

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิถีของวัฒนธรรมการเรียนรู้ในยุคสังคมอุดมปัญญานั้นได้รับอิทธิพลจากมิติของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร นำไปสู่นวัตกรรมของการประชาสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ องค์ประกอบของการสื่อสารซึ่งประกอบด้วยผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร โดยองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญยิ่งซึ่งเป็นตัวกลางส่งผ่านสาระนั้นคือ “ช่องทางการสื่อสาร” โดยผ่านเครื่องมือสื่อสารประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบนำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของข่าวสารอย่างต่อเนื่อง และปัจจุบันการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารสารสนเทศจากสื่อประชาสัมพันธ์นั้นสะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น ส่งผลให้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) ได้กำหนดให้เพิ่มและมีช่องทางในการจัดข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนที่ง่าย ถูกต้องและรวดเร็ว (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554 หน้า 33-36) เนื่องจากข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ นั้นเปรียบเสมือนขุมพลังในการขับเคลื่อนองค์ความรู้ และการพัฒนาทรัพยากรบุคคลได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป้าหมายหลักของการประชาสัมพันธ์นั้นต้องการสร้างความเข้าใจ หรือแสดงข้อมูลให้รับทราบที่จะนำไปใช้ในการตัดสินใจหรือเรียนรู้ถึงสิ่งต่าง ๆ ที่จะก่อให้เกิดการนำไปใช้พัฒนาตนเอง ชุมชน หรือสังคมได้อย่างมีพลัง ดังนั้นสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาจึงได้เชื่อมโยงเพื่อบูรณาการให้สถาบันการศึกษามีการบริการข้อมูลข่าวสารสนเทศด้วยการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึงและเป็นประโยชน์ต่อนิสิตนักศึกษาในทุก ๆ มิติโดยมุ่งสร้างแนวทางให้นิสิตได้พัฒนาตนเอง ชุมชน สังคมและประเทศชาติ ส่งผลให้กรอบแนวทางในการประกันคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ.2553 ได้มีตัวบ่งชี้ที่ 3.1 ที่ต้องมีระบบและกลไกการให้คำปรึกษาและบริการด้านข้อมูลข่าวสารแก่นักศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2554 หน้า 67)

การบริการข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนานักศึกษาด้วยการประชาสัมพันธ์ เช่น ทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา แหล่งทุนการศึกษาต่อ แหล่งทุนวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา การบริการจัดหางาน แหล่งข้อมูลการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ขาวความเคลื่อนไหวทั้งในสถาบันและนอกสถาบันอุดมศึกษา เป็นต้น ซึ่งข้อมูลข่าวสารดังกล่าวนี้ต้องผ่านช่องทางสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยให้นิสิตมีส่วนร่วมปฏิสัมพันธ์ และไม่ต้องมีส่วนร่วม โดยสามารถแบ่งประเภทตามลักษณะของสื่อประกอบด้วย 6 ประเภท ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชน สื่อโซเชียลมีเดีย สื่อกิจกรรม และสื่อใหม่ ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภทและรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์นั้นก็ส่งผลและแรงจูงใจในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ต่างกัน ดังงานวิจัยของ กิรากร อภิสรากรกุล (2550 หน้า 109) ที่ระบุว่า ประเภทและรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ นั้นแสดงให้เห็นว่า สื่อประชาสัมพันธ์นั้นมีบทบาทอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจในการนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ของผู้รับสาร ดังนั้นนักประชาสัมพันธ์ หรือนักเทคโนโลยีการศึกษาต้องพิจารณาว่าจะเลือกใช้สื่อใด และจะใช้สื่อนั้นอย่างไร โดยต้องทราบเกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะที่

แตกต่างกันของสื่อแต่ละชนิด ศักยภาพทางเทคนิคของสื่อ ธรรมชาติด้านอารมณ์ของสื่อ เหตุผลในการเปิดรับสื่อ (อุบลวรรณ ปิติพัฒนาโมฆิต, 2542, หน้า 17)

จากความสำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์ และข้อมูลข่าวสารส่งผลให้สถาบันอุดมศึกษาจึงต้องมีระบบและกลไกในการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร เพื่อพัฒนานิสิตนักศึกษาซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบที่ 3 กิจกรรมการพัฒนาการศึกษา โดยต้องมีการให้บริการข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายรูปแบบ ตามหลักเกณฑ์การประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2553 ซึ่งคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เป็นหน่วยงานในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ที่ต้องมีการวางกลไกและระบบในการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบแก่นิสิตนักศึกษาเพื่อให้ได้นำข้อมูลข่าวสารดังกล่าวไปพัฒนาตนเอง ชุมชน และสังคม โดยกลยุทธ์ตามแผนยุทธศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ปีงบประมาณ พ.ศ.2554-2558 (หน่วยแผนงาน งานคลังและแผน คณะศึกษาศาสตร์, 2554, หน้า 39 -51) ที่ได้กำหนดสู่มาตรการในการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการบริการงานประชาสัมพันธ์จากสื่อที่หลากหลาย ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 สร้างและพัฒนาบัณฑิตของคณะศึกษาศาสตร์ให้มีคุณลักษณะแห่งความเป็นครูที่พึงประสงค์ พร้อมทั้งมีกระบวนการต้นในการดำรงชีวิต มีทักษะสากล และยึดหลักความพอเพียง ด้วยการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อทุกรูปแบบเพื่อสร้างความพร้อมและเพิ่มสมรรถนะให้กับนิสิต รวมทั้งส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนในการบูรณาการนำข่าวสารและความรู้ที่เอื้อประโยชน์ให้กับนิสิตนำความรู้ดังกล่าว ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาตนเอง ให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์

กลยุทธ์ที่ 2 นำพาสังคมและชุมชนให้ได้รับการพัฒนาสู่สังคมอุดมปัญญา และมีความเข้มแข็งบนพื้นฐานของศาสตร์การศึกษาอย่างทั่วถึง ด้วยการส่งเสริมให้นิสิตได้มีส่วนร่วมสนกรสร้างสังคมอุดมปัญญาผ่านรูปแบบของสื่อกิจกรรมจิตอาสา โดยมุ่งเน้นในเรื่องการพัฒนาศาสตร์ทางการศึกษาเป็นสำคัญ ตลอดจนร่วมสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ต้นแบบร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่น และการบูรณาการกับระบบการเรียนการสอนของคณะให้นิสิตมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้วยสื่อกิจกรรมที่สามารถนำข้อมูลข่าวสารจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ไปสร้างเสริมประสบการณ์วิชาชีพครูได้

กลยุทธ์ที่ 13 กลไกและระบบในการให้บริการข้อมูลข่าวสารด้วยการสร้างระบบการจัดการความรู้และองค์ความรู้ด้านศึกษาศาสตร์ของประเทศ โดยมีมาตรการสู่การปฏิบัติ ได้แก่ สร้างฐานข้อมูลองค์ความรู้ทางด้านศึกษาศาสตร์ที่มีการจัดการอย่างเป็นระบบ เป็นคลังความรู้ข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ เพื่อสร้างโอกาสการเข้าถึงอย่างสะดวกและรวดเร็ว ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ โดยมีการจัดระบบเพื่อการให้บริการแก่นิสิต นักศึกษา ครู และบุคลากรทางการศึกษาและผู้สนใจทั่วไป รวมทั้งยกระดับวารสารวิชาการซึ่งเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ของคณะศึกษาศาสตร์ให้เป็นสากล เพื่อให้สามารถนำข่าวสารองค์ความรู้และปัญหาสู่สังคมทุกภาคส่วน ตลอดจนให้นิสิตนักศึกษาสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์

กลยุทธ์ที่ 15 สร้างความโดดเด่นในด้านการรักษา ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมของชาติให้เป็นที่ประจักษ์แก่สังคมบนพื้นฐานการเป็นแบบอย่างที่ดี และการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ด้วยการปรับปรุงสื่อกิจกรรมภาคบังคับของคณะและการเพิ่มสื่อกิจกรรมทางเลือกที่สอดคล้องกับสถานการณ์และคุณลักษณะของนิสิต รวมทั้งส่งเสริมสนับสนุนให้นิสิต และบุคลากรทุกระดับร่วมกิจกรรมในวัน

สำคัญของชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ นอกจากนี้ยังจำเป็นต้องมีสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายในการเสริมสร้างมาตรฐานการดำเนินงานเพื่อเป็นต้นแบบในด้านการรักษา ทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรมของชาติให้เป็นที่ประจักษ์โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดีงาม ด้านศึกษาศาสตร์ วิถีไทย และวัฒนธรรมภาคตะวันออกเฉียง

จากมาตรการสู่การปฏิบัติตามแผนยุทธศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ของระบบกลไกด้านข้อมูลข่าวสารด้วยสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย ตลอดจนมีนิสิตนักศึกษาจำนวนมากทั้งในประเทศ และต่างประเทศ จึงเป็นภารกิจสำคัญของคณะศึกษาศาสตร์ ที่ต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้กับนิสิตได้ทราบข้อมูลข่าวสารกิจกรรมการเรียนการสอน กิจกรรมความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของคณะ ข่าวสารความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์กับนิสิต เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและสร้างความเข้าใจอันดีกับนิสิต ซึ่งคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้ดำเนินการเผยแพร่ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ 7 ประเภท ได้แก่

1. สื่อบุคคล (Personal Media) คือ ช่องทางในการนำข้อมูลข่าวสารของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ไปบอกกล่าวหรือชี้แจงให้ทราบด้วยคำพูดในรูปแบบต่าง ๆ ในการถ่ายทอดให้นิสิตได้เข้าใจ และมีความรู้ ตลอดจนเพื่อชักจูงให้เกิดความเชื่อคล้อยตามในสาระที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เช่น การบรรยาย การประชุม การให้โอวาท การสอน การอภิปราย การปาฐกถา และการพูดในโอกาสพิเศษตามวาระต่าง ๆ ของคณะศึกษาศาสตร์ เป็นต้น

2. สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) คือ เป็นช่องทางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านตัวอักษรและภาพนิ่ง ซึ่งมีความคงทนถาวร โดยสื่อสิ่งพิมพ์ที่คณะศึกษาศาสตร์สามารถวางแผน และเตรียมการผลิต และเผยแพร่ได้เอง เช่น วารสารศึกษาศาสตร์ วารสารการศึกษาและพัฒนาสังคม HRD Journal จดหมายข่าว Edu News ใบปลิว แผ่นพับ ไลน์ จุลสาร ใบประกาศ รายงานประจำปี เป็นต้น

3. สื่อตั้งแสดง (Displays Media) คือ การนำเสนอข้อมูล เนื้อหาสาระ ผ่านวัสดุและอุปกรณ์ที่สามารถนำมาตั้งแสดง นำเสนอ หรือติดตั้งประกอบเนื้อหาเพื่อให้ดูน่าสนใจ และกระตุ้นการรับรู้แก่ผู้พบเห็น โดยอาจมีการนำเสนอในรูปแบบของกิจกรรมบันเทิง เกมส์ ประกอบกับวัสดุที่นำมาจัดแสดงเพื่อใช้เทคนิควิธีการที่หลากหลาย ซึ่งคณะศึกษาศาสตร์ ได้มีอย่างต่อเนื่อง เช่น นิทรรศการบอร์ดประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

4. สื่อมวลชน (Mass Media) คือ ตัวกลางในการบอกกล่าวหรือชี้แจงให้ทราบ ตลอดจนสร้างความเข้าใจอันดี หรือแก้ไขความเข้าใจผิด เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับคณะศึกษาศาสตร์ ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวาง รวดเร็ว ตลอดจนมีการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งสื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา สามารถนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ยกตัวอย่างเช่น ข่าวจากหน้าหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คัดเลือกครูมืออาชีพ 100 เบอร์เซนต์ (เดลินิวส์, หน้า 22 ประจำวันที่ 3 ก.พ. 2557)/ ข่าว ม.บูรพาเปิดเวทีพัฒนานักเทคโนโลยีการศึกษา (ข่าวสด, หน้า 23 ประจำวันที่ 15 มกราคม 2557) / มหาวิทยาลัยบูรพา ยกย่องคุณภาพการศึกษาพัฒนาครู จัดการประชุมครูศึกษาอาเซียน The 1st ASEAN Teacher Education Forum (ข่าวจากมติชนสุดสัปดาห์ วันที่ 22 พ.ย.

2556 หน้า 63) เป็นต้น

5. สื่อโสตทัศน (Audio Visual Media) คือ ช่องทางในการประชาสัมพันธ์เรื่องราวของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ผ่านอุปกรณ์ที่ใช้เสียง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เพื่อเสนอข้อมูลหรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อนิสิต เช่น เสียงตามสาย จอแสดงภาพดิจิทัล (Digital Signage) บริเวณชั้น 1 และชั้น 2 ของคณะศึกษาศาสตร์ เป็นต้น

6. สื่อกิจกรรม (Activities Media) คือ สถานการณ์ให้ผู้รับสารได้มีส่วนร่วมและมีปฏิสัมพันธ์กับเหตุการณ์นั้น ๆ โดยอาจจัดกิจกรรมตามวาระสำคัญ ๆ หรือตามเทศกาล เช่น กิจกรรมวันศึกษาศาสตร์วิชาการ กิจกรรมวันไหว้ครู กิจกรรมการปฐมนิเทศ กิจกรรมปัจฉิมนิเทศ เป็นต้น

7. สื่อใหม่ (New Media) คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อดิจิทัลซึ่งสามารถแพร่กระจายข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว มีขอบข่ายที่กว้างไกล ผู้รับสารสามารถมีปฏิสัมพันธ์ได้ง่ายในรูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง มีความสามารถในการเคลื่อนที่ได้ สะดวกในการพกพา ดัดแปลง เปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้ง่าย เชื่อมต่อกันได้ง่าย ผ่านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีทางด้านสื่อสารและคมนาคม ซึ่งคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้บูรณาการนำสื่อใหม่มาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ สื่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ <http://www.edu.buu.ac.th> , สื่อสังคมออนไลน์ เช่น <https://www.facebook.com/ศูนย์ฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา> , <http://www.youtube.com> เป็นต้น

การบริการงานประชาสัมพันธ์ ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้ปฏิบัติการเพื่อบริการข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อนิสิตนักศึกษาอย่างต่อเนื่อง ดังรายละเอียดของสื่อประชาสัมพันธ์ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น แต่กระบวนการนั้นถ้าจะดำเนินไปด้วยดีมีประสิทธิภาพ จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีระบบกลไกในการแสวงหาข้อมูลเบื้องต้นเพื่อนำมาวางแผนการให้บริการงานด้านประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งการบริการงานประชาสัมพันธ์ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่ผ่านมายังคงมีสภาวการณ์หลายประการที่จำเป็นต้องได้รับการแก้ไข เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานอย่างเป็นระบบว่าต้องทำอะไรบ้างเพื่อให้ได้ผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตามที่ต้องการ โดยอาศัยวิธีระบบ (System Approach) ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลผลิต และข้อมูลป้อนกลับ (Luppacini, R. 2005 page 108) ในการปรับปรุงพัฒนา งานประชาสัมพันธ์ของคณะศึกษาศาสตร์ ให้นิสิตได้รับข้อมูลข่าวสารเพื่อนำไปเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาตนเอง และวิชาชีพครูต่อไป ดังนั้นการบริการงานประชาสัมพันธ์ ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จึงต้องมีการวางระบบ หลักการวางแผนที่ชัดเจน สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน และกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาคณะศึกษาศาสตร์ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ทางการศึกษา ของประชาคมอาเซียน

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ประกอบกับผู้วิจัยเป็นคณะกรรมการดำเนินงานประกันคุณภาพ การศึกษา ของคณะศึกษาศาสตร์ และมีประสบการณ์ในการเป็นคณะทำงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จึงมีความต้องการที่จะศึกษาความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อการบริการข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ต่าง ๆ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อตั้งแสดง สื่อโสตทัศน สื่อมวลชน สื่อกิจกรรม และสื่อใหม่ รวมทั้งศึกษาถึง สภาพปัญหาและความต้องการการบริการข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ รวมทั้งเปรียบเทียบ

ความพึงพอใจ สภาพปัญหา และความต้องการของนิสิตระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก ในการรับบริการข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะได้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาระบบกลไกการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อนิสิตนักศึกษาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาของนิสิตในการรับบริการข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2. เพื่อศึกษาความต้องการของนิสิตในการรับบริการข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนิสิตในการรับบริการข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อการบริการข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา” ในครั้งนี้มีประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ในประเด็นดังต่อไปนี้

1. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการ กำหนดแผนงาน นโยบายในการจัดการปรับปรุงพัฒนางานประชาสัมพันธ์เชิงรุกของศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ให้มีประสิทธิภาพ และตอบสนองเป้าประสงค์ตามแผนยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้
2. เป็นข้อมูลสารสนเทศประกอบการตรวจประเมินการประกันคุณภาพการศึกษาใน กิจกรรมการพัฒนานิสิตตัวบ่งชี้ที่ 3.1 ระบบและกลไกในด้านการบริการข้อมูลข่าวสาร ของคณะ ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหาของการวิจัย

การวิจัย เรื่อง “ความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อการบริการข้อมูลข่าวสารจากสื่อ ประชาสัมพันธ์ ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา” เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยได้กำหนด ขอบเขตประเด็นเนื้อหาการวิจัย โดยพิจารณาจากกลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์ที่ 13 และกลยุทธ์ ที่ 15 ของแผนยุทธศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ปีงบประมาณ พ.ศ. 2554-2558 และมาตรฐานการประกันคุณภาพของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ตัวบ่งชี้ที่ 3.1 ใน ประเด็น ระบบกลไกการบริการข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นประโยชน์ต่อนิสิต เช่น ทุน กุ๋ยมเพื่อการศึกษฯ แหล่งทุนศึกษาต่อ การบริการจัดหางาน แหล่งข้อมูลการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ เป็นต้น โดยผ่านช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ 7 ประเภท ได้แก่

- ประเภทที่ 1 สื่อบุคคล
- ประเภทที่ 2 สื่อสิ่งพิมพ์
- ประเภทที่ 3 สื่อตั้งแสดง
- ประเภทที่ 4 สื่อโสตทัศน์
- ประเภทที่ 5 สื่อมวลชน
- ประเภทที่ 6 สื่อกิจกรรม
- ประเภทที่ 7 สื่อใหม่

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ นิสิตในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก ของ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่ลงทะเบียนเรียนในปีการศึกษา 2557 ซึ่งมีประชากรทั้งหมด 5,894 คน (ระบบทะเบียนและสถิตินิสิต มหาวิทยาลัยบูรพา, 2557)

2.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ในการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจากจำนวน ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการคำนวณจากสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973 อ้างใน ธีรวิทย์ เอกะกุล, 2543) โดยคำนวณจากสูตรดังต่อไปนี้

สูตร

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากรทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มีจำนวน 5,894 คน

e แทน ความคลาดค่าความคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้

(โดยการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้เท่ากับร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 %)

แทนค่าสูตรดังนี้

$$n = \frac{5,894}{1+5,894(0.05)^2}$$

$$n = 374.47 \approx 375 \text{ คน}$$

ดังนั้นจึงใช้กลุ่มตัวอย่างของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ทั้งสิ้น 375 คน

ขั้นตอนที่ 2 คำนวณหาจำนวนตัวอย่างประชากรในแต่ละกลุ่ม โดยใช้การสุ่ม ตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และในแต่ละชั้นภูมิจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบ สัดส่วน (Proportional Random Sampling) ซึ่งใช้สูตรดังนี้

$$\text{จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม/ชั้น} = \frac{\text{จำนวนตัวอย่างทั้งหมด} \times \text{จำนวนประชากรในแต่ละกลุ่ม/ชั้น}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}}$$

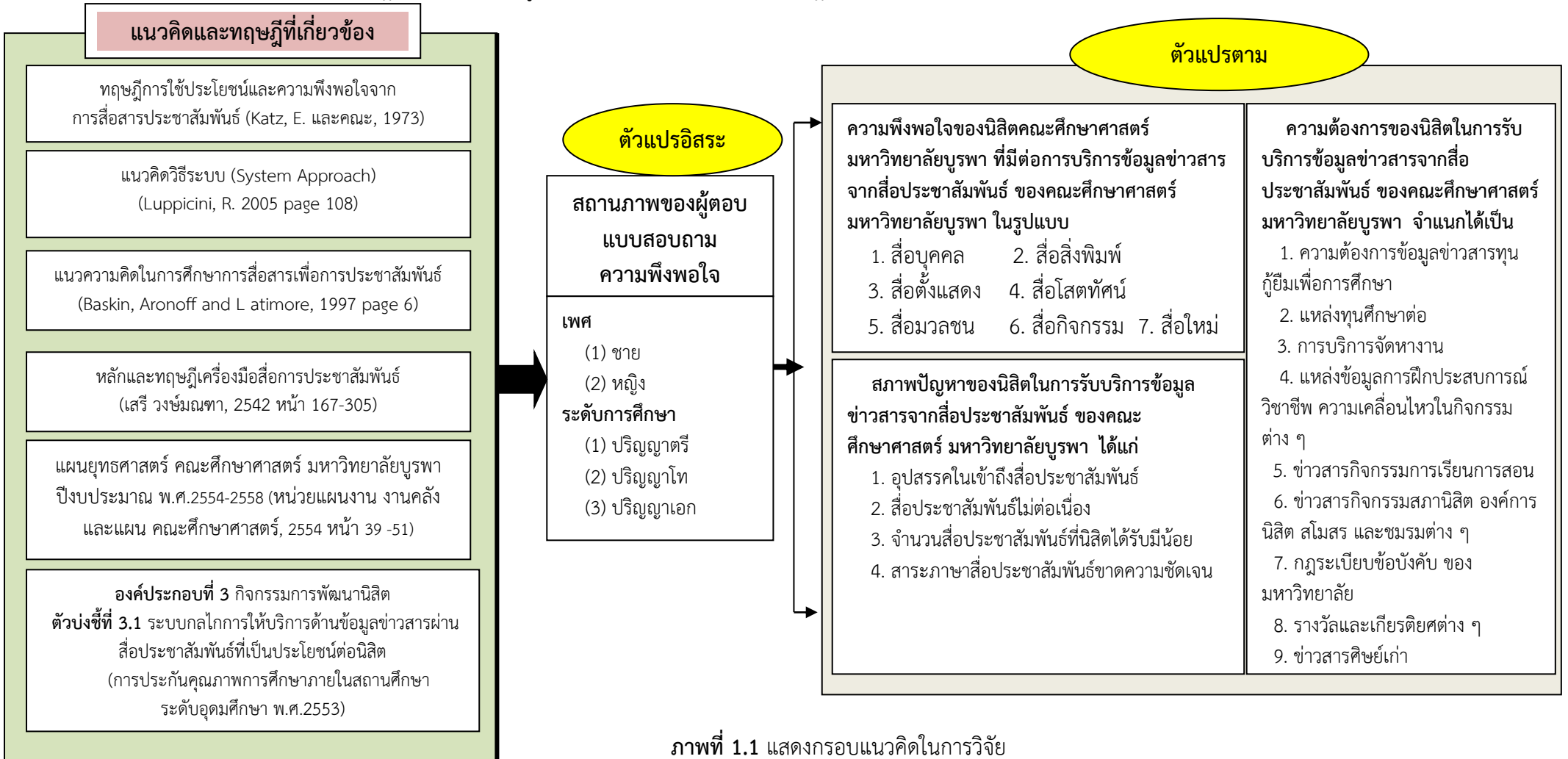
ตารางที่ 1.1 แสดงการสุ่มตัวอย่างจากนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ระดับการศึกษา	ระบบการศึกษา	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนกลุ่ม ตัวอย่าง(คน)
(1) ปริญญาตรี	ภาคปกติ	3,453	220
(2) ปริญญาตรี	ภาคพิเศษ	450	29
(3) ปริญญาโท	ภาคปกติ	183	12
(4) ปริญญาโท	ภาคพิเศษ	1,321	84
(5) ปริญญาเอก	ภาคปกติ	368	23
(6) ปริญญาเอก	ภาคพิเศษ	119	7
รวม		5,894	375

ขั้นตอนที่ 3 หลังจากนั้นทำการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

กรอบแนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยขอนำเสนอกรอบแนวคิด ทฤษฎีของโครงการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความพึงพอใจ หมายถึง ปฏิกริยาด้านความรู้สึกและทัศนคติทางบวกของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่มีต่อการให้บริการข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยวัดระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามประเด็นข้อความที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

