

## การสื่อสารการศึกษาด้วยรูปแบบการบอกต่อผ่านสื่อออนไลน์เพื่อแก้ปัญหา จำนวนนักศึกษาลดลงของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ

Communicating Education Through Online Word of Mouth To solve The Problem of Declining

Student Of Rajabhat Universities Grope

ปฎิภาณ กิตตินันท์วัฒน<sup>1</sup> ทอมมี่ เจนเซน<sup>2</sup>

Patipan Kittinanthawat<sup>1</sup> Tommy Jensen<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้ คณะศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอการสื่อสารการศึกษาด้วยรูปแบบการบอกต่อผ่านสื่อออนไลน์เพื่อแก้ปัญหาจำนวนนักศึกษาลดลงของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ ปัจจุบันกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏต่างได้รับผลกระทบจากจำนวนนักศึกษาที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้รายได้ส่วนทางกับรายจ่ายที่เพิ่มขึ้น การเลือกใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่ดี ตรงผู้เรียน และน่าเชื่อถือ จึงเป็นอีกกลยุทธ์สำคัญของการแก้ปัญหาจำนวนนักศึกษาลดลง โดยกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏผู้ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร (S) สามารถจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยที่เรียกว่าสาร (M) ของมหาวิทยาลัยผ่านพฤติกรรมบอกต่อของนักศึกษาตามช่องทางสื่อสารออนไลน์ (C) ไปยังผู้รับสาร (R) ให้เกิดความประทับใจ และเมื่อผู้รับสารเกิดความพึงพอใจ จะเกิดพฤติกรรมบอกต่อ ๆ กันไปในรูปแบบการโพสต์ แชร์ กดไลค์ หรือสนทนาบนสื่อออนไลน์อย่างไม่มีที่สิ้นสุด ก่อให้เกิดการกระจายข่าวสารและภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในวงกว้าง เป็นการสื่อสารที่ใช้ต้นทุนต่ำแต่ได้ประสิทธิภาพสูง มีพลังของความน่าเชื่อถือมากกว่าที่มหาวิทยาลัยประชาสัมพันธ์เอง อันจะส่งผลให้ผู้เรียนตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาต่อในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏมากขึ้น และนำไปสู่ความอยู่รอดของมหาวิทยาลัยกลุ่มราชภัฏต่อไป

### ABSTRACT

The objective of this academic article is to present the educational communication through online word-of-mouth format to solve the problem of falling student population at Rajabhat University. Rajabhat University has been affected by the steadily declining student population. As a result, incomes are counter productive and increased expenditures. By choosing a good communication strategy which targets the audience and reliable, this is another important factor in solving the problem of declining student numbers. Rajabhat University group, who act as messenger (s) can create an advertisement promoting the university image known as the University message (M) through the referral behaviour of students through online media channels (C) to the audience (R) as appropriate and

**คำสำคัญ:** นักศึกษา การบอกต่อ สื่อออนไลน์ ราชภัฏ

<sup>1</sup>อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

<sup>1</sup>Lecturer of Faculty of communication Art, Rambhai Barni Rajabhat University

<sup>2</sup>อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

<sup>2</sup>Lecturer of Faculty of communication Art, Rambhai Barni Rajabhat University

ผู้ติดต่อ, อีเมล: ปฏิภาณ กิตตินันท์วัฒน, patipan.k@rbru.ac.th

รับเมื่อ 3 มิถุนายน 2565 แก้ไข 16 กรกฎาคม 2565 ดอกรับ 19 กรกฎาคม 2565

when the recipient is satisfied, there will be a behaviour of telling each other inform of posting, sharing, hitting or chatting on online media endlessly causing a wide distribution of news and image of the university. It is of low cost but highly efficient communication, there is more power of credibility than the university itself promotes. This will result in more students deciding to apply for admissions at Rambhaibarni Rajabhat University and it will lead to the survival of the university.

