

ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจให้นักศึกษาเข้าศึกษาต่อในสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

Factors Motivating Students to Pursue Degree in Broadcasting

พงษ์ วิเศษสังข์

ภาควิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

โทร.02-902-0299 ต่อ 2650 E-mail: suddiwise@gmail.com

Pong Wisessang

Lecturer, Broadcasting Department, Communication Arts, Bangkok University

รับเข้า: 29 มิถุนายน 2562 แก้ไข: 25 กรกฎาคม 2562 ตอบรับ: 18 สิงหาคม 2562

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้เพื่อศึกษาปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจของนักศึกษาในการเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ท่ามกลางวิกฤติทางเศรษฐกิจของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ภายใต้กรอบทฤษฎีแรงจูงใจและทฤษฎีความคาดหวัง ด้วยการแจกแบบสอบถามให้กับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และนักศึกษาชั้นปีที่ 2 สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จำนวน 290 คน ที่ได้จากการสุ่มแบบง่าย และเก็บทันที ก่อนนำข้อมูลเข้าสู่วิเคราะห์ปัจจัยด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก และการหมุนแกนปัจจัยด้วยวิธีแวนแมกซ์ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ประกอบด้วย 4 กลุ่มปัจจัยหลัก คือ 1) ปัจจัยแรงจูงใจด้านอาชีพ 2) ปัจจัยแรงจูงใจด้านความมั่นคงทางอาชีพและรายได้ 3) ปัจจัยแรงจูงใจด้านความรู้ และ 4) ปัจจัยแรงจูงใจด้านสังคม

คำสำคัญ: แรงจูงใจ การเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษา สาขาวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์

Abstract

The purpose of this study was to investigate factors that motivate students to pursue higher degree in Broadcasting amidst the doom and gloom of digital Broadcasting industry based on motivation theory and expectation theory. Questionnaires were distributed randomly for freshmen and sophomores students in Broadcasting Department of the School of Communication Arts, Bangkok University to answer, and were collected immediately before analyzing the data by using Principle Component Analysis with Varimax Rotation Method. The results revealed that there were four factor-

structures consisted of 1) career factor, 2) career stability and income factor, 3) knowledge factor, and 4) social acceptance factor.

Keywords: motivation, pursuing higher degree, Broadcasting Department

บทนำ

ในยุคของการเปลี่ยนแปลงความเจริญตามอย่างประเทศในซีกโลกตะวันตก ประเทศไทยได้ใช้ระบบการศึกษาในสถาบันการศึกษาเป็นตัวกำหนดความสำเร็จในชีวิต ใบปริญญาเปรียบเสมือนพาสปอร์ตเพื่อเบิกทางนักศึกษาเข้าสู่โลกของตลาดแรงงาน (Kamol Kitsawad, 2013) ใบปริญญากลายเป็นแรงจูงใจของทั้งของผู้ปกครองในการส่งเสริมให้บุตรหลานได้เข้าศึกษาในระดับอุดมศึกษา และเป็นแรงจูงใจของตัวนักศึกษาเองในการพยายามใช้เวลาศึกษาอย่างน้อยเป็นเวลา 4 ปีในสถาบันต่าง ๆ แต่สาขาที่จะเข้าศึกษาต่อมักกลายเป็นตัวแปรสำคัญต่อการตัดสินใจของนักศึกษา ซึ่งแรงจูงใจจะกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจเลือก สาขาที่เลือกอาจเป็นสาขาที่ตรงต่อความต้องการของตนเอง หรือเป็นสาขาที่ผู้อื่นต้องการ (สาเหตุที่นักศึกษาจบใหม่ตกงาน, 2559, 11 มีนาคม) อย่างไรก็ตามเมื่อการตัดสินใจเกิดขึ้นแล้ว นักศึกษามักมีความคาดหวังในผลของการตัดสินใจ ซึ่งโดยทั่ว ๆ ไปนักศึกษามีความคาดหวัง (Vroom, V.H., 1995) ที่จะมั่งคั่ง และรายได้เป็นที่พอใจ และความคาดหวังจากความสำเร็จในการศึกษาจะกลายเป็นแรงผลักดันหรือแรงจูงใจในการศึกษาต่อของนักศึกษาต่อไป (Kandiko, C. B. & Mawer, M., 2013)

แรงจูงใจ แรงจูงใจเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นให้คนมีพฤติกรรมใด พฤติกรรมหนึ่งเพื่อการอยู่รอดในการดำรงชีวิต หากบุคคลปราศจากแรงจูงใจแล้วชีวิตก็จะขาดสีสัน ไม่มีแนวทางที่จะนำไปสู่เป้าหมาย การศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาเป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตในสังคมวัตถุนิยมต้องการแรงจูงใจค่อนข้างสูง เนื่องจากการศึกษาระดับอุดมศึกษาเป็นการศึกษาที่สูงกว่าภาคบังคับ นักศึกษาที่จะเข้าศึกษาระดับอุดมศึกษาต้องตัดสินใจเลือกสาขาที่จะเรียนให้ตรงกับเป้าหมายชีวิต เพื่อนำความรู้ไปประกอบอาชีพอันจะนำไปสู่ความสำเร็จในชีวิตต่อไป ซึ่งแรงจูงใจที่เป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดการตัดสินใจอาจเป็นแรงจูงใจภายใน (Intrinsic motivation) และแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motivation) (Tolman, E. C., 1932)

แรงจูงใจภายในเกิดจากปัจจัยภายในระดับความคิด จิตใจของแต่ละบุคคลที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนให้กระทำได้สิ่งหนึ่งเพราะเชื่อว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องทำ ควรทำ หรือไม่ก็เพราะสนุกที่จะทำ นักศึกษาที่มีแรงจูงใจเช่นนี้มีความสุขในการไปเรียน ในการทำการบ้าน และมองการณ์ไกลไปยังอนาคตที่สดใสในสาขาอาชีพ นักศึกษากลุ่มนี้มองเห็นการศึกษาว่าเป็นสิ่งท้าทายที่เป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีวิต (“Out-of School Influence and Academic Success”, n.d.) อย่างไรก็ตามในทุกสังคมโดยเฉพาะสังคมที่มีความเป็นกลุ่มก้อนสูงเช่นสังคมไทย ไม่เพียงแรงจูงใจภายในเท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของแต่ละบุคคลในการกระทำได้สิ่งหนึ่ง แต่แรงจูงใจภายนอกซึ่งเกิดจาก

ปัจจัยรายรอบมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในพฤติกรรมของบุคคลนั้น ๆ ค่อนข้างสูงด้วยเช่นกัน เพื่อให้เกิดการยอมรับ ดังเช่นผลการศึกษาของ Maslow (เมธา หริมเทพาธิป, ม.ป.ป.) ที่พบว่า ความต้องการของแต่ละบุคคลตั้งแต่ขั้นที่ 3 (Love needs) เป็นต้นไป เป็นความต้องการทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับสังคมแวดล้อม เช่น ความร่ำรวย ความมีชื่อเสียง การได้รับการเลื่อนตำแหน่ง และการยกย่องชมเชย เป็นต้น (Cerdán, A. D., 2017) ซึ่งในสังคมไทยแรงจูงใจภายนอกดังตัวอย่างที่กล่าวไป เป็นสิ่งที่ผู้ใหญ่มากใช้เป็นตัวกระตุ้นให้เด็ก ๆ ได้ตั้งใจเรียนว่าจะเป็นหนทางนำไปสู่ความสำเร็จดังที่ตั้งใจ และจะทำให้มีชื่อเสียงเป็นที่ยกย่องของสังคม อันจะนำความภูมิใจมาให่วงศ์ตระกูล ซึ่งเมื่อเวลาผ่านไปปัจจัยเหล่านี้ถูกปลูกฝังลึกลงในจิตใจของเด็ก ๆ จนกลายเป็นแรงจูงใจภายในของเด็ก ๆ ไป (Theodotou, E., 2014) ดังนั้น ความอยากมีชื่อเสียง ความอยากได้รับการยอมรับจากสังคม การได้เลื่อนสู่ตำแหน่งสูง ๆ ขึ้นไปเรื่อย ๆ และปัจจัยภายนอกอีกหลายประการได้กลายเป็นแรงจูงใจภายในจิตใจเด็ก ๆ ที่คอยผลักดันให้ตั้งใจศึกษาต่อไปในระดับที่สูงขึ้น

สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (สาขาวารสารศาสตร์ สาขาสื่อสารมวลชน ฯลฯ แล้วแต่ละสถาบัน) เป็นสาขาหนึ่งที่นิสิตและนักศึกษาใหม่นิยมสมัครเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา สาขานี้ได้รับความนิยมมาเป็นเวลาเกือบ 30 ปี ซึ่งไม่น่าแปลกใจเนื่องจากในยุคสังคมข่าวสารอุตสาหกรรมโทรทัศน์ได้ก้าวเข้าสู่ยุคของการปฏิวัติวิธีการผลิตเนื้อหารายการ โดยเฉพาะรายการข่าว และรายการบันเทิงที่น่าดึงดูดใจต่อผู้รับสารมากกว่าในอดีต เรตติ้งของรายการส่งผลให้นักศึกษาจบใหม่หลาย ๆ คนกลายเป็นคนมีชื่อเสียง และร่ำรวยขึ้นอย่างรวดเร็ว อุตสาหกรรมการผลิตเนื้อหารายการโทรทัศน์มีความต้องการบุคลากรใหม่ ๆ เข้าร่วมทีมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ก้าวสู่ “ยุคดิจิทัล”, 2557) อย่างไรก็ตามตั้งแต่คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เปิดประมูลคลื่นความถี่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลที่ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็นการประมูลที่มีราคาแพงที่สุดในโลกเมื่อปลายเดือนธันวาคม พ.ศ.2556 และเริ่มออกอากาศโทรทัศน์ระบบดิจิทัลภาคธุรกิจจำนวน 24 ช่อง อย่างเป็นทางการในเดือนเมษายน พ.ศ.2557 ได้ไม่นาน ก็เริ่มมีกระแสข่าวของความกังวลในเรื่องของสภาพคล่องทางเศรษฐกิจในจำนวนหลาย ๆ ช่อง (วัชชีรานนท์ ทองเทพ, 2561) เนื่องจากหลาย ๆ ปัจจัย เช่น ความไม่พร้อมในการปฏิบัติงานของสถานีเกิดใหม่ ความไม่พร้อมในการบริหารจัดการการส่งสัญญาณของ กสทช. จำนวนช่องมากไปทำให้สเปกตรัมกระจายไม่เพียงพอเท่านั้น ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อกิจการโทรทัศน์อย่างใหญ่หลวง คือ การเกิดขึ้นของสังคมออนไลน์ที่มีเนื้อหาข่าว และความบันเทิงที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับสารได้อย่างใกล้ชิดและรวดเร็ว ทำให้ภายในประมาณปีเศษ มีสถานีโทรทัศน์สองช่องประกาศงดการถ่ายทอดสัญญาณ คือ ช่อง 15 และช่อง 17 และหลังจากนั้นก็มีความเคลื่อนไหวในหลาย ๆ ช่อง เกี่ยวกับการลดจำนวนบุคลากร การเพิ่มทุนด้วยการมีผู้ถือหุ้นใหม่เข้ามา เนื่องจากไม่สามารถประกอบการในสถานะขาดทุนได้ต่อไป สถานีที่เคยมีผลประกอบการสูง ก็มีรายงานว่ากำไรถดถอยอย่างเห็นได้ชัด มี

ผลกระทบต่อราคาหุ้นของสถานที่ดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามมีข้อมูลจาก กสทช. ถึงแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น หรือแนวโน้มของการเพิ่มขึ้นของการลงทุนด้านโฆษณาในสื่อโทรทัศน์ดิจิทัล แต่ข่าวสารทั้งหมดก็ยังไม่เป็นรูปธรรม

จากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจของสถานที่โทรทัศน์ที่ไม่สดใสก็น่าจะมีผลกระทบต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของนักศึกษาใหม่ แต่ปรากฏว่าจำนวนนักศึกษาใหม่ที่เข้าศึกษาในสาขานี้ของแทบทุกมหาวิทยาลัยยังคงมีจำนวนไม่ต่างจากเดิมมากนัก ทั้ง ๆ ที่จำนวนของนักศึกษาเข้าใหม่โดยรวมตกลงอย่างเห็นได้ชัด (“มหา’ลัยล้น ห้องเรียนร้าง”, 2559, 19 เมษายน) ทำให้ผู้วิจัยสนใจวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อในสาขานี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ลำดับความสำคัญของปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจให้นักศึกษาเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

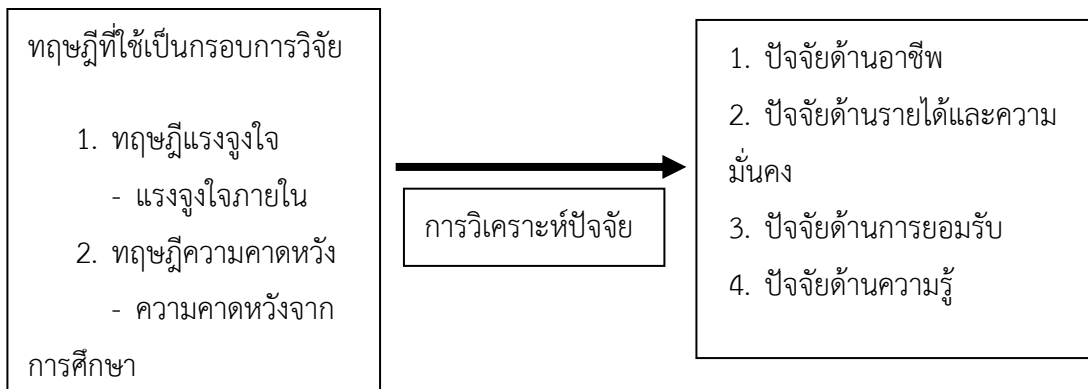
ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้ศึกษากับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 และ 2 ของภาควิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
2. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาชั้นปีการศึกษาเป็นตัวแปรต้นเพียงอย่างเดียว ภายใต้สมมติฐานว่านักศึกษาทุกคนมีโอกาสเปิดรับข่าวสารเท่าเทียมกัน นักศึกษาชั้นปีที่ 2 เริ่มเข้าศึกษาในปี พ.ศ.2559 ซึ่งยังอยู่ช่วงของการเริ่มต้นของกิจการโทรทัศน์ดิจิทัลที่กำลังเป็นที่สนใจ มีข่าวสารเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวในทางบวกของกิจการโทรทัศน์ดิจิทัล และเกี่ยวกับอัตราการจ้างงานที่สูงขึ้น ในขณะที่นักศึกษาชั้นปีที่ 1 เริ่มเข้าศึกษาในปี พ.ศ.2560 ช่วงที่อุตสาหกรรมโทรทัศน์ดิจิทัลกำลังเผชิญกับวิกฤติทางเศรษฐกิจ มีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบุคลากรสื่อโทรทัศน์เผชิญปัญหาการว่างงาน ตกงาน เผยแพร่อย่างกว้างขวางในสังคม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แนวคิดของทฤษฎีแรงจูงใจ ทฤษฎีความคาดหวัง และแนวคิดของมาสโลว์มาเป็นพื้นฐานของการวางกรอบการวิจัย ได้ว่า การวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจ และความคาดหวังของนักศึกษาจะทำให้ทราบถึงระดับความสำคัญของแรงจูงใจที่ผลักดันให้นักศึกษาตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ โดยผู้วิจัยได้จำแนกปัจจัยแรงจูงใจตามแนวคิดของมาสโลว์ออกเป็นสี่กลุ่มใหญ่ ประกอบด้วย ความต้องการด้านอาชีพ (ทำให้สำเร็จความต้องการขั้นที่ 1) ความต้องการด้านรายได้ดีและความมั่นคงในอาชีพซึ่งจะทำให้เกิดความมั่นคงในชีวิต (ความต้องการขั้นที่ 2) และได้รับการยอมรับในสังคม (ความต้องการขั้นที่ 3) และการมีความรู้ที่ทำให้พึ่งพาตนเองได้ซึ่งจะ

ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการทั้ง 3 ชั้นในพื้นฐานต่อไปได้ ผู้วิจัยจึงนำเสนอกรอบการวิจัยในแผนผังได้ ดังนี้



วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้การวิจัย

ประชากรประกอบด้วยนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ของภาควิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จำนวน 676 คน และนักศึกษาชั้นปีที่ 2 จำนวน 413 และกลุ่มตัวอย่างได้มาด้วยการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) จากนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ได้จำนวน 200 คน และชั้นปีที่ 2 ได้จำนวน 200 คน

เครื่องมือการวิจัยในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ตอน ตอนที่ 1 เป็นคำถามทางลักษณะประชากร ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกศึกษาต่อในด้านวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อในสาขาฯ จำนวน 17 ข้อ เป็นการวัดด้วย Likert scale 5 ระดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทำการ pre-test กับนักศึกษาภาควิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ชั้นปีที่ 1 และ 2 ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม พบว่า สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (α Cronbach) เท่ากับ 0.83 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น จากนั้นผู้วิจัยฝากแบบสอบถามไปกับอาจารย์ผู้สอนในวิชาภาควิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ระดับชั้นปี 1 จำนวน 1 วิชา และอาจารย์ผู้สอนในวิชาสาขาฯ ระดับชั้นปี 2 จำนวน 1 วิชา แจกให้นักศึกษาตอบในห้องและเก็บพื้นที่ระหว่างวันที่ 19 – 23 กุมภาพันธ์ 2561 และตรวจสอบความครบถ้วนในการตอบได้จำนวนทั้งสิ้น 290 ชุด ประกอบด้วยข้อมูลจากตัวอย่างชั้นปีที่ 1 จำนวน 175 ชุด และจากตัวอย่างชั้นปีที่ 2 จำนวน 115 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อนำข้อมูลทางลักษณะประชากรเกี่ยวกับถิ่นกำเนิด และแหล่งรายได้ ปรากฏว่ามีความแตกต่างกันสูงมาก ผู้วิจัยจึงได้ตัดตัวแปรสองตัวนี้ออกไป และด้วยข้อจำกัดในด้านพื้นที่ในการนำเสนอ ผู้วิจัยจึงเลือกนำเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจเพียงด้านเดียว

ข้อมูลที่ได้ถูกนำไปวิเคราะห์ทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีค่าของค่าเฉลี่ยดังนี้ 1 – 1.80 ระดับน้อยมาก 1.81 – 2.60 ระดับน้อย 2.61 – 3.40 ระดับปานกลาง 3.41 – 4.20 ระดับมาก 4.21 – 5.00 ระดับมากที่สุด (Likert, R. A., 1961) ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเข้าเรียนต่อในสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบหลักและการหมุนปัจจัยให้ตั้งฉากกัน (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธีการแวนแมกซ์ (Varimax with Kaiser Normalization) ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณา คือ ค่าไอเกน (Eigen values) ต้องมากกว่า 1 และค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor load) มากกว่า 0.50 สำหรับการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นด้วยการวิเคราะห์ความเหมาะสมของเมทริกซ์สหสัมพันธ์ของข้อคำถามทั้งหมดสำหรับกลุ่มตัวอย่างชั้นปีที่ 1 ด้วยค่าสถิติ Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) มีค่าเท่ากับ .829 และผลการทดสอบด้วย Barlette' Test พบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.000 โดยมีค่าไคสแควร์ที่องศาเสรี 378 เท่ากับ 1918.47 (ดูตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 KMO และ Barlett's Test ทดสอบความเหมาะสมของข้อมูลกลุ่มตัวอย่างชั้นปีที่ 1

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		.829
Barlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1918.47
	df	378
	Sig.	.000

ในขณะที่การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นด้วยการวิเคราะห์ความเหมาะสมของเมทริกซ์สหสัมพันธ์ของข้อคำถามทั้งหมดสำหรับกลุ่มตัวอย่างชั้นปีที่ 2 ด้วยค่าสถิติ Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) มีค่าเท่ากับ .756 และผลการทดสอบด้วย Barlette' Test พบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญที่ .000 โดยมีค่าไคสแควร์ที่องศาเสรี 378 เท่ากับ 1360.981 (ดูตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 KMO และ Barlett's Test ทดสอบความเหมาะสมของข้อมูลกลุ่มตัวอย่างชั้นปีที่ 2

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		.756
Barlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1360.981
	df	378
	Sig.	.000

จากตารางที่ 1 และตารางที่ 2 แสดงค่า KMO มากกว่า .6 แสดงว่าให้เห็นว่าข้อมูลมีความเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์ปัจจัยต่อไปได้ (Cerny, C. A. and Kaiser, H. F., 1977)

ผลการวิจัย

จากข้อมูลตัวอย่างนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 และตัวอย่างนักศึกษาชั้นปีที่ 2 จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 ผู้วิจัยได้ศึกษาระดับของปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อในสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองชั้นปีพบว่า แต่ละประเด็นอยู่ในระดับสูง (ดูตารางที่ 3 และตารางที่ 4)

ส่วนการวิเคราะห์ปัจจัยหลักที่เป็นแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างชั้นปีที่ 1 ด้วยคำถามทั้งหมด 17 ข้อ พบว่า มี 16 ข้อที่มีน้ำหนักปัจจัยมากกว่า 0.50 และจากการหมุนแกนด้วยวิธีแวนเดอร์เวท พบว่าโครงสร้างของปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจประกอบด้วย 4 กลุ่มปัจจัยหลัก ได้แก่ ปัจจัยด้านอาชีพ ปัจจัยด้านความมั่นคงของอาชีพ และรายได้ ปัจจัยด้านความรู้ และปัจจัยด้านการยอมรับจากเพื่อนและสังคม (ทั้งสังคมภายนอกและสังคมภายใน) ดังแสดงในตารางที่ 3

ในขณะที่การวิเคราะห์ปัจจัยหลักที่เป็นแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อในสาขานี้ของกลุ่มตัวอย่างชั้นปีที่ 2 พบว่า มี 15 คำถามที่มีน้ำหนักปัจจัยมากกว่า 0.50 และจากการหมุนแกนด้วยวิธีแวนเดอร์เวท พบว่าสามารถจัดการปัจจัยแรงจูงใจออกเป็น 5 กลุ่มปัจจัย โดยที่ 3 กลุ่มปัจจัยแรกมีความคล้ายกับของกลุ่มตัวอย่างชั้นปีที่ 1 แต่เพิ่มกลุ่มปัจจัยทางสังคมภายนอก และกลุ่มปัจจัยสังคมภายใน ดังแสดงในตารางที่ 2

จากตารางที่ 3 และตารางที่ 4 เห็นได้ว่า ปัจจัยด้านอาชีพ เป็นแรงจูงใจในระดับสูงของทั้งกลุ่มตัวอย่างชั้นปีที่ 1 และปีที่ 2 โดยมีค่าไอเกนเท่ากับ 5.44 และ 5.41 ตามลำดับ และสามารถอธิบายความแปรปรวนของปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อในสาขาฯ ได้ร้อยละ 31.98 และร้อยละ 31.85 ตามลำดับ ปัจจัยในกลุ่มนี้ประกอบด้วย ความต้องการมีอาชีพอยู่เบื้องหน้า (เฉพาะสำหรับกลุ่มตัวอย่างชั้นปีที่ 1) เป็นพิธีกรรายการวิทยุ พิธีกรรายการโทรทัศน์ นักข่าว และนักแสดง

ตารางที่ 3 ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของตัวอย่างชั้นปีที่ 1

แรงจูงใจ	น้ำหนักแรงจูงใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับของแรงจูงใจ
ปัจจัยด้านอาชีพ	(ค่า Eigen values เท่ากับ 5.436 และความแปรปรวนที่ 31.98%)			
ต้องการมีอาชีพอยู่เบื้องหน้า	.579	3.59	.929	สูง
ต้องการมีอาชีพเป็นพิธีกรรายการวิทยุ	.733	3.59	.923	สูง
ต้องการมีอาชีพเป็นพิธีกรรายการโทรทัศน์	.829	3.73	.930	สูง
ต้องการมีอาชีพเป็นนักข่าว	.735	3.36	1.062	ปานกลาง
ต้องการมีอาชีพเป็นนักแสดง	.582	3.43	1.053	สูง
ปัจจัยด้านความมั่นคง และรายได้	(ค่า Eigen values เท่ากับ 1.793 และความแปรปรวนที่ 10.55%)			
ต้องการมีอาชีพมั่นคง	.823	3.98	.834	สูง
ต้องการมีอาชีพรายได้ดี	.840	4.09	.839	สูง
ต้องการอาชีพที่มีเกียรติ/ได้รับการยกย่อง	.687	3.79	.826	สูง
ปัจจัยด้านความรู้	(ค่า Eigen values เท่ากับ 1.590 และความแปรปรวนที่ 9.35%)			
ต้องการนำความรู้ไปใช้สำหรับธุรกิจส่วนตัว	.654	3.80	.935	สูง
ต้องการทำรายการทางสื่อออนไลน์	.691	3.85	.860	สูง
ต้องการพัฒนาตนเองให้กล้าแสดงออก	.652	4.14	.833	สูง
ต้องการพัฒนาตนเองให้มีความรู้	.539	4.49	.726	สูงมาก
ปัจจัยทางสังคม	(ค่า Eigen values เท่ากับ 1.275 และความแปรปรวนที่ 7.49%)			
ต้องการการยอมรับจากเพื่อน	.591	3.61	1.055	สูง
ต้องการการยอมรับจากสังคม	.647	3.75	1.037	สูง
ต้องการเรียนจบ มีใบปริญญา	.765	4.21	.905	สูงมาก
ต้องการเรียนจบให้พ่อแม่ภูมิใจ	.762	4.07	1.140	สูง
ปัจจัยด้านอาชีพ	(ค่า Eigen values เท่ากับ 5.414 และความแปรปรวนที่ 31.85%)			
ต้องการมีอาชีพเป็นพิธีกรรายการวิทยุ	.806	3.77	.965	สูง
ต้องการมีอาชีพเป็นพิธีกรรายการโทรทัศน์	.881	3.72	1.013	สูง
ต้องการมีอาชีพเป็นนักข่าว	.784	3.35	1.043	ปานกลาง
ต้องการมีอาชีพเป็นนักแสดง	.668	3.56	1.053	สูง
ต้องการมีอาชีพมั่นคง	.798	4.20	.786	สูง
ต้องการมีอาชีพรายได้ดี	.759	4.29	.770	สูงมาก
ต้องการอาชีพที่มีเกียรติ/ได้รับการยกย่อง	.772	4.06	.809	สูง

ตารางที่ 3 ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อในสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของตัวอย่างชั้นปีที่ 1 (ต่อ)

แรงจูงใจ	น้ำหนักแรงจูงใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับของแรงจูงใจ
ปัจจัยด้านความรู้	(ค่า Eigen values เท่ากับ 1.666 และความแปรปรวนที่ 9.77%)			
ต้องการนำความรู้ไปใช้สำหรับธุรกิจส่วนตัว	.587	3.89	.962	สูง
ต้องการทำรายการทางสื่อออนไลน์	.711	3.94	.851	สูง
ต้องการพัฒนาตนเองให้กล้าแสดงออก	.506	4.37	.753	สูงมาก
ต้องการพัฒนาตนเองให้มีความรู้	.689	4.69	.552	สูงมาก
ปัจจัยทางสังคมภายนอก	(ค่า Eigen values เท่ากับ 1.212 และความแปรปรวนที่ 7.13%)			
ต้องการการยอมรับจากเพื่อน	.892	3.90	.936	สูง
ต้องการการยอมรับจากสังคม	.861	4.10	.892	สูง
ปัจจัยทางสังคมภายใน	(ค่า Eigen value เท่ากับ 1.079 และความแปรปรวนที่ 6.35%)			
ต้องการเรียนจบ มีใบปริญญา	.705	4.21	.946	สูงมาก
ต้องการเรียนจบให้พ่อแม่ภูมิใจ	.866	4.09	1.113	สูง

ปัจจัยด้านความมั่นคงและรายได้ เป็นแรงจูงใจในระดับสูงของทั้งสองกลุ่ม มีค่าไอเกนเท่ากับ 1.79 และ 2.00 ตามลำดับ สามารถอธิบายความแปรปรวนของแรงจูงใจเข้าศึกษาต่อในสาขาฯ ได้ร้อยละ 10.55 และ 11.80 ตามลำดับ ปัจจัยในกลุ่มนี้ประกอบด้วย ความต้องการอาชีพที่มั่นคง รายได้ดี มีเกียรติ และได้รับการยกย่องในสังคม

ปัจจัยด้านความรู้ เป็นแรงจูงใจในระดับสูงของทั้งสองกลุ่ม มีค่าไอเกนเท่ากับ 1.59 และ 1.67 ตามลำดับ สามารถอธิบายความแปรปรวนของแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อในสาขาฯ ได้ร้อยละ 9.35 และ ร้อยละ 9.77 ตามลำดับ ปัจจัยในกลุ่มนี้ประกอบด้วย ความต้องการนำความรู้ไปใช้สำหรับธุรกิจส่วนตัว ทำรายการทางสื่อออนไลน์ พัฒนาตนเองให้กล้าแสดงออก และพัฒนาตนเองให้เป็นคนมีความรู้

ปัจจัยด้านการยอมรับจากสังคม สำหรับกลุ่มตัวอย่างชั้นปีที่ 1 การยอมรับจากสังคมโดยรวมเป็นแรงจูงใจที่สำคัญ โดยมีค่าไอเกนเท่ากับ 1.28 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อในสาขาฯ ได้ร้อยละ 7.49 ปัจจัยในกลุ่มนี้ประกอบด้วย 4 ปัจจัย คือ ความต้องการการยอมรับจากเพื่อน จากสังคม การเรียนจบได้รับปริญญา และเรียนจบเพื่อให้พ่อแม่ภูมิใจ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างชั้นปีที่ 2 ปัจจัยด้านการยอมรับถูกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ปัจจัยด้านการยอมรับจากสังคมภายนอก ประกอบด้วย ความต้องการการยอมรับจากเพื่อน และจากสังคม เป็นแรงจูงใจในระดับสูง มีค่าไอเกนเท่ากับ 1.21 สามารถอธิบายความแปรปรวนของแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อในสาขาฯ ได้ร้อยละ 7.13 ส่วนกลุ่มปัจจัยด้านการยอมรับจากสังคมภายใน ประกอบด้วย ความต้องการ

เรียนจบมีใบปริญญา และความต้องการให้พ่อแม่ภูมิใจ เป็นแรงจูงใจในระดับสูง มีค่าไอเกนเท่ากับ 1.08 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อได้ร้อยละ 6.35

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองชั้นปีมีปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อในภาควิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ใกล้เคียงกันมาก และการเรียนให้จบเพื่อได้รับใบปริญญาเพื่อให้พ่อแม่ภูมิใจยังคงเป็นแรงจูงใจในระดับสูงอยู่เช่นเดิม ผู้วิจัยขอสรุปและอภิปรายในประเด็นสำคัญ ดังต่อไปนี้

ปัจจัยด้านอาชีพ ผลจากการวิเคราะห์เชิงพรรณนา พบว่า นักศึกษามีแรงจูงใจด้านอาชีพของพิธีกร นักข่าว นักแสดง ในระดับสูง แต่ไม่ถึงกับสูงนัก สามารถตีความได้ว่า นักศึกษาไม่ได้คาดหวังอาชีพในด้านนี้นักนัก เพียงขอให้ได้มีอาชีพในด้านนี้เท่านั้น เพราะว่าสังเกตได้จากระดับของแรงจูงใจมาศึกษาต่อในสาขานี้ เนื่องจากมีอาชีพที่มั่นคง และมีเกียรติที่ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะรายได้เป็นแรงจูงใจที่เกือบอยู่ในระดับสูงมาก อย่างไรก็ตามผลจากการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านอาชีพสามารถอธิบายความแปรปรวนของแรงจูงใจของนักศึกษาในการเข้าศึกษาต่อในภาควิชาฯ ได้มากที่สุด ซึ่งในช่วงปี 2558 ยังอยู่ในช่วงต้นของการประกอบกิจการสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลซึ่งมีช่องสถานีเพิ่มขึ้นถึง 4 เท่าจากที่เคยมี ทำให้เกิดการซื้อตัวพิธีกร นักแสดงฝีมือดี มีการจ้างงานบุคลากรตามสถานีต่าง ๆ สูงมาก ทำให้ปัจจัยด้านอาชีพจึงเป็นแรงจูงใจให้นักศึกษาชั้นปีที่ 2 เลือกศึกษาต่อสาขานี้สูง แต่สำหรับกลุ่มนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ถึงแม้ว่าข่าวสารเผยแพร่ออกมามากในปี 2559 เกี่ยวกับอาชีพพิธีกรทางสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีโทรทัศน์ รวมทั้งการเป็นนักข่าว นักแสดงทางสถานีโทรทัศน์ไม่สดใส่นัก ความนิยม (Rating) ของรายการโทรทัศน์จำนวนมากก็อยู่ในระดับต่ำกว่า 1.0 (“เรตติ้งประจำปี”, ม.ป.ป.) แต่ปัจจัยกลุ่มนี้ยังเป็นแรงจูงใจที่สำคัญ ทำให้อาจตีความได้สองอย่าง คือ 1) กลุ่มตัวอย่างชั้นปีที่ 1 อาจเปิดรับข่าวสารน้อย ทำให้ไม่รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการลดจำนวนบุคลากร (“ทีวีดิจิทัลปรับตัว หวังอยู่รอด”, 2559, 6 มีนาคม) การให้บุคลากรสมัครใจลาออก การนำนักแสดงบุคคลมีชื่อเสียงมาเป็นพิธีกรในรายการข่าว รายการบันเทิง เพื่อดึงความนิยมให้กับสถานีได้เร็วขึ้น นอกจากนี้ยังมีบทความและข่าวเกี่ยวกับจำนวนนักศึกษาสายนิเทศศาสตร์ที่ตกงานจำนวนมาก เพราะให้ความสนใจกับการเปิดรับรายการบันเทิงมากกว่า ดังผลการศึกษาพฤติกรรมและการเปิดรับสื่อของวัยรุ่นอายุ 15 - 22 ปี โดยคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ในเดือนธันวาคม ปี พ.ศ. 2558 ที่พบว่าร้อยละ 69 ของกลุ่มตัวอย่างนี้มีพฤติกรรมในการเปิดรับรายการบันเทิงหลังเวลา 20.00 น. (“คณะนิเทศศาสตร์”, ม.ป.ป.) หรือ 2) กลุ่มตัวอย่างยังเชื่อในเรื่องของโชค (“ความเชื่อโชคชะตา”, 2559, 20 พฤศจิกายน) เชื่อว่าโชคดีมีอาชีพในสายนี้ หรือกิจการของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลฟื้นตัวขึ้นมา ก็จะเป็นโอกาสของความมีชื่อเสียง และเงินทอง เนื่องจากพิธีกร นักข่าว นักแสดงที่มีชื่อเสียงหลายคนก็มาจากการเป็นนักศึกษาที่จบการศึกษาในสาขาแขนงนี้เช่นกัน เนื่องจากมีรายการที่นำเสนอเนื้อหา

เกี่ยวกับวัยรุ่นมากขึ้น ซึ่งในการผลิตก็ใช้ทีมงานผลิต พิธีกร นักแสดงที่ยังเป็นนักศึกษา และ/หรืออยู่ในวัยใกล้เคียงกับนักศึกษา ทำให้นักศึกษาใหม่มีความคาดหวังว่าตนเองอาจมีโอกาสนั้นบ้างเช่นกัน

ความต้องการมีอาชีพที่มั่นคงและรายได้ดี เป็นปัจจัยอันดับรองที่สามารถนำมาอธิบายความแปรปรวนของแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อในสาขานี้ ซึ่งในสถานการณ์ทางเศรษฐกิจเช่นทุกวันนี้ อาชีพที่มั่นคงเป็นสิ่งที่ทุกคนต้องการหลังจากจบการศึกษา อย่างไรก็ตาม งานด้านวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์กำลังอยู่ในช่วงขาลง มีเพียงจำนวนไม่มากที่มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ แต่ปัจจัยด้านความมั่นคงทางอาชีพและรายได้มาเป็นอันดับสอง อาจเนื่องจากนักศึกษาเกิดการรับรู้จากการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ว่า พิธีกร นักข่าว นักแสดง มีอาชีพสายนี้ตั้งแต่อายุน้อยจนบางคนถึงวัยชรา ทำให้เกิดเป็นแรงจูงใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อสาขานี้ นอกจากนี้ยังมีอาชีพใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในสื่อใหม่สำหรับผู้ที่มีความรู้ด้านการผลิตเนื้อหา (content creation) เป็นแรงจูงใจให้เข้าศึกษาต่อในสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ เช่น อาชีพที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ผลิตเนื้อหา (content creator) เผยแพร่ทางยูทูบ ผลิตคลิปโฆษณาในสื่อออนไลน์ทั่ว ๆ ไป หรือไม่ก็ยังหวังในความโชคดีที่อาจเกิดขึ้นกับตนเอง หาก กสทช. เข้ามาช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้

ความต้องการความรู้ ปัจจัยกลุ่มนี้เป็นอันดับต่อไปที่สามารถนำมาอธิบายความแปรปรวนของแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อในสาขาฯ จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งสองชั้นปีต้องการความรู้เพื่อพัฒนาตนเองซึ่งสามารถนำไปใช้ในการประกอบธุรกิจส่วนตัว หรือผลิตรายการเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ แสดงว่านักศึกษามองโอกาสของการศึกษาในสาขานี้ว่าหากไม่สามารถมีอาชีพในสถานหลัก ก็ยังสามารถนำความรู้ไปผลิตรายการเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ หรือมีสถานออนไลน์เป็นของตัวเอง ซึ่งสามารถหารายได้เช่นเดียวกัน เนื่องจากมีผู้รับสารจำนวนมากขึ้นที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารและรายการบันเทิงจากสถานออนไลน์ที่มีเนื้อหารายการตรงกับความต้องการเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย และสามารถมีส่วนร่วมในการผลิตเนื้อหาด้วย เนื่องจากมีผู้รับสารที่เปิดรับชมรายการออนไลน์มากขึ้น (“เจาะพฤติกรรม”, 2559, 12 ตุลาคม)

ความต้องการการยอมรับจากสังคม จากผลของการวิจัย พบว่า ปัจจัยกลุ่มนี้เป็นปัจจัยแรงจูงใจอันดับสุดท้ายที่สามารถนำมาอธิบายความแปรปรวนของแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อสาขาวิทยุ/โทรทัศน์ แสดงให้เห็นถึงค่านิยมในการเข้าเรียนต่อระดับอุดมศึกษาของทั้งสองชั้นปีที่ไม่เปลี่ยนไป ยังศึกษาเพื่อได้รับการยอมรับจากสังคมและครอบครัว ต้องการรักษาน้ำตา ชื่อเสียงของตนเองและครอบครัว ยังคงมีความเป็นกลุ่มก้อน (Collectivism) สูง แต่กลุ่มตัวอย่างชั้นปีที่ 1 ให้ความสำคัญกับการมีใบปริญญาเพื่อสร้างการยอมรับจากสังคมภายนอกสูงกว่าสังคมครอบครัว

จากผลการวิจัย ชี้ให้เห็นว่าในปัจจุบันนักศึกษาให้ความสำคัญกับการอยู่รอดทางด้านเศรษฐกิจมากกว่าด้านสังคม ซึ่งก็เป็นไปตามสภาวะทางสังคมที่มีความเป็นปัจเจกบุคคลสูงขึ้น (อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์, 2560) มีการอบการคิดและอารมณ์ที่ตอบสนองหรือเติมเต็มความเป็นตัวเองเป็นหลัก

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ที่สนใจศึกษาแรงจูงใจในประเด็นปัจจัยแรงจูงใจในการเข้าศึกษาต่อในสาขาโทรทัศน์ควรให้ความสนใจกับประเด็นของเนื้อหาในสื่อโทรทัศน์ด้วย เนื่องจากในปี พ.ศ.2560 และ 2561 มีรายการโทรทัศน์ที่สร้างเรตติ้งสูงมาก เช่น “The Mask Singer” “บุปผะนินาส” และการถ่ายทอดฟุตบอลโลก ซึ่งอาจมีผลต่อแรงจูงใจในการศึกษาสาขานี้สูงขึ้น
2. ผู้ที่สนใจศึกษาประเด็นนี้ ควรขยายขอบเขตพื้นที่การศึกษาให้ครอบคลุมทั้งในเมืองใหญ่และปริมณฑล
3. หากเป็นไปได้ ผู้ที่สนใจศึกษาประเด็นนี้ควรวิเคราะห์ด้วยสถิติอื่น ๆ เช่น ไคสแควร์ หรือ ANOVA เพื่อหาความแตกต่างของข้อมูลระหว่างกลุ่ม
4. สถาบันที่เปิดสอนสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ควรให้ความสนใจกับแนวทางอาชีพ (career path) ในสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ให้นักศึกษาให้มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ก้าวสู่ยุค “ทีวีดิจิทัล” ดันตลาดแรงงานอุตสาหกรรมสื่อพุ่ง “หมิ่นตำแหน่ง”. (2557). ค้นเมื่อวันที่ 23 เมษายน 2561, จาก <http://www.unigang.com/Article/17902>
- คณะนิเทศศาสตร์ เผยผลสำรวจการรับรู้สื่อโทรทัศน์ของวัยรุ่น. (ม.ป.ป.). ค้นเมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2561, จาก http://www.utcc.ac.th/index.php/th/news/prnews_detail/5579
- ความเชื่อโชคลางและการทำนายดวงชะตาของคนไทย. (2559, พฤศจิกายน 20). ค้นเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2561, จาก <http://pollycute.com/>
- เจาะพฤติกรรม คนไทย 61% ดูยูทูบ มากกว่าดูทีวีแล้ว. (2559, 12 ตุลาคม). ค้นเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2561, จาก <https://positioningmag.com/1105638>
- ทีวีดิจิทัลปรับตัว หวังอยู่รอด ลดบุคลากร-เขย่าคอนเทนต์. (2559, มีนาคม 9). ค้นเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2561, จาก <http://daily.bangkokbiznews.com/detail/242450>
- มหา’ลัยล้น ห้องเรียนร้าง วิกฤตอุดมศึกษาไทย. (2559, 19 เมษายน). ค้นเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2561, จาก <https://www.posttoday.com/politic/report/427241>
- เมธา หริมเทพาธิป. (ม.ป.ป.). ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์. ค้นเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2561, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/629839>
- เรตติ้งประจำปี. (ม.ป.ป.). ค้นเมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2561, จาก <https://www.tvdigitalwatch.com/category/rating-25-channels/rating-anual/>

- วัชชีรานนท์ ทองเทพ. (2561, 25 กุมภาพันธ์). **วิบากกรรมทีวีดิจิทัล: ปัญหาใหญ่ที่รอ กสทช. ชุดใหม่แก้ไข**. ค้นเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2561, จาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-43137373>
- สาเหตุที่นักศึกษาจบใหม่ตกงาน เพราะเรียนไม่ตรงกับความต้องการของตลาดงาน และ 5 อันดับสาขาที่ตกงานมากที่สุด. (2559, 11 มีนาคม). ค้นเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2561, จาก <https://www.admissionpremium.com/content/492>
- อรรถจักร สัตยานุรักษ์. (2560, 7 กรกฎาคม). **สำนึก ‘ปัจเจกชนนิยมใหม่’**. ค้นเมื่อวันที่ 15 สิงหาคม 2561, จาก www.bangkokbiznews.com/blog/detail/641838
- Adaptation of Digital Television for Survival, Decrease personnel-Content Adjustment. (2016, March 9). Retrieved on 20th May 2019, from <http://daily.bangkokbiznews.com/detail/242450> (in Thai)
- Behavior Insight: 61% of Thai watch YouTube more than TV. (2016, October 12). Retrieved on 2nd June 2019, from <https://positioningmag.com/1105638> (in Thai)
- Cerdán, A. D. (2017). **The Importance of Motivation: What Is It and Tips to Promote It**. Retrieved on 27th February 2018, from <https://blog.cognifit.com/importance-of-motivation-learning-tips/>
- Cerny, C. A. & Kaiser, H. F. (1977). *A study of a measure of sampling adequacy for factor-analytic correlation matrices*. **Multivariate Behavior Research**, 12(1) January 1977: 43 - 47.
- Kamol Kitsawad. (2013). **An investigation of factors affecting high school students' choice of University in Thailand**. Dissertation, Woolongon University, Philippines.
- Kandiko, C. B. and Mawer, M. (2013). **Student Expectations and Perceptions of Higher Education**. London: King's Learning Institute.
- Likert, R. A. (1961). **New Patterns of Management**. New York: McGraw-Hill Book Company Inc.
- New Graduates are unemployed because diploma doesn't match demand of job market and top 5 fields of unemployed. (2016, March 11). Retrieved on 2nd March 2018, from <https://www.admissionpremium.com/content/492> (in Thai)

- Oversupply of university, empty classroom: Crisis of Thai Higher Education. (2016, April 19). Retrieved on 20th May, 2018, from <http://www.posttoday.com/politic/report/427241> (in Thai)
- Rimtepatip, M. (n.d.). **Maslow's Hierarchy of needs**. Retrieved on 27th February 2018, from <https://www.gotoknow.org/posts/629839> (in Thai)
- School of Communication Arts revealed survey result of teenagers' perception toward television. (n.d.). Retrieved on 1st May 2018, from http://www.utcc.ac.th/index.php/th/news/prnews_detail/5579 (in Thai)
- Step into "Digital TV Era" pushes media industry labor up to "million positions". (2014). Retrieved on 23th April 2018, from <http://www.unigang.com/Article/17902> (in Thai)
- Theodotou, E. (2014). *Early years education: are young students intrinsically or extrinsically motivated towards school activities? A discussion about the effects of rewards on young children's learning*. **Research in Teacher Education**, 4(1) April 2014: 17 - 21.
- Tolman, E. C. (1932). **Purposive Behavior in Animals and Men**. New York: Appleton-Century-Crofts.
- Vroom, V.H., (1995). **Work and Motivation**. San Francisco, CA.: Jossey-Bass, Inc.
- Sattayanurak, A. (2016, July 7). '**New Individualism**'. Retrieved on 15th August 2018, from www.bangkokbiznews.com/blog/detail/641383
- Belief in Fate and Fortune Telling of Thai. (2016, November 20). Retrieved on 20th May 2018, from <http://pollycute.com/> (in Thai)
- Thongtep, W. (2018, February 25). **Retribution of Digital TV: Problem waiting for a new NBTC**. Retrieved on 1st March 2018, from <http://www.bbc.com/thai/thailand-43137373> (in Thai)
- Annual Rating. (n.d.). Retrieved on 12th May 2018, from [https://www.tvdigitalwatch.com/category/rating-25-channels/rating-annual/\(in Thai\)](https://www.tvdigitalwatch.com/category/rating-25-channels/rating-annual/(in Thai))