

## บทที่ 1

### บทนำ

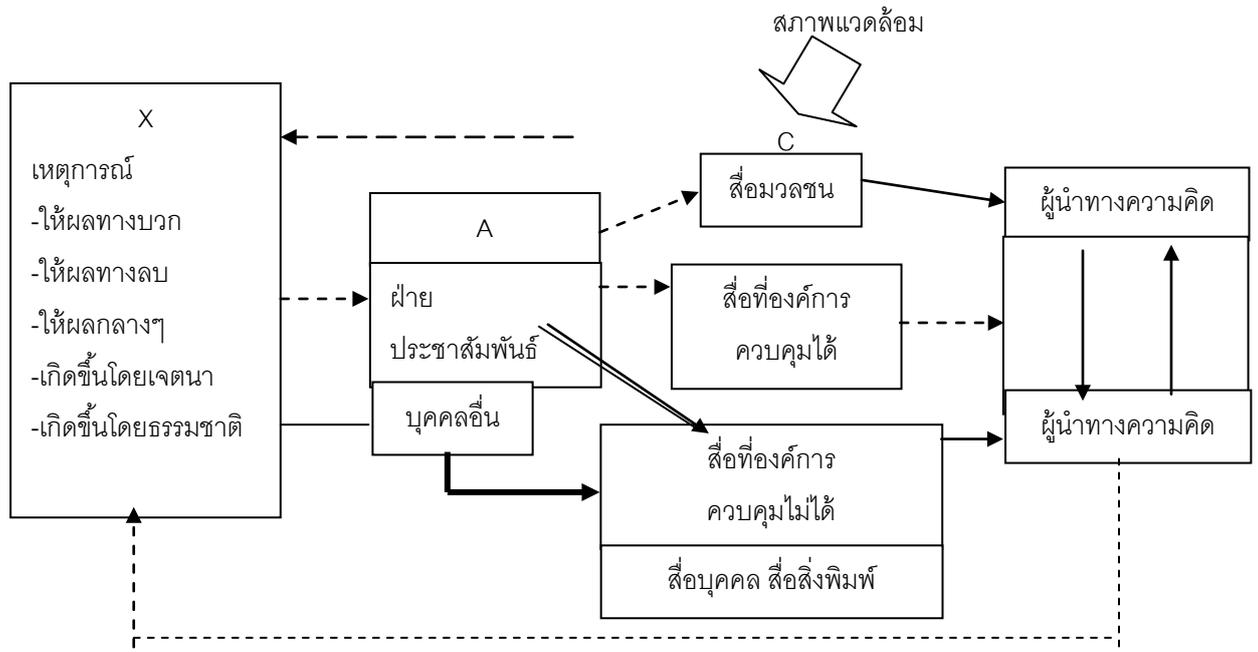
#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติเป็นมหาวิทยาลัยที่ตั้งขึ้นโดย"มูลนิธิหัวเฉียวป่อเต็กเซียงตึ้ง"ซึ่งเป็นองค์การกุศลจีนที่ใหญ่ที่สุดในสังคมไทยและมีนโยบายอันแน่วแน่ที่จะส่งเสริมด้านการศึกษาเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในโครงการ "รับใช้สังคมและพัฒนาการศึกษา" มหาวิทยาลัยหัวเฉียวพระเกียรติมีประวัติในการจัดการศึกษามากกว่า 50 ปี ตั้งแต่แรกก่อตั้งเป็นโรงเรียนผดุงครรภ์อนามัย ต่อมาได้ขยายโรงเรียนเป็นวิทยาลัยพยาบาลใช้ชื่อวิทยาลัยว่า "วิทยาลัยหัวเฉียว" และได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมพระราชทานชื่อ "มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ" เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม พ.ศ. 2535

ทั้งนี้มหาวิทยาลัยได้ประกาศวิสัยทัศน์ในแผนกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัย กล่าวคือ "มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติจะเป็นมหาวิทยาลัยระดับกลางที่มีความเป็นเลิศทางวิชาการในระดับมาตรฐานสากล ผลิตบัณฑิตที่มีทั้งความรู้และคุณธรรมควบคู่กับการพัฒนาคุณภาพและสร้างเสริมประสบการณ์ของคณาจารย์ เน้นการสร้างจิตวิญญาณความเป็นครูปลูกฝังความตระหนักต่อภาระหน้าที่ สร้างความสามัคคีปรองดองของมวลสมาชิกในสถาบันและสร้างจิตสำนึกที่ดี มีความรับผิดชอบต่อสังคมส่วนรวม รวมทั้งบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง"

จากคำประกาศวิสัยทัศน์ข้างต้นนี้เมื่อนำแนวคิดเรื่องภาพลักษณ์มาวิเคราะห์จะพบว่าภาพลักษณ์หมายถึงภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคลที่มีต่อบุคคลหรือองค์กรโดยเกิดจากการรับรู้ที่ประทับใจ ซึ่งอาจจะได้มาจากประสบการณ์ทางตรง ซึ่งตัวเองได้ไปพบสัมผัสมาเองและอาจจะได้มาจากประสบการณ์ทางอ้อมเป็นการได้รับฟังจากคำบอกเล่าของบุคคล การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหรือสื่อขององค์กรหรือการจัดกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์(พรทิพย์ พิมลสินธุ์. 2551:37) ผ่านกลไกประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นพันธกิจของแผนกประชาสัมพันธ์ กองกลาง มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ กล่าวคือ การส่งเสริมภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาของมหาวิทยาลัย กล่าวอีกนัยหนึ่งคือภาพลักษณ์ที่ผู้บริหารมีความต้องการจะให้มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติเป็นเช่นนั้น ซึ่งภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนานี้อาจจะตรงหรือไม่ตรงกับภาพลักษณ์ความเป็นจริงปัจจุบันซึ่งอาจเป็นภาพลักษณ์เชิงบวกหรือเชิงลบก็ได้

กรอบแนวคิดหรือปรัชญาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในแต่ละยุคได้มีพัฒนาการมาจาก การสื่อสารทางเดียวซึ่งใช้การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของมวลชน และในปัจจุบันก้าวเข้าสู่การสื่อสารประชาสัมพันธ์โดยเน้นภาพลักษณ์สามารถเกิดขึ้นได้ 2 ทาง กล่าวคือ เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติและเกิดขึ้นจากการปรุงแต่งหรือสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ ดังรูป



**รูปแสดงการสื่อสารประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์**

ที่มา : พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร(2536:132 ดัดแปลงจาก กระบวนการสื่อสารของเวสเลย์และแมคคีน 1957:36)

ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์นั้นประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ประการ ได้แก่ 1)ผู้ส่งสาร คือ นักประชาสัมพันธ์ 2)ข่าวสาร คือ เหตุการณ์ เรื่องราวต่าง ๆ ที่นักประชาสัมพันธ์ต้องการให้ผู้รับสารรับรู้และเข้าใจ 3)สื่อ คือ ช่องทางการสื่อสารที่นำข่าวสารไปยังผู้รับสารซึ่งเป็นที่พึงพอใจทั้งสื่อที่ควบคุมได้และสื่อที่ควบคุมไม่ได้ ส่วนองค์ประกอบสุดท้าย คือ 4)ผู้รับสารซึ่งแบ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรและภายนอกองค์กร

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยซึ่งเป็นบุคลากรคนหนึ่งในมหาวิทยาลัยจึงมีความสนใจศึกษาภาพลักษณ์ปัจจุบันของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติเป็นอย่างไรตามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายเน้นที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรปราการที่เป็นลูกค้าในของมหาวิทยาลัยที่รับรู้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยซึ่งเป็นเสมือนภาพลักษณ์โดยรวมของการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่ควบคุมได้และควบคุมไม่ได้ซึ่งสำนักประชาสัมพันธ์ งานแนะแนวรวมทั้งคณะวิชาตลอดจนสำนัก หน่วยงานต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัยได้สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายผู้ที่จะมาเป็นผลผลิตที่สำคัญที่สุดของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชนและข่าวประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อสำรวจการเคยหรือไม่เคยได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการในจังหวัดสมุทรปราการ
4. เพื่อสำรวจเหตุผลของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการที่เข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
5. เพื่อสำรวจภาพลักษณ์ปัจจุบันของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติตามความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการ
6. เพื่อสำรวจความสนใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการที่เข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

## ปัญหานำวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการเป็นอย่างไร
2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติเฉลิมพระเกียรติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการเป็นอย่างไร
3. นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการเคยหรือไม่เคยได้รับข่าวประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติหรือไม่
4. เพราะเหตุผลใดนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
5. ความสนใจเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการเป็นอย่างไร
6. ภาพลักษณ์ปัจจุบันของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติตามความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการเป็นอย่างไร

### สมมติฐานการวิจัย

- 1.ภาพลักษณ์ปัจจุบันของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก
- 2.คะแนนเฉลี่ยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการมีความสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาต่อที่ต่อมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
- 3.รายได้ของครอบครัวของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการมีความสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
- 4.เหตุผลที่เข้าศึกษาต่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการมีความสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
- 5.การเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการมีความสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
- 6.การเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติผ่านสื่อมวลชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการมีความสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
- 7.การเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติจากกิจกรรมต่าง ๆ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการมีความสัมพันธ์กับความสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

### ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง“การสำรวจภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ:ศึกษาเฉพาะกรณี 25 โรงเรียนในจังหวัดสมุทรปราการ”มีขอบเขตในการวิจัย ดังนี้

- 1.การวิจัยจะศึกษาเฉพาะนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่กำลังศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการรวม 19 โรงเรียน และโรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการเอกชน รวม 6 โรงเรียน
- 2.ภาพลักษณ์ปัจจุบันของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ศึกษาเฉพาะตัวแปรที่เกี่ยวข้องในด้านต่าง ๆ ดังนี้ ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง การจัดการเรียนการสอน ความเป็นสากล การบริการวิชาการแก่สังคมและชุมชนและการประชาสัมพันธ์

### นิยามศัพท์เฉพาะ

**ลักษณะทางประชากรศาสตร์** หมายถึง ลักษณะส่วนบุคคลของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ทั้ง 25 โรงเรียนในจังหวัดสมุทรปราการประกอบด้วย เพศ อายุ คะแนนเฉลี่ย อาชีพของผู้ปกครอง รายได้ของครอบครัวต่อเดือน

**เหตุผลที่เข้าศึกษา** หมายถึง เหตุผลที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ทั้ง 25 โรงเรียนในจังหวัดสมุทรปราการเลือกเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ประกอบด้วย ความมีชื่อเสียง ผู้ปกครองต้องการให้เข้าศึกษา สอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐไม่ได้ มีคณะที่สนใจ สามารถเลือกคณะได้ตามความต้องการ มีหลักสูตรนานาชาติ ความสะดวกในการเดินทาง ได้รับการยอมรับเทียบเท่ามหาวิทยาลัยของรัฐ มีการให้ทุนการศึกษา และอื่น ๆ

**ความสนใจเข้าศึกษา** หมายถึง ความสนใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ทั้ง 25 โรงเรียนในจังหวัดสมุทรปราการที่เข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ประกอบด้วย มาแน่นอน อาจจะมา มีแนวโน้มที่จะมา และไม่มาแน่นอน

**การเปิดรับข่าวสาร** หมายถึง การเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชน ข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติจากสื่อมวลชนและข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติจากการจัดกิจกรรมของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ทั้ง 25 โรงเรียนโรงเรียนในจังหวัดสมุทรปราการ

**การได้รับข่าวสารประชาสัมพันธ์** หมายถึง การเคยหรือไม่เคยได้รับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ทั้ง 25 โรงเรียนในจังหวัดสมุทรปราการ

**ภาพลักษณ์** หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจจะเป็นบุคคลหรือองค์กรก็ได้ โดยเกิดจากการรับรู้ที่ประทับใจซึ่งได้จากประสบการณ์ทางตรงซึ่งปัจเจกบุคคลได้ไปพบสัมผัสมา และได้จากประสบการณ์ทางอ้อมเป็นการได้รับฟังจากคำบอกเล่าของบุคคล และการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ผ่านสื่อมวลชน หรือสื่อขององค์กร

**ภาพลักษณ์ปัจจุบัน** หมายถึง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติตามความเป็นจริงในปัจจุบันซึ่งอาจเป็นภาพลักษณ์เชิงบวกหรือลบก็ได้ ทั้งที่เกิดโดยธรรมชาติขององค์กรหรือโดยการปรุงแต่ง ภาพลักษณ์ปัจจุบันของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติประกอบด้วยชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย ความมั่นคงของมหาวิทยาลัย การจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย ความเป็นสากลของมหาวิทยาลัย การบริการวิชาการแก่สังคมของมหาวิทยาลัยและการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย ใช้เกณฑ์การวัดภาพลักษณ์ 5 ระดับ กล่าวคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

**ภาพลักษณ์เชิงบวก** หมายถึง ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นกับมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติซึ่งเป็นไปในลักษณะที่เห็นด้วยและสนับสนุน

**ภาพลักษณ์เชิงลบ** หมายถึง ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นกับมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติซึ่งเป็นไปในลักษณะที่ไม่พึงพอใจ ไม่สนับสนุน ไม่เห็นด้วย

**มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ** หมายถึง สถาบันอุดมศึกษาเอกชนในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการซึ่งจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสถาบันอุดมศึกษาเอกชนและได้รับอนุมัติให้มีวิทยฐานะเป็นมหาวิทยาลัย

**นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย** หมายถึง นักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ระดับชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ทั้ง 25 โรงเรียนในจังหวัดสมุทรปราการสังกัดสำนักงานคณะกรรมการขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการและโรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ

### **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนของฝ่ายวางแผนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
2. เพื่อเป็นข้อเสนอแนะในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ให้กับแผนกประชาสัมพันธ์กองกลาง มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
3. เพื่อเป็นแนวทางของการให้ข้อมูลที่ถูกต้องเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