

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาทัศนคติของนักเรียนที่มีต่อการสื่อสารการตลาดของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของนักเรียนที่มีต่อการสื่อสารการตลาดของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปาง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามถามนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในจังหวัดลำปาง โดยแบ่งตามพื้นที่ (Area Sampling) ออกเป็น 2 กลุ่มคือกลุ่มอำเภอเมืองและกลุ่มอำเภออื่นๆ กลุ่มละ 150 ตัวอย่าง สุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งจะกระจายการเก็บข้อมูลไปตามโรงเรียนในอำเภอเมืองและกลุ่มอำเภออื่นๆ พื้นที่ละ 6 โรงเรียน โรงเรียนละ 25 ตัวอย่าง ได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 300 ตัวอย่าง ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 76.00 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 24.00 เป็นเพศชาย ศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 62.00 มัธยมศึกษาตอนต้นร้อยละ 38.00 รายได้ต่อเดือนที่ได้รับจาก ผู้ปกครอง ซึ่งไม่นับรวมถึงค่าหอพัก ต่ำกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ 1,000 – 1,500 บาท ร้อยละ 22.00

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อการสื่อสารการตลาดของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปาง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปาง ในระดับปานกลาง ส่วนข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามทราบในระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลทำเลที่ตั้ง ร้อยละ 36.67 รองลงมาคือข้อมูลปฏิทินการจัดกิจกรรมในแต่ละเดือน/ปี ร้อยละ 19.67 ข้อมูลที่ทราบในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อมูลกิจกรรมที่จัดขึ้นเป็นประจำและกิจกรรมพิเศษ เช่น จัดการแข่งขันต่างๆ ร้อยละ 72.67 รองลงมาคือ ข้อมูลวัตถุประสงค์ในการก่อตั้ง ร้อยละ 68.34 ข้อมูลที่ทราบในระดับน้อย ได้แก่ ข้อมูลปฏิทินการจัดกิจกรรมในแต่ละเดือน/ปี ร้อยละ 45.33 รองลงมา คือ ข้อมูลประวัติความเป็นมา ร้อยละ 44.67

ข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับ เช่น วัน เวลา และสถานที่ในการจัดกิจกรรม รูปแบบกิจกรรม ค่าใช้จ่าย ก่อนที่จะมาเข้าร่วมกิจกรรมมาจากครู อาจารย์ (โรงเรียน) ร้อยละ 96.67 รองลงมาคือ เพื่อน ร้อยละ 36.33

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการรับทราบการสื่อสารการตลาดศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปาง ผ่านสื่อหรือช่องทางต่างๆ โดยไม่พบเลยคือจากผู้ปกครอง ร้อยละ 61.33 รองลงมาไม่พบเลยจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ร้อยละ 51.00 สื่อที่มีความถี่ในการรับทราบ 1 – 2 ครั้งต่อภาคการศึกษา คือ แผ่นพับ ร้อยละ 58.33 รองลงมาคือ เพื่อน ร้อยละ 57.33 ส่วนสื่อหรือช่องทางที่มีความถี่ในการรับทราบภาคการศึกษาละ 3 ครั้งขึ้นไป คือ ครู อาจารย์ (โรงเรียน) ร้อยละ 35.67 รองลงมาคือ แผ่นพับ ร้อยละ 6.33

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากสื่อหรือช่องทางผ่านทางครู อาจารย์ (โรงเรียน) ร้อยละ 65.34 รองลงมา คือ วิทยูกระจายเสียง (ในโรงเรียน) ร้อยละ 12.33

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปาง ในหัวข้อวัน เวลา และสถานที่จัดกิจกรรม ร้อยละ 75.00 รองลงมาคือรูปแบบกิจกรรม เช่น ค่ายกลางวัน ค่ายพักแรม ร้อยละ 73.00

ภาพลักษณ์ของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปางในความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 72.67 มีภาพลักษณ์ที่ดีและมีความน่าเชื่อถือ

