

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษาในระดับอุดมศึกษา เป็นการศึกษาที่เตรียมความพร้อมให้ผู้เรียนพัฒนาทางด้านวิชาชีพ เพื่อไปประกอบอาชีพได้ในอนาคต จากข้อมูลของสมาคมสภามหาวิทยาลัย (ประเทศไทย) ระบุว่าปัจจุบันมีสถาบันอุดมศึกษา 181 แห่ง แบ่งเป็น มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ 15 แห่ง มหาวิทยาลัยของรัฐ 16 แห่ง มหาวิทยาลัยของรัฐ (ราชภัฏ) 40 แห่ง มหาวิทยาลัยของรัฐ (ราชมวงค) 9 แห่ง มหาวิทยาลัย วิทยาลัย และสถาบันเอกชน 71 แห่ง วิทยาลัยชุมชน 21 แห่ง และมหาวิทยาลัยสังกัดอื่น ๆ อีก 9 แห่ง (ที่มา : สมาคมสภามหาวิทยาลัยประเทศไทย tagbth.wordpress.com/สถาบันอุดมศึกษาในสังกัด/ สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2560) กระจายอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ

มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ เป็นแนวความคิดที่จะนำมหาวิทยาลัยออกนอกระบบนั้น มีมาตั้งแต่ พ.ศ. 2507 มีการเสนอต่อจอมพลถนอม กิตติขจร นายกรัฐมนตรีในขณะนั้น แต่ไม่ได้รับการเห็นชอบ จนล่วงเข้าในรัฐบาลของทักษิณ ชินวัตร เริ่มมีความพยายามนำมหาวิทยาลัยออกนอกระบบอีกครั้งแต่มีการคัดค้าน ทำให้การออกนอกระบบนั้นต้องยุติลง จนถึงสมัยรัฐบาลพลเอกสุรยุทธ์ จุลานนท์ โดยศาสตราจารย์พิเศษ ดร.วิจิตร ศรีสอ้าน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ในขณะนั้น ได้เสนอคณะรัฐมนตรีและสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ให้ผ่านร่างพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐของแต่ละมหาวิทยาลัยอีกครั้ง

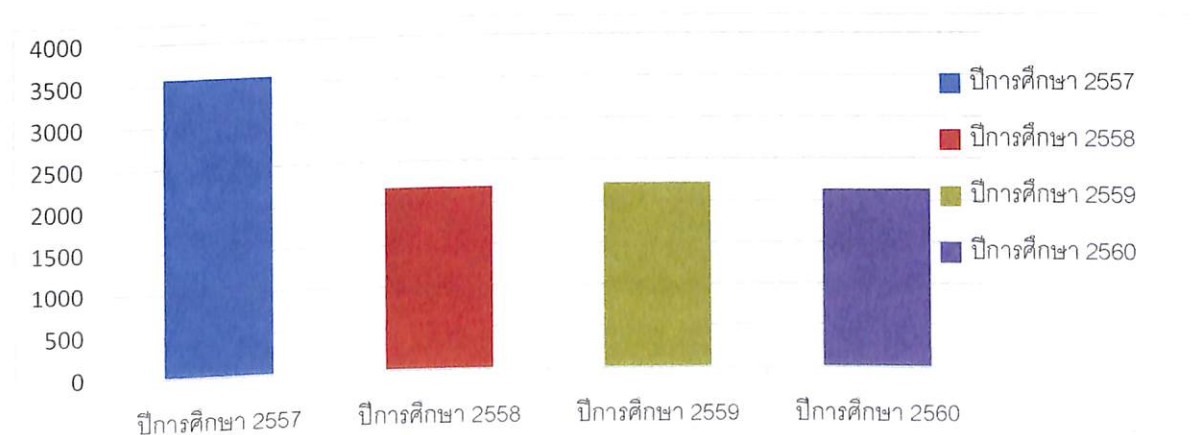
นอกจากนี้ยังมีสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ที่เปิดการเรียนการสอนภายใต้การบริหารงานของหน่วยงานเอกชน แต่ยังคงมีการควบคุมคุณภาพหลักสูตรโดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการจัดการศึกษา การวิจัย ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม และทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรม โดยหลักสูตรที่ได้รับอนุญาตให้เปิดสอนนั้น จะต้องได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

สำหรับมหาวิทยาลัยของรัฐ (ราชภัฏ) นั้น เป็นกลุ่มมหาวิทยาลัยที่พัฒนามาจากโรงเรียนฝึกหัดอาจารย์ที่ตั้งอยู่ในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคของประเทศ ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็น วิทยาลัยครู หลังจากนั้น ในวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2535 ได้รับพระราชทานนาม "ราชภัฏ" จากพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ให้เป็นชื่อประจำสถาบัน พร้อมทั้งพระราชทานพระราชลัญจกรเป็นตราประจำมหาวิทยาลัย ต่อมาได้รับการสถาปนาขึ้นเป็น "มหาวิทยาลัย

ราชภัฏ” ในวันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2547 โดยมีภารกิจและปณิธานตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 ในการเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อท้องถิ่น ตามมาตรา 7 ที่ระบุว่า “ให้มหาวิทยาลัยเป็นสถาบันอุดมศึกษา เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นที่เสริมสร้างพลังปัญญาของแผ่นดิน ฟื้นฟูพลังการเรียนรู้ เชิดชูภูมิปัญญาของท้องถิ่น สร้างสรรค์ ศิลปวิทยา เพื่อความเจริญก้าวหน้า อย่างมั่นคงและยั่งยืนของปวงชน มีส่วนร่วมในการจัดการ การบำรุงรักษาการใช้ประโยชน์จาก ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล และยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์ให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง ทำการสอน วิจัย ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม ปรับปรุง ถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยี ทำนุบำรุง ศิลปะและวัฒนธรรม ผลิตครูและส่งเสริมวิทยฐานะครู”

ในขณะเดียวกัน มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม หนึ่งในมหาวิทยาลัยของรัฐ (ราชภัฏ) ที่มีปณิธานในการส่งเสริมท้องถิ่นและชุมชน ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2483 เดิมจัดตั้งเป็นโรงเรียนฝึกหัดครูมัธยม เพื่อรองรับการผลิตครูระดับประกาศนียบัตรประโยคครูมัธยม (ป.ม.) โดยมี หม่อมหลวงมานิจ ชุมสาย เป็นผู้ก่อตั้ง ในปัจจุบันมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมมีการเปิดสอน ในระดับอุดมศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรี จนถึงระดับปริญญาเอก แบ่งเป็น 5 คณะ 1วิทยาลัย และ 1บัณฑิตวิทยาลัย โดยในปัจจุบันมีการเปิดรับสมัครนักศึกษาในระดับปริญญาตรี กว่า 50 สาขาวิชา

จากการศึกษาการเข้าเรียนต่อในระดับชั้นปีที่ 1 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 - 2560 การเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมนั้น มีการลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2557 มีจำนวนนักศึกษาเข้าศึกษาต่อจำนวน 3,583 คน ในปี 2558 มีจำนวน 2,185 คน ปี 2559 มีจำนวน 2,219 คน และ 2,130 คนในปี 2560 โดยจำแนกรายละเอียด ดังภาพประกอบที่ 1.1



ภาพประกอบที่ 1.1 แผนภูมิจำนวนนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
ปีการศึกษา 2557-2560

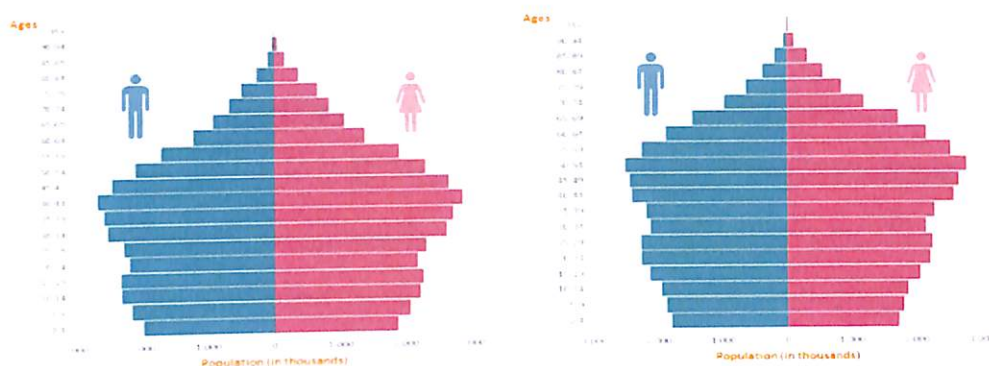
(ที่มา: สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม)

จากภาพรวมที่มีการเข้าศึกษาต่อมีจำนวนน้อยลงในปีการศึกษา 2558 แม้ว่าในปีการศึกษา 2559 มีจำนวนมากขึ้นก็ตาม แต่เป็นการเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น และในปี 2560 ได้ลดลงมาอีกครั้ง มีการคาดการณ์ถึงสาเหตุในหลายประการ อาทิ การที่ประเทศไทยได้มีมติจากรัฐบาลในการส่งเสริมให้สถาบันอุดมศึกษาในภาครัฐออกนอกกระบวน เพื่อลดงบประมาณจากภาครัฐลง ส่งผลให้สถาบันต่าง ๆ ต้องแสวงหาทางเพิ่มงบประมาณให้แก่สถาบันตนเองมากขึ้นเพื่อการพัฒนาสถาบันโดยวิธีการต่าง ๆ เช่น การเปิดรับนักศึกษามากขึ้น เปิดหลักสูตรภาคภาษาอังกฤษ ทำความร่วมมือกับประเทศอื่นเพื่อเปิดหลักสูตรนานาชาติ เป็นต้น

กอบกับสถาบันที่เปิดสอนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ได้เปลี่ยนแปลงให้มีการเปิดรับในระดับอุดมศึกษา เพื่อต่อยอดให้แก่นักเรียนในระบบของอาชีวศึกษาให้มีโอกาสในการเรียนในระดับอุดมศึกษามากขึ้น ทำให้มีจำนวนของนักเรียนที่จะเข้าสู่สถาบันอุดมศึกษาที่มีอยู่ได้ถูกลดลงไปอีกส่วนหนึ่ง เนื่องจากนักเรียนที่เรียนในสถาบันเดิมนั้น ส่วนหนึ่งได้ตัดสินใจเลือกเรียนต่อในสถาบันการศึกษาเดิมของตนเองเพราะสามารถเรียนได้อย่างต่อเนื่อง

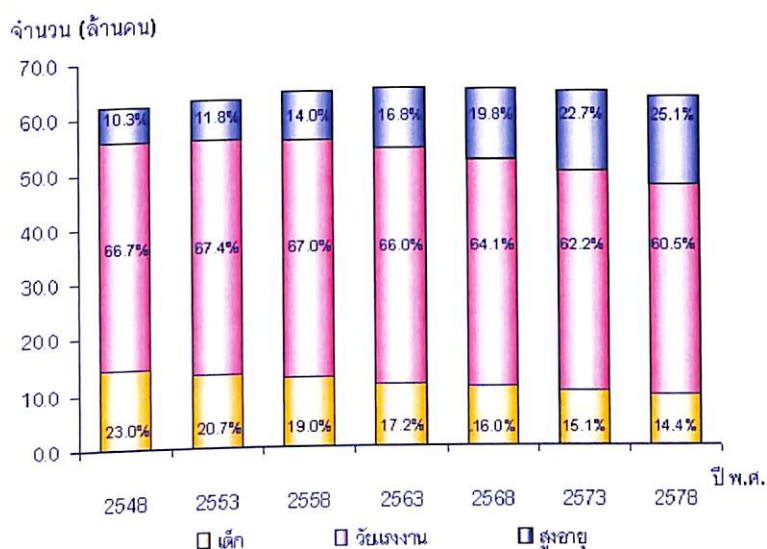
นอกจากนี้ยังมีการประกาศให้สถาบันอุดมศึกษาของรัฐกลายเป็นสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ ซึ่งเรียกกันโดยทั่วไปว่า “การออกนอกกระบวน” เพื่อเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายจากทางภาครัฐ ส่งเสริมให้สถาบันดูแลพึ่งพาตนเองได้ และสามารถหารายได้เพิ่มมากขึ้นได้เองด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การเพิ่มอัตราค่าธรรมเนียมการศึกษา การใช้พื้นที่ในการหาประโยชน์ต่าง ๆ เป็นต้น

อีกทั้งมีการคาดการณ์ว่า ในอนาคตจะมีผู้เรียนลดลงเนื่องจากแนวโน้มทางด้านประชากรที่มีอัตราการเกิดน้อยลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี ค.ศ. 1990 เป็นต้นมา ซึ่งเกิดจากสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งปัจจัยนี้เองที่เป็นส่วนหนึ่งในการส่งผลกระทบต่อสถาบันอุดมศึกษาที่อาจทวิความเข้มข้นในการรับสมัครนักศึกษาเข้าเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา แต่เมื่อมองในมุมของนักเรียนที่จะเข้าสู่สถาบันอุดมศึกษาในแต่ละปีมีการลดตัวลงเรื่อย ๆ ตามสภาพการณ์ของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป โดยในปัจจุบันมีอัตราการเกิดน้อยลงเรื่อย ๆ ดังแผนภูมิที่ 1.2 และแผนภูมิที่ 1.3



ภาพประกอบที่ 1.2 แผนภูมิแสดงอัตราการเกิดในช่วงปี 2010 (ซ้าย) และในปี 2020 (ขวา)

ที่มา : สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล



ภาพประกอบที่ 1.3 แผนภูมิแสดงอัตราการเกิดและการคาดการณ์ในช่วงปี พ.ศ.2548-2578

ที่มา : ปัทมา ว่าพัฒนางศ์และปราโมทย์ ประสาทกุล. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2560.

ประชากรไทยในอนาคต. (ออนไลน์).

แหล่งที่มา : <http://www.ipsr.mahidol.ac.th/IPSR/AnnualConference/ConferenceII/-Article/Article02.htm>

ข้อมูลนี้สอดคล้องกับรายงานกรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่สอง พ.ศ.2551-2565 ระบุว่า ประเทศไทยยังเพิ่มขึ้นต่อไปอย่างช้า ๆ จำนวนเด็กและเยาวชนที่ลดลง อัตราการันผลประชากรที่จะหมดไป และผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ภาพฉายดังกล่าวชี้ให้ อุดมศึกษาโดยเฉพาะสำหรับประชากรวัยอุดมศึกษา 18 - 22 ปี ต้องลดการขยายตัวอย่างไม่มีที่

สิ้นสุดเช่นหลายทศวรรษที่ผ่านมา อุดมศึกษาต้องเพิ่มบทบาทด้านการเพิ่มผลิตภาพเศรษฐกิจของกลุ่มวัยทำงาน เน้นการศึกษาต่อเนื่องเพื่อรองรับการเปลี่ยนงานและอาชีพ

นอกจากอัตราการเกิดมีจำนวนน้อยลงแล้ว ยังมีเรื่องเศรษฐกิจของครอบครัวที่เป็นปัจจัยส่งผลกระทบต่อการศึกษาของผู้เรียน เนื่องจากการเรียนในสถาบันอุดมศึกษาจะต้องมีภาระค่าใช้จ่ายสูง โดยเฉพาะนักศึกษาหากไม่ได้รับทุนการศึกษาจากทางมหาวิทยาลัย แม้ว่าทางภาครัฐจะมีกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษา แต่สัดส่วนของเงินที่ลงไปยังกลุ่มนักศึกษาเหล่านี้ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ และยังมีบางส่วนที่ทำให้คนเข้าใจว่า เงินของกองทุนให้กู้ยืมเงินเพื่อศึกษานั้น ไม่ได้อยู่ที่นักศึกษาที่ขาดแคลนจริง แต่กลับไปอยู่ในกลุ่มของคนที่มีฐานะในการเรียน ทำให้นักศึกษาบางส่วนต้องทำงานเพื่อหารายได้มาเป็นค่าลงทะเบียน นอกจากนี้ยังมีเรื่องของหลักสูตรซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกศึกษาต่อ จากงานวิจัยต่าง ๆ ได้สรุปว่า หลักสูตรหรือสาขาวิชาที่เปิดสอนนั้น เป็นปัจจัยหนึ่งที่คุณเรียนจะแสวงหาข่าวสารเพื่อหาข้อมูลว่าสถาบันอุดมศึกษาใดมีการเปิดสอนหลักสูตรตามที่ตนเองต้องการ ซึ่งหากสถาบันอุดมศึกษาใดเปิดสอนหลักสูตรนั้น ก็จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่สร้างแรงจูงใจให้ผู้เรียนอาจเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษานั้น ๆ ได้

ปัจจัยต่อมา คือ ปัจจัยทางด้านการคมนาคม และปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งปัจจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งในการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา เนื่องจากในปัจจุบันการเดินทางในเขตเมือง โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร แม้ว่าจะมีโครงการรถไฟฟ้า ทั้งลอยฟ้าและใต้ดินในหลายพื้นที่ แต่ก็ยังไม่สามารถครอบคลุมทั่วทั้งหมด โดยรวมแล้วผู้เรียนยังต้องพึ่งพาอาศัยส่วนตัวทั้งรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ หรือรถโดยสารประจำทาง ซึ่งผู้เรียนบางกลุ่มเล็งเห็นถึงความสำคัญของการเดินทาง จึงเลือกสถานที่เรียนใกล้บ้านเพื่อไม่ให้กระทบต่อการเรียนมากเกินไป

ปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง ที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาต่อสำหรับผู้เรียน คือ บุคคลใกล้ชิด ในอดีตบุคคลใกล้ชิดโดยเฉพาะบุพการีจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นสังคมที่ต้องปฏิบัติตามคำสั่ง และเป็นสังคมที่บุพการีอยากให้บุตรตนเองได้เรียนในสิ่งที่น่าสนใจในขณะนั้น โดยเฉพาะทางด้านวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับราชการจึงทำให้เกิดการบังคับให้เลือกเรียนต่อในสายวิชาชีพที่สามารถรับราชการได้ จนไม่ได้คิดว่าผู้เรียนนั้นมีความถนัดหรือความชอบในด้านนั้น ๆ หรือไม่ แต่เมื่อเวลาผ่านไปจึงเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงให้ผู้เรียนได้ตัดสินใจเองมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ยังมีครอบครัวที่ยังมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาอยู่ รวมถึงการบอกเล่าของผู้มีประสบการณ์ทางการศึกษาในสถาบันอุดมศึกษานั้น ๆ สิ่งนี้จะเป็นองค์ประกอบที่ช่วยให้มีการตัดสินใจเลือกของผู้เรียนอีกทางหนึ่ง

นอกจากปัจจัยข้างต้นแล้ว ในปัจจุบันเมื่อเกิดการแข่งขันทางด้านธุรกิจการศึกษา จึงได้มีแนวคิดนำการตลาดเข้ามามีบทบาทสูงขึ้น เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้นแก่ผู้เรียน โดยส่วนใหญ่วิธีการจูงใจจะเน้นไปที่โปรโมชั่น ซึ่งเป็นการทำการตลาดที่ง่าย และเห็นผลได้มาก โดยใช้ค่านิยมที่มีอยู่ในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็น สมัครงานแถมไอแพด สมัครงานได้รับทุน เป็นต้น สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งในการทำการสื่อสารไปยังกลุ่มนักเรียนที่กำลังเลือกเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา ผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ที่ในปัจจุบันมีอยู่มากมาย และวิธีการต่าง ๆ ได้เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้มีช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มนักเรียนที่เลือกเรียนต่อในระดับอุดมศึกษาได้ง่ายมากขึ้น

แน่นอนว่า หากสถาบันอุดมศึกษามีการค้นหาคำปัจจัยที่ได้เปรียบกว่าสถาบันอื่นมากมายเพียงใด แต่ทั้งหมดจะไร้ผลในทันที หากไม่สามารถเลือกช่องทางการสื่อสารเพื่อส่งสารต่าง ๆ ให้เข้าถึงกลุ่มผู้เรียนได้ ซึ่งในปัจจุบันช่องทางการสื่อสาร คือ ตัวกลางที่ช่วยในการนำส่งสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ช่องทางเปรียบเสมือนทาง หรือพาหะระหว่างผู้ร่วมสื่อสาร (พัชนี เชนจรรยา , เมตตา วิวัฒน์านุกูล และถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์. 2538, หน้า 29 - 30) จากความหมายดังกล่าว ได้แสดงให้เห็นว่า ช่องทางการสื่อสารนั้น เป็นตัวสื่อที่สามารถนำสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งเป็นหนึ่งในทฤษฎีการสื่อสาร ที่ต้องมี ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร จึงจะครบองค์ประกอบของการสื่อสาร ช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ได้ถูกพัฒนารูปแบบมากขึ้นเรื่อย ๆ จากอดีตจนถึงปัจจุบัน มีช่องทางการสื่อสารอยู่หลากหลาย ที่สามารถสื่อสารข้อมูลจากผู้ส่งสารเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง ไม่ว่าจะเป็น แผ่นพับ บ้ายโฆษณา โทรทัศน์ วิทยุ จนมาถึงสื่ออินเทอร์เน็ต ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในปัจจุบัน และใช้กันอย่างแพร่หลาย ในหลายองค์กร ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ และเอกชน

ด้วยการสื่อสารที่หลากหลายนี้ สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทางด้านความคิดของผู้รับสาร ตามข้อมูลที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อถึง โดยเฉพาะทางด้านการศึกษา ที่ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูง เนื่องจากต้องการผู้เรียนเข้ามาอยู่ในสถาบันการศึกษาของตนเองให้มากที่สุด เพื่อให้มีรายได้เข้ามาพัฒนาสถาบันการศึกษานั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านวิชาการ ด้านการบริการ หรือทางด้านสิ่งแวดล้อมในการศึกษา เพื่อต่อยอดทางด้านการศึกษาให้แก่ผู้เรียนได้มากขึ้น ทั้งทางด้านเครื่องมือและสื่อทางด้านการสอน การพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางด้านวิชาการ การวิจัยและพัฒนาหลักสูตรให้ทันสมัยต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน

ในการสื่อสารข้อมูลที่มีเพื่อส่งต่อไปยังผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมาย สำหรับองค์กรแล้ว โดยปกติจะเป็นหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ ซึ่ง ธนินี เตரியมชัยศรี (2550, หน้า 39) ได้กล่าวถึงหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์มีหน้าที่ในการบริหารภาพลักษณ์ โดยการ

กำหนดวัตถุประสงค์ และปรัชญาองค์การให้สอดคล้องกับความคาดหวังของสังคม ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์จะต้องพัฒนา บริหาร และประเมินโครงการต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายที่จะส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์การกับสาธารณชนให้ได้มาซึ่งภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ (Wish Image)

สำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมผู้รับผิดชอบหน้าที่นี้คืองานประชาสัมพันธ์ สังกัดกองกลาง สำนักงานอธิการบดี โดยการสื่อสารเครื่องมือ และช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ที่มีอยู่ ทั้งโบรชัวร์ โปสเตอร์ เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ การออกนุชกิจกรรม และการสื่อข่าวผ่านสื่อสารมวลชนในช่องทางต่าง ๆ เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ในมิติอื่น ๆ ของมหาวิทยาลัยให้เป็นที่ประจักษ์ และสร้างความเข้าใจอันดี ระหว่างมหาวิทยาลัยและสังคม

นอกจากนี้ ข้อมูลที่มีอยู่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสาขาวิชาหรือหลักสูตรที่เปิดสอน ชื่อเสียงสถาบัน การคมนาคม แผนอาชีพในอนาคต วันเวลาในการเปิดรับสมัคร สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ตลอดจนแผนการเรียนการสอน เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกศึกษาต่อของผู้เรียนข้อมูลที่มาหลายเหล่านี้ เมื่อจัดให้มารวมกันแล้ว จึงเป็นข้อมูลที่มากมายเกินกว่าการโฆษณาใด ๆ จะนำเสนอได้ทั้งหมด หากมีการนำเสนอข้อมูลแยกเป็นส่วน ก็ไม่อาจตอบสนองความต้องการในการรับรู้ข่าวสารของนักเรียนได้ว่า นักเรียนต้องการรู้ข้อมูลใด และอาจเกิดการใช้งบประมาณในการจัดทำที่สูงขึ้นไป สิ่งเหล่านี้จึงเป็นปัญหากระทบต่อสถาบันที่ไม่สามารถสื่อสารข้อมูลได้ตามที่ต้องการหรือไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเต็มที่ ทำให้ผู้เรียนไม่รู้จักสถาบันอุดมศึกษา ส่งผลให้มีจำนวนผู้เรียนน้อย ซึ่งมีผลกระทบต่อการคงอยู่ของสถาบันอุดมศึกษานั้น ๆ

เหตุการณ์ทั้งหมดที่เกิดขึ้นนี้ จึงทำให้สถาบันต่าง ๆ ต้องสื่อสารข้อมูล และโฆษณาต่าง ๆ เพื่อดึงความสนใจ และถ่ายทอดสารไปยังกลุ่มนักเรียนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด รวมถึงต้องการรับสมัครนักศึกษาได้มากที่สุดอีกด้วย เพื่อผลลัพธ์ที่ทำให้เกิดการอยู่รอดของสถาบันอุดมศึกษาด้วยช่องทางการสื่อสารในปัจจุบันที่เพิ่มมากขึ้นนี้ แม้มองว่าเป็นสิ่งที่ดีที่สามารถนำการเสนอได้หลากหลายวิธี และครอบคลุมทางด้านเนื้อหาได้เป็นอย่างดี แต่เนื่องจากการสื่อสารที่หลากหลายช่องทางนี้ เป็นการสื่อสารที่ต้องลงทุนเพื่อให้ได้มาของพื้นที่ต่าง ๆ นอกเหนือจากการส่งข่าวให้แก่สื่อมวลชนเพื่อขอความอนุเคราะห์พื้นที่ข่าว แต่บางสถาบันอุดมศึกษาไม่มีงบประมาณเพียงพอต่อการสื่อสารในช่องทางเหล่านี้ได้ทั้งหมด โดยเฉพาะสถาบันอุดมศึกษาที่เป็นขนาดเล็ก ไม่มีชื่อเสียง หรือสถาบันอุดมศึกษาในการควบคุมของทางภาครัฐ ซึ่งหากมีการแข่งขันกันเต็มรูปแบบของการตลาดจริง ๆ แล้ว ขั้นตอนของการดำเนินงาน

ของสถาบันอุดมศึกษาภายใต้การควบคุมของภาครัฐนั้นเป็นอุปสรรคต่อการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากงบประมาณที่ได้ในแต่ละปีนั้น สถาบันอุดมศึกษาจะได้งบประมาณอย่างจำกัด เพื่อการพัฒนาสถาบันอุดมศึกษา เมื่อสถาบันอุดมศึกษาได้จัดงบประมาณให้หน่วยงานต่าง ๆ งบประมาณนี้จึงมีเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น ซึ่งไม่เพียงพอต่อสภาพการณ์ในปัจจุบันที่ต้องมีการแข่งขัน และมีเรื่องของค่าใช้จ่ายในแต่ละส่วนที่เพิ่มมากขึ้นจากการโฆษณา

การวิจัยในครั้งนี้ จึงจัดทำขึ้นเพื่อต้องการทราบถึงปัจจัยและการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมของผู้เรียน นอกจากนี้ยังต้องการทราบถึงการใช้ช่องทางการสื่อสารของผู้เรียนในการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาอีกด้วย เพื่อให้เป็นส่วนหนึ่งในการจัดทำแผนงานหรือการใช้ช่องทางการสื่อสารได้อย่างตรงจุด และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงยังสามารถลดงบประมาณในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่ไม่จำเป็นให้น้อยลง เพื่อนำไปเติมเต็มในเครื่องมือการสื่อสารที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ได้มากกว่า

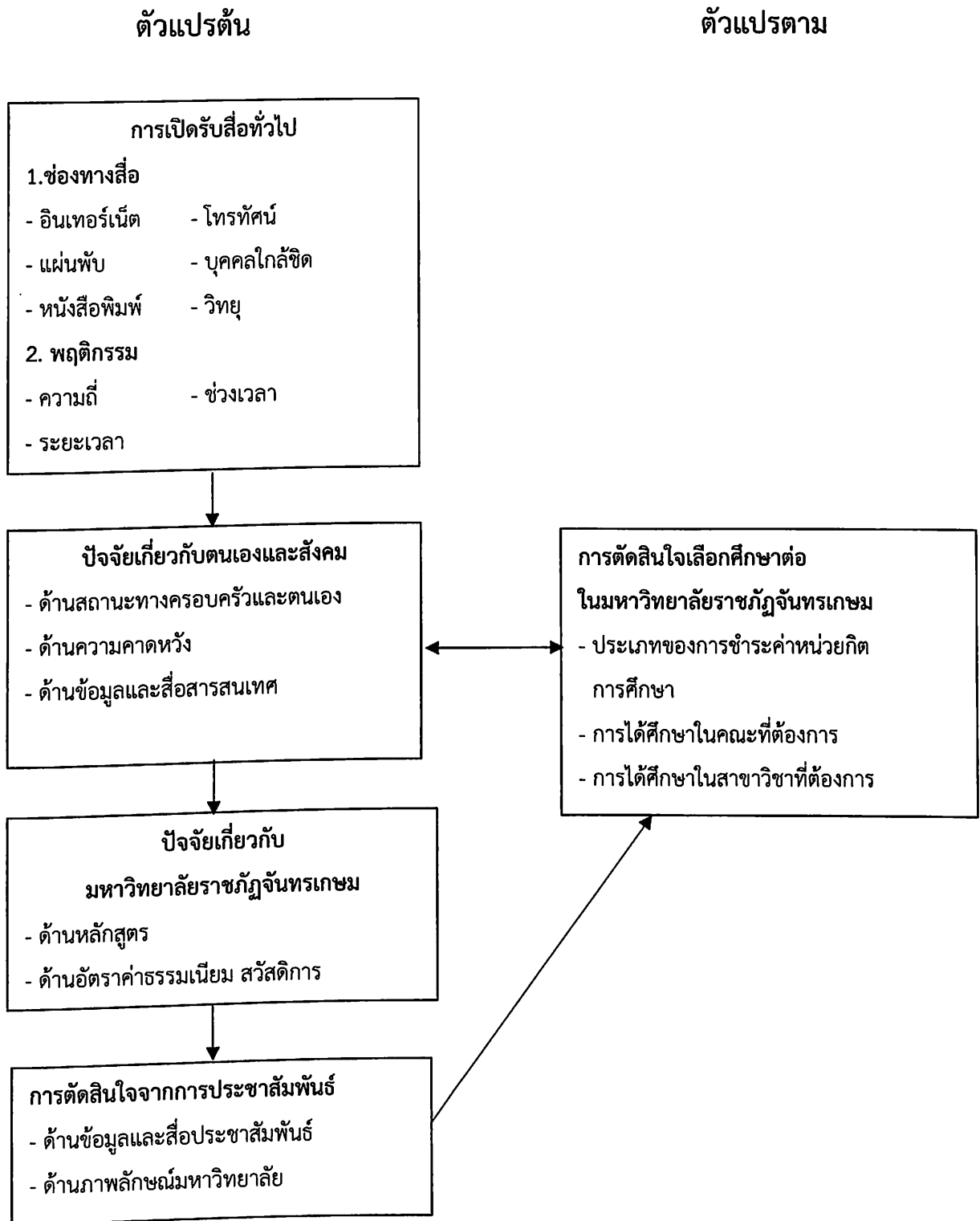
2. ปัญหาการวิจัย

1. ปัจจัยเกี่ยวกับตนเองและสังคมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมหรือไม่
2. ปัจจัยเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมหรือไม่
3. การประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมหรือไม่

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยเกี่ยวกับตนเองและสังคมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
3. เพื่อศึกษาการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

4. สมมติฐานการวิจัย

1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนักศึกษามีผลกับปัจจัยเกี่ยวกับตนเองและสังคม
2. ปัจจัยเกี่ยวกับตนเองและสังคมมีผลกับปัจจัยเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
3. ปัจจัยเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมมีผลกับการตัดสินใจจากการประชาสัมพันธ์เพื่อเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
4. การตัดสินใจจากการประชาสัมพันธ์เพื่อเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมมีผลกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
5. ปัจจัยเกี่ยวกับตนเองและสังคมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

5. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจากการประชาสัมพันธ์เพื่อเลือกศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม โดยมีขอบเขตการศึกษาประกอบด้วย

1. ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยครั้งนี้ประชากรที่ทำการศึกษา คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

2. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาการเก็บข้อมูลคือ ระหว่างเดือน มีนาคม - เมษายน พ.ศ.2561

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบช่องทางการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ที่นักศึกษาชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ใช้ในการหาข่าวสารเพื่อตัดสินใจเลือกศึกษาต่อซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการนำข้อมูลไปปรับปรุงวางแผนกลยุทธ์ทางการสื่อสารให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย
2. ทำให้ทราบถึง ปัจจัยเกี่ยวกับตนเองและสังคม ปัจจัยเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผน การนำเสนอข้อมูลของมหาวิทยาลัย ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

3. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมสามารถนำผลการศึกษาไปเป็นข้อมูลพื้นฐานหรือแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงข้อมูลต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับความต้องการของนักศึกษา และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับรูปแบบรายการอื่น ๆ ต่อไป

7. นิยามศัพท์เฉพาะ

ปัจจัย หมายถึง ปัจจัยเกี่ยวกับตนเองและสังคม และปัจจัยเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

ปัจจัยเกี่ยวกับตนเองและสังคม หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องทางด้านครอบครัว และนักศึกษา ได้แก่ สถานะทางครอบครัวและตนเอง บุคคลใกล้ชิด ความคาดหวัง ข้อมูลและสื่อสารสนเทศ

ปัจจัยเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องของมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ได้แก่ ด้านหลักสูตร ด้านอัตราค่าธรรมเนียม สวัสดิการ และด้านสภาพแวดล้อมและการคมนาคม

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษมได้จัดทำขึ้น ได้แก่ โบรชัวร์ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก การออกนุชกิจกรรม และสื่อสารมวลชนระดับอุดมศึกษา หมายถึง การศึกษาในระดับปริญญาตรี