**Keyword:** Student, word of mouth, online media, Rajabhat

## บทนำ

ตามยุทธศาสตร์ชาติได้ระบุวาระการพัฒนาที่เน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation-driven Economy) รวมถึงการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่เข้าสู่สังคมสูงวัย ตลอดจนรองรับผลกระทบจากพลวัตของกระบวนการโลกาภิวัตน์ (คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561, หน้า 12) การพัฒนาชาติตามแผนยุทธศาสตร์นั้นการศึกษาจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะเป็นพลังสนับสนุนการขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมาย มีผู้เชี่ยวชาญได้ระบุทิศทางการอุดมศึกษาไทยในอนาคตอีก 15 ปีข้างหน้าไว้ว่า เป้าหมายของกรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ต้องการยกระดับคุณภาพอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพสู่ตลาดแรงงาน และพัฒนาศักยภาพอุดมศึกษาในการสร้างความรู้และนวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในโลกาภิวัตน์ รวมทั้งสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนของท้องถิ่นไทย โดยใช้กลไกธรรมาภิบาล การเงิน การกำกับมาตรฐาน และเครือข่ายอุดมศึกษาบนพื้นฐานของเสรีภาพทางวิชาการ ความหลากหลายและเอกภาพเชิงระบบ (สุเมธ แย้มมน, 2552, หน้า 95) สำหรับกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏในประเทศไทยนั้นมีวิสัยทัศน์เพื่อเน้นการผลิตบัณฑิตเพื่อการพัฒนาชุมชนและท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็ง และยั่งยืน มีพันธกิจหลัก ๆ คือ ผลิตบัณฑิต วิจัย สร้างความรู้และนวัตกรรมให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานสากล สร้างเครือข่ายและความร่วมมือกับภาคประชาชน ชุมชน ท้องถิ่น ปัจจุบันกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศมีทั้งหมด 38 แห่ง แบ่งตามภูมิภาค ดังนี้ กลุ่มภาคเหนือ 8 แห่ง, กลุ่มรัตนโกสินทร์ (กรุงเทพมหานคร) 5 แห่ง, กลุ่มภาคกลาง 3 แห่ง, กลุ่มตะวันตก (พจนก.) 4 แห่ง, กลุ่มภาคตะวันออก 2 แห่ง, กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 11 แห่ง และกลุ่มภาคใต้ 5 แห่ง แต่เนื่องด้วยตลาดการศึกษามีการแข่งขันที่สูงขึ้น ส่งผลให้ราชภัฏหลายแห่งมีจำนวนนักศึกษาลดลงสูงถึง 70% (สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2563, หน้า 45) ทำให้กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏต้องมีการปรับตัวอย่างมาก จำเป็นต้องมีกลวิธีสื่อสารองค์การที่มีประสิทธิภาพ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์การ โฆษณาประชาสัมพันธ์หลักสูตรให้เป็นที่รู้จัก และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้เรียนผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ และปัจจุบันสื่อออนไลน์ได้กลายมาเป็นแนวทางการสื่อสารแบบร่วมกระจายข่าวสารความรู้ถึงส่วนตนให้ผู้อื่นได้รู้ และจากการศึกษาทฤษฎีเชื่อได้ว่าหากนักศึกษาได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งที่มาจากผู้อื่นถึงผู้เรียนด้วยการบอกต่อ ไม่ว่าจะผ่านช่องทางใด โดยเฉพาะทางสื่อออนไลน์ จะทำให้เกิดพลังของความน่าเชื่อถือมากกว่ามหาวิทยาลัยประชาสัมพันธ์เอง อีกทั้งการสื่อสารแบบบอกต่อผ่านสื่อออนไลน์ยังสามารถติดต่อผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้เรียนผ่านการจัดกิจกรรมทางการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ได้อีกด้วย (สุเรศ สุเมธาภิวัฒน์, 2559, หน้า 37)

จากความสำคัญและปัญหาดังกล่าว คณะผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการสื่อสารการศึกษาด้วยรูปแบบการบอกต่อผ่านสื่อออนไลน์เพื่อแก้ปัญหาจำนวนนักศึกษาลดลงของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาจำนวนนักศึกษาลดลงของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ คณะผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความนี้จะประโยชน์ต่อการอุดมศึกษาไทยโดยเฉพาะกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏที่กำลังประสบปัญหาจำนวนนักศึกษาลดลงในปัจจุบันได้เป็น

อย่างดี ซึ่งบทความนี้จะได้อธิบายรายละเอียดของทิศทางสถาบันอุดมศึกษาไทย พันธกิจกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ สถานการณ์จำนวนนักศึกษาปัจจุบันของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ การสื่อสารด้วยการบอกต่อผ่านสื่อออนไลน์ โดยตอนท้ายคณะผู้ศึกษาได้สรุปรูปแบบการสื่อสารเป็นแผนผังให้เกิดความเข้าใจรวบยอดอีกด้วย รายละเอียดดังที่ จะได้กล่าวต่อไป

### ทิศทางสถาบันอุดมศึกษาไทย

ปัจจุบันรัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) เป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศในระยะ ยาว เพื่อให้ประเทศไทยบรรลุวิสัยทัศน์ว่า “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนา ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้มีเสถียรภาพอย่างยั่งยืน ตามแนวทางที่กำหนดในยุทธศาสตร์ชาติที่ได้ระบุวาระการพัฒนาที่เน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจของ ประเทศไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม รวมถึงการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง ประชากรที่เข้าสู่สังคมสูงวัย ตลอดจนรองรับผลกระทบจากพลวัตของกระบวนการโลกาภิวัตน์ (คณะกรรมการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561, หน้า 42) ยุทธศาสตร์เหล่านี้จะเกิดขึ้นไม่ได้เลยหากการศึกษายังไม่ได้พัฒนา มีผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษาไทยได้พยากรณ์ทิศทางการศึกษาของไทยเอาไว้ว่า อุดมศึกษาไทยในอนาคตอีก 15 ปีข้างหน้า เป้าหมายของกรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี คือการยกระดับคุณภาพอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนา บุคลากรที่มีคุณภาพสู่ตลาดแรงงาน และพัฒนาศักยภาพอุดมศึกษาในการสร้างความรู้และนวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีด ความสามารถในการแข่งขันของประเทศในโลกาภิวัตน์ รวมทั้งสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนของท้องถิ่นไทย โดยใช้กลไก ธรรมชาติบาล การเงิน การกำกับมาตรฐาน และเครือข่ายอุดมศึกษาบนพื้นฐานของเสถียรภาพทางวิชาการ ความหลากหลาย และเอกภาพเชิงระบบ โดยการจัดสถาบันการศึกษาออกเป็น 4 กลุ่ม จัดระบบการประเมินศักยภาพการวิจัยใน มหาวิทยาลัยเพื่อการจัดสรรเงินอุดหนุนการวิจัยและจัดระบบการวิจัยทั่วประเทศ สร้างความเชื่อมโยงระบบการศึกษา กับภาคการผลิตสหกิจศึกษา และส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต โดยมีเป้าหมายสร้างมหาวิทยาลัยแห่งชาติ 7 – 8 แห่ง และเกิดศูนย์เครือข่ายวิจัยที่มีความเชี่ยวชาญระดับชาติ นานาชาติ ไม่ต่ำกว่า 30 แห่ง (สุเมธ แยมมุน, 2552, หน้า 15) จะเห็นได้ว่าทิศทางอุดมศึกษาไทยในอนาคตต้องการพัฒนาขีดความสามารถเพื่อการพัฒนาประเทศ และสร้าง ขีดความสามารถในการแข่งขันการพัฒนาศักยภาพของคนทั้งประเทศที่เน้นเป้าหมายใหม่คือคนวัยทำงานและผู้สูงวัย ผลิตกำลังคนที่มีคุณภาพสนองความต้องการตลาด ผ่านหลักสูตรที่ยืดหยุ่น หลากหลาย รู้หลายศาสตร์ ในอนาคตอีก 15 ปีข้างหน้า เป้าหมายคือการยกระดับคุณภาพอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพสู่ตลาดแรงงาน และพัฒนาศักยภาพอุดมศึกษาในการสร้างความรู้และนวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ในโลกาภิวัตน์รวมทั้งสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนของท้องถิ่นไทย

สำหรับกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏตามแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏ 20 ปี (2560 – 2579) ระบุทิศทาง ไว้ว่าจะเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อบริการวิชาการวิชาการสู่ท้องถิ่น ช่วยยกระดับความเป็นอยู่ของท้องถิ่นให้ดีขึ้น โดยรายละเอียดต่าง ๆ นั้น คณะผู้ศึกษาได้อธิบายขยายความเพิ่มเติมในหัวข้อถัดไป

### กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ

กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏเป็นมหาวิทยาลัยในสังกัดของรัฐ เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีฐานะเป็นส่วนราชการ เป็นกลุ่มมหาวิทยาลัยที่พัฒนามาจากโรงเรียนฝึกหัดอาจารย์ที่ตั้งอยู่ในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคของประเทศ ต่อมาได้

เปลี่ยนชื่อเป็น วิทยาลัยครู หลังจากนั้น ได้รับพระราชทานนาม “ราชภัฏ” จากพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราชบรมนาถบพิตร ให้เป็นชื่อประจำสถาบันพร้อมทั้งพระราชทานพระราชลัญจกรเป็นตรา ประจำมหาวิทยาลัย โดยในปัจจุบันมหาวิทยาลัยราชภัฏ มีอยู่ทั้งสิ้น 38 แห่ง ทั่วประเทศ แบ่งตามภูมิภาค ดังนี้ กลุ่มภาคเหนือ 8 แห่ง, กลุ่มรัตนโกสินทร์ (กรุงเทพมหานคร) 5 แห่ง, กลุ่มภาคกลาง 3 แห่ง, กลุ่มตะวันตก (พจนก.) 4 แห่ง, กลุ่มภาคตะวันออก 2 แห่ง, กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 11 แห่ง และกลุ่มภาคใต้ 5 แห่ง (อนุชา พวงผกา, 2018, หน้า 45) ซึ่งมหาวิทยาลัยราชภัฏแต่ละแห่งมียุทธศาสตร์ และสถานการณ์ความเป็นไปที่คล้าย ๆ กัน ยุทธศาสตร์หลักของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏมียุทธศาสตร์หลัก ๆ ดังนี้ 1) การพัฒนาท้องถิ่น ด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม/ธุรกิจ ขนาดกลาง/ขนาดย่อม เทคโนโลยีการเกษตร และอาหารปลอดภัย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ เขตเศรษฐกิจพิเศษ การค้าชายแดน ด้านสังคม ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม และกีฬา การศึกษา การพัฒนาทรัพยากร มนุษย์ สุขภาพ ด้านสิ่งแวดล้อม การจัดการสิ่งแวดล้อม การบริหารทรัพยากรธรรมชาติ 2) การผลิตและพัฒนาครู การผลิตครู ระบบเปิด/เปิด พัฒนาระบบฐานข้อมูลในการผลิตครู จัดทำแผนผลิตครูตามความต้องการ ของประเทศ พัฒนาศักยภาพครูของครู พัฒนาศักยภาพครู และบุคลากรทางการศึกษา สร้างนวัตกรรม เพื่อพัฒนาคุณภาพ การจัดการเรียนรู้ ผลิตครูเพื่อพัฒนาท้องถิ่นตามนโยบาย ของรัฐตั้งแต่ระดับปฐมวัย พัฒนาการจัดการศึกษาให้เป็นที่ ยอมรับในระดับชาติและนานาชาติ ศูนย์ฝึกอบรมปฏิบัติการและการวิจัย เป็นต้นแบบให้กับโรงเรียนในท้องถิ่น 3) การยกระดับ คุณภาพการศึกษา ยกระดับความเป็นเลิศของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพิ่มประสิทธิภาพทรัพยากรการเรียนรู้ พัฒนาหลักสูตร และบูรณาการการจัดการเรียนรู้ พัฒนาศักยภาพอาจารย์ด้านการจัดการเรียนรู้และความเชี่ยวชาญในสาขา Knowledge Create Teaching, Create Text Innovation, Work Shadow Research & Innovation คุณภาพบัณฑิต มาตรฐานคุณภาพทาง วิชาการ สมรรถนะที่ตลาดแรงงานต้องการ 4) การพัฒนาระบบบริหารจัดการ การแบ่งพื้นที่ความรับผิดชอบในการพัฒนา ท้องถิ่น ประกาศบัญญัติราชภัฏ 60 ประกาศพื้นที่รับผิดชอบรายมหาวิทยาลัยระบบฐานข้อมูล ศูนย์ข้อมูลสารสนเทศ พัฒนาระบบฐานข้อมูลเพื่อการบริหาร ระบบข้อมูลทางวิชาการ ระบบสนับสนุนการเรียนรู้ การใช้ทรัพยากรร่วมกัน จัดทำแผนแม่บทจัดหา พัฒนาทรัพยากรทางการศึกษาจัดทำข้อตกลงแลกเปลี่ยนทรัพยากรทางการศึกษา พัฒนา เครือข่าย สร้างเครือข่ายประชารัฐ พัฒนาเครือข่ายในกลุ่มมหาวิทยาลัย จัดระบบงานสู่ความเป็นเลิศและเสริมสร้าง ธรรมภิบาล กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ศึกษา พัฒนา และแก้ไขกฎหมาย เพื่อเสริมสร้างธรรมภิบาล (สำนักงานที่ประชุม อธิการบดีกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ, 2561, หน้า 45 – 53)

### สถานการณ์จำนวนนักศึกษาปัจจุบันของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ (2562) ได้กล่าวถึงกลุ่มมหาวิทยาลัย “ราชภัฏ” ว่า ปัจจุบันกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ ต่างได้รับผลกระทบจากจำนวนนักศึกษาที่ลดลงต่อเนื่อง ส่งผลให้รายได้ส่วนทางกับรายจ่ายที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับการ แข่งขันที่สูงขึ้น จากกรณีที่สถาบันอุดมศึกษาตัดสินใจออกนอกระบบ มีการขยายวิทยาเขตของมหาวิทยาลัยดังออกไปสู่ ภูมิภาค ส่งผลให้นักศึกษาในพื้นที่หันไปเลือกเรียนในวิทยาเขตของมหาวิทยาลัยชั้นนำแทน จากปัญหาข้างต้นผู้บริหาร ได้ประเมินถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นกับกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏที่จะต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดใน 4 ประเด็นคือ 1) การจัดพื้นที่ รับผิดชอบรับนักศึกษา (zoning) ในบางพื้นที่ที่อยู่ใกล้เคียงกัน 2) การปรับปรุงหลักสูตรที่เป็น “จุดแข็ง” เช่น คุรุศาสตร์และ ศึกษาศาสตร์ ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด 3) ต้องทยอยปิดหลักสูตรที่เป็นเฉพาะศาสตร์ล้วน ๆ ที่ไม่มีผู้สมัคร เรียน อย่างเช่น หลักสูตรวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ รวมถึงการปิดหลักสูตรภาคค่ำรวมถึงปิดการสอนในวันเสาร์-อาทิตย์ 4) การ “ควมรวม” มหาวิทยาลัยราชภัฏในบางพื้นที่เข้าด้วยกัน รวมถึงหากพบว่ามีข้อจำกัดในการปรับตัวโดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากมีจำนวนนักศึกษา “แรกรับ” ไม่ถึง 500 คน มหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งนั้นจะมีความเสี่ยงสูงที่อาจต้องปิดตัวลงในอนาคต

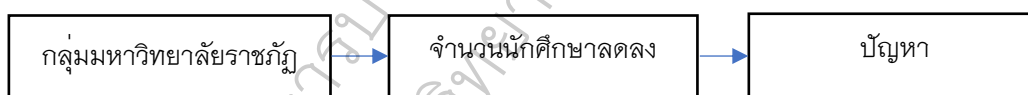
อย่างไรก็ตาม สัญญาณของวิกฤตการณ์การศึกษาในครั้งนี้มีบางมหาวิทยาลัยราชภัฏได้นำเสนอปัญหาต่อสภามหาวิทยาลัย เพื่อขอปรับขึ้น “ค่าเทอม” ในระดับที่จะส่งผลกระทบต่อนักศึกษาให้น้อยที่สุด แต่สุดท้ายก็จะถูกสั่งให้ “ตรึงค่าเทอม” เอาไว้ เนื่องจากเป็นสถาบันการศึกษาที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งเมื่อสำรวจอัตราค่าเทอมของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏหลายแห่งพบว่า อัตราค่าเทอมอยู่ในระดับใกล้เคียงกับวิทยาลัยอาชีวะ หรืออยู่ที่ประมาณ 6,500 บาท/ภาคการศึกษา และอาจจะถูกกว่าด้วยซ้ำเมื่อเปรียบเทียบกับบางหลักสูตร ซึ่งอัตราค่าเทอมดังกล่าวไม่ได้สะท้อนต้นทุนการบริหารงานที่แท้จริง “ต้องยอมรับว่า ภารกิจของแต่ละมหาวิทยาลัยมีความแตกต่างกัน อย่างมหาวิทยาลัยราชภัฏมัญหามีหน้าที่ผลิตครูเป็นหลักต้องเน้นหลักสูตรด้านนี้ แต่จะเห็นว่าตลาดการศึกษามีการแข่งขันที่สูงขึ้น ทำให้หลายมหาวิทยาลัยราชภัฏต่างทยอยเปิดหลักสูตรเหมือนกับมหาวิทยาลัยแห่งอื่น ๆ เพื่อหวังว่าจะดึงนักศึกษาเข้ามาเรียนเพิ่มได้ แต่คู่แข่งในตลาดที่ดำเนินการมาก่อนได้รับความนิยมนไปแล้ว ดังนั้นหากมหาวิทยาลัยราชภัฏจะสู้ในสิ่งที่ไม่ถนัดก็ย่อมไม่ประสบความสำเร็จ นับเป็นวิกฤตที่มองข้ามไม่ได้ และสถานการณ์อาจจะรุนแรงมาก เห็นได้จากสถิติจำนวนนักศึกษาของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศ 5 ปี ย้อนหลัง (ทุกชั้นปี) จะเห็นได้จากตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 สถิติจำนวนนักศึกษาของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏทั่วประเทศ 5 ปี ย้อนหลัง (ทุกชั้นปี)

พ.ศ. 2559	พ.ศ. 2560	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563
489,379 คน	475,661 คน	452,096 คน	396,450	337,061 คน

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (2563)

จากตารางจะเห็นได้ว่าจำนวนนักศึกษาในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ หากจำนวนนักศึกษาน้อยลงเรื่อย ๆ ไม่มีนักศึกษาต่างชาติเข้าศึกษาด้วย มหาวิทยาลัยจะต้องถูกปิดตัวลงอย่างแน่นอน นับว่าเป็นปัญหาใหญ่สำหรับกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ สามารถเขียนแผนผังของปัญหาแบบง่าย ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้นดังนี้



ภาพประกอบ 1 นักศึกษากลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ

โดยวิธีการแก้ปัญหาให้นักศึกษาเลือกเรียนในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏมากขึ้นนั่นคือ การที่กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏมีหลักสูตรที่ดี มีการเรียนการสอนที่น่าประทับใจ และมีการสื่อสารองค์กรที่มีประสิทธิภาพ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัย มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์หลักสูตรให้เป็นที่รู้จัก และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้เรียนผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ดังนั้นคณะผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนวทางการแก้ปัญหานักศึกษาลดลงด้วยทฤษฎีการสื่อสารดังจะได้อธิบายต่อไปนี้

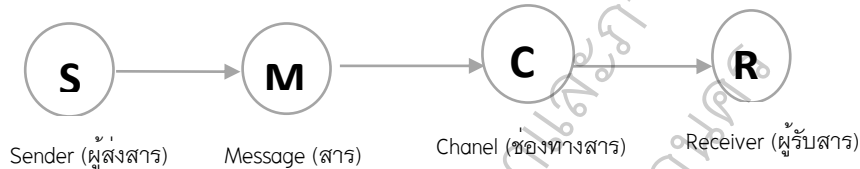
### แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

มนุษย์จะมีการเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ผ่านการสื่อสาร ซึ่งการสื่อสารนั้นมีทั้งสิ่งที่ดีและสิ่งที่ไม่ดี แต่ละคนจะนำสิ่งที่ได้เรียนรู้นั้นไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อให้ประสบความสำเร็จดังที่ตั้งใจ แต่ในบางครั้งอาจเกิดความล้มเหลวในการ

สื่อสาร เนื่องจากหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรวมทั้งการสื่อความคิดและทัศนคติที่ต่างกันไป มีผู้เชี่ยวชาญได้กล่าวถึงทฤษฎีของการสื่อสารเอาไว้ที่น่าสนใจดังนี้

“การสื่อสาร” นั้น เบอร์โล (Berlo, D. K) (1966) ได้ให้ความหมายการสื่อสารว่า หมายถึง การส่งผ่านข่าวสารจากบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่งหรืออีกกลุ่มหนึ่ง โดยใช้สัญลักษณ์การสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการ (process) อย่างหนึ่ง เช่นเดียวกับการพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงทางสังคม กล่าวคือเป็นกิจกรรมที่มีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา (dynamic) ไม่อยู่นิ่งและไม่มีจุดเริ่มต้นหรือจุดจบที่เห็นเด่นชัดกระบวนการของการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารโดยผ่านช่องสื่อซึ่งเป็นตัวกลางและช่องทางที่นำตัวสารไปสู่เป้าหมาย โดยรูปแบบของการสื่อสารในปัจจุบันแบ่งเป็น 2 รูปแบบด้วยกันคือ การสื่อสารแบบทางเดียว และการสื่อสารแบบสองทาง

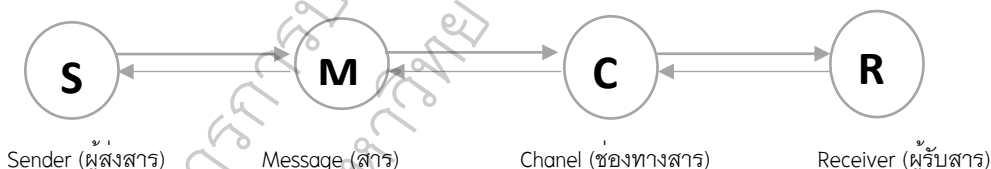
1. การสื่อสารแบบทางเดียว (One-way Communication) เป็นการสื่อสารในลักษณะที่ผู้ส่งสารทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารอย่างเดียว ผู้รับสารไม่สามารถที่จะโต้กลับสารนั้น ๆ เช่น วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หรือบอร์ด ประกาศ เป็นต้น การสื่อสารรูปแบบนี้เรียกว่า Simplex ตามแผนภาพต่อไปนี้



ภาพประกอบ 2 การสื่อสารแบบทางเดียว

ที่มา: เบอร์โล (Berlo, D. K) (1966)

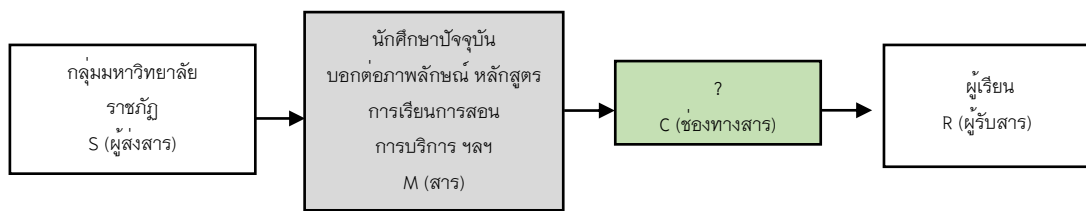
2. การสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) เป็นการสื่อสารในลักษณะที่ผู้รับสารสามารถตอบกลับ ปรีกษาหารือ หรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารผ่านช่องทางสารได้ เช่น สื่อออนไลน์ต่าง ๆ ตามแผนภาพดังต่อไปนี้



ภาพประกอบ 3 การสื่อสารแบบสองทาง

ที่มา : เบอร์โล (Berlo, D. K) (1966)

จากทฤษฎีดังกล่าว กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏสามารถนำทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร (SMCR) มาประยุกต์ใช้กับการแก้ปัญหาจำนวนนักศึกษาลดลงของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพประกอบ 4 การสื่อสารกับแนวทางการแก้ปัญหาจำนวนนักศึกษาลดลง

จากแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารแบบทางเดียวหรือสองทาง ผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งในระบบสังคมจริง เช่น การสนทนาระหว่างคนสองคน การอภิปรายหรือการแสดงความคิดเห็นในที่ประชุมชน และในระบบสังคมเสมือนด้วยวิธีการ โพสต์ แชร์ ตอบกระตู่ หรือกดถูกใจ สิ่งเหล่านี้เรียกว่าพฤติกรรมการบอกต่อ ซึ่งการบอกต่อนั้นมีลักษณะเช่นไร มีความสำคัญอย่างไรกับการแก้ปัญหาจำนวนนักศึกษาลดลงของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ คณะผู้ศึกษาจะได้อธิบายต่อไปตามหัวข้อต่อไป

### แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบอกต่อ

การบอกต่อ เป็นพฤติกรรมของผู้รับสารทั้งที่เกิดความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ และเล่าต่อ พูดต่อด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่นการแชร์สิ่งที่ตนชอบ การเล่าต่อสิ่งที่ตนไม่ชอบ ซึ่งจะได้อธิบายขยายความให้เข้าใจยิ่งขึ้นดังนี้

1. **ความหมายของการบอกต่อ** กรรณก ชูบ่วงวาปี และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2557, หน้า 19 – 23) ได้ให้ความหมายเอาไว้ว่า การบอกต่อเป็นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการเพื่อให้ข้อมูลการศึกษาต่าง ๆ ของผู้พูด ซึ่งมีอิทธิพลกับการตัดสินใจของผู้ฟัง เช่นคุณภาพการศึกษา คุณภาพการบริการ หลักสูตรที่น่าสนใจ หรือสภาพแวดล้อมที่นักเรียนเป็นการนำข้อมูลที่ได้รับจากความพึงพอใจเหล่านั้นไปเผยแพร่ แนะนำ ทำให้สถานศึกษานั้น ๆ เป็นที่ยอมรับของผู้เรียนเพิ่มมากขึ้น จำนวนนักศึกษาเพิ่มขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสื่อสารการศึกษาที่ใช้ต้นทุนการสื่อสารที่ต่ำที่สุดและมีผลต่อการตัดสินใจมาเรียนค่อนข้างมาก ช่วยลดกระบวนการตัดสินใจสมัครเข้าเรียนของผู้เรียนได้อีกด้วย

บุหงา ชัยสุวรรณ (2558, หน้า 49 – 52) ได้กล่าวเพิ่มเติมเอาไว้ว่าการบอกต่อนั้น หมายถึง การที่ผู้บริโภคให้ข้อมูลไปยังผู้บริโภคคนอื่น และหากเป็นการให้ข้อมูลผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต จะเรียกว่าการบอกต่อผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ E-word of mouth (e-WOM) ข้อมูลที่ทำการบอกต่อเกี่ยวกับสินค้า บริการ ความคิด หรือองค์กร อาจเป็นในเชิงบวกหรือเชิงลบก็ได้ ทั้งนี้ การบอกต่อนับได้ว่าเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับการรณรงค์ทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อทำการสื่อสารผ่านสื่อสังคมแล้วจะเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า การบอกต่อหมายถึง พฤติกรรมที่นักศึกษาได้รับประสบการณ์บางอย่างจากมหาวิทยาลัย เกิดความประทับใจ หรือไม่ประทับใจก็ได้ ส่งผลให้มีการเผยแพร่ต่อตั้งแต่สองคนขึ้นไปด้วยคำพูดจากคนแรกสู่คนที่สองและคนต่อ ๆ ไปอย่างไม่มีการกำหนด ซึ่งการบอกต่อนี้เป็นการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ แต่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อของผู้เรียนอย่างยิ่ง ดังจะกล่าวถึงหัวข้อย่อยเกี่ยวกับความสำคัญของการสื่อสารแบบบอกต่องานต่อไป

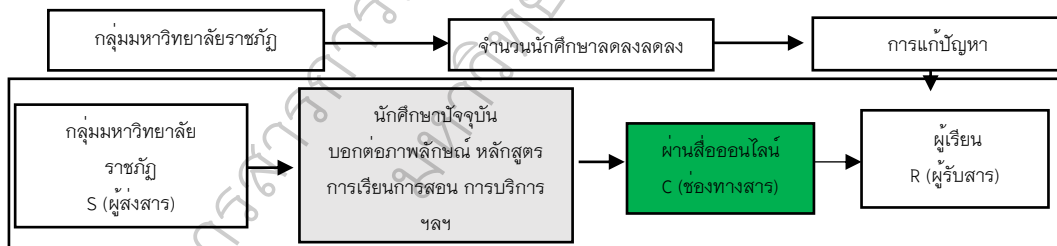
2. **ความสำคัญของการสื่อสารแบบบอกต่อ** การสื่อสารแบบบอกต่อนั้นมีความสำคัญต่อทุกองค์กร ไม่ว่าจะเป็นองค์กรแสวงหากำไรหรือองค์กรการกุศล รวมถึงสถานศึกษาต่าง ๆ ด้วย (ภพพรหมินทร์ วรรตมวัฒน์, 2557, หน้า 43) ได้กล่าวเพิ่มเติมเอาไว้เช่นเดียวกันว่า การสื่อสารแบบบอกต่อนั้นเป็นการสื่อสารการตลาดที่มีพลัง และมีน้ำหนักในการสร้างความเชื่อถือมากกว่าการโฆษณาในรูปแบบอื่น ๆ เนื่องจากข้อมูลข่าวที่มีการส่งต่อหรือบอกต่อ

มักจะเป็นการส่งมาจากบุคคลที่มีความใกล้ชิดกัน มหาวิทยาลัยที่มีต้นทุนในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่สูงมากนัก สามารถนำวิธีการสื่อสารแบบการบอกต่อไปใช้ได้ ซึ่งสามารถทำการเผยแพร่ข้อมูลของมหาวิทยาลัยได้อย่างรวดเร็ว และเข้าถึงผู้เรียนในวงกว้าง แต่การที่จะทำให้ผู้บริโภคประทับใจและส่งต่อได้นั้นคงจะไม่ง่ายนัก ดังนั้นกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ ต้องมั่นใจว่าสื่อที่กำลังจะส่งออกไปมีเนื้อหา เรื่องราวที่สร้างสรรค์ สร้างการรับรู้ด้านบวกแก่มหาวิทยาลัยหรือไม่ เนื่องจากการสื่อสารแบบบอกต่อนี้เปรียบเสมือนดาบสองคม มีทั้งด้านบวกและด้านลบ หากทำให้ผู้เรียนเกิดความรู้สึกในเชิงลบก็ทำให้เกิดผลเสียได้จากพลังแห่งการบอกต่อในแง่ลบต่อมหาวิทยาลัยได้เช่นกัน ความสำคัญของการสื่อสารแบบบอกต่อไปสู่การตัดสินใจสมัครเข้าเรียนได้ว่า การสื่อสารแบบบอกต่อมีความสำคัญต่อการสื่อสารและประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก ทำให้ผู้รับสารไม่ได้รับรู้ถึงคุณค่าของการโฆษณาชวนเชื่อ และช่วยให้ผู้รับสารหรือผู้เรียนตัดสินใจในการสมัครเข้าศึกษาต่อได้ง่ายขึ้น ซึ่งคณะผู้ศึกษาจะได้อธิบายขยายความการบอกต่อผ่านสื่อออนไลน์ในหัวข้อถัดไปดังต่อไปนี้

**3. การบอกต่อผ่านสื่อออนไลน์** การสื่อสารแบบบอกต่อผ่านสื่อออนไลน์ได้กลายมาเป็นแนวทางการสื่อสารแบบรวมกระจายข่าวความรู้ถึงส่วนตนให้ผู้อื่นได้รับรู้ สร้างเนื้อหาทางการตลาดให้เกิดเป็นการบอกต่อผ่านสื่อออนไลน์ในการเผยแพร่ข้อมูล ดังที่มีผู้เชี่ยวชาญได้แสดงทัศนะเอาไว้ที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

พรพิรัตน์ ดันธธาศิริ (2559, หน้า 15 – 19) ได้กล่าวไว้เช่นเดียวกันว่า การบอกต่อผ่านเครือข่ายออนไลน์ หากข้อมูลได้จากแหล่งที่มาจากผู้เรียนรุ่นพี่ผู้ต้องการจะสมัครเรียน จะทำให้เกิดพลังของความน่าเชื่อถือมากกว่ากรณีข้อมูลได้มาจากมหาวิทยาลัยเอง นอกจากนั้นข้อมูลของการบอกต่อที่ได้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น ข้อมูลจากผู้ใกล้ชิด ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ ข้อมูลที่มาจากประสบการณ์ส่วนบุคคลของผู้ที่เคยเรียนมาก่อน หรือข้อมูลจากเว็บไซต์ (ขึ้นอยู่กับความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์ที่ใช้ในการสืบค้นหาข้อมูลด้วย) แหล่งข้อมูลเหล่านี้ทำให้ผู้ที่ต้องการจะสมัครเรียนในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏเกิดความเชื่อถือในข้อมูล และความไว้วางใจมหาวิทยาลัยมากขึ้น

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า การบอกต่อได้เป็นการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เป็นการให้ข้อมูลการศึกษาต่าง ๆ หากเป็นการให้ข้อมูลผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต จะเรียกว่าการบอกต่อผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือการบอกต่อผ่านสื่อออนไลน์ มีความน่าเชื่อถือและมีอิทธิพลในการจูงใจอย่างสูง ที่มีบทบาทต่อผู้เรียนมากขึ้น สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังต่อไปนี้



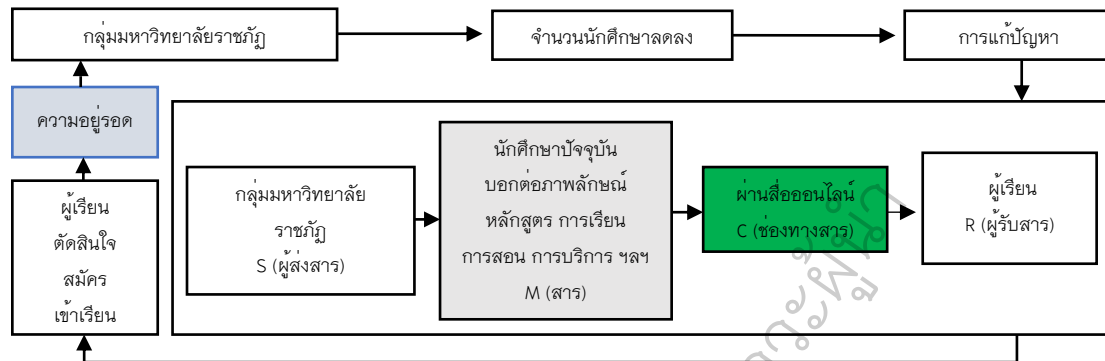
ภาพประกอบ 5 การแก้ปัญหาจำนวนนักศึกษาลดลงผ่านสื่อออนไลน์

**สรุป**

การที่กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏมีหลักสูตรที่ดี มีการเรียนการสอนที่น่าประทับใจ และมีการสื่อสารองค์กรที่มีประสิทธิภาพ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัย มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์หลักสูตรให้เป็นที่รู้จัก และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้เรียนผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏสามารถนำการสื่อสารมาประยุกต์ใช้กับการแก้ปัญหาจำนวนนักศึกษาลดลงของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏด้วยรูปแบบการบอกต่อผ่านสื่อออนไลน์ การบอกต่อออนไลน์มีความสำคัญต่อการสื่อสารและประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเป็นอย่างมาก ทำให้ผู้เรียนไม่ได้รับรู้ถึงคุณค่าของการ



โฆษณาชวนเชื่อ มีความเชื่อถือมากกว่ามหาวิทยาลัยประชาสัมพันธ์เอง และช่วยให้ผู้รับสารหรือผู้เรียนตัดสินใจในการสมัครเข้าศึกษาต่อได้ง่ายขึ้น อันจะนำไปสู่การอยู่รอดของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ เป็นไปตามทิศทางอุดมศึกษาในอนาคตต่อไป สามารถสรุปรูปแบบการสื่อสารการศึกษาด้วยรูปแบบการบอกต่อผ่านสื่อออนไลน์ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพประกอบ 6 รูปแบบการบอกต่อผ่านสื่อออนไลน์เพื่อแก้ปัญหาจำนวนนักศึกษาลดลงของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ

### เอกสารอ้างอิง

- กรกนก ชูบวงวาปี และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. 2557. “อิทธิพลความเป็นเลิศของคุณภาพบริการที่มีต่อความไว้วางใจในการใช้บริการและการบอกต่อของผู้ใช้บริการบางจาก กรีนวอช เดอะพีริเมียม (สาขาวิภาวดีรังสิต-หลักสี่).” *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal*, 7(2), 48 – 60.
- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580)*. กรุงเทพฯ: กลุ่มงานราชกิจจานุเบกษา. สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี.
- บุหงา ชัยสุวรรณ. (2558). การสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคม: ภาพรวมและกรอบแนวความคิด. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมนิคต้า*. 2(1), 173 – 198.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2562). “วิกฤต “ราชภัฏ”. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563. จากเว็บไซต์: <https://www.prachachat.net/education/news-361674>
- พรพิรัตน์ ดันธาศิริ. (2559). การเชื่อมโยงพลังการบอกต่อผ่านเครือข่ายออนไลน์ที่มีความตั้งใจซื้อสินค้า. *วารสารวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 1(2), 81 – 91.
- ภพพรหมินทร์ วัฒม์วัฒนานนท์. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบปากต่อปากในยุคดิจิทัล. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิคต้า*. 1(1), 86 – 100.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2563). *สารสนเทศอุดมศึกษา*. สืบค้นเมื่อ 12 มกราคม พ.ศ. 2564. จากเว็บไซต์: [www.info.mua.go.th](http://www.info.mua.go.th)
- สำนักงานที่ประชุมอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏ. (2561). *ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) (ฉบับปรับปรุง)*. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
- สุเมธ แยม่นุ่น. (2552). *ทิศทางของการอุดมศึกษาไทยในอนาคตอีก 15 ปี*. เอกสารประกอบการบรรยาย ATPAC Annual Meeting 2009 Rutgers University, New Jersey, USA, 1 – 24.

สุรเดช สุเมธาวิวัฒน์. (2559). การสื่อสารการตลาดในยุคไทยแลนด์ 4.0 เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน.

*วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 2(2), 110 – 117.

อนุชา พวงพกา. (2518). *มหาวิทยาลัยราชภัฏ 38 แห่ง*. กำแพงเพชร: สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.

Berlo, D. K. (1966). *The process of communication*. New York: Holt, Rinehart and Winston.

วารสารการบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร