

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การศึกษาเป็นกระบวนการที่สำคัญอย่างมากในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้มีคุณภาพ ทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรม การศึกษายังเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ทรัพยากรบุคคลนั้นมีปัญญา มีคุณธรรม มีจริยธรรม และสามารถประกอบสัมมาอาชีพได้ ซึ่งการศึกษาเป็นรากฐานเป็นเครื่องมือและยังเป็นกลไกในการพัฒนาประเทศอีกด้วย

การเลือกเข้าศึกษาต่อ นั้น มีองค์ประกอบ หรือปัจจัยหรือเหตุผลในการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในแต่ละสถานศึกษาหลายประการที่เป็นแรงจูงใจหรือเป็นความต้องการในการเลือกเข้าศึกษาต่อ อีกทั้งยังมีการประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของแรงจูงใจหรือแรงกระตุ้นในการเลือกเข้าศึกษาต่อ

การประชาสัมพันธ์ [1] (Public Relations) เป็นงานที่เสริมสร้างความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างหน่วยงานกับกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังเป็นงานระดับนโยบายที่องค์กรทุกแห่งทุกประเภททั้งของรัฐและภาคเอกชนต่างก็นำเอาการประชาสัมพันธ์ไปใช้กับองค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง ป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิด ตลอดจนขจัดและลดสาเหตุความขัดแย้งต่าง ๆ รวมทั้งใช้เพื่อการสนับสนุนนโยบายและการดำเนินงานขององค์กร เสริมสร้างและรักษาชื่อเสียง เกียรติยศ ความนิยม ความเชื่อถือ ความศรัทธา และความร่วมมือสนับสนุนจากบุคคลที่พึงจะมีต่อองค์กร

ในสถาบันการศึกษานั้นก็จำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายในองค์กรและสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลและองค์กรภายนอก การประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา เป็นการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดกับบุคคลทั่วไป (Positive steps to achieve good will) โดยการกระตุ้นเพื่อสร้างและธำรงไว้ซึ่งความนิยม ความเชื่อถือ และความศรัทธาของบุคคลให้เกิดความเลื่อมใส ความเชื่อมั่นในนโยบายและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของสถาบันการศึกษา รวมทั้งผลงานต่าง ๆ ที่ได้กระทำมาแล้ว การประชาสัมพันธ์ยังเป็นการป้องกันและรักษาชื่อเสียงสถาบันไม่ให้เสื่อมเสีย (Action to safeguard reputation) ชื่อเสียงของสถาบันการศึกษานับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เนื่องจากชื่อเสียงของสถาบันการศึกษามีส่วนเชื่อมโยงไปถึงภาพลักษณ์ (Image) ของสถาบันการศึกษาด้วย สถาบันการศึกษาต่าง ๆ จะต้องมีการดำเนินงานที่ซื่อสัตย์สุจริต ตรงไปตรงมา มีการประพฤติปฏิบัติที่ดี เพื่อสร้างและรักษาชื่อเสียงที่ดีของสถาบันการศึกษาไว้ รวมทั้งการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม อีกทั้งการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา ยัง

เป็นการแนะนำฝ่ายบริหารสามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องเพื่อความเจริญก้าวหน้าและชื่อเสียงที่ดีของสถาบันการศึกษา

ภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี[2] เป็นหน่วยงานที่มีคณาจารย์และครุภัณฑ์ที่เพียบพร้อม มีห้องปฏิบัติการต่าง ๆ มากมาย ผลิตภัณฑ์ทั้งในระดับปริญญาตรีและโท มีงานวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชาไฟฟ้ากำลัง และงานบริการทางวิชาการแก่สังคม ภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มีความพร้อมที่จะผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ เพื่อเข้าไปร่วมดำเนินกิจกรรมทางวิชาการกับหน่วยงานภายนอกอย่างมืออาชีพ

หลักสูตรในการจัดการเรียนการสอนของภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรีนั้น ปัจจุบันได้เปิดอยู่ 2 หลักสูตร [3] คือ

1. หลักสูตรวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมไฟฟ้า 2554
2. หลักสูตรวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมไฟฟ้า (ระบบไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์กำลัง และพลังงาน) หลักสูตรปรับปรุง 2555

ภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ได้เปิดหลักสูตรข้างต้นเพื่อตอบสนองความต้องการขององค์กรและตลาดแรงงานด้านอุตสาหกรรมเพื่อให้ผู้สำเร็จการศึกษานั้นได้นำไปประกอบอาชีพ

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยคือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยเป็นนักเรียนในเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษาเขต 1 กลุ่มที่ 5 แผนการเรียนวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ ซึ่งเป็นโรงเรียนที่อยู่บริเวณโดยรอบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์มีผลต่อการเลือกเข้าศึกษา อีกทั้งยังมีองค์ประกอบหลายประการที่จะทำให้ให้นักศึกษาเลือกเข้าศึกษาต่อที่ภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ผู้วิจัยในฐานะที่ปฏิบัติงานอยู่ที่ ภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มีความสนใจที่จะศึกษาการวิเคราะห์องค์ประกอบในการเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีและแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ ภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ในการปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานในส่วนต่าง ๆ และพัฒนาสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ประชาสัมพันธ์ภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า เพื่อให้ภาควิชา

วิศวกรรมไฟฟ้า เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะนักศึกษา บุคคลทั่วไป หน่วยงานองค์กรของรัฐและเอกชน

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบในการเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบองค์ประกอบในการเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
2. เพื่อทราบแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย มีดังนี้

1.4.1 ประชากร

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยเป็นนักเรียนในเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 1 กลุ่มที่ 5 [4] แผนการเรียนวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ ในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2557 จำนวน 448 คน โดยใช้วิธีสุ่มแบบจับสลากเลือกมา 5 โรงเรียน ประกอบด้วย

1. โรงเรียนบางปะกอกวิทยาคม
2. โรงเรียนแจรงร้อนวิทยา
3. โรงเรียนวัดพุทธบูชา
4. โรงเรียนอิสลามวิทยาลัยแห่งประเทศไทย
5. โรงเรียนมัธยมวัดสิงห์

1.4.2 กลุ่มตัวอย่าง

ในที่นี้มี 2 กลุ่มได้แก่ กลุ่มตัวอย่างในการสำรวจและกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์

1.4.2.1 กลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจ คือ ผู้ที่ศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่คือนักเรียนในเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษาเขต 1 กลุ่มที่ 5 แผนการเรียนวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ จำนวน 205 คน โดย เลือกแบบเจาะจงจากผู้เลือกศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และการเปิด ตารางการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie & Morgan ที่คลาดเคลื่อน 0.5

1.4.2.2 กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ คือ ผู้ที่ศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่คือนักเรียนในเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษาเขต 1 กลุ่มที่ 5 แผนการเรียนวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ จำนวน 20 คน โดยใช้ การเลือกแบบเจาะจงจากผู้เลือกศึกษาต่อคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี พระจอมเกล้าธนบุรี

1.4.3 ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญ คือ บุคคลที่มีความชำนาญในด้านการเรียนการสอนงานวิจัยและด้านสื่อการนำเสนอ โดย เป็นผู้จบการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไป และมีประสบการณ์ด้านการเรียนการสอนงานวิจัยและ ด้านสื่อการนำเสนอ 5 ปีขึ้นไป

1.4.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

1.4.4.1 แบบสอบถาม

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ โดยกำหนดคำตอบให้ (Check List) ตามความเป็นจริงของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบการเลือกศึกษาต่อระดับปริญญาตรี ภาควิชา วิศวกรรมไฟฟ้า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โดยกำหนดให้เป็นแบบมาตราส่วน ประเมินค่า(Rating Scales) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุดของลิเคิร์ต (Likert)

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

1.4.4.2 แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์เป็นลักษณะแบบมีโครงสร้าง มีการกำหนดข้อคำถามไว้ล่วงหน้า และเป็นการสัมภาษณ์รายบุคคล

1.5 นิยามศัพท์

การวิเคราะห์องค์ประกอบ หมายถึง การศึกษาตัวแปรจำนวน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านภูมิหลังครอบครัว ด้านผู้เรียนและความสามารถทางการศึกษา ด้านอิทธิพลของบุคคลที่มีความสำคัญ ด้านหลักสูตร ด้านผู้สอนและกระบวนการเรียนการสอน ด้านปัจจัยเกื้อหนุน ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อ ภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี โดยวิธีการหมุนแกนองค์ประกอบ

การเข้าศึกษาต่อ หมายถึง การเลือกสถานศึกษาในการเข้าศึกษาต่อภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

แนวทางการพัฒนา หมายถึง วิธีในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ของภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง ช่องทางที่นำข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมี 2 ลักษณะ คือ

1. สื่อออฟไลน์ คือ สื่อพื้นฐานที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แผ่นพับ วารสาร
2. สื่อออนไลน์ คือ สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก

ภาควิชาวิศวกรรมไฟฟ้า มจร. หมายถึงสถานศึกษาที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการเรียนการสอน งานวิจัย และงานบริการวิชาการ ด้านวิศวกรรมไฟฟ้ากับนักศึกษาในระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี