

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยอยู่ในช่วงเวลาที่ต้องเผชิญกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยีพลังงานและสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงมากขึ้นกว่าที่ผ่านมา เช่น การเปลี่ยนแปลงเพื่อปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจโลก การรวมกลุ่มเศรษฐกิจภายใต้กรอบการค้าเสรีของอาเซียนกับจีน ญี่ปุ่น และอินเดีย การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกที่ส่งผลกระทบต่อความเปลี่ยนแปลงของสังคมไทย โดยเฉพาะการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ สังคมของความเป็นวัตถุนิยม สังคมที่เน้นคุณภาพการศึกษา โดยเฉพาะคุณภาพบัณฑิต ปัญหาวิกฤติด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ก่อให้เกิดภัยธรรมชาติที่มีความรุนแรงมาก ดังนั้นอุดมศึกษาไทยในช่วงปี 2555 – 2559 ต้องมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด เพื่อเป็นแหล่งความรู้ที่ตอบสนองการแก้ไขปัญหาวิกฤติและชี้้นำการพัฒนาอย่างยั่งยืนของชาติและท้องถิ่นโดยเร่งสร้างภูมิคุ้มกันในประเทศให้เข้มแข็งขึ้นภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และต้องส่งเสริมการพัฒนาประเทศให้สามารถแข่งขันได้ในประชาคมอาเซียนและประชาคมโลก โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนและสังคมไทยให้มีคุณภาพ ผลิดกำลังคนที่มีศักยภาพตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานสามารถทำงานเพื่อดำรงชีพตนเองและเพื่อช่วยเหลือสังคม มีคุณธรรม มีความรับผิดชอบ และมีสุขภาวะทั้งร่างกายและจิตใจ รวมทั้งพัฒนาอาจารย์ให้เป็นมืออาชีพ และผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพให้เป็นอาจารย์ พัฒนาวิชาชีพอาจารย์ให้เป็นที่ยอมรับของสังคม มีการจัดการเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยใช้ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ บนพื้นฐานการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาเพื่อประโยชน์สุขที่ยั่งยืนของประเทศไทย ทั้งนี้โดยอาศัยการบริหารจัดการอุดมศึกษาเชิงรุก ซึ่งมีกลยุทธ์การเงิน และพระราชบัญญัติอุดมศึกษา เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อน [แผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559)]

สถานการณ์ในปัจจุบันคงปฏิเสธไม่ได้ว่า สถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน เกิดการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ไม่ว่าจะเป็นด้านวิชาการ ด้านงานวิจัย ด้านการเรียนการสอน แม้กระทั่งการรับนิสิตนักศึกษาเพื่อเข้าศึกษาต่อในสถาบันของตนเองการเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่างๆ ล้วนแต่มีส่วนสำคัญ รวมถึงการใช้เทคนิคด้านการตลาดเข้ามามีส่วนช่วยและส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้ประสบผลสำเร็จมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ พฤติกรรมใน

ชีวิตประจำวันของเด็กรุ่นใหม่ก็ปรับเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยีสมัยใหม่ การรับรู้และการเลือกรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ จึงไม่เป็นเรื่องยากเหมือนสมัยก่อน เพราะปัจจุบันช่องทางการสื่อสารของข้อมูลข่าวสารต่างๆ มีมากมายเกินความจำเป็น ผู้รับข้อมูลจะเป็นผู้กำหนดเองว่าต้องการรับข้อมูลหรือข่าวสารต่างๆ จากช่องทางไหนบ้าง แต่สิ่งหนึ่งที่พฤติกรรมของผู้บริโภค (ผู้รับข้อมูล) คงไว้ คือ ผู้บริโภคจะตอบสนองตามที่ตนรับรู้มากกว่าตอบสนองตามสิ่งที่เป็นจริง ผู้บริโภคไม่ได้สนใจว่าข้อเท็จจริงคืออะไร แต่สนใจว่าตัวเองรับรู้อย่างไรกับสิ่งนั้น ซึ่งการรับรู้นี้นำไปสู่กระบวนการตัดสินใจ (วุฒิ สุขเจริญ, 2559, หน้า 128) ดังนั้น คงปฏิเสธไม่ได้ว่า การสร้างการรับรู้ด้วยการสื่อสารประชาสัมพันธ์ในกิจการต่างๆ ของสถาบันอุดมศึกษาได้เข้ามามีบทบาทสำคัญกับทุกส่วนงานเลยก็ว่าได้ การประชาสัมพันธ์มีหน้าที่ในการจัดการที่จะช่วยกำหนดวัตถุประสงค์และปรัชญาองค์การ นักประชาสัมพันธ์จะสื่อสารกับชุมชนทั้งภายในและภายนอก โดยใช้ความพยายามที่จะสร้างความสอดคล้องกันระหว่างเป้าหมายขององค์การและความคาดหวังของสังคม (เสรี วงษ์มณฑา, 2542, หน้า 11) การวางแผนการสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างมีกลยุทธ์จึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง เพราะจะทำให้เกิดการมองภาพรวมของการทำงาน และทำให้กลไกการสื่อสารต่างๆ ที่อยู่ในแผนมีความสอดคล้องและสนับสนุนซึ่งกันและกัน (รุ่งนภา พิตรปรีชา, 2556, หน้า 33)

จากนโยบายส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตร เพื่อการส่งออกตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 3 (ปี 2515 – 2519) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้จัดตั้งคณะอุตสาหกรรมเกษตรขึ้นเป็นแห่งแรกในประเทศไทย ตามประกาศการแบ่งส่วนราชการในราชกิจจานุเบกษาเมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2523 และตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา คณะอุตสาหกรรมเกษตร ได้ผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพในแต่ละปี รวมทั้งการทำงานร่วมกับหน่วยงานรัฐ และเอกชนในด้านการฝึกอบรมและทำการวิจัย เพื่อให้มั่นใจว่ามาตรฐานของความเชี่ยวชาญ ความรู้เฉพาะด้านในสาขาอุตสาหกรรมของประเทศไทยให้คงอยู่ในระดับสูงและระดับนานาชาติ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มีความมุ่งมั่นในการก้าวสู่การยอมรับในระดับสากลว่าเป็นผู้นำทางวิชาการและงานวิจัยด้านอุตสาหกรรมเกษตรในเอเชียและมีความมุ่งมั่นที่จะผลิตบัณฑิตชั้นแนวหน้า สามารถทำงานร่วมกับสถาบันชั้นนำจากทั่วโลก เพื่อเป็นการตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของประเทศไทยและของโลก รวมทั้งทำให้เกิดความเจริญก้าวหน้าและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งยังคงสอดคล้องกับแผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) โดยประกอบไปด้วยภาควิชา จำนวน 6 ภาควิชา (คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ , 2559, แผ่นพับ) ดังนี้

1. ภาควิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร เปิดสอนในสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร เป็นแห่งแรกในประเทศไทยกว่า 50 ปี ในระดับปริญญาตรี โท และเอก โดยหลักสูตรปริญญาตรีของภาควิชา เป็นหลักสูตรแรกในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานหลักสูตรสากลจาก IFT (Institute of Food Technologists) และ IUFoST (The International Union of Food Science and Technology) โดยการบูรณาการความรู้ด้านวิทยาศาสตร์พื้นฐานและวิทยาศาสตร์ประยุกต์สู่การผลิต แปรรูป ควบคุม และพัฒนาอาหาร ให้มีคุณภาพและคุณค่าทางอาหารสูง ปลอดภัย สะดวกในการใช้เก็บได้นาน และเพิ่มมูลค่า ในหลักสูตรจะครอบคลุมด้านเคมีอาหาร จุลชีววิทยาอาหาร หลักการแปรรูปและวิศวกรรมอาหาร นวัตกรรมการแปรรูปอาหาร รวมถึงการวิเคราะห์ ควบคุม ตรวจสอบ ประกันคุณภาพ และความปลอดภัยอาหาร รวมทั้งมาตรฐานกฎหมายอาหาร สุขภาพโรงงาน การจัดการระบบคุณภาพและการออกแบบโรงงานอาหาร

2. ภาควิชาเทคโนโลยีการบรรจุและวัสดุ เปิดสอนในระดับปริญญาตรี โท และเอก เป็นแห่งแรกในประเทศไทยและเอเชียแปซิฟิก โดยบูรณาการความรู้พื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ และการจัดการสำหรับการผลิต การแปรรูป วัสดุบรรจุ จนถึงการใช้ภาชนะบรรจุที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ เพื่อลดความเสียหาย ยืดอายุ เพิ่มมูลค่า ส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทุประเภท ได้แก่ อาหาร ยา สินค้าอุปโภค สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ทั้งนี้ ยังครอบคลุมด้านการขนส่งและโลจิสติกส์ การออกแบบพัฒนาการบรรจุ กระบวนการพิมพ์ภาชนะบรรจุ และเทคโนโลยีวัสดุสังเคราะห์ วัสดุชีวฐาน ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อนวัตกรรมบรรจุที่ยั่งยืน

3. ภาควิชาเทคโนโลยีชีวภาพ เปิดสอนหลักสูตรระดับปริญญาตรี โท และเอก โดยผสมผสานความรู้พื้นฐานด้านชีวเคมีจุลชีววิทยาและวิศวกรรมศาสตร์เข้าด้วยกัน รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีต่างๆ เพื่อปรับปรุงสมบัติของพืช สัตว์ และจุลินทรีย์ สร้างสภาวะจำลองและออกแบบกระบวนการผลิตทางชีวภาพเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ระดับอุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมนมหมักอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมผลิตแป้งและน้ำตาล อุตสาหกรรมอาหารสัตว์ และอุตสาหกรรมผลิตสารชีวภาพ เช่น ผงชูรส กรดอินทรีย์ กรดอะมิโน สารให้กลิ่นรส สารยับยั้งเชื้อก่อโรค และสารเสริมสุขภาพ รวมทั้งสารกลุ่มพลังงาน เช่น แก๊สมีเทน เอทานอลบิวทานอล และการบำบัดของเสียและน้ำเสียโดยจุลินทรีย์

4. ภาควิชาพัฒนาผลิตภัณฑ์ เปิดสอนหลักสูตรพัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเกษตรในระดับปริญญาตรี โท และเอก เป็นแห่งแรกของประเทศไทย สาขานี้สอนให้มีการคิดอย่างเป็นระบบ

เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมอุตสาหกรรมเกษตร โดยหลักสูตรครอบคลุมเนื้อหาตั้งแต่การพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การวิจัยตลาดและผู้บริโภค ศาสตร์ทางประสาทสัมผัส การพัฒนากระบวนการผลิตและแปรรูป การจัดการคุณภาพ การสร้างมูลค่า การพัฒนาผู้ประกอบการและการจัดการธุรกิจนวัตกรรม นวัตกรรมสินค้าที่ยั่งยืน รวมทั้งการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ การตลาดและการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย

5. ภาควิชาวิทยาการสิ่งทอ เปิดสอนในสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสิ่งทอ ระดับปริญญาตรี และโท แห่งแรกในประเทศไทย ครอบคลุมเนื้อหาตลอดสายโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมสิ่งทอ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ประเทศไทย เป็นผู้นำในกลุ่มอาเซียนด้านการผลิตและพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ รวมถึงเป็นแหล่งกระจายสินค้าสิ่งทอสู่ตลาดโลก สาขานี้ผสมผสานความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ ศิลปะ การออกแบบ แฟชั่น และการจัดการอุตสาหกรรมสิ่งทอ ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ได้แก่ วิทยาศาสตร์เส้นใย เส้นด้าย ผ้าผืน กระบวนการเคมีสิ่งทอ เทคโนโลยีและกระบวนการผลิตเครื่องนุ่งห่ม การออกแบบ และพัฒนา การจัดการคุณภาพ การทดสอบสิ่งทอ การจัดการผลิตภัณฑ์สิ่งทอ รวมถึงการสร้างแบรนด์

6. ภาควิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกษตร เปิดสอนในระดับปริญญาโท และเอก เนื้อหา ครอบคลุม การบริหาร การจัดการและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ การจัดการการผลิต การจัดการคุณภาพ การบริหารการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการบริหารธุรกิจเฉพาะอุตสาหกรรม-เกษตร เพื่อเป็นการเสริมความรู้ความชำนาญทางการบริหารและการจัดการเทคโนโลยีเฉพาะ อุตสาหกรรมเกษตร สร้างและพัฒนาบัณฑิต โดยสามารถก้าวหน้าในตำแหน่งบริหารได้อันจะเป็น ประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย

โดยสรุป คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีหลักสูตรการเรียนการสอน ดังนี้

#### หลักสูตรปริญญาตรี

1. เทคโนโลยีชีวภาพ
2. วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร
3. เทคโนโลยีการบรรจุและวัสดุ
4. พัฒนาผลิตภัณฑ์
5. วิทยาการสิ่งทอ

หลักสูตรปริญญาโท

1. เทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกษตร
2. เทคโนโลยีชีวภาพ
3. วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร
4. เทคโนโลยีการบรรจุและวัสดุ
5. พัฒนาผลิตภัณฑ์
6. วิทยาการสิ่งทอ

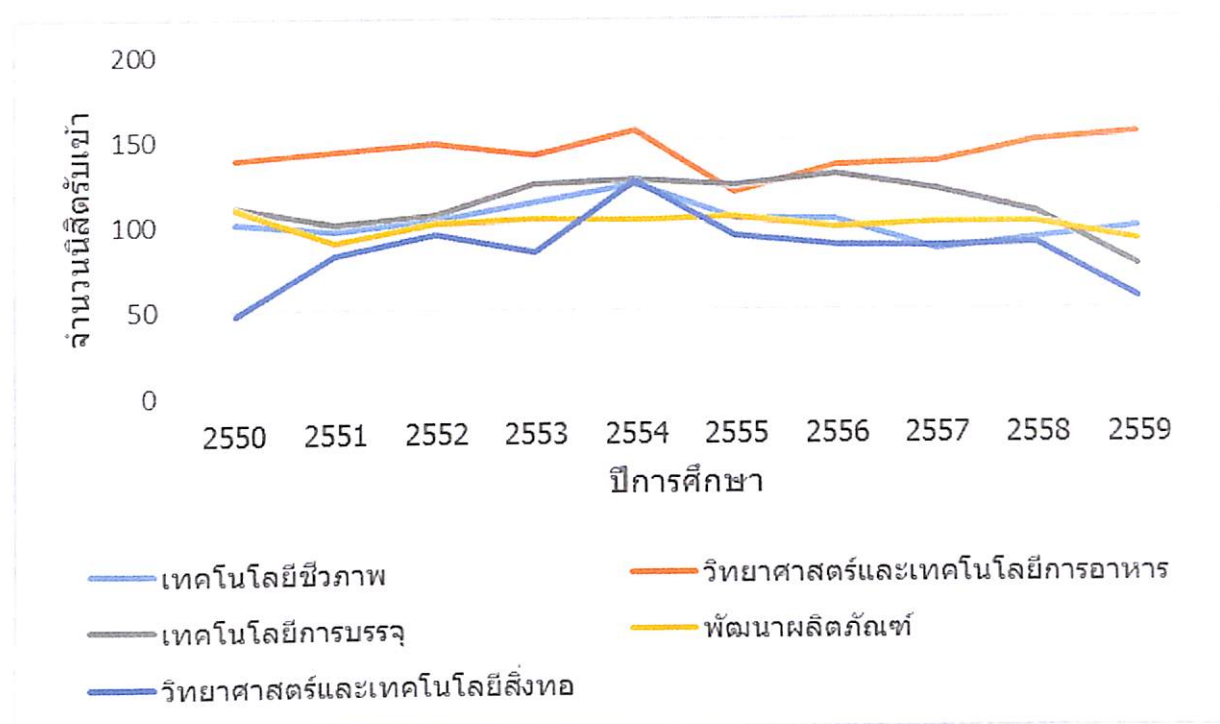
หลักสูตรปริญญาเอก

1. เทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกษตร
2. เทคโนโลยีชีวภาพ
3. วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร
4. เทคโนโลยีการบรรจุและวัสดุ
5. พัฒนาผลิตภัณฑ์

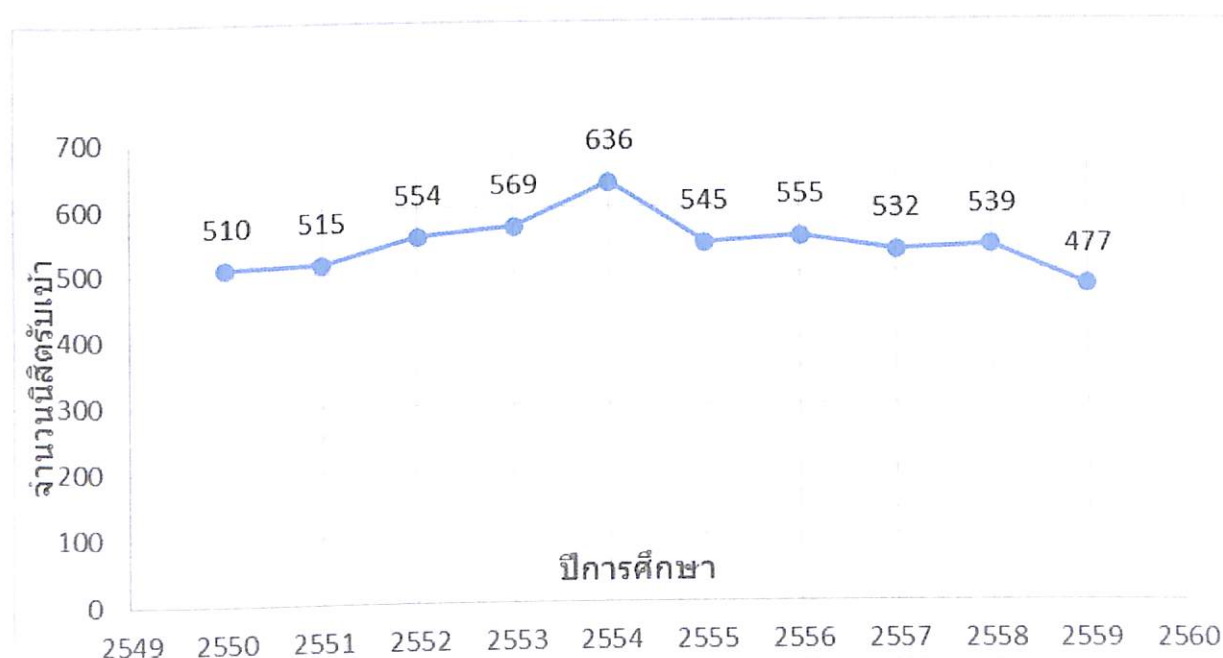
ตารางที่ 1.1 ข้อมูลจำนวนการรับเข้านิสิตระดับปริญญาตรีของคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีการศึกษา 2550 – 2559

สาขาวิชา/จำนวน รับเข้า	ปีการศึกษา									
	2550	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558	2559
เทคโนโลยีชีวภาพ	102	97	103	114	124	104	103	86	92	99
วิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยีการอาหาร	139	144	148	142	156	119	135	137	149	154
เทคโนโลยีการบรรจุ	111	101	106	124	127	123	130	120	107	76
พัฒนาผลิตภัณฑ์	110	90	102	104	103	105	99	102	102	91
วิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยีสิ่งทอ	48	83	95	85	126	94	88	87	89	57
รวม	510	515	554	569	636	545	555	532	539	477

(ที่มา: งานทะเบียนนิสิต คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)



ภาพประกอบที่ 1.1 แสดงข้อมูลจำนวนการรับเข้านิสิตระดับปริญญาตรีของภาควิชาต่างๆ ในคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีการศึกษา 2550 – 2559



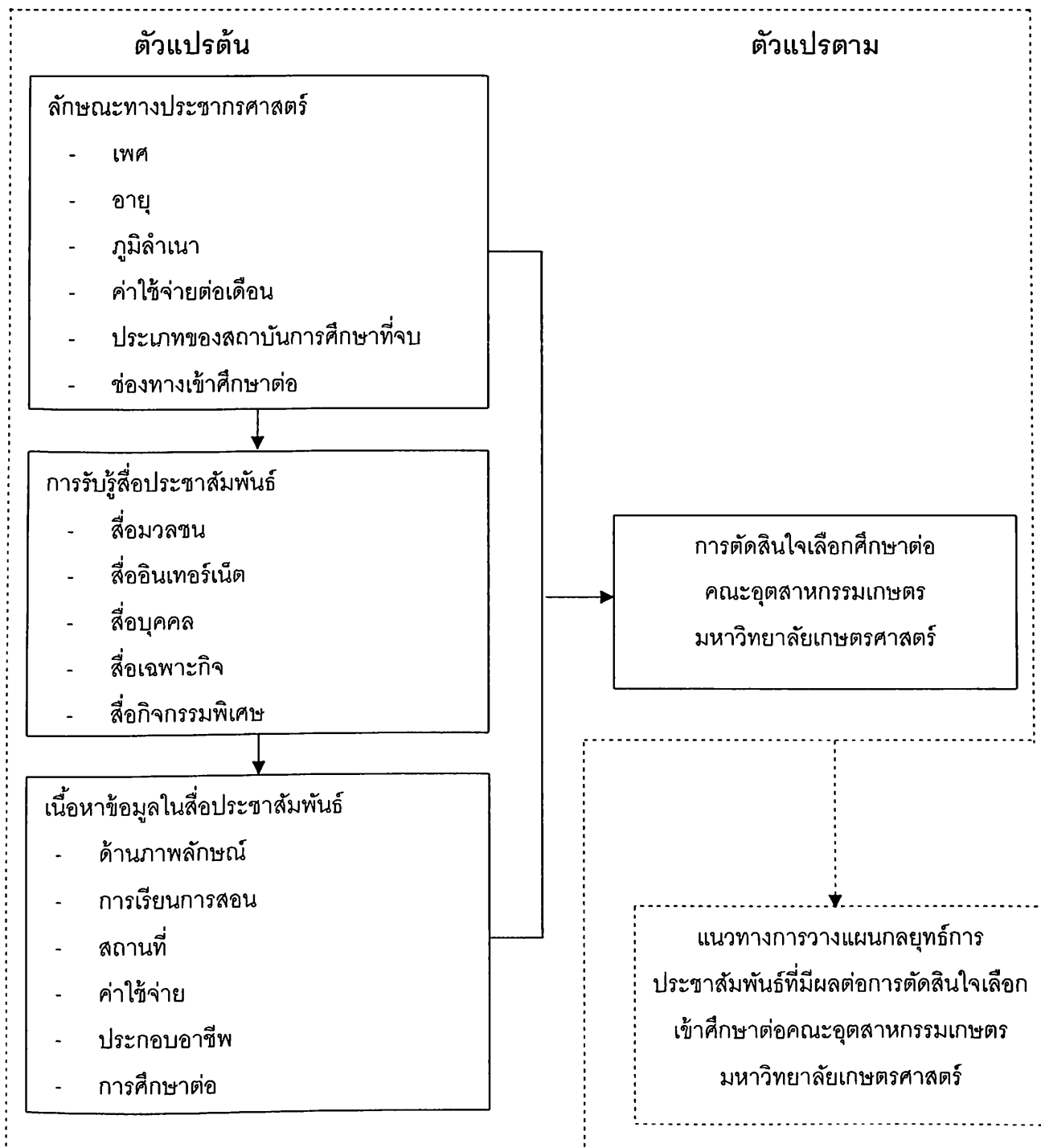
ภาพประกอบที่ 1.2 แสดงข้อมูลจำนวนการรับเข้านิสิตระดับปริญญาตรีของคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีการศึกษา 2550 – 2559

จากข้อมูลจำนวนการรับนิสิตในภาพรวมของคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จะเห็นได้ว่า ในปีการศึกษา 2559 นั้น มีจำนวนนิสิตเข้าศึกษาลดลงมากเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งอาจเกิดจากผลกระทบจากปัจจัยหลายส่วน ส่วนหนึ่งผู้วิจัยเห็นว่า อาจเกิดจากสภาวะการแข่งขันทางการตลาดของสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนในปัจจุบัน ประกอบกับคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เองยังไม่มีแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การรับสมัครนิสิตอย่างชัดเจน งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงประสงค์ที่จะศึกษาและเก็บข้อมูลเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การรับสมัครนิสิตเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีของคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยการศึกษาครั้งนี้จะครอบคลุมถึงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ การรับรู้จากสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ และเนื้อหาข้อมูลข่าวสารในสื่อประชาสัมพันธ์ จากนิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 – 4 ปีการศึกษา 2559 ของคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ รวมถึงการศึกษาข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และศึกษาข้อมูลจากแนวคิดและมุมมองจากผู้เชี่ยวชาญ นักประชาสัมพันธ์ และสื่อมวลชน ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ โดยผู้วิจัยจะใช้รูปแบบงานวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ซึ่งใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม และใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนิสิตคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2. เพื่อศึกษาการรับรู้จากสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจ เพื่อเข้าศึกษาต่อคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ของนิสิตคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
3. เพื่อศึกษาแนวทางการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ให้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



งานวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ และเนื้อหาข้อมูลในสื่อประชาสัมพันธ์ จากนิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 - 4 ปีการศึกษา 2559 ของคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะ



อุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยกรอบแนวคิดในการวิจัยนี้ จะส่งผลให้เกิดแนวทางการวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

### สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
3. เนื้อหาข้อมูลในสื่อประชาสัมพันธ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

### ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นลักษณะงานวิจัยเชิงสำรวจซึ่งมีขอบเขตการศึกษาดังนี้

#### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1 ศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนิสิตคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิภาค ค่าใช้จ่ายต่อเดือน ประเภทของสถาบันการศึกษาที่จบ และช่องทางเข้าศึกษาต่อ

1.2 ศึกษาระดับการรับรู้จากสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยแบ่งประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ สื่อมวลชน สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อกิจกรรมพิเศษ

1.3 ศึกษาระดับความเห็นที่มีต่อเนื้อหาข้อมูลในสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อช่วยในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ ด้านการเรียนการสอน ด้านสถานที่ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านการประกอบอาชีพ และด้านการศึกษาต่อ

1.4 ศึกษาแนวคิดและมุมมอง จากนักวิชาการ นักประชาสัมพันธ์ และสื่อมวลชนด้านการศึกษา

## 2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบงานวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ซึ่งใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม และใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์ จึงขอเสนอขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยเชิงปริมาณ

1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 – 4 ปีการศึกษา 2559 ของคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 1,463 คน (ที่มา: ฝ่ายงานทะเบียนนิสิต คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นิสิตระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 – 4 ปีการศึกษา 2559 ของคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ โดยใช้ตารางสำเร็จรูปคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ของ Taro Yamane ผลการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 314 คน แต่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 440 คน

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรภายในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ นักวิชาการจากหน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ นักประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และสื่อมวลชนด้านการศึกษา

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งเป็น

2.1 บุคลากรภายในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ผู้บริหาร จำนวน 6 คน และเจ้าหน้าที่ จำนวน 5 คน รวมจำนวน 11 คน

2.2 นักวิชาการจากหน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 3 คน

2.3 นักประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภายนอกมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จำนวน 3

คน

2.4 สื่อมวลชนด้านการศึกษา จำนวน 3 คน

## 3. ขอบเขตระยะเวลาในการศึกษา

กำหนดช่วงระยะเวลาในการเก็บข้อมูลแล้วเสร็จภายในปีการศึกษา 2559

## ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบถึงข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนิสิตระดับปริญญาตรี คณะอุตสาหกรรม-เกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2. ทราบถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการรับสมัครนิสิตเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
3. ทราบถึงแนวคิดและมุมมองจากผู้เชี่ยวชาญ นักประชาสัมพันธ์ และสื่อมวลชน เพื่อใช้ประกอบการจัดทำแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
4. ผลการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปจัดทำแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้

## นิยามศัพท์

**กลยุทธ์** หมายถึง แผนงานและวิธีการที่นำมาใช้ในงานประชาสัมพันธ์

**การสื่อสารประชาสัมพันธ์** หมายถึง การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ผ่านการคัดกรองเนื้อหาข้อมูลแล้ว ส่งผ่านช่องทางหรือสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย

**สื่อประชาสัมพันธ์** หมายถึง เครื่องมือหรือช่องทางที่ใช้สำหรับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งมีหลายประเภท ได้แก่ สื่อมวลชน สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อกิจกรรมพิเศษ

**การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ** หมายถึง การตัดสินใจที่ผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล จากการเก็บข้อมูลข่าวสาร ผ่านกระบวนการรับรู้จากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ แล้วเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรใดหลักสูตรหนึ่งของคณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

**นิสิต** หมายถึง ใช้เรียกนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในสถาบันอุดมศึกษา ได้แก่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย