

การเปรียบเทียบความต้องการการเข้าศึกษาต่อปริญญาตรี
สาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬา ของนักเรียนในพื้นที่การศึกษาเขต 10
A Comparison of Students' Demands for Enrollment in a Bachelor's Program
in Sport Mass Communications within the Educational Service Area 10

กาญจนาต อุดมสุข*¹, จารูวดี แก้วมา², ศุภกัญจน์ จำเริญรักษ์**³

Kanchanat Udomsook¹, Jaruwadee Kaewma², Supakan Chamroenraksa³

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตสมุทรสาคร

Faculty of Liberal Arts, Thailand National Sports University, Samut Sakhon Campus

First Author, Email: Kanchanat.ud@tnsuskn.ac.th*

Corresponding Author, Email: ae.ch@tnsuskn.ac.th**

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาระดับความรู้จักสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬา และสถาบันที่เปิดสอน 2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความรู้จักสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬาและสถาบันที่เปิดสอน 3. เพื่อศึกษาความต้องการและความคาดหวังของนักเรียนที่มีต่อการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬาในด้านการจัดการเรียนการสอน และความคาดหวังต่อแนวทางการเรียนระดับปริญญาตรี ความคาดหวังในการเรียนวิชาชีพ และคาดหวังในการประกอบอาชีพหลังสำเร็จการศึกษา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถาม กลุ่มเป้าหมาย คือ นักเรียนมัธยมปลายผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 442 คนจากพื้นที่การศึกษาเขต 10 (สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า เพศต่างกันไม่มีความแตกต่างในการรู้จักสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬา โรงเรียนต่างกันรู้จักสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬาต่างกัน โดยสมุทรสงครามรู้จักน้อยที่สุด ส่วนจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นมหาวิทยาลัยที่รู้จักมากที่สุด (19.53%) ถัดมาเป็นกลุ่มมหาวิทยาลัยเอกชน (17.45%) และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (14.34%) การเรียนแบบภาคปกติเป็นสิ่งที่นักเรียนต้องการมาก (61.54%) รองมาเป็นภาคพิเศษ (5.20%) และเลือกทั้ง 2 รูปแบบ (30.32%) พบผู้เลือกเรียนแบบออนไลน์ไม่ระบุเวลาในระดับมาก ผลวิจัยด้านการศึกษาต่อนักเรียนคาดหวังให้สถาบันอุดมศึกษามีอุปกรณ์เครื่องมือ/ห้องปฏิบัติการที่ทันสมัยมากที่สุด รองลงมา คือ อาจารย์/ผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพเป็นผู้ให้ความรู้และเน้นเรียนปฏิบัติ ส่วนด้านวิชาชีพ คาดหวังเรื่องการถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว และการเรียนรู้สื่อใหม่ สื่อมัลติมีเดียและสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด รองมาเป็นโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สื่อสารการตลาดบูรณาการ สื่อสารแบรนด์ โดย



หลังจากสำเร็จการศึกษา มีความคาดหวังจะเป็นผู้ประกอบการสื่ออิสระมากที่สุด รองลงมาเป็นนักจัดกิจกรรมกีฬา และช่างภาพกีฬา องค์ความรู้จากการวิจัย คือ สาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬาต้องประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เพิ่มภาคพิเศษให้เลือกเรียนออนไลน์ การจัดกิจกรรมโดยใช้สื่อใหม่ บูรณาการวิชาชีพสื่อแก่นักเรียน รวมถึงการเตรียมห้องปฏิบัติการที่ทันสมัย ผู้สอนที่เชี่ยวชาญ และวิชาการประกอบการด้านธุรกิจสื่อเพื่อรองรับอาชีพอิสระหลังจบการศึกษา

คำสำคัญ: ความต้องการในการศึกษาต่อ, ความคาดหวัง, การสื่อสารมวลชนทางการกีฬา

Abstract

This research article aims to study the level of awareness of the field of sports mass communication and the institutions offering the program, to compare the level of awareness of the field of sports mass communication and the institutions offering the program, and to examine the needs and expectations of students regarding enrollment in the bachelor's degree program in sports mass communication, particularly in terms of teaching and learning management, expectations towards the undergraduate study pathway, expectations in professional training, and expectations for career opportunities after graduation. There is quantitative research. The research tool is a questionnaire. The sample consists of 442 students in Educational Service Area 10 (Provinces of Samut Sakhon, Samut Songkhram, Phetchaburi, and Prachuap Khiri Khan). The data are analyzed using frequency, percentage, and one-way ANOVA. The results indicate that no statistically significant differences in awareness of the Sports Communication Program between genders; however, significant differences are observed based on school location, with lower awareness reported among students in Samut Songkhram Province. Awareness varied by institution, with Chulalongkorn University being the most recognized (19.53%), followed by private universities (17.45%) and Thammasat University (14.34%). Additionally, 61.54% of students prefer regular programs, while 5.20% favored special programs, and 30.32% expressed interest in both types. Students show a preference for self-paced online learning. Their expectations for undergraduate studies include access to modern equipment and media production studios, instruction from media professionals, and practical learning experiences. In terms of professional aspirations, students express the most interest in photography, and multimedia and social media, followed by advertising, public relations, and integrated marketing communications/branding. Upon graduation, many students aim to become independent media entrepreneurs, followed by sports event organizers, and sports photographers. The body of knowledge indicates that the field of sports mass communication should promote itself more widely to increase recognition,

provide special programs with options for online learning, organize activities utilizing new media, establish foundational media professional training for students, prepare modern laboratories and equipment, employ expert instructors, include courses in media business entrepreneurship to support independent careers after graduation.

Keywords: Demand for Enrollment, Expectation, Sport Mass Communication

บทนำ

งานสื่อสารมวลชนทางการกีฬาช่วยสร้างกระแสนิยมด้านกีฬาให้กับประเทศและมีส่วนส่งเสริมการออกกำลังกายของประชาชน ด้วยบทบาทสื่อมวลชนที่คอยให้ข่าวสารและขับเคลื่อนสังคม ส่งผลโดยตรงต่อทัศนคติ พฤติกรรม และสร้างความตระหนักในการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) ขณะที่หลักสูตรการเรียนการสอนด้านสื่อสารมวลชนทางการกีฬาได้ปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนไปเพื่อสร้างบัณฑิตให้ทันต่อเทคโนโลยีและความต้องการทางวิชาชีพเฉพาะด้าน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2564) โดยมหาวิทยาลัยจำเป็นต้องพัฒนาและปรับตัวเพื่อสร้างนักวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชนทางการกีฬาเข้าสู่ตลาดแรงงาน ขณะที่เยาวชนผู้ต้องการศึกษาต่อในสาขาเหล่านี้ มุ่งแสวงหาข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังในการเข้าศึกษาต่อจากหลายปัจจัย อาทิ ความต้องการด้านหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับสื่อสารมวลชนทางการกีฬา การมีอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านการสื่อสารมวลชนและด้านกีฬา ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยที่มีความน่าเชื่อถือ (จารุวดี แก้วมา, 2567) รวมทั้งปัจจัยประกอบอื่น เช่น ห้องสมุด สนามกีฬา อาคาร ห้องเรียน ฯลฯ ไปจนถึงคาดหวังในอาชีพที่รองรับหลังสำเร็จการศึกษา

งานวิจัยนี้ได้ทบทวนวรรณกรรมด้วยทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow, 1970) ถือเป็นความต้องการในระดับสูงจากปัจจัยภายในตัวบุคคลที่ตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี โดยเฉพาะการเลือกสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬา ส่วนใหญ่เป็นผู้สนใจกีฬา การเป็นแฟนกีฬา หรือชื่นชอบการสื่อสารมาก่อน หรือมีความสามารถบางอย่างแล้ว เช่น ถ่ายภาพได้ ตัดต่อได้ มีทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร ฯลฯ โดยประเด็นพฤติกรรมและทักษะการเป็นนักสื่อสารมวลชนที่มีในผู้เรียนมีผลกับความคาดหวังในการศึกษาต่อ สอดคล้องกับทฤษฎีของมาสโลว์ที่บุคคลต้องการความโดดเด่นในการแสดงความสามารถในสิ่งที่ตนเองสนใจ ส่วนหนึ่งเลือกเรียนเพื่อพัฒนาและต่อยอดความสามารถนั้น ขณะที่มหาวิทยาลัยมีหน้าที่พัฒนาศักยภาพของนักศึกษาให้สูงขึ้นจนมีเส้นทางเป็นนักวิชาชีพตามความถนัด ซึ่งปัจจัยภายในมหาวิทยาลัยส่งผลต่อการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา (ชัยพร จูผลดี, 2564) และงานวิจัยนี้ยังใช้แนวคิดด้านความคาดหวังที่ประกอบด้วยแรงจูงใจ ความเชื่อ ทัศนคติและค่านิยม โดยนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีการวางแผนและความคาดหวังจากการสำรวจความสนใจของตนเองในการศึกษาต่อและอาชีพหลังสำเร็จการศึกษามากกว่านักเรียนระดับชั้นอื่น (วิรวัดณ์ ยกดี, 2564) และฮอสเลอร์และแกลลาเกอร์ (Hosler & Gallagher, 1987) กล่าวว่า ความคาดหวังเกี่ยวโยงเป็นปัจจัยในกระบวนการตัดสินใจ กรณีนักเรียนมัธยมหวังผลลัพธ์จากการศึกษาต่อ เช่น ความสำเร็จทางวิชาการ ประสบการณ์ทางสังคม โอกาสในงาน การเติบโตส่วน



บุคคล ฯลฯ (Hossler & Gallagher, 1987) รวมทั้งความคาดหวังยังเป็นความเชื่ออย่างมีเหตุผลในแนวทางที่เป็นไปได้ซึ่งคาดการณ์ว่าต้องการจะได้ในอนาคตของบุคคล (พิสิฐ มหามงคล, 2546)

บทความวิจัยนี้ จะนำเสนอผลเปรียบเทียบความต้องการการเข้าศึกษาต่อสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการศึกษาในพื้นที่การศึกษาเขต 10 โดยจะนำผลวิจัยใช้เป็นแนวทางการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการศึกษา ให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ ฉบับที่ 7 พ.ศ. 2566-2570 (กระทรวงการทองเที่ยวและกีฬา, 2566) ภายใต้ยุทธศาสตร์ของกระทรวงทองเที่ยวและกีฬา และเป็นไปตามแผนปฏิบัติการ พ.ศ. 2565-2570 (กระทรวงการทองเที่ยวและกีฬา, 2564) เกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้เรียนและตลาดแรงงาน เพื่อสร้างนักสื่อสารมวลชนทางการศึกษาให้กับประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความรู้จักสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการศึกษาและสถาบันที่เปิดสอนของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในพื้นที่การศึกษาเขต 10
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความรู้จักสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการศึกษาและสถาบันที่เปิดสอน จำแนกตามเพศและโรงเรียนที่สังกัด
3. เพื่อศึกษาความต้องการและความคาดหวังของนักเรียนที่มีต่อการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี สาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการศึกษาในด้านการจัดการเรียนการสอน และความคาดหวังต่อแนวทางการเรียนระดับปริญญาตรี ความคาดหวังในการเรียนวิชาชีพ และคาดหวังในการประกอบอาชีพหลังสำเร็จการศึกษา

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง ประชากรเป็นนักเรียนในเขตพื้นที่การศึกษาเขต 10 (สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์) โดยการสุ่มแบบเจาะจงในโรงเรียนที่มีนักเรียนมากกว่า 1,000 คนขึ้นไป โดยกลุ่มตัวอย่างคำนวณตามสูตรของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) จึงได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 396 คน ต่อประชากรประมาณ 37,475 คน โดยมีความความเชื่อมั่นที่ 95% และเพื่อให้ครอบคลุมมากขึ้นจึงเก็บข้อมูลจริงจำนวน 442 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยจำแนกเนื้อหาเป็น 3 ตอน ประกอบด้วยตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้กรอกและแบบสอบถามปลายปิดแบบมีหลายตัวเลือก (Multiple Choice Questions) ตอนที่ 2 ความต้องการที่มีต่อการเข้าศึกษาต่อปริญญาตรี สาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการศึกษา ด้านการจัดการเรียนการสอน และด้านความต้องการที่มีต่อการเข้าศึกษาต่อ ได้แก่ ความคาดหวังต่อแนวทางการเรียนระดับปริญญาตรี ความคาดหวังในการเรียนด้านวิชาชีพ และการประกอบอาชีพหลังจากจบการศึกษา ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

3. การทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น (Validity and Reliability Test) โดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน พิจารณาความเที่ยงตรง (Content Validity) แล้วนำข้อแนะนำมาปรับคำสำคัญให้เข้าใจง่ายขึ้น มีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้วยค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ทดลองใช้กับนักศึกษาและอาจารย์

มหาวิทยาลัย 30 คน จากนั้นหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีวัดความคงที่ภายใน (The Measure of Internal Consistency) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค โดยได้ค่าความเชื่อมั่น 0.9713 ถือว่า มีความเชื่อมั่นสูง

4. การเก็บข้อมูลภาคสนาม การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัย มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ เมื่อวันที่ 13 พฤษภาคม พ.ศ. 2567 หมายเลขการรับรอง คือ ART 011/2567

5. การวิเคราะห์ข้อมูลมี 3 รูปแบบ คือ 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ในข้อมูลทั่วไป และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ตัวแปรอิสระ คือ เพศและโรงเรียนที่สังกัด ส่วนตัวแปรตาม คือ ระดับการรู้จักสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬา และระดับการรู้จักสถาบันที่เปิดสอนสาขาวิชานิติศาสตร์และการสื่อสารมวลชน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งหากพบความแตกต่างจะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่โดยใช้วิธีการเปรียบเทียบพหุคูณแบบ LSD (Least Significant Difference) และการแปลผลข้อมูลเชิงความคิดเห็น และการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการและความคาดหวังของนักเรียน โดยอาศัยมาตรวัดแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) เป็นมาตรประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ ค่าคะแนน 1, 2, 3, 4 และ 5 (ทุกคะแนนจะมีขอบเขตต่ำและขอบเขตสูง) หมายถึง คะแนน 4.50-5.00 อยู่ในระดับความคิดเห็นเฉลี่ยระดับมากที่สุด คะแนน 3.50-4.49 อยู่ในระดับมาก คะแนน 2.50-3.49 อยู่ในระดับปานกลาง คะแนน 1.50-2.49 อยู่ในระดับน้อย และคะแนน 1.00-1.49 อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป มีผู้ทำแบบสอบถาม เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจาก 4 จังหวัด 5 โรงเรียน ทั้งหมด 442 คน พบว่า โรงเรียนพรหมานุสรณ์ และโรงเรียนอรุณประดิษฐ์ จังหวัดเพชรบุรี ร่วมตอบแบบสอบถามมากที่สุด จำนวน 120 คน รองลงมาเป็น โรงเรียนเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระศรีนครินทร์ จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 112 และโรงเรียนหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 110 คน ตามลำดับ

จังหวัด/โรงเรียน	จำนวน	ร้อยละ
ประจวบคีรีขันธ์	110	24.89
โรงเรียนหัวหิน	110	24.89
เพชรบุรี	120	27.15
โรงเรียนพรหมานุสรณ์	62	14.03
โรงเรียนอรุณประดิษฐ์	58	13.12
สมุทรสงคราม	100	22.62
โรงเรียนถาวรานุกูล	100	22.62
สมุทรสาคร	112	25.34
โรงเรียนเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระศรีนครินทร์	112	25.34
รวมทั้งหมด	442	100

ตาราง 1 จำนวนผู้ตอบแบบจำแนกตามจังหวัดและโรงเรียน



ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ตามสมมติฐาน 3 ข้อ ประกอบด้วย

สมมติฐานข้อที่ 1: เพศต่างกันมีผลต่อการรู้จักสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬาแตกต่างกัน พบว่าเพศต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในการรู้จักสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬา มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	P-Value
ระหว่างกลุ่ม	0.328	2	0.164	0.715	0.490
ภายในกลุ่ม	88.173	384	0.230		
รวม	88.501	386			

หมายเหตุ: $F=0.715$; $p=0.490$ ($p>0.05$)

ตาราง 2 ผลการเปรียบเทียบระดับการรู้จักสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬา จำแนกตามเพศ

เพศ	\bar{X}	ชาย	หญิง	ผู้ที่มีความหลากหลาย
		0.6763	0.6244	
ชาย	0.6763	-	0.05191	0.12075
หญิง	0.6244	-0.05191	-	0.06883
ผู้ที่มีความหลากหลาย	0.5556	-0.12075	-0.12075	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 3 ตารางแสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการ LSD

สมมติฐานข้อที่ 2: โรงเรียนต่างกันรู้จักสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬาแตกต่างกัน พบว่าโรงเรียนต่างกันรู้จักสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และโรงเรียนในจังหวัดสมุทรสงครามรู้จักน้อยที่สุดอย่างเห็นได้ชัดเมื่อเทียบกับทุกโรงเรียน

H_0 : โรงเรียนต่างกันรู้จักสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬาไม่แตกต่างกัน

H_1 : โรงเรียนต่างกันรู้จักสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬาแตกต่างกัน

การใช้สถิติทดสอบกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้สถิติ One-way ANOVA ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 เมื่อค่า P-Value น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

ANOVA					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	P-Value
ระหว่างกลุ่ม	11.619	4	2.905	14.432	0.000
ภายในกลุ่ม	76.882	382	0.201		
รวม	88.501	386			

หมายเหตุ: $F=14.432$; $p=0.000$ ($p>0.05$)

ตาราง 4 ผลวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เทียบระดับการรู้จักสาขาโรงเรียนที่สังกัด

โรงเรียน	\bar{X}	โรงเรียนเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระศรีนครินทร์	โรงเรียนถาวรานุกุล	โรงเรียนพรหมานุสรณ์	โรงเรียนอรุณประดิษฐ์	โรงเรียนหัวหิน
		0.7556	0.378	0.8387	0.8148	0.5556
โรงเรียนเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระศรีนครินทร์	0.7556	-	0.37751*	-0.08315	-0.05926	-
โรงเรียนถาวรานุกุล	0.3780	-0.37751*	-	-0.46066*	-0.43677*	-0.17751*
โรงเรียนพรหมานุสรณ์	0.8387	0.08315	0.46066*	-	0.02389	0.28315*
โรงเรียนอรุณประดิษฐ์	0.8148	0.05926	0.43677*	-0.02389	-	0.25926*
โรงเรียนหัวหิน	0.5556	-0.20000*	0.17751*	-0.28315*	-0.25926*	-

หมายเหตุ: *ค่าความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 5 ตารางแสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการ LSD

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า ค่า $F=14.432$ และมีค่า $P\text{-Value}=0.000$ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 แสดงให้เห็นว่า ระดับความรู้จักสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างโรงเรียนต่าง ๆ ดังนั้นจึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 ที่ว่า โรงเรียนต่างกันมีความรู้จักสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬาแตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า ทุกโรงเรียนมีค่าเฉลี่ยระดับการรู้จักสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬาสูงกว่าโรงเรียนถาวรานุกุลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า แต่ละโรงเรียนมีระดับการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬาไม่เท่ากัน

โรงเรียน	\bar{X}	โรงเรียนเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระศรีนครินทร์	โรงเรียนถาวรานุกุล	โรงเรียนพรหมานุสรณ์	โรงเรียนอรุณประดิษฐ์	โรงเรียนหัวหิน
		0.7556	0.378	0.8387	0.8148	0.5556
โรงเรียนเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระศรีนครินทร์	0.7556	-	0.37751*	-0.08315	-0.05926	-
โรงเรียนถาวรานุกุล	0.3780	-0.37751*	-	-0.46066*	-0.43677*	-0.17751*
โรงเรียนพรหมานุสรณ์	0.8387	0.08315	0.46066*	-	0.02389	0.28315*
โรงเรียนอรุณประดิษฐ์	0.8148	0.05926	0.43677*	-0.02389	-	0.25926*
โรงเรียนหัวหิน	0.5556	-0.20000*	0.17751*	-0.28315*	-0.25926*	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 6 ตารางแสดงผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการ LSD

สมมติฐานข้อที่ 3: โรงเรียนต่างกันรู้จักสถาบันที่เปิดสอนสาขาทางนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชนทางการกีฬาแตกต่างกัน

H_0 : โรงเรียนต่างกันรู้จักสถาบันที่เปิดสอนสาขาทางนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชนทางการกีฬาไม่แตกต่างกัน



H₁: โรงเรียนต่างกันรู้จักสถาบันที่เปิดสอนสาขาทางนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชนทางการกีฬาแตกต่างกัน

สถาบันการศึกษา	ประจวบคีรีขันธ์	เพชรบุรี		สมุทรสงคราม	สมุทรสาคร
	โรงเรียนหัวหิน	โรงเรียนพรหมานุสรณ์	โรงเรียนอรุณประดิษฐ์	โรงเรียนถาวรานุกูล	โรงเรียนเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระศรีนครินทร์
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	14.96	41.89	23.85	19.41	13.32
กลุ่ม ม.เอกชน	20.50	1.35	12.39	22.04	19.85
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	14.13	17.57	17.43	14.14	11.86
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	11.63	10.81	15.60	13.82	14.04
มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ	8.86	15.54	16.97	10.53	11.62
กลุ่ม ม.ราชภัฏ	13.30	5.41	9.63	7.57	10.65
กลุ่ม ม.เทคโนโลยีราชมงคล	11.36	0.00	0.46	5.26	9.20
กลุ่ม ม.เทคโนโลยีพระจอมเกล้า	3.60	1.35	2.29	4.61	7.99
อื่นๆ (ไม่ระบุ)	1.66	0.00	0.00	2.63	1.45
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	0.00	4.73	0.92	0.00	0.00
มหาวิทยาลัยรังสิต	0.00	1.35	0.46	0.00	0.00
รวม	100	100	100	100	100

ตาราง 7 เปรียบเทียบผลการรู้จักสถาบันที่เปิดสาขาวิชาทางนิเทศศาสตร์และการสื่อสารมวลชน (รายจังหวัด รายโรงเรียน)

จากตารางพบว่า จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีการรู้จักมากที่สุด ร้อยละ 19.53 รองลงมาเป็นกลุ่มมหาวิทยาลัยเอกชน ร้อยละ 17.45 และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ร้อยละ 14.34 เมื่อเปรียบเทียบแยกรายจังหวัดและรายโรงเรียนพบว่า โรงเรียนหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โรงเรียนถาวรานุกูล จังหวัดสมุทรสงคราม และโรงเรียนเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระศรีนครินทร์ จังหวัดสมุทรสาคร รู้จักสาขาวิชาทางนิเทศศาสตร์และการสื่อสารมวลชน ซึ่งเปิดสอนในกลุ่มมหาวิทยาลัยเอกชนมากที่สุด ยกเว้นโรงเรียนพรหมานุสรณ์ และโรงเรียนอรุณประดิษฐ์ จังหวัดเพชรบุรี รู้จักสาขาวิชาทางนิเทศศาสตร์และการสื่อสารมวลชน ซึ่งเปิดสอนที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมากที่สุด

แหล่งของความแปรปรวน		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
กลุ่ม ม.เอกชน	Between Groups	22.731	4	5.683	29.682	0.000
	Within Groups	73.135	382	0.191		
	Total	95.866	386			
กลุ่ม ม.เทคโนโลยีราชมงคล	Between Groups	7.510	4	1.877	13.702	0.000
	Within Groups	52.341	382	0.137		
	Total	59.850	386			
	Between Groups	1.848	4	0.462	4.089	0.003

แหล่งของความแปรปรวน		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
กลุ่ม ม.เทคโนโลยีพระจอมเกล้า	Within Groups	43.165	382	0.113		
	Total	45.013	386			
กลุ่ม ม.ราชภัฏ	Between Groups	4.131	4	1.033	5.091	0.001
	Within Groups	77.497	382	0.203		
	Total	81.628	386			
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	Between Groups	16.972	4	4.243	22.309	0.000
	Within Groups	72.656	382	0.190		
	Total	89.628	386			
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	Between Groups	2.332	4	0.583	2.377	0.052
	Within Groups	93.714	382	0.245		
	Total	96.047	386			
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	Between Groups	3.301	4	0.825	3.482	0.008
	Within Groups	90.549	382	0.237		
	Total	93.850	386			
มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ	Between Groups	4.396	4	1.099	4.800	0.001
	Within Groups	87.464	382	0.229		
	Total	91.860	386			
ม.กรุงเทพ	Between Groups	0.655	4	0.164	7.690	0.000
	Within Groups	8.136	382	0.021		
	Total	8.791	386			
ม.รังสิต	Between Groups	0.054	4	0.014	2.673	0.032
	Within Groups	1.935	382	0.005		
	Total	1.990	386			
อื่นๆ	Between Groups	0.489	4	0.118	3.029	0.033
	Within Groups	17.578	382	0.039		
	Total	18.067	386			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนต่างกันและรู้จักสถาบันที่เปิดสอน

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า มีหลายกลุ่มสถาบันที่มีค่า P-Value น้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานทางเลือก (H_1) โดยโรงเรียนต่างกันมีระดับการรู้จักสถาบันที่เปิดสอนสาขาทางนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชนทางการกีฬาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ กลุ่มมหาวิทยาลัยเอกชน ($F=29.862$; $P=0.000$) กลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ($F=13.702$; $P=0.000$) กลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า ($F=4.089$; $P=0.003$) กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ ($F=5.091$; $P=0.001$) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ($F=22.309$; $P=0.000$) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ($F=3.482$; $P=0.008$) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ($F=7.690$; $P=0.000$) มหาวิทยาลัยรังสิต ($F=2.673$; $P=0.032$) สถาบันอื่น ๆ ($F=3.029$; $P=0.033$) ขณะที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีค่า $F=2.377$; $P=0.052$ ซึ่งมากกว่า



ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ (0.05) จึงไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ระดับการรู้จักมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างโรงเรียนต่าง ๆ

จากการทดสอบ LSD พบว่า โรงเรียนพรหมานุสรณ์และอรุณประดิษฐ์ มีค่าเฉลี่ยแตกต่างจากโรงเรียนอื่นอย่างมีนัยสำคัญในหลายกลุ่ม โรงเรียนเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระศรีนครินทร์และหัวหิน ไม่แตกต่างกัน ($p>0.05$) ส่วนผลการวิเคราะห์ ANOVA และ LSD พบว่า โรงเรียนต่าง ๆ มีระดับการรู้จักสถาบันที่เปิดสอนสาขาเกษตรศาสตร์และสื่อสารมวลชนทางการกีฬา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นบางกลุ่ม (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์) ที่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น ยอมรับสมมติฐาน H_1 ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความต้องการที่มีต่อการเข้าศึกษาต่อสาขาวิชาสื่อสารการกีฬา

3.1 ความต้องการจัดการเรียนการสอน แบ่งย่อยเป็น 1) ภาคปกติ (จันทร์-ศุกร์) และ 2) ภาคพิเศษ (เสาร์-อาทิตย์และวันหยุดราชการ) พบความต้องการการเรียนภาคปกติ (ร้อยละ 61.54) มากกว่าภาคพิเศษ (ร้อยละ 5.20) ค่อนข้างมาก และมีบางส่วนที่เลือกเรียนทั้ง 2 รูปแบบ (ร้อยละ 30.32)

รูปแบบหลักการจัดการเรียนการสอน	ร้อยละ
ภาคปกติ เรียน จันทร์-ศุกร์ (อย่างเดียว)	61.54
ภาคพิเศษ เรียนวันเสาร์ – อาทิตย์และวันหยุดราชการ (อย่างเดียว)	5.20
เลือกทั้ง 2 รูปแบบ	30.32
ไม่ระบุทั้ง 2 รูปแบบ	2.94
รวม	100

ตาราง 9 รูปแบบหลักการจัดการเรียนการสอน

รูปแบบย่อย	ภาคปกติ (เรียนจันทร์-ศุกร์)	ภาคพิเศษ (เรียนเสาร์-อาทิตย์และวันหยุดราชการ)
แบบชั้นเรียน	ร้อยละ 51.83	ร้อยละ 26.63
แบบออนไลน์	ร้อยละ 15.85	ร้อยละ 41.42
แบบผสม (ชั้นเรียน และออนไลน์)	ร้อยละ 32.32	ร้อยละ 31.95
รวม	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100

ตาราง 10 ผลการวิจัยรูปแบบย่อยของหลักการจัดการเรียนการสอน

ในภาคปกติและภาคพิเศษ แบ่งรูปแบบย่อยเป็นแบบชั้นเรียน แบบออนไลน์ และแบบผสม (ชั้นเรียนและออนไลน์) ผลวิจัยจากตาราง 10 พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ต้องการเรียนภาคปกติและนิยมเรียนแบบชั้นเรียนในห้องเรียน ขณะที่ภาคพิเศษ มีแนวโน้มเลือกเรียนแบบออนไลน์มากกว่า แสดงถึงความต้องการให้ปรับรูปแบบเวลาเรียนที่ยืดหยุ่นสำหรับผู้เรียนที่มีความจำเป็นแตกต่างกัน

3.2 ความต้องการและความคาดหวังที่มีต่อการเข้าศึกษาต่อปริญญาตรีสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬา ได้แก่ หมวด 1 คาดหวังต่อแนวทางการเรียนในระดับปริญญาตรีเพราะเหตุใดเป็นสำคัญ (ข้อ 1-10) หมวด 2 คาดหวังในการเรียนด้านวิชาชีพการสื่อสารมวลชนทางการกีฬา (ข้อ 11-20) หมวด 3 คาดหวังการประกอบอาชีพหลังจากสำเร็จการศึกษาในหลักสูตรสื่อสารมวลชนทางการกีฬา (ข้อ 21-30) ใช้ตารางการ

แปลผลของลิเคิร์ต (Likert, 1932) ด้วยเกณฑ์พิจารณาค่าเฉลี่ยมากที่สุดมีคะแนนอยู่ระหว่าง 4.50–5.00 ค่าเฉลี่ยมากมีคะแนนอยู่ระหว่าง 3.50–4.49 ค่าเฉลี่ยปานกลางมีคะแนนอยู่ระหว่าง 2.50–3.49 ค่าเฉลี่ยน้อยมีคะแนนอยู่ระหว่าง 1.50–2.49 และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดมีคะแนนอยู่ระหว่าง 1.00–1.49

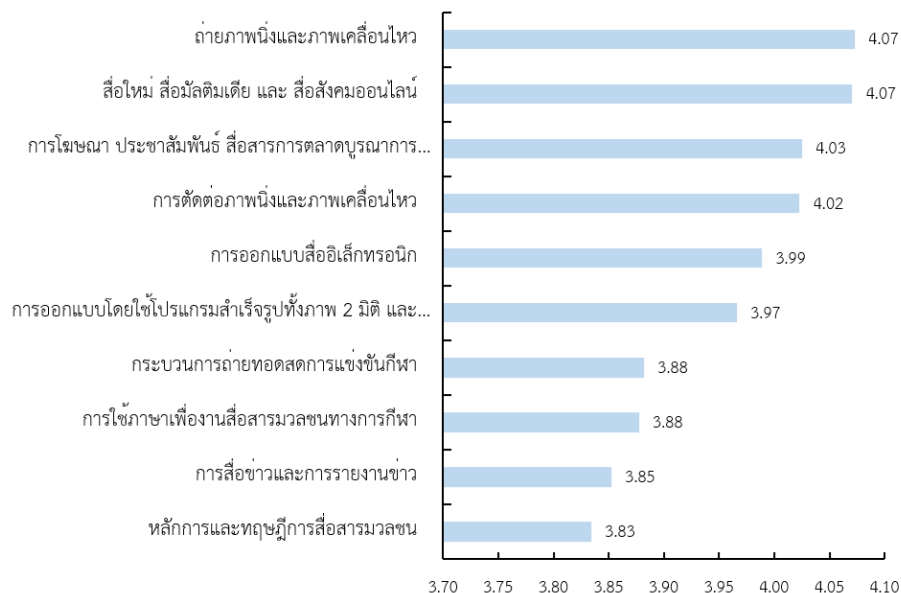
ลำดับ	ความต้องการและความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ความคาดหวังต่อแนวทางการเรียนในระดับปริญญาตรีเพราะเหตุใดเป็นสำคัญ				
1	การเรียนการสอนเน้นการปฏิบัติจริงและลงมือทำจริง	4.40	0.76	มาก
2	การเรียนที่มีอาจารย์และ/หรือผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพเป็นผู้ให้ความรู้	4.47	0.69	มาก
3	ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย	4.10	0.88	มาก
4	หลักสูตร/สาขา ผ่านการรับรองมาตรฐาน	4.39	0.73	มาก
5	มหาวิทยาลัยมีบรรยากาศและทัศนียภาพสวยงาม	4.37	0.73	มาก
6	มีอุปกรณ์และเครื่องมือ ห้องปฏิบัติการที่ทันสมัย	4.48	0.70	มาก
7	ค่าธรรมเนียมการศึกษามีความเหมาะสม	4.35	0.79	มาก
8	เลือกรูปแบบการเรียนได้ตามความต้องการ เช่น วัน เวลา ออนไลน์ เป็นต้น	4.29	0.79	มาก
9	สถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยอยู่ใกล้บ้าน	3.74	1.08	มาก
10	เป็นสาขาวิชาที่มีความสนใจ	4.33	0.87	มาก
ความคาดหวังในการเรียนด้านวิชาชีพการสื่อสารมวลชนทางการกีฬา				
11	ถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว	4.07	0.83	มาก
12	การออกแบบโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทั้งภาพ 2 มิติ และภาพ 3 มิติ	3.97	0.85	มาก
13	การตัดต่อภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว	4.02	0.91	มาก
14	การสื่อข่าวและการรายงานข่าว	3.85	0.99	มาก
15	กระบวนการถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬา	3.88	1.00	มาก
16	สื่อใหม่ สื่อมัลติมีเดีย และสื่อสังคมออนไลน์	4.07	0.83	มาก
17	การออกแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์	3.99	0.89	มาก
18	หลักการและทฤษฎีการสื่อสารมวลชน	3.83	0.90	มาก
19	การใช้ภาษาเพื่องานสื่อสารมวลชนทางการกีฬา	3.88	0.95	มาก
20	การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สื่อสารการตลาดบูรณาการ สื่อสารแบรนด์	4.03	0.94	มาก
คาดหวังการประกอบอาชีพหลังจากสำเร็จการศึกษาในหลักสูตรสื่อสารมวลชนทางการกีฬา				
21	ผู้ประกาศข่าวกีฬา	3.68	1.10	มาก
22	ผู้สื่อข่าวกีฬา	3.68	1.07	มาก
23	ช่างภาพกีฬา	3.84	1.02	มาก
24	นักจัดรายการที่มีเนื้อหาทางการกีฬา	3.71	1.03	มาก
25	ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ วิทยุ/สื่อดิจิทัล และสื่อใหม่ทางการกีฬา	3.74	1.04	มาก
26	นักสร้างสรรค์งานโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางการกีฬา	3.81	1.04	มาก
27	ผู้ผลิตสื่อดิจิทัลที่มีเนื้อหาทางการกีฬา	3.79	0.98	มาก
28	บรรณาธิการเนื้อหาทางการกีฬา	3.56	1.07	มาก
29	ผู้ประกอบการสื่ออิสระ	4.01	0.93	มาก
30	นักจัดกิจกรรมกีฬา เช่น จัดแข่งอีสปอร์ต จัดแข่งวิ่งมาราธอน	3.87	1.03	มาก

ตาราง 11 ผลวิจัยความต้องการและความคาดหวังที่มีต่อการเข้าศึกษาต่อ



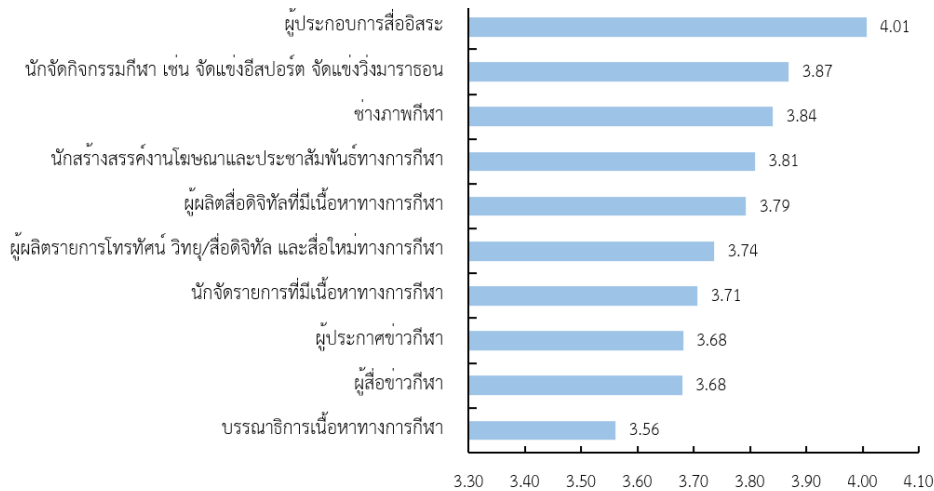
กราฟ 1 ความคาดหวังต่อแนวทางการเรียนในระดับปริญญาตรีเพราะเหตุใดเป็นสำคัญ

ความคาดหวังต่อแนวทางการเรียนในระดับปริญญาตรีพบว่า คาดหวังมีอุปกรณ์และเครื่องมือ ห้องปฏิบัติการที่ทันสมัย มากที่สุด ($\bar{X}=4.48$; S.D.=0.70) รองลงมา คือ การเรียนรู้ที่มีอาจารย์และ/หรือผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพเป็นผู้ให้ความรู้ ($\bar{X}=4.47$; S.D.=0.69) และการเรียนการสอนเน้นการปฏิบัติจริง และลงมือทำจริง ($\bar{X}=4.40$; S.D.=0.76)



กราฟ 2 ความคาดหวังในการเรียนด้านวิชาชีพการสื่อสารมวลชนทางการกีฬา

ความคาดหวังในการเรียนด้านวิชาชีพการสื่อสารมวลชนทางการกีฬา โดยถ่ายภาพนิ่ง/เคลื่อนไหว สื่อใหม่ มีลิตมีเดียและสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.07; S.D.=0.83) รองลงมา คือ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ สื่อสารการตลาดบูรณาการ สื่อสารแบรนด์ (\bar{X} =4.03; S.D.=0.94)



กราฟ 3 ความคาดหวังการประกอบอาชีพหลังจากสำเร็จการศึกษาในหลักสูตรสื่อสารมวลชนทางการกีฬา

ความคาดหวังการประกอบอาชีพหลังจากสำเร็จการศึกษาในหลักสูตรสื่อสารมวลชนทางการกีฬาพบว่า ความต้องการประกอบอาชีพเป็นผู้ประกอบการสื่ออิสระ (\bar{X} =4.01; S.D.=0.93) มากที่สุด รองลงมา คือ นักจัดกิจกรรมกีฬา เช่น อีสปอร์ต วิ่งมาราธอน (\bar{X} =3.87; S.D.=1.03) และช่างภาพกีฬา (\bar{X} =3.84; S.D.=1.02) อาชีพอื่นที่ระบุ เช่น ช่างตัดต่อ ผู้กำกับภาพยนตร์ การเสนอแนะให้ประชาสัมพันธ์สาขาให้มากขึ้น

อภิปรายผล

1. ระดับการรู้จักสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬาและสถาบันการศึกษาที่เปิดสอน ผลวิจัยพบว่าการรู้จักสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬาอยู่ในระดับปานกลางและรู้จักสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนในสาขาที่เกี่ยวข้องระดับมาก โดยสถาบันที่รู้จักมากที่สุด คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รองลงมา คือ กลุ่มมหาวิทยาลัยเอกชนและมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ อาจเพราะภาพลักษณ์ที่มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและการปรากฏของสื่อสังคมออนไลน์จึงเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย อธิบายได้ว่า โรงเรียนที่มีโอกาสเข้าร่วมแนะแนวอาชีพจากสถาบันอุดมศึกษาช่วยให้รู้จักสาขาได้มากกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของไชยา ยี่มิวิไล และสมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ (2566) ที่พบว่า การแนะแนวและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อการรับรู้และแรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อของนักเรียน

2. การเปรียบเทียบระดับการรู้จัก จำแนกตามเพศและโรงเรียนที่สังกัด ผลวิจัยพบว่า เพศไม่ส่งผลต่อระดับการรู้จักสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องในเรื่องปัจจัยในการเลือกเรียนต่อของนักกีฬา ได้แก่ ความพร้อมของหลักสูตร ทุนและบทบาทของโค้ชมากกว่าปัจจัยทางเพศ (Romsa, Lim et al., 2024) แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของมูเลมันส์ และคณะ (Meulemans, et al., 2019)

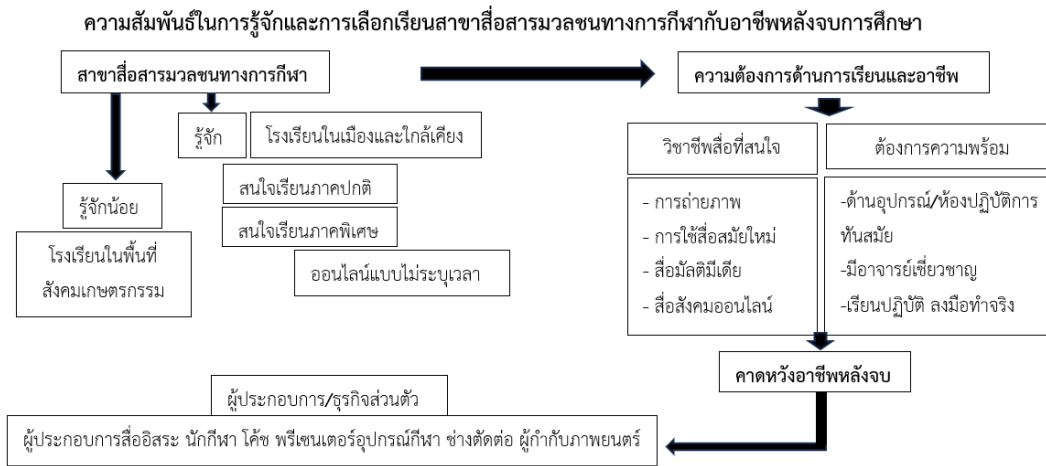


ที่พบว่า นักเรียนชายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกีฬาแต่นักเรียนหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นที่ไม่เกี่ยวกับกีฬา ส่วนด้านโรงเรียนที่สังกัด มีผลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในการรู้จักสาขา รวมถึงที่ตั้งของโรงเรียนต่างพื้นที่ มีผลต่อการรู้จักสาขาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสมุทรสงครามเป็นพื้นที่ไร่นาสวนเกษตร รู้จักสาขานี้น้อยที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของคัมมิงส์ และคณะ (Cummins, et al., 2021) ที่รายงานแนวโน้มการสมัครเรียนในสาขาสื่อสารมวลชนของอเมริกา โดยพบความแตกต่างทางภูมิภาคของสถาบันมีผลต่อจำนวนผู้สมัครและการรับรู้ของนักเรียนที่ไม่เท่ากันในแต่ละพื้นที่โดยเฉพาะพื้นที่ในชนบท

3. ความต้องการและความคาดหวังของนักเรียนต่อการเข้าศึกษาต่อสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬานักเรียนคาดหวังให้มีอุปกรณ์เครื่องมือ/ห้องปฏิบัติการที่ทันสมัย รองลงมา คือ ความเชี่ยวชาญของผู้สอน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภัททิรา กลิ่นเลขา และคณะ (2568) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาสาขาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนอันดับแรก คือ มีอาจารย์ที่มีความรู้ความสามารถ และมีห้องเรียนและห้องปฏิบัติการที่ทันสมัย และงานของบศกร สันติสิริกุล และคณะ (2566) ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรีสามอันดับแรกเกี่ยวกับอาจารย์ผู้สอนที่เชี่ยวชาญ ส่วนคาดหวังอาชีพในอนาคตสอดคล้องกับบริบทมหาวิทยาลัยต่างประเทศเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกมหาวิทยาลัยของนักศึกษาในอังกฤษ (RAND Corporation, n.d.) ที่พบปัจจัยด้านโอกาสจ้างงานในอนาคตและชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย เป็นอันดับแรกในการตัดสินใจเข้าเรียน ซึ่งผลดังกล่าวสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลเชิงนโยบายเพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรให้ตอบสนองต่อทั้งผู้เรียนและตลาดแรงงาน โดยสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬา เปิดสอนในมหาวิทยาลัยเฉพาะทางด้านกีฬา จึงเป็นข้อจำกัดในงานวิจัยนี้ แต่อาจนำผลวิจัยไปใช้หรือต่อยอดกับบางสาขาที่ใกล้เคียง เช่น นิเทศศาสตร์การกีฬา สื่อสารการกีฬา ฯลฯ

องค์ความรู้จากการวิจัย

สาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการกีฬายังจำเป็นต้องประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น หากเพิ่มภาคพิเศษที่เน้นช่วงเวลาให้เลือกเรียนคู่กับการสอนออนไลน์จะตรงตามที่คุณเรียนคาดหวัง อาจใช้กิจกรรมถ่ายภาพ/การใช้สื่อใหม่ ปูพื้นฐานวิชาชีพสื่อแก่นักเรียนตั้งแต่มัธยมปลาย ขณะที่มหาวิทยาลัยควรเตรียมพร้อมในทุกด้าน เช่น มีอุปกรณ์/ห้องปฏิบัติการที่ทันสมัย จัดผู้สอนที่เชี่ยวชาญ เน้นปฏิบัติ และอาจเพิ่มวิชาการประกอบการด้านธุรกิจสื่อเพื่อรองรับอาชีพอิสระหลังจบการศึกษาซึ่งกำลังเป็นที่สนใจของเยาวชนในพื้นที่การศึกษาเขต 10



ภาพ 1 ความสัมพันธ์ในการรู้จักและการเลือกเรียนสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการศึกษากับอาชีพหลังจบการศึกษา

สรุป

จากการวิจัยพบว่า ระดับการรู้จักสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการศึกษาอยู่ในระดับปานกลางและรู้จักสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนในสาขาที่เกี่ยวข้องค่อนข้างระดับมาก โดยสถาบันที่รู้จักมากที่สุด คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รองลงมา คือ กลุ่มมหาวิทยาลัยเอกชนและมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ส่วนการเปรียบเทียบระดับการรู้จัก จำแนกตามเพศและโรงเรียนที่สังกัดพบว่า เพศไม่ส่งผลต่อระดับการรู้จักสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับความต้องการและความคาดหวังของนักเรียนต่อการเข้าศึกษาต่อสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการศึกษานักเรียนคาดหวังให้มีอุปกรณ์เครื่องมือ/ห้องปฏิบัติการที่ทันสมัย รองลงมา คือ ความเชี่ยวชาญของผู้สอน จากผลการวิจัยได้สะท้อนระดับการรู้จักและความคาดหวังของนักเรียนที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเข้าศึกษาต่อในสาขาวิชาสื่อสารมวลชนทางการศึกษาช่วยเป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรให้มีลักษณะการเรียนรู้จริง ปฏิบัติจริง สื่อสารเชิงกีฬาอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งจะช่วยยกระดับภาพลักษณ์และความน่าสนใจของหลักสูตรในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). *แผนยุทธศาสตร์การกีฬาแห่งประเทศไทย (พ.ศ. 2565–2570)*. กรุงเทพมหานคร: การกีฬาแห่งประเทศไทย.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2566–2570)*. กรุงเทพมหานคร: การกีฬาแห่งประเทศไทย.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2564). *แผนปฏิบัติการราชการรายปี พ.ศ. 2564 ของกระทรวงศึกษาธิการ*. กระทรวงศึกษาธิการ. กรุงเทพมหานคร: สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ.



- จารุวดี แก้วมา. (2567). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาในระดับอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรสาคร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี*. 14 (2), 105-118.
- ชัยพร จูผลดี. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการเลือกเรียนระดับอุดมศึกษาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย กรณีศึกษาในจังหวัดนนทบุรี. การศึกษาค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ไชยา ยี่มิวิไล และสมชาย ภาคภาสน์วิวัฒน์. (2566). การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์และการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อหลักสูตร A มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย*. 15 (1), 53-67.
- บศกร สันตสิริกุล และคณะ. (2566). การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรการศึกษา โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ. *วารสารวิชาการการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ*. 9 (1), 60-75.
- พิสิฐ มหามงคล. (2546). ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ภัททิรา กลิ่นเลขา และคณะ. (2568). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาสาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ปีการศึกษา 2567. *Journal of Buddhist Education and Research*. 11 (1), 248-255.
- วีรวัฒน์ ยกดี. (2564). ความคาดหวังที่มีต่อสถานศึกษาในการศึกษาต่อและการประกอบอาชีพของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสวายวิทยาการ. รายงานการวิจัย. โรงเรียนสวายวิทยาการ จังหวัดสุรินทร์.
- Cummins, R. G., et al. (2021). 2021 Survey of Journalism and Mass Communication Enrollments. *Journalism & Mass Communication Educator*. 78 (1), 69–83.
- Hossler, D. and Gallagher, D. J. (1987). Studying Student College Choice: A Three-phase Model and the Implications for Policy and Practice. *College and University*. 62 (3), 207-221.
- Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*. 140, 1–55.
- Maslow, A. (1970). *Motivation and Personality*. New York: Harper and Row Publishers.
- Meulemans, N., et al. (2019). Factors Influencing the College Choice Decisions of Community College Student-athletes. *International Journal of Sports and Physical Education*. 5 (3), 1–8. DOI:10.20431/2454-6380.0503001
- RAND Corporation. (n.d.). *Factors Influencing Students' Choice of University in England*. Retrieved 9 November 2025, from <https://www.rand.org/randeurope/research/projects/2014/factors-influencing-university-choice.html>

- Romsa, B., et al. (2024). Analysis of Factors Influencing the College Choice Decisions of NCAA Division I International Student-athletes. *The Sport Journal*. 24 (February), 1-15.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row Publishers.