ความต้องการ หมายถึง ความรู้สึก และความคาดหวังในสิ่งทีนิสิตมีความประสงค์จะให้เกิดขึ้นกับการให้บริการข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เช่น ความต้องการข้อมูลข่าวสารทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา แหล่งทุนศึกษาต่อ การบริการจัดหางาน แหล่งข้อมูลการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ความเคลื่อนไหวในกิจกรรมต่าง ๆ ของคณะศึกษาศาสตร์ ข่าวสารกิจกรรมการเรียนการสอน กิจกรรมสภานิสิต องค์การนิสิต สโมสร และชมรมต่าง ๆ กฎระเบียบข้อบังคับ ของมหาวิทยาลัย รางวัลและเกียรติยศต่าง ๆ ข่าวสารศิษย์เก่า เป็นต้น

สภาพปัญหา หมายถึง สิ่งที่เป็นอุปสรรคในการให้บริการข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เช่น อุปสรรคในเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ สื่อประชาสัมพันธ์ไม่ต่อเนื่อง จำนวนสื่อประชาสัมพันธ์ที่นิสิตได้รับมีน้อย สาระภาษาสื่อประชาสัมพันธ์ขาดความชัดเจน เป็นต้น

การบริการข้อมูลข่าวสาร หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข้อเท็จจริงที่ผ่านการกลั่นกรองและวิเคราะห์ จากผู้ส่งสารฝ่ายประชาสัมพันธ์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ไปยังนิสิตซึ่งเป็นผู้รับสารผ่านช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ และนิสิตสามารถนำข้อเท็จจริงของคณะศึกษาศาสตร์ดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาตนเอง หรือประกอบการวางแผน ตัดสินใจในการปฏิบัติตน ของนิสิต

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง ช่องทางที่เป็นตัวกลางในการนำพาข้อมูลข่าวสารข้อเท็จจริงที่เป็นประโยชน์กับนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ เผยแพร่ไปยังผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย 7 ประเภท ได้แก่

(1) สื่อบุคคล (Personal Media) คือ ช่องทางในการนำข้อมูลข่าวสารของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ไปบอกกล่าวหรือชี้แจงให้ทราบด้วยคำพูดในรูปแบบต่าง ๆ ในการถ่ายทอดให้นิสิตได้เข้าใจ และมีความรู้ ตลอดจนเพื่อชักจูงให้เกิดความเชื่อคล้อยตามในสาระที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เช่น การบรรยาย การประชุม การให้โอวาท การสอน การอภิปราย การปาฐกถา และการพูดในโอกาสพิเศษตามวาระต่าง ๆ ของคณะศึกษาศาสตร์ เป็นต้น

(2) สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) คือ เป็นช่องทางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านตัวอักษร สีและภาพนิ่ง ซึ่งมีความคงทนถาวร โดยสื่อสิ่งพิมพ์ที่คณะศึกษาศาสตร์สามารถวางแผนและเตรียมการผลิต และเผยแพร่ได้เอง เช่น วารสารศึกษาศาสตร์ วารสารการศึกษาและพัฒนา สังคม HRD Journal จดหมายข่าว Edu News ใบปลิว แผ่นพับ ไวนิล จุลสาร ใบประกาศ รายงานประจำปี เป็นต้น

(3) สื่อตั้งแสดง (Displays Media) คือ การนำเสนอข้อมูล เนื้อหาสาระ ผ่านวัสดุและอุปกรณ์ที่สามารถนำมาตั้งแสดง นำเสนอ หรือติดตั้งประกอบเนื้อหาเพื่อให้ดูน่าสนใจ และกระตุ้นการ

รับรู้แก่ผู้พบเห็น โดยอาจมีการนำเสนอในรูปแบบของกิจกรรมบันเทิง เกมส์ ประกอบกับวัสดุที่นำมาจัดแสดงเพื่อใช้เทคนิควิธีการที่หลากหลาย ซึ่งคณะศึกษาศาสตร์ ได้มีอย่างต่อเนื่อง เช่น นิทรรศการบอร์ดประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