ความชอบในการส่งเสริมการขายของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปางโดยรวมในระดับชอบมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.88 ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แข่งขันตอบปัญหา (4.13) ชอบในระดับมาก รองลงมา คือ การแจกของที่ระลึก (3.81) ชอบในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความชอบนิทรรศการ/ฐานการเรียนรู้ในระดับชอบมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.80 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ นิทรรศการ/ฐานการเรียนรู้ด้านดาราศาสตร์ (4.28) ชอบในระดับมาก รองลงมา คือ นิทรรศการ/ฐานการเรียนรู้ด้านเคมี (3.68) ชอบในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามเคยเข้าร่วมกิจกรรมร่วมกับศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปาง ในกิจกรรมนิทรรศการ/ฐานการเรียนรู้แบบประจำที่ ณ ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา จังหวัดลำปาง มากที่สุด ร้อยละ 55.00 รองลงมาคือกิจกรรมค่ายวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 45.67

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ร้อยละ 94.67 มีความถี่ในการเข้าร่วมกิจกรรม 1-2 ครั้งต่อปี รองลงมาคือ 3-4 ครั้งต่อปี ร้อยละ 4.33 และมีความคิดเห็นว่าได้รับประโยชน์จากกิจกรรมที่เข้าร่วม ในระดับมาก ร้อยละ 62.33 รองลงมาคือระดับปานกลาง ร้อยละ 34.33 ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ต้องการกิจกรรมเพิ่มเติม นอกเหนือจากกิจกรรมที่มีอยู่แล้ว ร้อยละ 55.00 และต้องการจัดกิจกรรมเพิ่มเติม ร้อยละ 45.00 และมีเหตุผลของการเข้าร่วมกิจกรรม คือ เป็นกิจกรรมที่ต้องทำร่วมกับทางโรงเรียน ร้อยละ 70.67 รองลงมาคือ รู้สึกสนใจและต้องการมีความรู้ด้านวิทยาศาสตร์เพิ่มเติม ร้อยละ 64.67

ส่วนที่ 3 ทักษะของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อการสื่อสารการตลาดของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปาง จำแนกตามระดับชั้น

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายส่วนใหญ่มีการรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปาง ในระดับปานกลาง โดยข้อมูลที่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายทราบในระดับปานกลาง คือ กิจกรรมที่จัดขึ้นเป็นประจำและกิจกรรมพิเศษ เหมือนกัน

สื่อและช่องทางที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับทราบข้อมูลบ่อยที่สุด เทอมละ 3 ครั้งขึ้นไป สำหรับระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คือ จากอาจารย์ที่โรงเรียน สำหรับสื่อและช่องทางที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายคือ อาจารย์ที่โรงเรียน

ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปางที่ผู้ตอบแบบสอบถามระดับมัธยมศึกษาตอนต้นต้องการทราบมากที่สุดคือ รูปแบบกิจกรรม เช่น ค่ายกลางวัน ค่ายพักแรม ส่วนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายคือ วัน เวลา และสถานที่จัดกิจกรรม สำหรับสื่อหรือช่องทางที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับทราบข้อมูลต่างๆ ทั้ง 2 ระดับการศึกษา คือ จากอาจารย์ที่โรงเรียน รองลงมาคือ จากเพื่อน

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายมีความเห็นต่อภาพลักษณ์ของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปางว่าอยู่ในระดับน่าเชื่อถือ สำหรับความชอบการส่งเสริมการขายทั้ง 2 ระดับการศึกษามีความชอบอยู่ในระดับมาก และชอบกิจกรรมการส่งเสริมการขายประเภทการจัดการแข่งขันตอบปัญหามากที่สุด

นิทรรศการและฐานการเรียนรู้ที่เป็นที่นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายชอบมากที่สุด คือ นิทรรศการและฐานการเรียนรู้ด้านดาราศาสตร์ ซึ่งอยู่ในระดับชอบมาก ส่วนกิจกรรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทั้ง 2 ระดับการศึกษาเคยเข้าร่วม คือ นิทรรศการและฐานการเรียนรู้แบบประจำที่ ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา จังหวัดลำปาง และมีความถี่ในการเข้าร่วม

กิจกรรม 1- 2 ครั้งต่อปีเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายได้รับประโยชน์จากกิจกรรมที่เคยเข้าร่วมในระดับมาก อีกทั้งมีความคิดเห็นว่ากิจกรรมที่มีอยู่นั้นเพียงพอต่อความต้องการและไม่จำเป็นต้องมีกิจกรรมอื่นเพิ่มเติม

เหตุผลของการเข้าร่วมกิจกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามระดับมัธยมศึกษาตอนต้นคือ เป็นกิจกรรมที่ต้องทำร่วมกับทางโรงเรียน ส่วนเหตุผลของผู้ตอบแบบสอบถามระดับมัธยมศึกษาตอนปลายคือ รู้สึกสนใจและต้องการมีความรู้ด้านวิทยาศาสตร์เพิ่มเติม

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อการสื่อสารการตลาดของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปาง

4.1 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อการสื่อสารการตลาดของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปาง

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการให้บริการของวิทยากรหรือเจ้าหน้าที่ในระดับมาก (3.82) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมของวิทยากร (3.93) รองลงมาคือ เป็นผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ (3.86) ซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเช่นกัน

สำหรับความพึงพอใจเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดนั้นอยู่ในระดับปานกลาง (3.49) ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การได้รับข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอ (3.62) ซึ่งเป็นความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมา คือ การแจ้งให้ทราบล่วงหน้าเรื่องค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรม (3.52) มีความพึงพอใจในระดับมากเช่นกัน

ความพึงพอใจในด้านอื่นๆอยู่ในระดับมากเช่นกัน (3.78) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สื่อและวัสดุอุปกรณ์ในการจัดกิจกรรม เช่น กล้องดูดาว ห้องแสดงแบบจำลอง และเอกสารประกอบ (4.21) ซึ่งเป็นความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมา คือ วัน เวลา/ระยะเวลาในการจัดกิจกรรม (3.72) มีความพึงพอใจในระดับมากเช่นกัน

4.2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อการสื่อสารการตลาดของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปาง จำแนกตามระดับชั้น

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย มีความพึงพอใจในการให้บริการโดยรวมของวิทยากรหรือเจ้าหน้าที่ของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปางในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามระดับมัธยมศึกษาตอนต้นคือ เป็นผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ (4.08) รองลงมาคือ บุคลิกและท่าทางน่าเชื่อถือ (4.03) ส่วนของ

ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายคือ การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม (3.92) รองลงมาคือ เป็นผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ (3.73)

สำหรับความพึงพอใจเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถามระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายอยู่ในระดับมาก ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเพียงพอ (3.60) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ การแจ้งให้ทราบล่วงหน้าเรื่องค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรม (3.59) ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเพียงพอ (3.63) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ การเลือกใช้สื่อหรือช่องทางในการสื่อสารการตลาดได้เหมาะสม (3.51)

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มีระดับความพึงพอใจในด้านต่างๆของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปาง ในระดับพึงพอใจมาก (3.83) โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สื่อและวัสดุอุปกรณ์ในการจัด (4.24) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ วัน เวลาและระยะเวลาในการจัดกิจกรรม (3.84)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีระดับความพึงพอใจในด้านต่างๆของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปาง ในระดับพึงพอใจมาก (3.77) เช่นกัน ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สื่อและวัสดุอุปกรณ์ในการจัดกิจกรรม (4.19) ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยรองลงมา คือ วัน เวลาและระยะเวลาในการจัดกิจกรรม (3.71) เช่นกัน

ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะ ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงานของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปาง

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปาง ในเรื่องของการสื่อสารการตลาดคือ การโฆษณาน้อยและไม่ต่อเนื่อง ร้อยละ 68.67 รองลงมาคือ ไม่มีปฏิทินการจัด กิจกรรมเผยแพร่ตามสถานศึกษา ร้อยละ 55.00

สำหรับข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการดำเนินงานของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปาง คือ ต้องการให้มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องและบ่อยครั้งกว่าที่มีอยู่ ร้อยละ 15.67 รองลงมา คือ ต้องการให้มีปฏิทินการจัดกิจกรรมเผยแพร่ตามสถานศึกษา(ทุกภาคการศึกษา) ร้อยละ 11.00

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาทัศนคติของนักเรียนที่มีต่อการสื่อสารการตลาดของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปาง สามารถอภิปรายผลการศึกษาดตามแนวคิดในเรื่องทัศนคติและองค์ประกอบของคุณทลี รื่นรมย์ และคณะ (2545) แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2529) และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้

ทัศนคติและองค์ประกอบของทัศนคติ

แนวคิดในเรื่องทัศนคติและองค์ประกอบของทัศนคติ ของคุณทลี รื่นรมย์ และคณะ (2545) ที่ว่า ทัศนคติ เป็นสิ่งที่อยู่ภายใต้ความรู้สึนึกคิดของมนุษย์ ซึ่งจะต้องบังเกิดขึ้นกับสิ่งหนึ่ง ไม่ว่าจะ เป็นวัตถุสิ่งของ ทั้งสิ่งที่ยับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ซึ่งมีองค์ประกอบ ดังนี้คือ

ด้านสติปัญญา เกี่ยวกับความเข้าใจ หมายถึง ความรู้ การรับรู้ และความเชื่อที่ผู้บริโภคมิต่อ สิ่งใดสิ่งหนึ่ง จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารของทาง ศูนย์ฯ โดยแบ่งการรับรู้ออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ข้อมูลที่ ผู้ตอบแบบสอบถามทราบในระดับมาก ได้แก่ ข้อมูลทำเลที่ตั้ง รองลงมาคือข้อมูลปฏิทินการจัด กิจกรรมในแต่ละเดือน/ปี ข้อมูลที่ทราบในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อมูลกิจกรรมที่จัดขึ้นเป็นประจำ และกิจกรรมพิเศษ เช่น จัดการแข่งขันต่างๆ รองลงมาคือ ข้อมูลวัตถุประสงค์ในการก่อตั้ง ข้อมูลที่ ทราบในระดับน้อย ได้แก่ ข้อมูลปฏิทินการจัดกิจกรรมในแต่ละเดือน/ปี รองลงมา คือ ข้อมูลประวัติ ความเป็นมา

ด้านอารมณ์และความรู้สึก เกี่ยวกับความชอบ ความรู้สึก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมี ระดับความชอบในปัจจุบันด้านต่างๆของศูนย์ฯ โดยแบ่งความชอบได้ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด เช่นกัน ความชอบในการส่งเสริมการขายของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อ การศึกษาจังหวัดลำปาง โดยรวม อยู่ในระดับชอบมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แข่งขันตอบ ปัญหา รองลงมา คือ การแจกของที่ระลึก ความชอบนิทรรศการ/ฐานการเรียนรู้ในระดับชอบมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ นิทรรศการ/ฐานการเรียนรู้ด้านดาราศาสตร์ รองลงมา คือ นิทรรศการ/ฐานการเรียนรู้ด้านเคมี

ด้านพฤติกรรมที่แสดงออก เป็นแนวโน้มที่จะก่อปฏิกิริยา หรือความตั้งใจก่อพฤติกรรม ของผู้บริโภค จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรม ของทางศูนย์ฯ และมีความถี่ของการเข้าร่วมกิจกรรมกับทางศูนย์ฯ อีกทั้งยังมีความต้องการที่จะรับรู้ ข้อมูลข่าวสารอื่นๆเพิ่มเติมจากที่ได้รับทราบ ในส่วนของความพึงพอใจ แบ่งได้ 5 ระดับ คือ มาก ที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด เช่นกัน ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามในการ ให้บริการของวิทยากรหรือเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การมีส่วน

ร่วมในการทำกิจกรรมของวิทยากร และรองลงมา คือ เป็นผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ในปัจจัยด้านต่างๆ อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สื่อและวัสดุอุปกรณ์ในการจัดกิจกรรม เช่น กล้องดูดาว ห้องแสดงแบบจำลอง และเอกสารประกอบ ซึ่งมีความพอใจในระดับมาก รองลงมา คือ วัน เวลา/ระยะเวลาในการจัดกิจกรรม

ภาพลักษณ์ของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปาง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าอยู่ในระดับน่าเชื่อถือ อีกทั้งในเรื่องของความพึงพอใจในการสื่อสารการตลาดอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเพียงพอ ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับมาก รองลงมา คือ การแจ้งให้ทราบล่วงหน้าเรื่องค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรม มีความสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าทัศนคติเชิงบวกหรือทัศนคติที่ดี เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออกถึงความ รู้สึก อารมณ์ จากสภาพจิตใจ ได้ตอบทางด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน การดำเนินการขององค์กร ของคุณวุฒิ รื่นรมย์ และคณะ (2545)

กระบวนการสื่อสารการตลาด

จากผลการศึกษาของขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2529) ที่ว่ากระบวนการสื่อสาร หมายถึง ระบบซึ่งแหล่งข่าวสาร (ผู้ส่งข่าวสาร) ส่งข่าวสารไปยังผู้รับ หรืออาจหมายถึง การแสดงวิธีการซึ่งแหล่งข่าวสารพยายามเข้าถึงผู้รับสาร โดยอาศัยข่าวสาร จากความหมายนี้ กระบวนการติดต่อสื่อสารจะต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบของกระบวนการติดต่อสื่อสาร โดยใช้คำถาม 5 ข้อ หรือเรียกว่า 5Ws คือ ใคร (Who) กล่าวถึงอะไร (What) ช่องทางอะไร (What channels) ถึงใคร (To whom) และมีผลกระทบอะไรบ้าง (What effects) จากการศึกษาสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ใคร (Who) ผู้ส่งข่าวสาร คือ ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปาง
2. กล่าวถึงอะไร (What) คือ ข้อมูลและข่าวสารต่างๆที่ศูนย์ฯต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เช่น ประวัติความเป็นมา วัตถุประสงค์ในการก่อตั้ง ทำเลที่ตั้ง กิจกรรมที่จัดขึ้นเป็นประจำและกิจกรรมพิเศษ ปฏิทินการจัดกิจกรรมในแต่ละเดือน/ปี ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรม เป็นต้น
3. ช่องทางอะไร (What channels) จากการศึกษาพบว่า ช่องทางที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายและพบได้บ่อยที่สุดคือ จากครู อาจารย์ (โรงเรียน)
4. ถึงใคร (To whom) กลุ่มเป้าหมาย คือ นักเรียน
5. มีผลกระทบอะไรบ้าง (What effects) ผลการตอบสนองจากกลุ่มเป้าหมาย คือ มีความดีในการเข้าร่วมกิจกรรม เกิดความชอบ ความพึงพอใจในด้านต่างๆของทางศูนย์ เช่น การสื่อสารการตลาด ภาพลักษณ์องค์กร นิทรรศการ/ฐานการเรียนรู้ เจ้าหน้าที่ อีกทั้งความต้องการในการรับทราบข้อมูลในด้านต่างๆเพิ่มขึ้น เช่น วัน เวลา และสถานที่จัดกิจกรรม

ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการเข้าร่วมกิจกรรม เป็นต้น

ในส่วน of ช่องทางการรับข่าวสารพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารผ่านอาจารย์ที่โรงเรียน รองลงมาคือ แผ่นพับและเพื่อนตามลำดับ แต่ค่อนข้างน้อยมากสำหรับสื่อหรือช่องทางจากผู้ปกครอง หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และวิทยุกระจายเสียง แสดงให้เห็นว่าอาจารย์ที่โรงเรียนมีบทบาทอย่างมาก ในการสื่อสารหรือถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปาง ไปยังนักเรียนหรือกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พลากร เถินบุรินทร์ (2548) เรื่องความคิดเห็นของลูกค้าสินเชื่อที่มีต่อการสื่อสารการตลาดของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร หน่วยอำเภอเถิน จังหวัดลำปาง ในเรื่องของการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อบุคคล พบว่าลูกค้ารับทราบข้อมูลสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรผ่านทางพนักงานสินเชื่อมากที่สุด และการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อบุคคล ได้แก่ พนักงานสินเชื่อทำให้ลูกค้าได้รับข้อมูลข่าวสาร และเกิดความพึงพอใจมากที่สุด ด้วยเช่นกัน แต่ขัดแย้งกับผลการศึกษาของวรรณุช ตั้งควิวิช (2541) ที่ว่า สื่อส่วนใหญ่ที่ใช้ก่อนที่จะเข้ามาชมภาพยนตร์ คือ หนังสือพิมพ์ และเมื่อมาที่โรงภาพยนตร์คือจอโทรทัศน์เหนือช่องขายบัตรชมภาพยนตร์

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาทัศนคติของนักเรียนที่มีต่อการสื่อสารการตลาดของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปาง มีข้อค้นพบคือ

1. สื่อหรือช่องทางที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุดคือ อาจารย์ที่โรงเรียน รองลงมาคือ แผ่นพับ
2. ผู้ตอบแบบสอบถามทราบข้อมูลผ่านทางผู้ปกครองและหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นน้อยมาก
3. ข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการทราบมากที่สุด คือ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปาง ในหัวข้อวัน เวลา และสถานที่จัดกิจกรรม
4. กิจกรรมที่ทางศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษาจังหวัดลำปางจัดขึ้นนั้น มีความเพียงพอต่อความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาทัศนคติของนักเรียนที่มีต่อการสื่อสารการตลาดของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษจังหวัดลำปาง สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการสื่อสารการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดของผู้ใช้บริการ ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กรว่ามีความน่าเชื่อถือ ศูนย์ฯจึงควรทำให้สอดคล้องกันระหว่างความน่าเชื่อถือ และการให้บริการ ควรให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องวิทยากร/เจ้าหน้าที่ สื่อและวัสดุอุปกรณ์ให้เหมาะสม เพียงพอต่อความต้องการ และการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ข้อมูลขององค์กรในแง่มุมอื่นๆด้วย เช่น การมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น

2. การสื่อสารการตลาดของศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษจังหวัดลำปาง สื่อหรือช่องทางที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดคือครู อาจารย์ (โรงเรียน) ซึ่งทางศูนย์ฯควรให้ความสำคัญกับช่องทางนี้มากขึ้น โดยอาจจะเข้าไปพบปะ แนะนำรายละเอียดต่างๆของศูนย์ฯ เพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการสื่อสารรายละเอียดต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น ประวัติความเป็นมา วัตถุประสงค์ในการก่อตั้ง กิจกรรมที่จัดขึ้นเป็นประจำและกิจกรรมพิเศษ และ ปฏิทินการจัดกิจกรรม เป็นต้น สำหรับสื่อประเภทอื่นเช่น แผ่นพับ วิทยุกระจายเสียง(ในโรงเรียน) ก็ควรจะให้มีความสำคัญเช่นกัน โดยอาจจะใช้ช่องทางที่ว่านี้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง โดยติดต่อผ่านทางโรงเรียน ให้ช่วยเหลือและอำนวยความสะดวก

3. ช่องทางที่มีความถี่น้อยที่สุดในการรับทราบการสื่อสารการตลาดเกี่ยวกับศูนย์ฯ คือ ผู้ปกครอง (ครอบครัว) ทำให้เห็นว่าผู้ปกครองมีบทบาทน้อยมากในการเข้าร่วมกิจกรรมของนักเรียน จึงควรมีการสื่อสารที่เจาะเข้าสู่กลุ่มผู้ปกครองบ้าง อาจทำได้ในช่วงเวลาของการจัดนิทรรศการ/ฐานการเรียนรู้แบบเคลื่อนที่ ซึ่งจัดนอกสถานที่ เช่น งานกาชาด งานวันเด็ก ให้เจ้าหน้าที่เข้าไปแนะนำผู้ปกครองที่เข้าร่วมในกิจกรรมเหล่านั้นเป็นรายบุคคล เกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นของทางศูนย์ฯ เช่น ประวัติความเป็นมา ทำเลที่ตั้ง และกิจกรรมต่างๆที่บุตรหลานสามารถเข้าร่วมกับทางศูนย์ฯ

4. ความถี่ของการสื่อสารการตลาดเป็นสิ่งที่ควรคำนึงถึงเป็นอันดับต้นๆ ในการสื่อสารการตลาด ควรจัดการความถี่ให้เหมาะสมในแต่ละสื่อ เจ้าหน้าที่อาจจะเข้าทำการสื่อสารการตลาดเชิงรุก อย่างน้อยประมาณ โรงเรียนละครั้งต่อภาคการศึกษา อีกทั้งการจัดทำปฏิทินการจัดกิจกรรม โดยอาจทำออกมาเป็นของต่อภาคการศึกษา และทำการสื่อสารการตลาดโดยผ่านทางครู อาจารย์ (โรงเรียน) เป็นประจำทุกภาคการศึกษาอย่างต่อเนื่อง

5. ในส่วนของผู้ใช้บริการที่ไม่ใช่นักเรียนการสื่อสารการตลาดของศูนย์ฯ ใช้สื่อหรือช่องทางของการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในขณะที่จัดกิจกรรมต่างๆนอกสถานที่ เช่น งานกาชาดงานวันเด็ก เป็นต้น ซึ่งส่วนนั้นการสื่อสารการตลาดอาจจะมุ่งเน้นในเรื่องของการส่งเสริมการขาย เช่น การแจกของที่ระลึก กิจกรรมลุ้นรางวัล และแข่งขันตอบปัญหา เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้มีส่วนร่วมและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมนั้นๆ

6. ข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการทราบมากที่สุด คือ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมของศูนย์ฯ ในหัวข้อวัน เวลา และสถานที่จัดกิจกรรม ทางศูนย์ฯควรจัดทำปฏิทินประจำเดือน/ปีและทำการสื่อสารผ่านทางโรงเรียน ให้ครู อาจารย์นำข้อมูลต่างๆไปเผยแพร่ให้แก่ นักเรียนเป็นประจำและต่อเนื่อง อีกทั้งกระตุ้นความสนใจให้นักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมของทางศูนย์ฯ โดยอาจจะมีเจ้าหน้าที่เข้าไปแนะนำรายละเอียดต่างๆที่โรงเรียนภาคการศึกษาละหนึ่งครั้ง เป็นต้น

7. หลังจากที่นักเรียน นักศึกษาได้รับการสื่อสารทางการตลาดจากทางศูนย์ฯแล้ว ส่วนใหญ่มักมีความสนใจที่จะรับทราบข้อมูลเพิ่มเติม ในส่วนนี้ต้องมีส่วนที่มารองรับความต้องการในส่วนนี้ของนักเรียน นักศึกษา เช่น อาจารย์บุเบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อสอบถามข้อมูลได้อย่างสะดวก หรือมีการทำการสื่อสารการตลาดบ่อยครั้งมากขึ้น

8. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของศูนย์ฯยังมีน้อยและไม่ต่อเนื่อง ทางศูนย์ฯจึงควรเพิ่มช่องทางและความถี่ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เช่น การทำแผ่นป้ายโปสเตอร์สำหรับติดประกาศตามโรงเรียนต่างๆหรือแผ่นป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ แนะนำเกี่ยวกับศูนย์ฯ ติดตั้งในสถานที่ชุมชน ในส่วนของการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ที่เคยทำอยู่แล้ว โดยผ่านช่องทางหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอาจจะลดลงบ้าง เนื่องจากผลการศึกษาที่ว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเป็นช่องทางที่มีความถี่และอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามน้อยมาก จึงควรนำงบประมาณส่วนนี้ไปใช้ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในช่องทางอื่นแทน