐานที่ 11
 - 3) การวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธีการ Stepwise ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้พยากรณ์ความสัมพันธ์และระดับอิทธิพลของของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 12 โดยทำการทดสอบว่า ตัวแปรอิสระดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z หรือไม่
- ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเหมาะสมของตัวแปรอิสระ (ตัวแปรทำนาย) แต่ละคู่แล้ว มีค่า <0.65 (Burn & Grove, 1993) ซึ่งถือว่าไม่มีปัญหาเรื่อง Multicollinearity ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน นอกจากนั้นจากการตรวจสอบได้ค่า Durbin-Watson คือ 1.838 ซึ่งเป็นค่าที่อยู่ระหว่าง 1.5 - 2.5 หมายความว่าตัวแปรอิสระ (ตัวแปรทำนาย) ในสมการเป็นอิสระต่อกัน เหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณได้ (ยุทธ ไกยวรรณ, 2556)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z” ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้คือ กลุ่มเด็กวัยรุ่น อายุ 15-19 ปี จำนวน 400 คน และนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะแบ่งออกเป็น 9 ส่วนดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง
- 4.2 การวิเคราะห์การรับรู้เรื่องแรงจูงใจ
- 4.3 การวิเคราะห์การรับรู้การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร
- 4.4 การวิเคราะห์การรับรู้รูปแบบการดำเนินชีวิต
- 4.5 การวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต
- 4.6 การวิเคราะห์การรับรู้การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
- 4.7 การวิเคราะห์การรับรู้การตัดสินใจ
- 4.8 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน
- 4.9 การวิจัยเชิงคุณภาพ

4.1 การวิเคราะห์ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน (ส่วนบุคคล) และรายได้ต่อเดือน (ครอบครัว) สามารถแจกแจงผลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	133	33.3
หญิง	267	66.8
รวม	400	100.0

จากข้อมูลตามตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายโดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 66.8 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15 ปี	58	14.5
16 ปี	75	18.8
17 ปี	162	40.5
18 ปี	43	10.8
19 ปี	62	15.5
รวม	400	100.0

จากข้อมูลตามตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ กลุ่มตัวอย่างที่อายุ 17 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่อายุ 16 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.8 กลุ่มตัวอย่างที่อายุ 19 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.5 กลุ่มตัวอย่างที่อายุ 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 14.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่อายุ 18 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.8

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ครอบครัว

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	25	6.3
20,001-40,000 บาท	133	33.3
40,001-60,000 บาท	94	23.5
ตั้งแต่ 60,001 บาทขึ้นไป	148	37.0
รวม	400	100.0

จากข้อมูลตามตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ กลุ่มตัวอย่างที่รายได้ต่อเดือน ตั้งแต่ 60,001 บาทขึ้นไป มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่รายได้ต่อเดือน 20,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 กลุ่มตัวอย่างที่รายได้ต่อเดือน 40,001-60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่รายได้ต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.3

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ส่วนบุคคล

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	293	73.3
10,001-15,000 บาท	38	9.5
15,001-20,000 บาท	11	2.8
ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป	58	14.5
รวม	400	100.0

จากข้อมูลตามตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ กลุ่มตัวอย่างที่รายได้ต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.3 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่รายได้ต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 14.5 กลุ่มตัวอย่างที่รายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่รายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.8

4.2 การวิเคราะห์ด้านแรงจูงใจ

การวิเคราะห์แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z ประกอบไปด้วย 4 ด้าน คือ ด้านเหตุผลส่วนตัว ด้านการประกอบอาชีพ ด้านสังคม ด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจของกลุ่มตัวอย่าง

แรงจูงใจ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
ด้านเหตุผลส่วนตัว			
1. ความสนใจส่วนตัว	4.22	0.79	มากที่สุด
2. ต้องการความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติม	4.27	0.76	มากที่สุด
3. มีชื่อเสียงเพิ่มขึ้น	3.31	1.11	ปานกลาง
4. หลักสูตรและสาขาวิชาตรงตามความต้องการ	4.05	0.89	มาก
5. นำไปต่อยอดกับธุรกิจของครอบครัว	3.21	1.22	ปานกลาง
รวม	3.81	0.64	มาก
ด้านการประกอบอาชีพ			
1. เป็นตัวรับรองในการประกอบอาชีพ	4.25	0.84	มากที่สุด
2. ความมั่นคงก้าวหน้าในอาชีพ	4.29	0.81	มากที่สุด
3. เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถเลือกประกอบอาชีพได้ตรงความต้องการของตัวเอง	4.29	0.84	มากที่สุด
รวม	4.27	0.72	มากที่สุด
ด้านสังคม			
1. เป็นที่ยอมรับในสังคม	3.87	0.95	มาก
2. กระแสความนิยมในสังคม	3.44	1.05	มาก
3. ต้องการนำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาสังคม	3.93	0.90	มาก
รวม	3.75	0.74	มาก

แรงจูงใจ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
ด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง			
1. บิดา มารดา หรือผู้ปกครอง สนับสนุนแนะนำให้เรียน	4.08	1.05	มาก
2. บิดา มารดา หรือผู้ปกครอง ต้องการให้เรียน	3.64	1.20	มาก
3. อาจารย์ชี้แนะแนวทางให้	3.27	1.15	ปานกลาง
4. ตามเพื่อน	2.38	1.15	น้อย
5. ตามบุคคลที่มีชื่อเสียง	2.46	1.25	น้อย
รวม	3.16	0.82	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	3.75	0.54	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจ มีค่าเฉลี่ยรวมคือ 3.75 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาด้านย่อยทั้ง 4 ด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจด้านการประกอบอาชีพ มากที่สุดคือค่าเฉลี่ย 4.27 รองลงมาคือด้านเหตุผลส่วนตัว คือค่าเฉลี่ย 3.81 ซึ่งอยู่เกณฑ์ระดับมาก ด้านสังคม คือค่าเฉลี่ย 3.75 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก และสุดท้ายด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง คือค่าเฉลี่ย 3.16 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง

4.3 การวิเคราะห์ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

การวิเคราะห์ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z ประกอบไปด้วย 5 ด้าน คือ การใช้สื่อเพื่อหาข้อมูลข่าวสาร การหาข้อมูลอย่างต่อเนื่องโดยตรง การหาข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงโดยตรง การหาข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงทางอ้อม การหาข้อมูลอย่างไม่กระตือรือร้น ซึ่งสามารถแจกแจงค่าเฉลี่ยและแปลความหมายได้ผลวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการแสวงหาข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง

การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
การใช้สื่อเพื่อหาข้อมูลข่าวสาร			
1. สื่ออินเทอร์เน็ต เช่น Social Network Website	4.48	0.72	มากที่สุด
2. สื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร	3.12	1.15	ปานกลาง
3. สื่อบุคคล เช่น ครอบครัว ญาติ เพื่อนหรือคนรู้จัก	3.56	1.03	มาก
4 สื่อเฉพาะกิจ เช่น งานนิทรรศการ Open House	3.53	1.09	มาก
รวม	3.67	0.65	มาก
การหาข้อมูลที่เฉพาะเจาะจง			
1. มีการหาข้อมูลที่ต้องการอย่างละเอียด	4.10	0.74	มาก
2. มีความกระตือรือร้นในการหาข้อมูลหรือรายละเอียดต่างๆ	3.96	0.82	มาก
3. สามารถรู้ได้ทันทีว่าจะสามารถค้นหาข้อมูลได้จากที่ใด	3.90	0.90	มาก
รวม	3.83	0.38	มาก
การหาข้อมูลอย่างต่อเนื่อง			
1. มีการหาข้อมูลจากหลายๆแหล่งเพื่อเป็นทางเลือก	4.15	0.84	มาก
2. เมื่อได้ข้อมูลแล้วก็จะหยุดการแสวงหาข้อมูล	3.32	1.06	ปานกลาง
3. เข้าค้นหาข้อมูลทันทีที่ต้องการทราบรายละเอียด	4.02	0.89	มาก
รวม	3.86	0.63	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.85	0.51	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยรวมคือ 3.85 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาด้านย่อยทั้ง 3 ด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการหาข้อมูลอย่างต่อเนื่อง มากที่สุดคือค่าเฉลี่ย 3.86 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก รองลงมาคือการหาข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงคือค่าเฉลี่ย 3.83 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมากและสุดท้ายด้านการใช้สื่อเพื่อหาข้อมูลข่าวสาร คือค่าเฉลี่ย 3.67 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบการดำเนินชีวิตแต่ละด้านของกลุ่มตัวอย่าง

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
ด้านกิจกรรม			
1. ใช้เวลาว่างเล่นอินเทอร์เน็ตหรือโซเชียลมีเดีย	4.47	0.69	มากที่สุด
2. ติดตามศิลปินหรือดาราที่ชื่นชอบ	3.77	1.19	มาก
3. พักผ่อนอยู่บ้านช่วงวันหยุดยาว/เทศกาลสำคัญ	4.24	0.89	มากที่สุด
4. เดินเล่นซื้อของตามห้างสรรพสินค้า/ตลาดนัด	3.34	1.14	ปานกลาง
5. ไปงานเลี้ยงสังสรรค์พบปะเพื่อนฝูง	3.10	1.21	ปานกลาง
6. ทำอาหาร/ขนม	2.96	1.29	ปานกลาง
7. อ่านหนังสือ/นิตยสาร	3.18	1.16	ปานกลาง
8. เทียวชมงานนิทรรศการ/งานแสดงสินค้า	2.87	1.19	ปานกลาง
9. ไปใช้สิทธิเลือกตั้ง	2.96	1.57	ปานกลาง
10. ซื้อสินค้าและบริการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต	3.89	1.09	มาก
รวม	3.48	0.66	มาก
ด้านความสนใจ			
1. สมาชิกในครอบครัวเป็นผู้ให้คำปรึกษาที่ดีเสมอ	3.70	0.97	มาก
2. บ้านเป็นสถานที่พักผ่อนและให้ความบันเทิง	3.95	1.06	มาก
3. หางานใหม่เพื่อรายได้ที่สูงขึ้น	3.47	1.21	มาก

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
4. ความมั่นคงในหน้าที่การงานสำคัญกว่า รายได้	3.70	0.97	มาก
5. ชอบท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ	3.83	1.08	มาก
6. สนใจและใส่ใจในภาพลักษณ์ของตนเอง	3.86	0.96	มาก
7. สนใจเรื่องที่กำลังอยู่ในกระแสนิยม	3.56	1.04	มาก
8. ชอบค้นหาข้อมูลต่างๆ ผ่านอินเทอร์เน็ต	4.37	0.80	มากที่สุด
9. พัฒนาตนเองเพื่อความสำเร็จในอนาคต	4.13	0.87	มาก
10. ต้องการมีฐานะทางการเงินที่มั่นคง	4.45	0.78	มากที่สุด
รวม	3.91	0.611	มาก
ด้านความคิดเห็น			
1. ความตื่นตัวและความแปลกใหม่ทำให้มี ความสุข	4.17	0.86	มาก
2. ยิ่งเรียนในระดับที่สูงขึ้นก็ยิ่งเป็นที่ยอมรับ	3.73	1.05	มาก
3. วางแผนชีวิตไว้เพื่อความมั่นคงในอนาคต	4.11	0.89	มาก
4. พึงพอใจกับชีวิตความเป็นอยู่ในปัจจุบัน	3.71	1.08	มาก
5. การลงทุนย่อมมีความเสี่ยงเสมอ	4.29	0.84	มากที่สุด
6. ธุรกิจเสริมความงามเป็นที่นิยมมากใน ปัจจุบัน	3.83	0.99	มาก
7. ธุรกิจออนไลน์มีการเติบโตเป็นอย่างมากใน ปัจจุบัน	4.43	0.72	มากที่สุด
8. ประสบการณ์การทำงานมีความสำคัญ มากกว่าวุฒิการศึกษา	4.18	0.75	มาก
9. การศึกษาต่อในประเทศ / ต่างประเทศไม่มี ความแตกต่างกัน	2.83	1.32	ปานกลาง
10. โฆษณามีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อ สินค้าและบริการ	3.92	0.92	มาก
รวม	3.92	0.54	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.77	0.50	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่าง รูปแบบการดำเนินชีวิตมีค่าเฉลี่ยรวมคือ 3.77 เมื่อพิจารณาด้านย่อยทั้ง 3 ด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข่าวสารด้านความคิดเห็น มากที่สุดคือ ค่าเฉลี่ย 3.92 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก รองลงมาคือด้านความสนใจ คือค่าเฉลี่ย 3.91 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก และสุดท้ายด้านกิจกรรม คือค่าเฉลี่ย 3.48 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก

4.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต

จากการวิเคราะห์ปัจจัยรวมเพื่อจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยนำปัจจัยด้านกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็น มาวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อลดจำนวนตัวแปร ใช้วิธีองค์ประกอบหลักการสกัด ปัจจัยหมุนฉาก (Varimax) สามารถวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและจัดกลุ่มกิจกรรมได้ทั้งสิ้น 6 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตกับการใช้เวลาว่าง

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 1

รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 1	ค่าเฉลี่ย
พักผ่อนอยู่บ้านช่วงวันหยุดยาว/เทศกาลสำคัญ	0.66
ใช้เวลาว่างเล่นอินเทอร์เน็ตหรือโซเชียลมีเดีย	0.64

กลุ่มที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตกับงานอดิเรก

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 2

รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 2	ค่าเฉลี่ย
เดินเล่นซื้อของตามห้างสรรพสินค้า/ตลาดนัด	0.73
ไปงานเลี้ยงสังสรรค์พบปะเพื่อนฝูง	0.72
อ่านหนังสือ/นิตยสาร	0.70
ทำอาหาร/ขนม	0.69
เที่ยวชมงานนิทรรศการ/งานแสดงสินค้า	0.68

กลุ่มที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตกับพื้นที่ปลอดภัย

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 3

รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 3	ค่าเฉลี่ย
สมาชิกในครอบครัวเป็นผู้ให้คำปรึกษาที่ดีเสมอ	0.81
บ้านเป็นสถานที่พักผ่อนและให้ความบันเทิง	0.75

กลุ่มที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตกับการพัฒนาตัวตน

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 4

รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 4	ค่าเฉลี่ย
ชอบค้นหาข้อมูลต่างๆ ผ่านอินเทอร์เน็ต	0.71
พัฒนาตนเองเพื่อความสำเร็จในอนาคต	0.68
ต้องการมีฐานะทางการเงินที่มั่นคง	0.65
ตื่นเต้นและความแปลกใหม่ทำให้มีความสุข	0.65
สนใจเรื่องที่กำลังอยู่ในกระแสนิยม	0.63
สนใจและใส่ใจในภาพลักษณ์ของตนเอง	0.62

กลุ่มที่ 5 รูปแบบการดำเนินชีวิตกับโปรแกรมอนาคต

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 5

รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 5	ค่าเฉลี่ย
การลงทุนย่อมมีความเสี่ยงเสมอ	0.72
ประสบการณ์การทำงานมีความสำคัญมากกว่าวุฒิการศึกษา	0.67
ธุรกิจออนไลน์มีการเติบโตเป็นอย่างมากในปัจจุบัน	0.64
วางแผนชีวิตไว้เพื่อความมั่นคงในอนาคต	0.62

กลุ่มที่ 6 รูปแบบการดำเนินชีวิตกับทางเลือก

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 6

รูปแบบการดำเนินชีวิตกลุ่มที่ 6	ค่าเฉลี่ย
โฆษณามีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ	0.62
การศึกษาต่อในประเทศ / ต่างประเทศไม่มีความแตกต่างกัน	0.61

4.5 ผลการวิเคราะห์ด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

การวิเคราะห์ด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อ ซึ่งสามารถแจกแจงค่าเฉลี่ยและแปลความหมายได้ผลวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อของกลุ่มตัวอย่าง

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
ด้านการใช้ประโยชน์			
1 สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสาร	4.34	0.78	มากที่สุด
2. ข้อมูลข่าวสารที่ได้จากสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถช่วยเป็นแนวทางในการตัดสินใจได้	4.25	0.75	มากที่สุด
3. ข้อมูลข่าวสารที่ได้จากสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถนำไปพูดคุยกับผู้อื่น แลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้	4.27	0.73	มากที่สุด
4. ใช้ข้อมูลข่าวสารที่ได้จากสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง	4.23	0.80	มากที่สุด
5. ข้อมูลข่าวสารที่ได้จากสื่ออินเทอร์เน็ต ทำให้หันต่อเหตุการณ์ต่างๆ	4.42	0.72	มากที่สุด
รวม	4.30	0.62	มากที่สุด

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
ด้านความพึงพอใจ			
1. ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร	3.84	0.81	มาก
2. ความน่าสนใจของข้อมูลข่าวสาร	4.04	0.79	มาก
3. ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร	3.77	0.90	มาก
4. ความทันสมัยในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร	4.16	0.82	มาก
5. ความเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนของข้อมูลข่าวสาร	4.09	0.80	มาก
รวม	3.98	0.65	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.14	0.57	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร มีค่าเฉลี่ยรวมคือ 4.14 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาด้านย่อยทั้ง 2 ด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีด้านการใช้ประโยชน์ มากที่สุดคือ ค่าเฉลี่ย 4.30 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด และน้อยที่สุดด้านความพึงพอใจ คือค่าเฉลี่ย 3.98 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก

4.6 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจ

การวิเคราะห์เรื่องการตัดสินใจประกอบไปด้วย 5 ด้าน คือ การตระหนักรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจ หลังการตัดสินใจ ซึ่งสามารถแจกแจงค่าเฉลี่ยและแปลความหมายได้ผลวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

การตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
การตระหนักรู้ปัญหา			
1. การสมัครงาน โดยส่วนใหญ่จะรับผู้ที่จบในระดับปริญญาตรีเป็นอย่างน้อย	4.13	0.82	มาก

การตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
2. สังคม โดยส่วนใหญ่จะยอมรับผู้ที่จบในระดับปริญญาตรีเป็นอย่างน้อย	4.11	0.84	มาก
รวม	4.12	0.74	มาก
การค้นหาข้อมูล			
1. มีการค้นหาข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น Social Network Website	4.46	0.71	มากที่สุด
2. มีการค้นหาข้อมูลจากสื่อบุคคล เช่น ครอบครัว ญาติ เพื่อนหรือคนรู้จัก	3.83	0.95	มาก
รวม	4.14	0.68	มาก
การประเมินผลทางเลือก			
1. คำแนะนำจากครอบครัว	3.85	0.93	มาก
หลังการตัดสินใจ			
1. ได้รับความรู้และประสบการณ์ตามที่ต้องการ	4.23	0.76	มากที่สุด
2. จะแนะนำหรือบอกต่อบุคคลอื่นให้มาเรียนที่นี่	3.85	0.92	มาก
3. เมื่อจบแล้วจะเลือกเรียนต่อในระดับที่สูงขึ้น	3.97	0.96	มาก
รวม	4.01	0.72	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.01	0.55	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมรการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยรวมคือ 4.01 เมื่อพิจารณา ด้านย่อยทั้ง 5 ด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีด้านการค้นหาข้อมูล มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.14 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก รองลงมาคือด้านการตระหนักรู้ปัญหา คือค่าเฉลี่ย 4.12 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก ด้านหลังการตัดสินใจ คือค่าเฉลี่ย 4.01 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก ด้านการประเมินผลทางเลือก คือค่าเฉลี่ย 3.97 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก และสุดท้ายด้านการตัดสินใจ คือค่าเฉลี่ย 3.82 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก

4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 แรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

แรงจูงใจ	ค่าสหสัมพันธ์กับการแสวงหา ข้อมูลข่าวสาร	ค่านัยสำคัญ (P-value)
ด้านเหตุผลส่วนตัว	0.469**	0.000
ด้านการประกอบอาชีพ	0.424**	0.000
ด้านสังคม	0.463**	0.000
ด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง	0.401**	0.000
รวม	0.598**	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ มีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 และเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก ซึ่งหมายความว่า แรงจูงใจมาก ก็จะมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารมากด้วย และเป็นความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาแรงจูงใจแต่ละด้านพบว่า ด้านเหตุผลส่วนตัว ด้านการประกอบอาชีพ ด้านสังคม และด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง ต่างมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข้อมูลข่าวสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกและเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำและปานกลาง

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากสื่อ

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความพึงพอใจจากสื่อ

แรงจูงใจ	ค่าสหสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากสื่อ	ค่านัยสำคัญ (P-value)
ด้านเหตุผลส่วนตัว	0.312**	0.000
ด้านการประกอบอาชีพ	0.415**	0.000
ด้านสังคม	0.296**	0.000
ด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง	0.224**	0.000
รวม	0.422**	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากสื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 และเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก ซึ่งหมายความว่า แรงจูงใจมาก ก็จะมี ความพึงพอใจจากสื่อมากด้วย และเป็นความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาแรงจูงใจแต่ละด้านพบว่า ด้านเหตุผลส่วนตัว ด้านการประกอบอาชีพ ด้านสังคม และด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง ต่างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากสื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกและเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและต่ำและปานกลาง

สมมติฐานที่ 3 แรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้ประโยชน์จากสื่อ

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการใช้ประโยชน์จากสื่อ

แรงจูงใจ	ค่าสหสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อ	ค่านัยสำคัญ (P-value)
ด้านเหตุผลส่วนตัว	0.134**	0.007
ด้านการประกอบอาชีพ	0.289**	0.000
ด้านสังคม	0.229**	0.000
ด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง	0.074	0.137
รวม	0.245**	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 และเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก ซึ่งหมายความว่า แรงจูงใจมาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์จากสื่อมากด้วย และเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

เมื่อพิจารณาแรงจูงใจในแต่ละด้านพบว่า ด้านเหตุผลส่วนตัว ด้านการประกอบอาชีพ และด้านสังคม ต่างมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกและเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและต่ำ

สมมติฐานที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ค่าสหสัมพันธ์กับการแสวงหาข้อมูล	ค่านัยสำคัญ (P-value)
	ข่าวสาร	
กลุ่มการใช้เวลาว่าง	0.278**	0.000
กลุ่มงานอดิเรก	0.258**	0.000
กลุ่มพื้นที่ปลอดภัย	0.281**	0.000
กลุ่มการพัฒนาตัวตน	0.262**	0.000
กลุ่มโปรแกรมอนาคต	0.185**	0.000
กลุ่มทางเลือก	0.204**	0.000
รวม	0.606**	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต มีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 4 และเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก ซึ่งหมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตมาก ก็จะมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารมากด้วย และเป็นความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิตในแต่ละกลุ่มพบว่า กลุ่มการใช้เวลาว่าง กลุ่มงานอดิเรก กลุ่มพื้นที่ปลอดภัย กลุ่มการพัฒนาตัวตน กลุ่มโปรแกรมอนาคต และกลุ่มทางเลือก ต่างมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข้อมูลข่าวสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกและเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและต่ำ

สมมติฐานที่ 5 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากสื่อ

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับความพึงพอใจจากสื่อ

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ค่าสหสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากสื่อ	ค่านัยสำคัญ (P-value)
กลุ่มการใช้เวลาว่าง	0.267**	0.000
กลุ่มงานอดิเรก	0.086	0.085
กลุ่มพื้นที่ปลอดภัย	0.305**	0.000
กลุ่มการพัฒนาตัวตน	0.170**	0.001
กลุ่มโปรแกรมอนาคต	0.141**	0.005
กลุ่มทางเลือก	0.147**	0.003
รวม	0.423**	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากสื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 5 และเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก ซึ่งหมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตมาก ก็จะมี ความพึงพอใจจากสื่อมากด้วย และเป็นความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิตในแต่ละกลุ่มพบว่า กลุ่มการใช้เวลาว่าง กลุ่มพื้นที่ปลอดภัย กลุ่มการพัฒนาตัวตน กลุ่มโปรแกรมอนาคต และกลุ่มทางเลือก ต่างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากสื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกและเป็น ความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและต่ำ

สมมติฐานที่ 6 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อ

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการใช้ประโยชน์จากสื่อ

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ค่าสหสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อ	ค่านัยสำคัญ (P-value)
กลุ่มการใช้เวลาว่าง	0.299**	0.000
กลุ่มงานอดิเรก	0.001	0.983
กลุ่มพื้นที่ปลอดภัย	0.430**	0.000
กลุ่มการพัฒนาตัวตน	0.091	0.070
กลุ่มโปรแกรมอนาคต	0.011	0.831
กลุ่มทางเลือก	0.307**	0.000
รวม	0.394**	0.000

** มีนัยสำ

คัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 6 และเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก ซึ่งหมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตมาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์จากสื่อมากด้วย และเป็นความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณารูปแบบการดำเนินชีวิตในแต่ละกลุ่มพบว่า กลุ่มการใช้เวลาว่าง กลุ่มพื้นที่ปลอดภัย และกลุ่มทางเลือก ต่างมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกและเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก ต่ำ และปานกลาง

สมมติฐานที่ 7 การแสวงหาข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากสื่อ

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจจากสื่อ

การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	ค่าสหสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากสื่อ	ค่านัยสำคัญ (P-value)
การใช้สื่อเพื่อหาข้อมูลข่าวสาร	0.130**	0.009
การหาข้อมูลที่เฉพาะเจาะจง	0.304**	0.000
การหาข้อมูลอย่างต่อเนื่อง	0.327**	0.000
รวม	0.289**	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากสื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 7 และเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก ซึ่งหมายความว่า การแสวงหาข้อมูลข่าวสารมาก ก็จะมี ความพึงพอใจจากสื่อมากด้วย และเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

เมื่อพิจารณาการแสวงหาข้อมูลข่าวสารแต่ละด้านพบว่า การใช้สื่อเพื่อหาข้อมูลข่าวสาร การหาข้อมูลที่เฉพาะเจาะจง และการหาข้อมูลอย่างต่อเนื่อง ต่างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากสื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกและเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและต่ำ

สมมติฐานที่ 8 การแสวงหาข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข้อมูลข่าวสารกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	ค่าสหสัมพันธ์กับการตัดสินใจ	ค่านัยสำคัญ (P-value)
การใช้สื่อเพื่อหาข้อมูลข่าวสาร	0.447**	0.000
การหาข้อมูลที่เฉพาะเจาะจง	0.456**	0.000
การหาข้อมูลอย่างต่อเนื่อง	0.461**	0.000
รวม	0.594**	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข้อมูลข่าวสารกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 8 และเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกซึ่งหมายความว่า การแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อมาก ก็จะมีการตัดสินใจมากด้วย และเป็นความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาด้านการรับรู้การแสวงหาข้อมูลข่าวสารแต่ละด้านพบว่า การใช้สื่อเพื่อหาข้อมูลข่าวสาร การหาข้อมูลที่เฉพาะเจาะจง และการหาข้อมูลอย่างต่อเนื่อง ต่างมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z และเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกซึ่งบ่งชี้ความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

สมมติฐานที่ 9 ความพึงพอใจจากสื่อมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อ

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจจากสื่อกับการใช้ประโยชน์จากสื่อ

ความพึงพอใจจากสื่อ	ค่าสหสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อ	ค่านัยสำคัญ (P-value)
ความพึงพอใจ	0.870**	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจจากสื่อ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 9 และเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก ซึ่งหมายความว่า ความพึงพอใจจากสื่อมาก ก็จะมีการใช้ประโยชน์จากสื่อมากด้วย และเป็นความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก

สมมติฐานที่ 10 ความพึงพอใจจากสื่อมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจจากสื่อกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

ความพึงพอใจจากสื่อ	ค่าสหสัมพันธ์กับการตัดสินใจ	ค่านัยสำคัญ (P-value)
ความพึงพอใจ	0.466**	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจจากสื่อ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 10 และเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก ซึ่งหมายความว่า ความพึงพอใจจากสื่อมาก ก็จะมีการตัดสินใจมากด้วย และเป็นความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

สมมติฐานที่ 11 การใช้ประโยชน์จากสื่อมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์จากสื่อกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

การใช้ประโยชน์จากสื่อ	ค่าสหสัมพันธ์กับการตัดสินใจ	ค่านัยสำคัญ (P-value)
การใช้ประโยชน์	0.390**	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.26 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์จากสื่อ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจต่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 12 และเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก ซึ่งหมายความว่า การใช้ประโยชน์จากสื่อมาก ก็จะมีการตัดสินใจมากด้วย และเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

สมมติฐานที่ 12 แรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

ตารางที่ 4.27 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของแรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

ปัจจัย	R ²	R ²	สัมประสิทธิ์ถดถอย		t	P
		Change	B	Beta		
แรงจูงใจ	0.673	0.452	0.180	0.328	8.116***	0.001
การแสวงหาข้อมูล ข่าวสาร	0.739	0.546	0.166	0.303	6.237***	0.001
การใช้ประโยชน์และ ความพึงพอใจ	0.759	0.576	0.138	0.252	5.483***	0.001
รูปแบบการดำเนิน ชีวิต	0.765	0.585	0.122	0.222	3.520***	0.001

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

ค่า Durbin-Waston = 1.838 (อยู่ระหว่าง 1.5-2.5)

Multicollinearity < 0.65

จากตารางที่ 4.27 พบว่าตัวแปรที่สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 12 โดยประกอบด้วยตัวแปรเรียงลำดับความสำคัญ ได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิต การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และแรงจูงใจ โดยตัวแปรทั้งหมดสามารถพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z โดยเมื่อพิจารณาแล้ว แรงจูงใจสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 67.2 ซึ่งมีค่า R² = 0.672 เมื่อนำไปรวมกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสารสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 73.9 ซึ่งมีค่า R² = 0.739 ซึ่งจะสามารถพยากรณ์ได้ดีกว่า นอกจากนี้หากเพิ่มตัวแปรการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจะสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 75.9 ซึ่ง

มีค่า $R^2 = 0.759$ และเมื่อเพิ่มตัวแปรตัวสุดท้าย คือรูปแบบการดำเนินชีวิตจะทำให้ได้ค่าพยากรณ์สูงสุดที่ร้อยละ 76.5 ซึ่งมีค่า $R^2 = 0.765$

4.8 การวิจัยเชิงคุณภาพ

ในส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพนี้ ผู้วิจัยใช้การเลือกเป้าหมายจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่กำลังตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาต่อจำนวน 8 คน โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อค้นหารายละเอียดของคำถามในแต่ละตัวแปร ซึ่งมีผลการวิจัยดังนี้

1) ด้านแรงจูงใจ

สำหรับด้านแรงจูงใจแบ่งออกเป็น 4 ประเด็นหลักๆคือ ด้านเหตุผลส่วนตัว ด้านประกอบอาชีพ ด้านสังคม ด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยในยุคปัจจุบัน ส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับความสนใจส่วนตัวเป็นอย่างมาก รองลงมาจะเกี่ยวกับกระแสความนิยมในสังคมช่วงนั้นๆ และอาจจะมีความคิดเห็นจากผู้ปกครองหรือบุคคลคนอื่นๆเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่กำลังตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาต่อจำนวน 8 คน ในภาพรวม 4 ใน 8 คน มีความชอบและความสนใจ 2 ใน 8 คนนำไปต่อยอดกับธุรกิจ กิจการของครอบครัว 2 ใน 8 คนมองว่ามีความมั่นคง ก้าวหน้าในอาชีพ

“อยากเข้าศึกษาต่อในสาขานี้เพราะชอบในสาขานี้อยู่แล้ว อีกอย่างคือด้วยตอนนี้ทางสังคมเองยังคงต้องการใบรับรองการประกอบอาชีพในการสมัครทำงานอยู่”

“ด้วยเพราะสนใจในด้านภาษา ถ้าใบรับรองก็สามารถทำให้อาชีพมีความมั่นคง สามารถดึงดูดบริษัทที่ต้องการทำงานด้วยในอนาคต”

“เพราะที่บ้านมีธุรกิจส่วนตัว อยากนำไปต่อยอดเพื่อรักษาและพัฒนาธุรกิจของครอบครัวได้”

2) ด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

สำหรับด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสารแบ่งออกเป็น 3 ประเด็นหลักๆคือ การใช้สื่อเพื่อหาข้อมูลข่าวสาร การหาข้อมูลที่เฉพาะเจาะจง การหาข้อมูลอย่างต่อเนื่อง โดย ณ ตอนนี้เป็นยุคของสังคมออนไลน์ การค้นหาข้อมูลโดยส่วนมาก จะค้นหาข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เกี่ยวกับข้อมูลของคณะ สาขาในสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ข้อมูลโดยตรงจะมาจากเว็บไซต์ ส่วนกลาง หากต้องการข้อมูลเพิ่มเติมจะเข้าติดตามเพจเว็บไซต์การศึกษาที่มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ มีการนำเสนอข้อมูลที่ทันต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจาก

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่กำลังตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาต่อจำนวน 8 คน ในภาพรวมทุกคนค้นหาข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต มี 2 ใน 8 คนที่สอบถามข้อมูลโดยเน้นกับบุคคลรอบข้าง เช่น รุ่นพี่ หรือผู้ปกครอง และ 5 ใน 8 คน มีการหาข้อมูลจากหลายๆ แหล่งที่มา

“ส่วนใหญ่จะเป็นค้นหาข้อมูลเอง คอยตรวจสอบ เข้าค้นหาข้อมูลจากทางเว็บไซต์เป็นหลัก แต่โดยส่วนใหญ่ถ้าอยากรู้อะไรก็จะไปค้นหาเพิ่มเติมทันที”

“ก็จะมีเข้าค้นหาเองบ้าง แต่โดยส่วนใหญ่ผู้ปกครองจะคอยช่วยเหลือดูแล หาข้อมูลมาเสริมอัปเดตข้อมูล”

3) ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต

สำหรับด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตแบ่งออกเป็น 3 ประเด็นหลักๆคือ ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น โดยภาพรวม 5 ใน 8 คนชอบพักผ่อนอยู่บ้าน มองว่าบ้านคือสถานที่ผ่อนคลาย 3 ใน 8 ชอบออกไปท่องเที่ยว มองแรงบันดาลใจ สิ่งใหม่ๆ หรือพบผู้คนเพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิด

“ส่วนใหญ่ จะเล่นเกมตลอด เป็นผู้ดูแลระบบของกลุ่ม มีเขียนโค้ดทางกับเพื่อนออนไลน์บ้าง มีฟังเพลงและตามศิลปินที่ชอบบางโอกาส คิดว่าบ้านคือสถานที่ที่สงบและสะดวกสบายที่สุด”

“ชอบในสถานที่ๆสงบ ไปนั่งที่ co working space เพื่อหาแรงบันดาลใจและผ่อนคลายความเครียดต่างๆ หรือเดินเล่นในห้างสรรพสินค้าหาของกินเจอผู้คนเยอะๆ ดีกว่าอยู่เงียบๆที่บ้าน มีเล่นหุ่นบ้างตามที่คุณผู้ปกครองแนะนำ”

4) ด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อ

สำหรับด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นหลักๆคือด้านการใช้ประโยชน์ และด้านความพึงพอใจจากสื่อ โดยในภาพรวม 6 ใน 8 คน ติดตามข่าวสารจากหลายๆแหล่งที่มา เช่น เพจส่วนกลางเพจเพื่อการศึกษาที่มีชื่อเสียง มีความทันสมัยรวดเร็วและความถูกต้องของข้อมูล ได้จากบุคคลรอบข้าง และ 2 ใน 8 คนเนื่องจากมีเป้าหมายที่ชัดเจน จึงพึ่งพาข้อมูลจากส่วนกลางเป็นหลัก

“เพราะเจาะจงอยากเข้าสาขานี้ซึ่งเปิดการรับสมัครหลายช่วง จึงมุ่งเน้นสื่อเฉพาะของสาขานี้ ทำให้หาข้อมูลง่ายและทันเหตุการณ์ต่างๆ”

“มีความสับสนในข้อมูลอยู่บ้าง ติดตามข้อมูลผ่านสื่อทางเว็บไซต์การศึกษาตลอด แต่ต้องระวังข้อมูลบ้าง เพราะมีบางอย่างยังคงเป็นของการคัดเลือกจากรุ่นที่แล้วอยู่ มีการนำข้อมูลจากสื่อไปคุยกับเพื่อนและรุ่นพี่เพื่อแสดงความคิดเห็น หาข้อมูลเพิ่มเติม”

5) ด้านการตัดสินใจ

สำหรับด้านการตัดสินใจแบ่งออกเป็น 4 ประเด็นหลักๆคือ การตระหนักรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจ และหลังการตัดสินใจ ในภาพรวม 6 ใน 8 คน ด้วยสถานะทางการเงิน ระยะทางในการเดินทาง คำแนะนำเกี่ยวกับหลักสูตร สภาพแวดล้อมต่างๆ เป็นส่วนช่วยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสาขาที่ต้องการ

“เพราะทำเลและสถานที่ตั้งใกล้บ้าน เรื่องค่าใช้จ่าย ความสนใจและคำแนะนำเกี่ยวกับหลักสูตรและการเรียนการสอน จากบุคคลต่างๆทำให้ตัดสินใจเลือกสถาบันนี้”

6) ด้านหลังการผ่านคัดเลือก

หลังจากที่ประกาศผลการคัดเลือก ในภาพรวม 5 ใน 8 สามารถเข้าศึกษาต่อในสาขาที่ต้องการได้ แม้ว่าจะมีบางคนที่ไม่ตรงตามมหาวิทยาลัยที่คาดหวังไว้ และ 3 ใน 8 คนไม่ตรงตามสาขาที่ตั้งไว้ เนื่องจากการวางแผนในการเลือกอันดับการคัดเลือก ขาดข้อมูลที่เพียงพอทำให้ตัดสินใจคลาดเคลื่อนจากที่ตั้งใจไว้

“หลังจากการสอบเข้าได้ มีการสอนเสริมก่อนเรียนจากรุ่นพี่ ทำให้เข้าใจและเพิ่มเติมความรู้ได้มากยิ่งขึ้น และหลักสูตรตรงกับความตั้งใจดั้งเดิมที่ต้องกาศึกษา”

“เพราะเนื่องจากไม่ได้ตรวจสอบข้อมูลให้ละเอียดเพิ่มเติมก่อนการสมัครเข้าคัดเลือกอันดับ ทำให้การวางแผนตัดสินใจผิดพลาดบ้าง แต่ยังอยู่ในอันดับที่คาดหวังจากการเลือกเข้าศึกษา”

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z” มีวัตถุประสงค์หลักในการศึกษา ดังนี้

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อกับการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจจากสื่อและการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจจากสื่อกับการใช้ประโยชน์จากสื่อและการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างใช้ประโยชน์จากสื่อมีกับการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z
7. เพื่อศึกษาแรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ กับการพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างพบว่ามากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีอายุ 17 ปี ทั้งนี้รายได้ครอบครัวต่อเดือนส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง คือ ตั้งแต่ 60,001 บาทขึ้นไป และรายได้ส่วนบุคคลส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง คือ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

5.1.2 แรงจูงใจเพื่อตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

ด้านเหตุผลส่วนตัว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โดยรวมอยู่ที่ได้รับข่าวสารมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ต้องการความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติม ความสนใจส่วนตัว หลักสูตรและสาขาวิชาตรงตามความต้องการ มีชื่อเสียงเพิ่มขึ้น และนำไปต่อยอดกับธุรกิจของครอบครัว

ด้านการประกอบอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โดยรวมอยู่ที่ได้รับข่าวสารมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ความมั่นคงก้าวหน้าในอาชีพ เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถเลือกประกอบอาชีพได้ตรงความต้องการของตัวเอง และเป็นตัวรับรองในการประกอบอาชีพ

ด้านสังคม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โดยรวมอยู่ที่ได้รับข่าวสารมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ต้องการนำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาสังคม เป็นที่ยอมรับในสังคม และกระแสมนิยมในสังคม

ด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โดยรวมอยู่ที่ได้รับข่าวสารมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ บิดา มารดา หรือผู้ปกครอง สนับสนุนแนะนำให้เรียน บิดา มารดา หรือผู้ปกครอง ต้องการให้เรียน อาจารย์ชี้แนะแนวทางให้ ตามบุคคลที่มีชื่อเสียง และตามเพื่อน

5.1.3 การแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

การใช้สื่อเพื่อหาข้อมูลข่าวสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โดยรวมอยู่ที่ได้รับข่าวสารมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชน

การหาข้อมูลอย่างต่อเนื่อง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โดยรวมอยู่ที่ได้รับข่าวสารมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีการหาข้อมูลจากหลายๆแหล่งเพื่อเป็นทางเลือก มีการชี้แจงน้ำหนักความสำคัญและความคุ้มค่า และเมื่อได้ข้อมูลแล้วก็จะหยุดการแสวงหาข้อมูล

การหาข้อมูลที่เฉพาะเจาะจง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โดยรวมอยู่ที่ได้รับข่าวสารมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีความต้องการข้อมูลหรือรายละเอียดแบบกว้างๆ และเป็นการหาข้อมูลเบื้องต้น ไม่ลงลึกในรายละเอียด

5.1.4 รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการวิเคราะห์ลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยนำปัจจัยด้านกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็น มาวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อลดจำนวนตัวแปร ซึ่งสามารถจัดกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตได้ 6 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 รูปแบบการดำเนินชีวิตกับการใช้เวลาว่าง เป็นกลุ่มที่เมื่อมีช่วงเวลาระยะสั้นๆ ว่างเว้นจากการทำสิ่งต่างๆแล้ว ในช่วงเวลานี้มีความชอบที่จะอาศัยอยู่ในสถานที่ส่วนตัว ใช้เวลาไปกับการท่องโลกของอินเทอร์เน็ตหรือนอนหลับพักผ่อน

กลุ่มที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตกับงานอดิเรก เป็นกลุ่มที่มีช่วงเวลาที่สนใจบางสิ่งหรือต้องการความผ่อนคลายซึ่งส่วนใหญ่มีความที่จะต้องออกไปนอกสถานที่เพื่อพบประสบการณ์ใหม่ๆ

กลุ่มที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตกับพื้นที่ปลอดภัย เป็นกลุ่มที่ต้องการสถานที่หรือบุคคลที่ทำให้มีความรู้สึกสบายใจและมีความปลอดภัยในชีวิต

กลุ่มที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตกับการพัฒนาตัวตน เป็นกลุ่มที่มีความกระตือรือร้นในการพัฒนาคุณภาพชีวิตด้วยวิธีต่างๆ อาทิ การศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม

กลุ่มที่ 5 รูปแบบการดำเนินชีวิตกับโปรแกรมอนาคต เป็นกลุ่มที่ชอบการวางแผนล่วงหน้าเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตเพื่อความมั่นคงและความปลอดภัยในวิถีชีวิต

กลุ่มที่ 6 รูปแบบการดำเนินชีวิตกับทางเลือก เป็นกลุ่มที่มักมีแรงกระตุ้นหรือมุมมองบางอย่างที่คอยช่วยให้สามารถตัดสินใจในการทำสิ่งต่างในชีวิตได้

5.1.5 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อของกลุ่มตัวอย่าง

ด้านการใช้ประโยชน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โดยรวมอยู่ที่ได้รับข่าวสารมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ข้อมูลข่าวสารที่ได้จากสื่ออินเทอร์เน็ต ทำให้ทันต่อเหตุการณ์ต่างๆ สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพต่อการรับทราบ

ข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลข่าวสารที่ได้จากสื่ออินเทอร์เน็ต สามารถนำไปพูดคุยกับผู้อื่น แลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้ ข้อมูลข่าวสารที่ได้จากสื่ออินเทอร์เน็ต สามารถช่วยเป็นแนวทางในการตัดสินใจได้ และใช้ข้อมูลข่าวสารที่ได้จากสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิง

ด้านความพึงพอใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โดยรวมอยู่ที่ได้รับข่าวสารมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ความทันสมัยในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนของข้อมูลข่าวสาร ความน่าสนใจของข้อมูลข่าวสาร ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โดยรวมอยู่ที่ได้รับข่าวสารมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ความทันสมัยในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนของข้อมูลข่าวสาร ความน่าสนใจของข้อมูลข่าวสาร ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

5.1.6 การตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

การตระหนักรู้ปัญหา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โดยรวมอยู่ที่ได้รับข่าวสารมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ การสมัครงาน โดยส่วนใหญ่จะรับผู้ที่จบในระดับปริญญาตรีเป็นอย่างน้อย และสังคม โดยส่วนใหญ่จะยอมรับผู้ที่จบในระดับปริญญาตรีเป็นอย่างน้อย

การค้นหาข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โดยรวมอยู่ที่ได้รับข่าวสารมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีการค้นหาข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น Social Network Website และมีการค้นหาข้อมูลจากสื่อบุคคล จาก ครอบครัวญาติ เพื่อนหรือคนรู้จัก

การประเมินผลทางเลือก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โดยรวมอยู่ที่ได้รับข่าวสารมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ หลักสูตรและสาขาที่เปิดสอน ทำเลที่ตั้งของสถานศึกษา ค่าใช้จ่ายในการเรียน และคำแนะนำจากครอบครัว

การตัดสินใจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โดยรวมอยู่ที่ได้รับข่าวสารมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ เลือกเข้าศึกษาต่อในสถาบันและคณะที่ตนเองชอบ และเลือกเข้าศึกษาต่อในสถาบันและคณะที่ครอบครัวแนะนำ

หลังการตัดสินใจพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โดยรวมอยู่ที่ได้รับข่าวสารมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ได้รับความรู้และ

ประสบการณ์ตามที่ต้องการ เมื่อจบแล้วจะเลือกเรียนต่อในระดับที่สูงขึ้น และจะแนะนำหรือบอกต่อบุคคลอื่นให้มาเรียนที่นี่

5.1.7 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 แรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร พบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าอยู่ที่ 0.598 โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากสื่อ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับความพึงพอใจจากสื่ออย่าง พบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าอยู่ที่ 0.422 โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานที่ 3 แรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจกับการใช้ประโยชน์จากสื่อ พบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าอยู่ที่ 0.245 โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 3

สมมติฐานที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร พบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าอยู่ที่ 0.606 โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 4

สมมติฐานที่ 5 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากสื่อ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับความพึงพอใจจากสื่อ พบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าอยู่ที่ 0.423 โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 5

สมมติฐานที่ 6 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับการใช้ประโยชน์จากสื่อ พบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าอยู่ที่ 0.394 โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 6

สมมติฐานที่ 7 การแสวงหาข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจจากสื่อ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข้อมูลข่าวสารกับความพึงพอใจจากสื่อ พบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าอยู่ที่ 0.289 โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 7

สมมติฐานที่ 8 การแสวงหาข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข้อมูลข่าวสารกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z พบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าอยู่ที่ 0.594 โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 8

สมมติฐานที่ 9 ความพึงพอใจจากสื่อมีความสัมพันธ์ต่อการใช้ประโยชน์จากสื่อ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจจากสื่อกับการใช้ประโยชน์จากสื่อ พบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าอยู่ที่ 0.870 โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงมาก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 9

สมมติฐานที่ 10 ความพึงพอใจจากสื่อมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจจากสื่อกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z พบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าอยู่ที่ 0.466 โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 10

สมมติฐานที่ 11 การใช้ประโยชน์จากสื่อมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ประโยชน์จากสื่อกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z พบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าอยู่ที่ 0.390 โดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 11

สมมติฐานที่ 12 แรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่าตัวแปรสามารถพยากรณ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 เป็นความสัมพันธ์เชิงบวก โดยประกอบด้วยตัวแปรเรียงลำดับความสำคัญได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิต การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และแรงจูงใจ โดยตัวแปรทั้งหมดสามารถพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 12

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยจะนำเสนอประเด็นสำคัญต่างๆ ดังนี้

5.2.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับ ดวงฤทัย แก้วคำและวิมลพรรณ อาภาเวท (2559) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตดุสิต โดยใช้แนวคิดความแตกต่างของลักษณะประชากรกับการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีและปัจจัยการสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี พบว่านักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตดุสิตที่มีลักษณะประชากรที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ เสรี สิงห์โงนและสาลินี จันทร์เจริญ (2561) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาจิตวิทยาเด็ก วิทยาลัยและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล โดยใช้แนวคิดลักษณะประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาจิตวิทยาเด็กวิทยาลัยและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดลแตกต่างกัน ผลการทดลองพบว่า ลักษณะประชากรไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2.2 แรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ กับการพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

ผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจสามารถพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กอแก้ว จันทร์กิ่งทองและคณะผู้จัดทำ (2560) ได้ทำวิจัยเรื่องการศึกษาเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดสงขลา พบว่าแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากนักศึกษาต้องการได้รับความรู้ ทักษะและประสบการณ์ต่าง ๆ จากการศึกษา เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ทั้งยังต้องการสร้างความก้าวหน้าให้กับตนเองเพื่อสร้างความมั่นคงในอนาคต ต้องการเป็นบุคคลที่มีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับของสังคม ต้องการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างมีความสุข และจากงานวิจัยของ ภาณุวัฒน์ สว่างแสง (2562) ได้ทำวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีประจำปี

การศึกษา 2561 มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (TCAS61) พบว่า แรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าศึกษา โดยรวมอยู่ในในระดับมาก ซึ่งต้องการเข้ามาหาความรู้ประสบการณ์ หลักสูตรที่ตรงกับความต้องการ มีความภาคภูมิใจในการเข้าศึกษาและได้รับคำแนะนำจากบุคคลที่รู้จัก

การแสวงหาข้อมูลข่าวสารสามารถพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วลัย วัฒนะศิริ (2553) ได้ทำวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อที่ประเทศไทยในระดับอุดมศึกษานานาชาติของ นักศึกษาประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง พบว่า นักศึกษาแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้านการศึกษาในประเทศไทยจากสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อบุคคล และสื่อสิ่งพิมพ์มากที่สุดเนื่องจากกลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงเว็บไซต์ได้สะดวกและรวดเร็ว รวมทั้งความสามารถของสื่อสิ่งพิมพ์ที่จะให้ข้อมูลรายละเอียด และข้อความกระตุ้นอารมณ์เพื่อให้ผู้รับสารคิดถึงเหตุผลในการเลือกตัดสินใจได้ และสอดคล้องจากการสนทนากลุ่ม โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์จากการใกล้ชิดและมีประสบการณ์ร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย พบว่า กลุ่มเป้าหมายต้องการความพึงพอใจในด้านของความละเอียดของข้อมูล ท้นต่อเหตุการณ์ต่างๆ เช่น ดูเรื่องของคะแนนสูง-ต่ำของปีก่อนหน้า เพื่อนำมาวิเคราะห์สถิติแนวโน้มเพื่อไปถึงเป้าหมาย สรุปได้ถึงเกณฑ์ที่ต้องการอย่างคร่าวๆเพื่อสามารถใช้เป็นตัววัดในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อสามารถพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวัฒน์ คณารักษ์สมบัติ (2560) ได้ทำวิจัยเรื่องการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ พบว่าการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่ออยู่ในระดับกลางๆ แสดงได้ว่าสื่อออนไลน์ จะเข้าถึงผู้รับสารได้มาก เพราะเป็นสื่อทางตรง สามารถให้ข้อมูลข่าวสารได้มาก มีภาพ เสียงสามมิติ มีการเคลื่อนไหว มีภาพเสมือนจริง มีลูกเล่นมาก ทำให้เกิดการตัดสินใจได้เป็นอย่างดี และสอดคล้องจากการสนทนากลุ่ม โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์จากการใกล้ชิดและมีประสบการณ์ร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย พบว่า จากความพึงพอใจในด้านของความทันสมัย เข้าใจง่าย และถูกต้อง ทำให้กลุ่มเป้าหมาย สามารถเลือกใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตที่ น่าดึงดูด และสามารถนำไปแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆได้ ทำให้นำมาประกอบในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ เพราะหากสื่อที่ใช้มีความผิดพลาด ทำให้การตัดสินใจต่อเป้าหมายที่เลือกไว้ มีความผิดพลาดได้

รูปแบบการดำเนินชีวิตสามารถพยากรณ์การตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพลิน บรรพโต (2561) พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต สภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันจะส่งผลให้การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อเพื่อประกอบอาชีพแตกต่างกัน

ดังนั้นแรงจูงใจ การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ก็เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z ซึ่งสอดคล้องเป็นไปตามสมมติฐานตามหัวข้อที่กำหนดไว้

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

- 1) มหาวิทยาลัยสามารถทำสื่อประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา
- 2) มหาวิทยาลัยสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หลักสูตรแต่ละสาขาวิชา หรือเกณฑ์คะแนนสูง-ต่ำ เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจเข้าศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา
- 3) มหาวิทยาลัยสามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้เพื่อวางแผนดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย และสามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึงมากขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

- 1) ควรศึกษาปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการและคุณค่าตราสินค้า เพื่อช่วยเพิ่มผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติม
- 2) ควรศึกษาปัจจัยความคาดหวังของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนการสอน เพื่อพัฒนาหลักสูตรตามความต้องการของผู้เรียน
- 3) ควรเพิ่มจำนวนผู้สัมภาษณ์เพื่อให้ได้ความคิดเห็นจากกลุ่มหลากหลายสาขา

บรรณานุกรม

- กอแก้ว จันทร์กิ่งทอง. (2560). การศึกษาเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี
ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดสงขลา. *การประชุมมหาดใหญ่
วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 8* (น. 948-959). มหาวิทยาลัยมหาดใหญ่.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2546). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 แก้ไขเพิ่มเติม
(ฉบับที่ 2) พุทธศักราช 2545*. กรุงเทพมหานคร: ครูสภา.
- จุฬารัตน์ แดงโสภณ. (2549). แรงจูงใจในการเลือกเรียนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพสาขาวิชาพาณิชย
การ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาศุพรรณบุรี เขต 3
(สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ฉัฐมณฑน์ ตั้งกิจถาวร. (2557). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลที่ถูกแชร์
(Shared) ผ่านเฟสบุ๊ก (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ,
กรุงเทพฯ.
- ณัฐวัฒน์ คณารักษ์สมบัติ. (2560). การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้า
ศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ธนพร ทองแดง. (2561). รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อวีล็อก ความน่าเชื่อถือและการ
ตัดสินใจท่องเที่ยวของผู้ชมวีล็อก. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒน
บริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- นรฤทธิ สุรัชิต. (2547). แรงจูงใจในการเลือกเรียน สาขาพาณิชยกรรมของนักเรียนระดับ
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ โรงเรียนพาณิชยกรรมหัวหิน (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- นรรัตน์ สวงนวงศ์วาน. (2557). คุณค่าตราสินค้าและการยอมรับทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ
กางเกงยีนส์แบรนด์เนมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
คณะนิเทศศาสตร์, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์.
- ประเมษฐ์ ศรีทาสังข์, สมชาย ล้วนประเสริฐ, ศศิธร อาจวิชัย, อาริรัตน์ บัวบาน, จุฬารัตน์ ไทวรรณ

- และ สุชาติ อ้าโนนไพร. (2557). จิตวิทยาสำหรับครู. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <https://sites.google.com/site/group1class52557/3-thvsdi-kar-reiyn-ru>
- พาสนา จุลรัตน์. (2548). *จิตวิทยาการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการแนะนำและจิตวิทยาการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ไพลิน บรรพโต. (2561). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการของนักศึกษา. สาขาการจัดการการโรงแรม ระดับชั้นปริญญาตรีในเขตกรุงเทพและปริมณฑล.* (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ภาณุวัฒน์ สว่างแสง. (2562). *แรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าศึกษาในระดับปริญญาตรีประจำปีการศึกษา 2561 มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (TCAS61).* *วารสารสารคาม*, 12(1): 154-170.
- ชูชีพ อ่อนโคกสูง. (2546). *ความสัมพันธ์ระหว่างพลังความสามารถแห่งตน เป้าหมาย และความเป็นไปได้ที่จะทำแรงจูงใจในการเรียน* (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2566). *สถิติอุดมศึกษา ข้อมูลสถาบันอุดมศึกษา.* สืบค้นจาก <http://www.mua.go.th/assets/img/pdf/stat.pdf>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566ก). *สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ.* สืบค้นจาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566ข). *สถิติการศึกษา.* สืบค้นจาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/03.aspx>
- สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต. (2547). *ทฤษฎีและเทคนิคการปรับแต่งพฤติกรรม* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุมาลี เหลืองดารงกิจ. (2543). *รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- สุวัฒน์ วัฒนวงศ. (2544). *จิตวิทยาเพื่อการฝึกอบรมผู้ใหญ่* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2556) *การวิเคราะห์สถิติหลายตัวแปรสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วลัย วัฒนศิริ. (2553). *พฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อที่ประเทศไทยในระดับอุดมศึกษา*
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อารี พันธุ์มณี. (2542). *จิตวิทยาการเรียนการสอน*. กรุงเทพฯ: เลิฟแอนด์เพรส.

- Assael, H. (1995). *Consumer behavior: A strategic approach*. New York: Houghton Mifflin.
- Assael, H. (2004). *Consumer behavior: A strategic approach* (8th ed.). New York: Houghton Mifflin.
- Burns, N., & Grove, S.K. (1993). *The Practice of Nursing Research: Conduct, Critique & Utilization*. (4th ed.). Philadelphia: W.B.Saunders Company.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1986). *Consumer behavior* (5th ed.). Chicago, IL: The Dryden Press.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (1995). *Consumer behavior: Implications for marketing strategy* (6th ed.). Chicago: Irwin.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler, & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research Beverly Hills*. P. 19-32. Australia: Sage Publications.
- Krikelas, I. (1983). Information seeking behavior: Patterns and concepts. *Drexel Library Quarterly*, 19(2), 5-20.
- Maslow. (2555). *Theories of motivation*. Retrieved from <http://motivation-srisupan.blogspot.com/2012/07/theories-of-motivation.html>
- McCombs & Becker (1979). *Using mass communication theory*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Solomon (2013). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (10th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.



แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ เพื่อศึกษา ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาของเด็ก Generation Z ซึ่งข้อมูลจากแบบสอบถามนี้จะถือเป็นความลับและนำมาใช้เป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาเท่านั้น โดยแบบสอบถามทั้งหมดแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจ

ส่วนที่ 3 การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

ส่วนที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิต

ส่วนที่ 5 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ส่วนที่ 6 การตัดสินใจ

ผู้วิจัยขอความร่วมมือผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านให้ตอบข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงของตัวท่านมากที่สุด ซึ่งข้อมูลทั้งหมดจะถูกเก็บเป็นความลับและใช้ประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

- | | | |
|--------------------------|--|--|
| 1. เพศ | <input type="checkbox"/> ชาย | <input type="checkbox"/> หญิง |
| 2. อายุ | <input type="checkbox"/> 15 ปี | <input type="checkbox"/> 16 ปี |
| | <input type="checkbox"/> 17 ปี | <input type="checkbox"/> 18 ปี |
| | <input type="checkbox"/> 19 ปี | |
| 3. รายได้ครอบครัว/เดือน | <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 20,000 บาท | <input type="checkbox"/> 20,001 – 40,000 บาท |
| | <input type="checkbox"/> 40,001 – 60,000 บาท | <input type="checkbox"/> 60,001 บาทขึ้นไป |
| 4. รายได้ส่วนบุคคล/เดือน | <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 10,001 – 15,000 บาท |
| | <input type="checkbox"/> 15,001 – 20,000 บาท | <input type="checkbox"/> 20,001 บาทขึ้นไป |

ส่วนที่ 2 : แรงจูงใจ

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

แรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ	ระดับมากที่สุดไประดับน้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
4. ด้านเหตุผลส่วนตัว					
4.1 ความสนใจส่วนตัว					
4.2 ต้องการความรู้และประสบการณ์เพิ่มเติม					
4.3 มีชื่อเสียงเพิ่มขึ้น					
4.4 หลักสูตรและสาขาวิชาตรงตามความต้องการ					
4.5 นำไปต่อยอดกับธุรกิจของครอบครัว					
5. ด้านการประกอบอาชีพ					
5.1 เป็นตัวรับรองในการประกอบอาชีพ					
5.2 ความมั่นคงก้าวหน้าในอาชีพ					
5.3 เมื่อสำเร็จการศึกษาสามารถเลือกประกอบอาชีพได้ตรงความต้องการของตัวเอง					
6. ด้านสังคม					
6.1 เป็นที่ยอมรับในสังคม					
6.2 กระจายความนิยมในสังคม					

แรงจูงใจในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ	ระดับมากที่สุดไประดับน้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
6.3 ต้องการนำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาสังคม					
7. ด้านบุคคลที่เกี่ยวข้อง					
7.1 บิดา มารดา หรือผู้ปกครอง สนับสนุนแนะนำให้เรียน					
7.2 บิดา มารดา หรือผู้ปกครอง ต้องการให้เรียน					
7.3 อาจารย์ชี้แนะแนวทางให้					
7.4 ตามเพื่อน					
7.5 ตามบุคคลที่มีชื่อเสียง					

ส่วนที่ 3 : การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

การแสวงหาข้อมูลข่าวสารในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ	ระดับมากที่สุดไประดับน้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
8. การใช้สื่อเพื่อหาข้อมูลข่าวสาร					
8.1 สื่ออินเทอร์เน็ต เช่น Social Network Website					
8.2 สื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์นิตยสาร					
8.3 สื่อบุคคล เช่น ครอบครัวญาติ เพื่อนหรือคนรู้จัก					
8.4 สื่อเฉพาะกิจ เช่น งานนิทรรศการ Open House					
9. การหาข้อมูลที่เฉพาะเจาะจง					
9.1 มีการหาข้อมูลที่ต้องการอย่างละเอียด					
9.2 มีความกระตือรือร้นในการหาข้อมูลหรือรายละเอียดต่างๆ					
9.3 สามารถรู้ได้ทันทีว่าจะสามารถค้นหาข้อมูลได้จากที่ใด					
10. การหาข้อมูลอย่างต่อเนื่อง					
10.1 มีการหาข้อมูลจากหลายๆแหล่งเพื่อเป็นทางเลือก					
10.2 เมื่อได้ข้อมูลแล้วก็จะหยุดการแสวงหาข้อมูล					
10.3 เข้าค้นหาข้อมูลทันทีที่ต้องการทราบรายละเอียด					

ส่วนที่ 4 : รูปแบบการดำเนินชีวิต

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)	ระดับมากที่สุดไประดับน้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
13. ด้านกิจกรรม					
13.1 ฉันใช้เวลาว่างเล่นอินเทอร์เน็ตหรือโซเชียลมีเดีย					
13.2 ฉันติดตามศิลปินหรือดาราที่ชื่นชอบ					
13.3 ฉันพักผ่อนอยู่บ้านช่วงวันหยุดยาว/เทศกาลสำคัญ					
13.4 ฉันเดินเล่นซื้อของตามห้างสรรพสินค้า/ตลาดนัด					
13.5 ฉันไปงานเลี้ยงสังสรรค์พบปะเพื่อนฝูง					
13.6 ฉันทำอาหาร/ขนม					
13.7 ฉันอ่านหนังสือ/นิตยสาร					
13.8 ฉันเที่ยวชมงานนิทรรศการ/งานแสดงสินค้า					
13.9 ฉันไปใช้สิทธิเลือกตั้ง					
13.10 ฉันซื้อสินค้าและบริการผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต					
14. ด้านความสนใจ					
14.1 สมาชิกในครอบครัวเป็นผู้ให้คำปรึกษาที่ดีเสมอ					
14.2 บ้านเป็นสถานที่พักผ่อนและให้ความบันเทิง					
14.3 ฉันหางานใหม่เพื่อรายได้ที่สูงขึ้น					
14.4 ความมั่นคงในหน้าที่การงานสำคัญกว่ารายได้					
14.5 ฉันชอบท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ					
14.6 ฉันสนใจและใส่ใจในภาพลักษณ์ของตนเอง					
14.7 ฉันสนใจเรื่องที่กำลังอยู่ในกระแสนิยม					
14.8 ฉันชอบค้นหาข้อมูลต่างๆ ผ่านอินเทอร์เน็ต					
14.9 ฉันพัฒนาตนเองเพื่อความสำเร็จในอนาคต					
14.10 ฉันต้องการมีฐานะทางการเงินที่มั่นคง					
15. ด้านความคิดเห็น					
15.1 ความตื่นเต้นและความแปลกใหม่ทำให้มีความสุข					

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)	ระดับมากที่สุดไประดับน้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
15.2 ยิ่งเรียนในระดับที่สูงขึ้นก็ยิ่งเป็นที่ยอมรับ					
15.3 ฉันทวางแผนชีวิตไว้เพื่อความมั่นคงในอนาคต					
15.4 ฉันทพึงพอใจกับชีวิตความเป็นอยู่ในปัจจุบัน					
15.5 การลงทุนย่อมมีความเสี่ยงเสมอ					
15.6 ธุรกิจเสริมความงามเป็นที่นิยมมากในปัจจุบัน					
15.7 ธุรกิจออนไลน์มีการเติบโตเป็นอย่างมากในปัจจุบัน					
15.8 ประสบการณ์การทำงานมีความสำคัญมากกว่าวุฒิการศึกษา					
15.9 การศึกษาต่อในประเทศ / ต่างประเทศไม่มีความแตกต่างกัน					
15.10 โฆษณามีส่วนช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ					

ส่วนที่ 5 : การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	ระดับมากที่สุดไประดับน้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
16. ด้านการใช้ประโยชน์					
16.1 สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพต่อการรับทราบข้อมูลข่าวสาร					
16.2 ข้อมูลข่าวสารที่ได้จากสื่ออินเทอร์เน็ต สามารถช่วยเป็นแนวทางในการตัดสินใจได้					
16.3 ข้อมูลข่าวสารที่ได้จากสื่ออินเทอร์เน็ต สามารถนำไปพูดคุยกับผู้อื่น แลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้					
16.4 ใช้ข้อมูลข่าวสารที่ได้จากสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อความบันเทิง					

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	ระดับมากที่สุดไประดับน้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
16.5 ข้อมูลข่าวสารที่ได้จากสื่ออินเทอร์เน็ต ทำให้หันต่อเหตุการณ์ต่างๆ					
17. ด้านความพึงพอใจ					
17.1 ด้านความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร					
17.2 ความน่าสนใจของข้อมูลข่าวสาร					
17.3 ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร					
17.4 ความทันสมัยในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร					
17.5 ความเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อนของข้อมูลข่าวสาร					

ส่วนที่ 6 : การตัดสินใจ

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

การตัดสินใจ	ระดับมากที่สุดไประดับน้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
18. การตระหนักรู้ปัญหา					
18.1 การสมัครงาน โดยส่วนใหญ่จะรับผู้ที่จบในระดับปริญญาตรีเป็นอย่างน้อย					
18.2 สังคม โดยส่วนใหญ่จะยอมรับผู้ที่จบในระดับปริญญาตรีเป็นอย่างน้อย					
19. การค้นหาข้อมูล					
19.1 มีการค้นหาข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น Social Network Website					
19.2 มีการค้นหาข้อมูลจากสื่อบุคคล เช่น ครอบครัวญาติ เพื่อนหรือคนรู้จัก					
20. การประเมินผลทางเลือก					
20.1 คำแนะนำจากครอบครัว					
20.2 หลักสูตรและสาขาที่เปิดสอน					
20.3 ทำเลที่ตั้งของสถานศึกษา					

การตัดสินใจ	ระดับมากที่สุดไประดับน้อยที่สุด				
	5	4	3	2	1
20.4 ค่าใช้จ่ายในการเรียน					
21. การตัดสินใจ					
21.1 เลือกเข้าศึกษาต่อในสถาบันและคณะที่ตนเองชอบ					
21.2 เลือกเข้าศึกษาต่อในสถาบันและคณะที่ครอบครัวแนะนำ					
22. หลังการตัดสินใจ					
22.1 ได้รับความรู้และประสบการณ์ตามที่ต้องการ					
22.2 จะแนะนำหรือบอกต่อบุคคลอื่นให้มาเรียนที่นี่					
22.3 เมื่อจบแล้วจะเลือกเรียนต่อในระดับที่สูงขึ้น					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นางสาวณัฐสิมา นครกัณฑ์
ประวัติการศึกษา วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต
 สาขาวิศวกรรมสารสนเทศ
 ปีที่สำเร็จการศึกษา 2560
ประสบการณ์การทำงาน -