(4) สื่อมวลชน (Mass Media) คือ ตัวกลางในการบอกกล่าวหรือชี้แจงให้ทราบ ตลอดจนสร้างความเข้าใจอันดี หรือแก้ไขความเข้าใจผิด เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับคณะศึกษาศาสตร์ ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวาง รวดเร็ว ตลอดจนมีการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งสื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา สามารถนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ยกตัวอย่างเช่น ข่าวจากหน้าหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คัดเลือกครูมืออาชีพ 100 เปอร์เซนต์ (เดลินิวส์, หน้า 22 ประจำวันที่ 3 ก.พ. 2557)/ ข่าว ม.บูรพาเปิดเวทีพัฒนานักเทคโนโลยีการศึกษา (ข่าวสด, หน้า 23 ประจำวันที่ 15 มกราคม 2557) / มหาวิทยาลัยบูรพา ยกย่องคุณภาพการศึกษาพัฒนาครู จัดการประชุมครูศึกษาอาเซียน The 1st ASEAN Teacher Education Forum (ข่าวจากมติชนสุดสัปดาห์ วันที่ 22 พ.ย. 2556 หน้า 63) เป็นต้น

(5) สื่อโสตทัศน (Audio Visual Media) คือ ช่องทางในการประชาสัมพันธ์เรื่องราวของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ผ่านอุปกรณ์ที่ใช้เสียง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เพื่อเสนอข้อมูลหรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อนิสิต เช่น เสียงตามสาย จอแสดงภาพดิจิทัล (Digital Signage) บริเวณชั้น 1 และชั้น 2 ของคณะศึกษาศาสตร์ เป็นต้น

(6) สื่อกิจกรรม (Activities Media) คือ สถานการณ์ให้ผู้รับสารได้มีส่วนร่วมและมีปฏิสัมพันธ์กับเหตุการณ์นั้น ๆ โดยอาจจัดกิจกรรมตามวาระสำคัญ ๆ หรือตามเทศกาล เช่น กิจกรรมวันศึกษาศาสตร์วิชาการ กิจกรรมวันไหว้ครู กิจกรรมการปฐมนิเทศ กิจกรรมปัจฉิมนิเทศ เป็นต้น

(7) สื่อใหม่ (New Media) คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อดิจิทัลซึ่งสามารถแพร่กระจายข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้รวดเร็ว มีขอบข่ายที่กว้างไกล ผู้รับสารสามารถมีปฏิสัมพันธ์ได้ง่ายในรูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง มีความสามารถในการเคลื่อนที่ได้ สะดวกในการพกพา ดัดแปลงเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารได้ง่าย เชื่อมต่อกันได้ง่าย ผ่านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีทางด้านสื่อสารและคมนาคม ซึ่งคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้บูรณาการนำสื่อใหม่มาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ สื่อเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของคณะ <http://www.edu.buu.ac.th> , สื่อสังคมออนไลน์ เช่น https://www.facebook.com/ศูนย์ฝึกประสบการณ์วิชาชีพระดับศึกษาศาสตร์_มหาวิทยาลัยบูรพา , <http://www.youtube.com> เป็นต้น

นิสิต หมายถึง บุคคลที่กำลังศึกษาซึ่งมีสถานภาพการเป็นนิสิตของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยแบ่งเป็นนิสิตในระดับปริญญาตรีภาคปกติ ปริญญาตรีภาคพิเศษ ปริญญาโทภาคปกติ ปริญญาโทภาคพิเศษ ปริญญาเอกภาคปกติ และปริญญาเอกภาคพิเศษ

คณะศึกษาศาสตร์ หมายถึง ส่วนงานที่ทำหน้าที่ในการผลิตบัณฑิต และพัฒนากำลังคนทางด้านครูและบุคลากรทางการศึกษา วิจัยและพัฒนาเพื่อการสร้างองค์ความรู้และการประยุกต์ใช้ทางด้านศึกษาศาสตร์รวมทั้งสาขาวิชาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการให้บริการวิชาการแก่สังคมทางด้านศึกษาศาสตร์ ตลอดจนพัฒนาคณะให้มีความเป็นเลิศ เข้มแข็ง และพึ่งตนเองได้

มหาวิทยาลัยบูรพา หมายถึง สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา สังกัดสำนักงาน
คณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งเป็นสถาบันการศึกษาในกำกับของรัฐซึ่งไม่ใช่
เป็นส่วนราชการ มีฐานะเป็นนิติบุคคล ตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. 2550 ที่จัดให้มี
การเรียนการสอนในระบบภาคปกติ และภาคปกติ ทั้งในระดับต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ปริญญาตรี
ประกาศนียบัตรบัณฑิตปริญญาโท และปริญญาเอก