

การจัดเหตุการณ์พิเศษรูปแบบใหม่ในการประชาสัมพันธ์

การศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษา

Organizing new special events in public relations for Continuing in Graduate study

ศิริัญญา วิรุณราช (Sirinya Wiroonrath)

ดร., ประจําบัณฑิตศึกษา วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Dr., Graduate School of Commerce, Burapha University

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การจัดเหตุการณ์พิเศษรูปแบบใหม่ในการประชาสัมพันธ์ การศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษา” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาต่อการจัดกิจกรรมเหตุการณ์พิเศษ 2) เพื่อหารูปแบบการจัดกิจกรรมเหตุการณ์พิเศษรูปแบบใหม่ในการประชาสัมพันธ์ การศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษา 3) เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาต่อการจัดกิจกรรมเหตุการณ์พิเศษจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเก็บข้อมูลกับนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงใต้ศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2559 โดยใช้โปรแกรม G*power กำหนดการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้สถิติเชิงพรรณนา, \bar{x} , ร้อยละ, และพิสัยจํานวนสมมติฐานโดยใช้ ANOVA F-test โดยมีตัวแปรอิสระคือ ประเภทของมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นตัวแปรที่มีระดับของตัวแปรแยกออกเป็น 3 กลุ่ม กำหนดค่า effect size เท่ากับ 0.25 (อิทธิพลระดับปานกลาง) ค่าความคลาดเคลื่อน (alpha เท่ากับ 0.05) และค่าอำนาจการทดสอบ power เท่ากับ 0.80 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 159 คน (Faul, Erdfelder, Lang & Buchner, 2007)

จากผลการวิจัย พบว่า 1. การจัดกิจกรรมพิเศษ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการเปิดให้เยี่ยมหน่วยงานสถาบันการศึกษามากที่สุด 2. ในการจัดกิจกรรมเปิดให้เยี่ยมหน่วยงานสถาบันการศึกษา ควรมีกิจกรรมบรรยายหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการสอน และมีสัทธิการเรียนให้ดูด้วยของนักศึกษา และ 3. ปัจจัย

ศิริยุญา วิรุณราช

ส่วนบุคคลแตกต่างกัน ความสนใจต่อการเรียนต่อระดับบัณฑิตศึกษาในเรื่องของอายุและประเภทของมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน

คำสำคัญ: การจัดเหตุการณ์พิเศษ, การจัดเหตุการณ์พิเศษในการประชาสัมพันธ์, การประชาสัมพันธ์การศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษา

Abstract

Organizing new special events in public relations for Continuing in Graduate study have Objective are 1) To study the level of opinion of postgraduate students on special activities. 2) To study postgraduate students' participation in special events; Criteria and conditions. 3) To find the format of activities. A random sampling was used to collect data for the graduate students of the university in the eastern in the academic year 2016. Using the G * power program, the data were analyzed using ANOVA. (Alpha equals 0.05) and test power was 0.80. 159 subjects (Faul, Erdfelder, Lang & Buchner, 2007) for non-responders.

Special events organized in the form of open-air exhibitions. Open House institutions are the activities that the sample agreed. Topics in teaching or modeling in real teaching, so that those who are interested in experiencing the atmosphere and content of this kind of learning must be. Exhibitions and Exhibitions (Booths, Exhibitions, Exhibitions) Exhibitions that deal with conferences with exhibitions are organized as temporary exhibitions. Content related to daily exercise and daily exercise. Out of sight, people who attend this event need to have a media attendance at the party. Please refer to the next course.

Keywords: Special events, special events in public relations, public relations, graduate studies

ความเป็นมาและความสำคัญ

ในการจัดการการศึกษาของประเทศไทยนั้นมีการศึกษาที่เป็นภาคบังคับตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) 2545 และการพัฒนาการศึกษา

ของกระทรวงศึกษาธิการฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) มีการจัดระบบการศึกษาขั้นประถมศึกษา 6 ปี (6 ระดับชั้น) การศึกษาขั้นมัธยมศึกษาตอนต้น 3 ปี (3 ระดับชั้น) และการศึกษาขั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย 3 ปี (3 ระดับชั้น) หรือระบบ 6-3-3 (สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ, 2560) การศึกษาในระบบมีสองระดับคือ การศึกษาขั้นพื้นฐานและการศึกษาระดับอุดมศึกษา 1. การศึกษาขั้นพื้นฐานประกอบด้วย การศึกษาซึ่งจัดไม่น้อยกว่าสิบสองปีก่อนระดับอุดมศึกษา การแบ่งระดับและประเภทของการศึกษาขั้นพื้นฐาน ให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง การแบ่งระดับหรือการเทียบระดับการศึกษานอกระบบหรือการศึกษาตามอัธยาศัยให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง การศึกษาในระบบที่เป็นการศึกษาขั้นพื้นฐานแบ่งเป็นสามระดับ 1.1 การศึกษาก่อนระดับประถมศึกษา เป็นการจัดการศึกษาให้แก่เด็กที่มีอายุ 3 – 6 ปี 1.2 การศึกษาระดับประถมศึกษา โดยปกติใช้เวลาเรียน 6 ปี 1.3 การศึกษาระดับมัธยมศึกษา แบ่งเป็นสองระดับ ดังนี้ การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โดยปกติใช้เวลาเรียน 3 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยปกติใช้เวลาเรียน 3 ปี แบ่งเป็นสองประเภท ดังนี้ ประเภทสามัญศึกษา เป็นการจัดการศึกษาเพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ประเภทอาชีวศึกษา เป็นการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพ หรือ ศึกษาต่อในระดับอาชีพขั้นสูงต่อไป 2. การศึกษาระดับอุดมศึกษาแบ่งเป็นสองระดับ คือ ระดับต่ำกว่าปริญญาและระดับปริญญา การใช้คำว่า "อุดมศึกษา" แทนคำว่า "การศึกษาระดับมหาวิทยาลัย" ก็เพื่อให้ครอบคลุมการศึกษาในระดับประกาศนียบัตรหรืออนุปริญญา ที่เรียนภายหลังที่จบการศึกษาขั้นพื้นฐานแล้ว ทั้งนี้ การศึกษาภาคบังคับจำนวนเก้าปีโดยให้เด็กซึ่งมีอายุย่างเข้าปีที่เจ็ดเข้าเรียนในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานจนอายุย่างเข้าปีที่สิบหก เว้นแต่สอบได้ชั้นปีที่เก้าของการศึกษาภาคบังคับหลักเกณฑ์และวิธีการนับอายุให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง การศึกษาภาคบังคับนั้นต่างจากการศึกษาขั้นพื้นฐานซึ่งการศึกษาขั้นพื้นฐานไม่บังคับให้ประชาชนต้องเข้าเรียนแต่เป็นสิทธิ์ของคนไทย (กระทรวงศึกษาธิการ, 2559)

สำหรับการศึกษาในระดับมหาบัณฑิตและดุษฎีบัณฑิตนั้นเป็นการศึกษาที่ไม่ได้บังคับให้ประชาชนต้องเข้าเรียนแต่เป็นสิทธิ์ของประชาชนที่จะเลือกเรียนเอง ดังนั้นมหาวิทยาลัยและวิทยาลัยในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษาจำนวน 156 แห่ง ที่รัฐและเอกชนรวมกัน

ศิริสัญญา วิรุณราช

(กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2558) จะต้องมีรูปแบบในการสรรหา และคัดเลือกบุคคลเข้ามาศึกษาในระดับมหาบัณฑิตและดุษฎีบัณฑิตที่แตกต่างกัน และมีการประชาสัมพันธ์ที่ใช้วิธีใหม่ๆ ให้ถึงกลุ่มเป้าหมายเพราะ สถานการณ์ที่ปรากฏทั่วไปเป็นที่ประจักษ์ว่า นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาลดลงอย่างเห็นได้ชัดเจน (อานนท์ ศักดิ์วรวิชญ์, 2559)

ดังนั้นการประชาสัมพันธ์รูปแบบใหม่ๆ ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และกลุ่มเป้าหมายได้สัมผัส ได้ใกล้ชิด เพื่อความเข้าใจและเกิดศรัทธาสูงสุดๆ โดยเฉพาะนิสิตปริญญาตรีปีที่ 4 ที่จะจบการศึกษา ในระดับปริญญาตรี จะได้เรียนรู้และรู้จักการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา วิธีการใหม่ๆ ที่นิยมได้แก่การ จัดเหตุการณ์พิเศษรูปแบบใหม่ เพื่อให้เกิดความสนใจในการศึกษาต่อ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาต่อการจัดกิจกรรมเหตุการณ์ พิเศษ
2. เพื่อหารูปแบบการจัดกิจกรรมเหตุการณ์พิเศษรูปแบบใหม่ในการประชาสัมพันธ์ การศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษา
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาต่อการจัดกิจกรรม เหตุการณ์พิเศษจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ทบทวนวรรณกรรม (แนวคิด ทฤษฎี)

ประเภทของเครื่องมือและสื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

Kotler (2000) ได้ให้รายละเอียดว่า เครื่องมือและสื่อที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ นั้นมีอยู่หลายประเภทด้วยกัน เช่น สื่อบุคคล (Personal media) คำพูด (Spoken words) ส่วน สื่อมวลชน (Mass media) ก็คือ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ นอกจากนี้ ยังมีสื่ออื่นๆ อีก อันได้แก่ สิ่งพิมพ์ และเอกสาร (Printed media) วารสาร นิตยสาร ภาพนิ่ง ฟิล์ม สคริป จดหมายข่าว ไปสเตอร์และป้ายประกาศ การโฆษณาสถาบัน หรือการโฆษณาเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ และการจัดเหตุการณ์พิเศษต่างๆ (Special Events) เป็นต้น

เหตุการณ์พิเศษ (Special event) ถือเป็นกิจกรรมทางการประชาสัมพันธ์ซึ่งใช้เป็นสื่อ หรือ เครื่องมือในด้านการประชาสัมพันธ์ (the tool of PR) เกรียงไกร กาญจนโกศล (2555: 67-79) สอดคล้องกับ Kotler (2000) ได้สรุป รูปแบบของกิจกรรมตามประเภทของกิจกรรมพิเศษ มี ดังนี้

1. การจัดวันและสัปดาห์พิเศษ (Special Days and Weeks) ลักษณะรายละเอียด ได้แก่ การที่หน่วยงาน, องค์กรเลือกจัดงานโดยอ้างเหตุพิเศษ โดยกำหนดวันขึ้นมาแบบเจาะจงเป็นวันหรือเป็นระยะเป็นสัปดาห์

นั้นอาจจะนำมาใช้กับมหาวิทยาลัย โดยเลือกกำหนดวันขึ้นมา เช่น วันเกิด สัปดาห์เกิดมหาวิทยาลัย หรือ ครบรอบเฉลิมฉลอง เป็นต้น แสดงความก้าวหน้าของมหาวิทยาลัยในด้านต่างๆ

2. การจัดการแสดงและนิทรรศการ (Display and Exhibitions) มีรายละเอียด ได้แก่ การที่หน่วยงาน องค์กรจัดการแสดงเป็นบอร์ดนิทรรศการ หรือใช้ระบบจออิเล็กทรอนิกส์ แสดงกิจกรรม ความก้าวหน้าของผลงานที่ผ่านมา

นั้นอาจจะนำมาใช้กับมหาวิทยาลัย โดยจัดบอร์ดนิทรรศการหรือแสดงในระบบจออิเล็กทรอนิกส์ แสดง จำนวนหลักสูตรศิษย์เก่าที่เจริญก้าวหน้า ความก้าวหน้า จุดเด่นด้านต่างๆของมหาวิทยาลัย อาจารย์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เป็นต้น นิสิตเก่าที่ประสบความสำเร็จ

3. การพบปะและการประชุม (Meeting and Conferences) มีรายละเอียด ได้แก่ การเปิดโอกาส ให้บุคคลหลายกลุ่ม มาพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความรู้ต่างๆหรือ แสวงหาข้อสรุปของการแก้ปัญหา หรือแนวทางพัฒนา

นั้นอาจจะนำมาใช้ กับมหาวิทยาลัย โดยจัดให้ผู้สนใจเรียนต่อมาประชุม มาพบปะอาจารย์, ศิษย์เก่า ได้พูดคุยในแก้มุมการเรียนรู้ ความก้าวหน้าหลังจบการศึกษา เป็นต้น แลกเปลี่ยนประสบการณ์

4. การจัดงานวันครบรอบปี (Anniversaries) มีรายละเอียดได้แก่ การที่หน่วยงาน องค์กรนิยมจัดงานครบรอบวันก่อตั้ง โดยให้ความสำคัญ เพื่อแสดงให้เห็นว่า หน่วยงานองค์กรมีอายุครบปีที่เท่าไร ยิ่งอายุครบจำนวนปีมากยิ่งขึ้นแสดงให้เห็นถึง ความมั่นคง ความมีชื่อเสียง เกียรติยศ

นั้นอาจจะนำมาใช้กับมหาวิทยาลัย โดยเมื่อครบรอบอายุ จำนวนปีที่เท่าไรก็จัดงานมีกิจกรรมวันครบรอบ หรือจัดศิษย์เก่าดีเด่นสาขาต่างๆและเชิญกลุ่มเป้าหมายมาในงาน เพื่อให้สัมผัส และจะเกิดความศรัทธาในการประสงค์เรียนต่อไป มีอภิปรายทางวิชาการ

5. การให้รางวัลพิเศษ (Special Awards) มีรายละเอียด ได้แก่ การที่หน่วยงาน องค์กร มีการให้รางวัลพิเศษ ในกรณีที่พนักงานองค์กรปฏิบัติงาน จนเป็นที่ประจักษ์ของสังคม หรืออาจจะมอบให้กับประชาชนทั่วไป จากนโยบายองค์กรที่กำหนดไว้ก็ได้

นั้นอาจจะนำมาใช้กับมหาวิทยาลัยโดยหากมีนักศึกษา อาจารย์ หรือประชาชนที่มีส่วนได้เสีย ปฏิบัติงานเป็นที่ประจักษ์ของสังคม ทั้งที่เป็นงานประจำ หรืองานที่เกี่ยวกับสังคมหรือทำประโยชน์ ให้มหาวิทยาลัยโดยตรง อาจจะให้รางวัลพิเศษ และเผยแพร่ออกสื่อต่างๆให้คนได้พบเห็น เกิดความชอบต่อไป

6. การเปิดให้เยี่ยมชมหน่วยงาน องค์กร (Open House) มีรายละเอียด ได้แก่ การที่หน่วยงาน องค์กร ต้องการให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ทราบว่า บัดนี้มีกิจกรรม มีการผลิต มีอะไรแปลกใหม่ ที่มีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายก็ดำเนินการเชิญชวนให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามาดู เยี่ยมชมมีการอธิบายงาน หรือจุดแสดงต่างๆให้กับกลุ่มเป้าหมายเข้าใจ และเกิดความศรัทธา สามารถนำไปบอกต่อได้

นั้นอาจจะนำมาใช้กับมหาวิทยาลัย ได้โดยการเปิดมหาวิทยาลัย ให้กลุ่มเป้าหมาย ที่จะเรียนต่อระดับบัณฑิตศึกษา เข้าเยี่ยมชมคณะวิชาต่างๆทั้งนี้จะต้องจัดศิษย์ปัจจุบันหรืออาจารย์คอยอธิบาย เรื่องต่างๆประกอบด้วย เสนอมีการเรียนการสอน

7. การจัดงานประกวด (Contest) มีรายละเอียด ได้แก่ การที่หน่วยคน องค์กร จัดประกวดต่างๆเช่น เรียงความ เรื่องเกี่ยวกับคนหรือภารกิจที่เกี่ยวข้องกับหน่วยคน องค์กร หรือ เรื่องที่สังคมสนใจ และมอบรางวัลและออกข่าวตามสื่อต่างๆจะทำให้คนรู้จักหน่วยงานองค์กรมากขึ้น ติดหู ติดตาตลอดเวลา

นั้นอาจจะนำมาใช้กับมหาวิทยาลัยได้ โดยที่มหาวิทยาลัย หรือคณะวิชา จัดประกวดจัดการแข่งขันต่างๆตามศาสตร์ ของแต่ละคณะ ทำให้กลุ่มเป้าหมายที่จะเรียนต่อ ได้มาเข้าร่วมกิจกรรมจะเกิดความคุ้นเคยกันมากขึ้น เช่น ตอบคำถาม

8. การจัดขบวนแห่ (Parades and Pageants) มีรายละเอียด ได้แก่ การที่บุคคลากรของหน่วยงานองค์กร จัดขบวนแห่ รถตกแต่ง หรือเดินแสดงในงานของจังหวัด ของกระทรวงหรือ งานใหญ่ๆ ตามประเพณีต่างๆ ทำให้หน่วยงาน องค์กร ได้แสดงให้ประชาชนเห็น ได้รู้จัก หน่วยงานนั้น องค์กรนั้น

อาจนำมาใช้กับมหาวิทยาลัย คือ เข้าร่วมขบวนแห่ในโอกาสพิเศษต่างๆของจังหวัด ได้แก่ งานประจำปีของจังหวัด การเดินแห่ณรงค์กิจกรรมสนับสนุนหรือต่อต้าน อบายมุขต่างๆและการณรงค์ต่างๆเชิงสร้างสรรค์ถูกกฎหมาย

9. การอุปถัมภ์งานของชุมชน (Sponsored Community Events) หมายถึงการที่หน่วยงานหรือองค์กร ดำเนินการทำ CSR ช่วยสนับสนุนการเงิน หรือ บุคคลากรลงไปช่วยกิจกรรมต่างๆของชุมชน เช่น อาหารกลางวันนักเรียน สนับสนุนการปลูกป่าในหมู่บ้าน งานบุญต่างๆของหมู่บ้าน ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้ จะเกิดการรู้จักแบบนาช่วยเหลือ

อาจนำมาใช้กับมหาวิทยาลัย โดยการที่มหาวิทยาลัยเข้าช่วยเหลือสถาบันการศึกษา หรือ กิจกรรมในสังคมที่ผู้ปกครองนักศึกษา ดำเนินกิจกรรม เช่น งานบุญ งานแข่งขันกีฬาประเพณี โดยจะจัดสนับสนุนเงิน หรืออาจารย์ลาไปช่วย จะทำให้คนรู้จักศรัทธา

10. การให้ความสนับสนุนแก่องค์กรต่างๆ(Sponsored Organization) มีรายละเอียด หมายถึง การให้งบประมาณ หรือ บุคคลกร เข้าไปส่งเสริมอาชีพ ที่ชุมชนดำเนินการอยู่มีปัญหาเข้าไปช่วยเหลือ หรือต้องการพัฒนานวัตกรรมต่างๆก็เข้าไปช่วยเหลือ

มหาวิทยาลัยอาจจะนำมาใช้ ในรูปแบบสนับสนุนงบประมาณ อาจารย์ลงไปช่วย OTOP วิสาหกิจ-ชุมชน ให้พัฒนาสินค้าตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำ จะสร้างความเชื่อถือ หรือศรัทธา

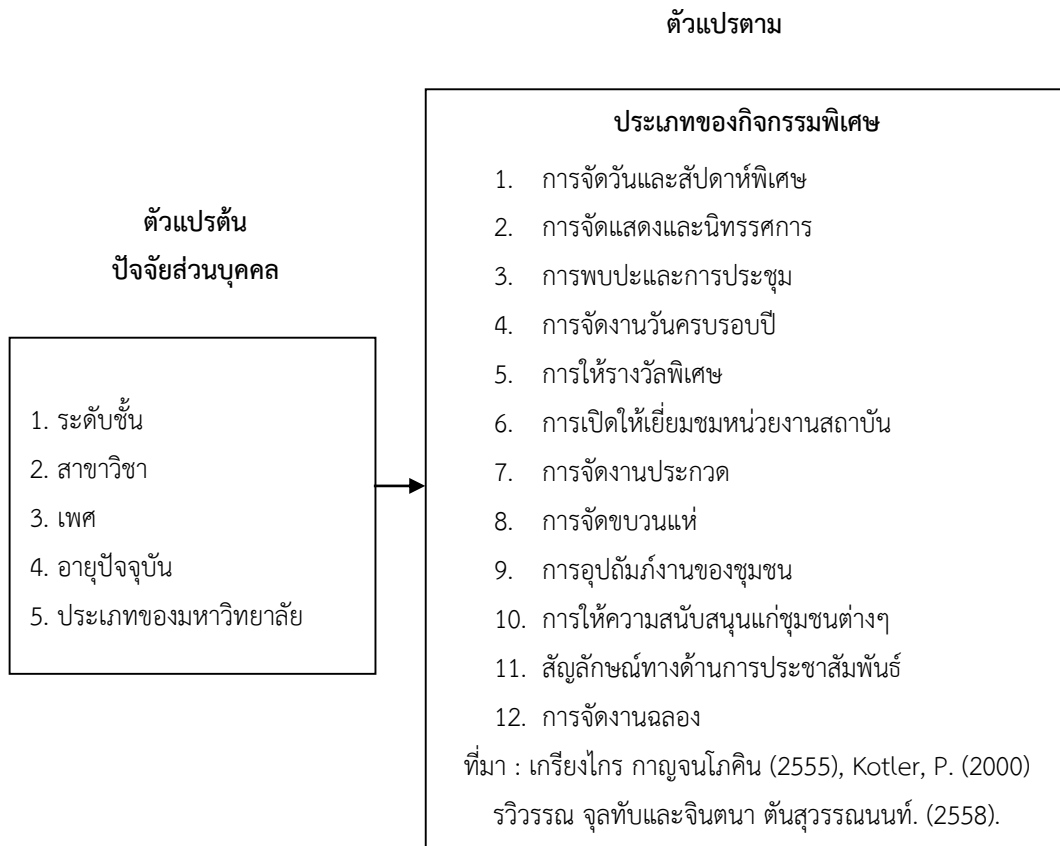
11. สัญลักษณ์ทางการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Personalities) มีรายละเอียด คือ คัดเลือกพนักงานที่มีความโดดเด่น เช่น สวย หล่อ หรือมีรูปลักษณ์ใบหน้าที่จดจำง่าย เป็นที่ชื่นชมของสังคมดำเนินการเป็นตัวแทนหน่วยงาน องค์กรในการดำเนินกิจการออกพบปะผู้คน เพื่อความจดจำหน่วยงานหรือองค์กรที่ผู้แนะนำทำงานอยู่ อาศัยอยู่

มหาวิทยาลัยอาจนำมาใช้ได้ คือ มีตัวแทนที่ออกพบปะสังคมบ่อยๆจนคนจำได้ว่า คือ ใครมาจากมหาวิทยาลัยไหน เช่น จะเป็นอาจารย์หรือนักศึกษา

12. การจัดงานฉลอง (Dedications) มีรายละเอียด ได้แก่ การจัดงานที่มีการพบปะและเฉลิมฉลอง อาจจะมีการเข้าร่วมแสดงความยินดี ร่วมพุดร่วมคุย หรืออาจจะมีการดื่มเครื่องดื่มรับประทานอาหาร ร้องเพลง กล่าวยกย่อง โดยเชิญคนเข้ามาร่วมงาน ตามกลุ่มที่หน่วยงานองค์กรต้องการ

อาจจะนำมาใช้กับมหาวิทยาลัย คือ เมื่อมหาวิทยาลัยจัดฉลองงานอะไร ก็เชิญกลุ่มเป้าหมายนักศึกษาปริญญาตรี หรือผู้ที่จบการศึกษาแล้ว ยังไม่ได้เรียนต่อ เข้ามาร่วมงานด้วย เพื่อเข้าใกล้และเข้าใจมหาวิทยาลัยให้มากขึ้น เชิญคนเข้ามาช่วยเฉลิมฉลองในลักษณะกิจกรรมต่างๆ พบว่า มหาวิทยาลัยควรที่จะมีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ที่ทำหน้าที่การตลาด

กรอบแนวคิดการทำวิจัย



สมมติฐาน

ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมายที่ตัดสินใจเรียนระดับบัณฑิตศึกษาในมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย แตกต่างกัน ความสนใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษในเหตุการณ์พิเศษรูปแบบใหม่ที่มหาวิทยาลัยจัดแตกต่างกัน

วิธีการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2559 ของมหาวิทยาลัยในประเทศไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*power กำหนดการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้สถิติ -test ANOVA โดยมีตัวแปรอิสระคือ ประเภทของมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นตัวแปรที่มีระดับของตัวแปรแยกออกเป็น 3 กลุ่ม กำหนดค่า effect size เท่ากับ 0.25 (อิทธิพลระดับปานกลาง) ค่าความคลาดเคลื่อน (α เท่ากับ 0.05) และค่าอำนาจการทดสอบ power เท่ากับ 0.80 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 159 คน (Faul, Erdfelder, Lang & Buchner, 2007)

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเก็บข้อมูลกับนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงใต้ศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2559

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

1.1 ระดับชั้น

1.2 เพศ

1.3 อายุ

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

ความคิดเห็นการเปิดรับกิจกรรมเหตุการณ์พิเศษ (Special Event) ของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่

- มหาวิทยาลัยจัดวันและสัปดาห์พิเศษ
- มหาวิทยาลัยจัดแสดงและนิทรรศการ
 - มหาวิทยาลัยจัดการพบปะและประชุม
- มหาวิทยาลัยจัดงานวันครบรอบ
- มหาวิทยาลัยให้รางวัลพิเศษ
- มหาวิทยาลัยให้เยี่ยมชมหน่วยงาน องค์กร
- มหาวิทยาลัยจัดงานประกวด
- มหาวิทยาลัยจัดขบวนแห่
- มหาวิทยาลัยให้งานอุปถัมภ์งานของชุมชน
- มหาวิทยาลัยให้การสนับสนุนชุมชน
- มหาวิทยาลัยให้บุคคลแสดงจัดงานด้านการประชาสัมพันธ์
- มหาวิทยาลัยจัดงานฉลอง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเอง โดยชุดแบบสอบถามแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นคำถามแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นการเปิดรับกิจกรรมเหตุการณ์พิเศษของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นมาตราอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการให้ข้อเสนอแนะการจัดการเหตุการณ์พิเศษรูปแบบใหม่ในการประชาสัมพันธ์การศึกษา

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ออกแบบสอบถาม จัดทำ ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
2. นำแบบสอบถามไปทำการสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 159 คน เป็นแบบสอบถามชนิดที่ให้กลุ่มเป้าหมายกรอกคำตอบด้วยตนเอง (Self Administered Questionnaire) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่เดือนมกราคม 2560 ถึง เดือนพฤษภาคม 2560
3. นำแบบสอบถามที่ได้กลับคืน ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละฉบับและดำเนินการขั้นต่อไป หากพบไม่สมบูรณ์จะต้องเก็บใหม่ให้ครบจำนวน
4. ทำการบันทึกรหัสคำตอบในแบบสอบถาม เพื่อประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์
5. นำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางและการบรรยายประกอบ
6. จัดทำ Focus Group กับผู้เกี่ยวข้องเรื่องการบริหารประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมเหตุการณ์พิเศษ
7. ได้ข้อสรุปการจัดกิจกรรมเหตุการณ์พิเศษรูปแบบใหม่ ในการประชาสัมพันธ์การศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ใช้คำนวณหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย \bar{x} และส่วน

เบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยนำเสนอในรูปตารางประกอบการแปลความหมายเชิงบรรยาย เพื่ออธิบายข้อมูลในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับชั้น, สาขาวิชา, เพศ, อายุ, ประเภทของมหาวิทยาลัย

1.2 การเปิดรับกิจกรรมเหตุการณ์พิเศษ (Special Events) ของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาในภาคตะวันออก

2. การวิเคราะห์ เพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยนำข้อมูลมาคำนวณและใช้สถิติวิเคราะห์ดังนี้

สมมติฐานที่นิสิตระดับบัณฑิตศึกษาในภาคตะวันออก ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีการเปิดรับประเภทกิจกรรมเหตุการณ์พิเศษแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติ t-test ระดับชั้น, เพศ, และสถิติแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of Variances) กับกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่าสองกลุ่มขึ้นไป ได้แก่ อายุ และประเภทของมหาวิทยาลัย เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของการเปิดรับประเภทกิจกรรมเหตุการณ์พิเศษของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาในภาคตะวันออก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 สรุปความคิดเห็นของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาต่อการจัดกิจกรรมเหตุการณ์พิเศษ

จากการที่สำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างนิสิตในระดับบัณฑิตศึกษา ร่วมกับ การประชุมกลุ่มของผู้เชี่ยวชาญทางด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ ได้ผลว่ากลุ่มตัวอย่างทุกคนเห็นด้วยกับการจัดกิจกรรมพิเศษ โดยเห็นด้วยกับการจัดกิจกรรมพิเศษสำหรับบัณฑิตศึกษาอยู่ที่ 3 กิจกรรม ดังนี้

อันดับที่ 1 การจัดกิจกรรมพิเศษในรูปแบบการเปิดให้เยี่ยมชมหน่วยงานสถาบัน Open House เป็นกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าระดับความคิดเห็นอยู่ที่ ค่าเฉลี่ย 4.43 และรูปแบบการจัด ควรที่จะมีการบรรยายในหัวข้อต่างๆที่เกี่ยวกับการเรียนการสอน หรือ จำลองสถานการณ์ในการเรียนการสอนจริงเพื่อให้ผู้ที่สนใจได้สัมผัสกับบรรยากาศและเนื้อหาในการเรียน ดังนั้นจะต้องเลือกอาจารย์ที่สามารถสอนแล้วสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ที่สนใจได้ภายในเวลาไม่กี่ชั่วโมงสำหรับการบรรยายและต้องเลือกวิชาที่สนุกและผู้สนใจสามารถเข้าใจได้ง่าย อีกทั้งสิ่งสำคัญที่ควรจะต้องเตรียมการให้เป็นอย่างดีสำหรับการจัด Open house คือ การวางแผนเป้าหมายของกลุ่มที่จะเข้าร่วมงาน การเรียงลำดับงานให้เป็นไปอย่างเข้าใจง่าย

อันดับที่ 2 เป็นการจัดแสดงและนิทรรศการ Display and Exhibitions (ออกบูธ, จัดแสดงสินค้า, นิทรรศการ) เห็นด้วยในระดับมากโดยมีค่าระดับความคิดเห็นอยู่ที่ ค่าเฉลี่ย 3.92 โดยความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นว่าควรที่จะมีการจัดนิทรรศการที่เกี่ยวข้องกับบริบทของคณะนั้นๆ โดยการจัดนิทรรศการให้เป็นไปตามรูปแบบการจัดนิทรรศการแบบชั่วคราว ที่นิยมใช้แสดงเรื่องราว เนื้อหาในเรื่องใดเรื่องหนึ่งในวาระ หรือโอกาสพิเศษ มีระยะเวลาของการจัดแสดงสั้นๆ อาจเป็นเวลา 2-3 วัน หรือ 1 เดือน การจัดนิทรรศการชั่วคราวจะมุ่งเน้นไปยังเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับคณะ หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวบริบทของคณะ โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มผู้ชมเฉพาะกลุ่ม รูปแบบการจัดจึงต้องแปลกใหม่ มีน่าสนใจสูง โดยการสร้างความสนใจจะต้องเริ่มจากการออกแบบบูธให้เข้ากับบริบทของคณะ ต้องสร้าง หน่วยงาน สัญลักษณ์ (logo) ของงาน สโลแกน (slogan) สั้นๆ โดยสโลแกนหรือโลโก้ต้องมีความหมายที่กินใจ และมีสัมผัสพ้องรูปพ้องเสียง และต้องเป็นตัวอักษรที่กระชับ ไม่เล็กหรือไม่ใหญ่จนเกินไป และที่สำคัญต้องมี ภาพ วิดีโอ หุ่นจำลอง หรือแม้กระทั่งอาจารย์ที่สอนอยู่ในคณะนั้นๆ เข้ามาเป็นส่วนประกอบของการออกบูธหรือจัดนิทรรศการด้วยเผื่อดึงดูด การจัดเตรียมสถานที่เป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง ที่ต้องเลือกสถานที่ๆเหมาะสม หากสถานที่ไม่เอื้ออำนวยในการจัดให้ตกแต่งให้สวยงาม

อันดับที่ 3 การจัดงานฉลอง Dedications (จัดงานฉลองและแนะนำหลักสูตรใหม่เห็นด้วยในระดับมาก (3.91) จัดงานเลี้ยงจะต้องเป็นงานเลี้ยงที่ออกสู่สายตาคนภายนอกด้วยดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งว่าจะต้องมีสื่อมวลชนมาเกี่ยวข้องมาเกี่ยวข้อง เพื่อที่จะช่วยประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของงานเลี้ยงที่จัดขึ้นเพื่อแนะนำหลักสูตรใหม่ต่อไป

ตอนที่ 2 สรุปการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของนิสิตระดับบัณฑิตศึกษาต่อการจัดกิจกรรมเหตุการณ์พิเศษจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

จากข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบไปด้วย ระดับชั้นการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา เพศ อายุ และประเภทมหาวิทยาลัย เป็นดังนี้

ระดับชั้นของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม คือระดับปริญญาโทชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 79.9 และปริญญาโทชั้นปีที่ 2 ร้อยละ 17.5 นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา มีความคิดเห็นต่อประเภทการจัดกิจกรรมเหตุการณ์พิเศษ 12 กิจกรรมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นแต่ละกิจกรรม จำนวน 12 กิจกรรม พบว่า นิสิตระดับปริญญาโทและปริญญาเอก เห็นด้วยกับการจัดกิจกรรม 3 อันดับแรกช่วยให้ นิสิตบอกต่อคนมาเรียนในระดับบัณฑิตศึกษา ดังนั้นอันดับ 1 Open house (จัดงาน open house) อันดับ 2 Display and Exhibitions (ออกบูธ, จัดแสดงสินค้า, นิทรรศการ) อันดับ 3 Dedications (จัดงานฉลองและแนะนำหลักสูตรใหม่)

นิสิตเพศชายและหญิง มีความคิดเห็นต่อประเภทการจัดกิจกรรมเหตุการณ์พิเศษ 12 กิจกรรมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นแต่ละกิจกรรม จำนวน 12 กิจกรรม พบว่า นิสิตเพศชายและหญิง เห็นด้วยกับการจัดกิจกรรม 3 อันดับแรกช่วยให้นิสิตบอกต่อคนมาเรียนในระดับบัณฑิตศึกษา ดังนี้ อันดับ 1 Open house (จัดงาน open house) อันดับ 2 Display and Exhibitions (ออกบูธ, จัดแสดงสินค้า, นิทรรศการ) อันดับ 3 Dedications (จัดงานฉลองและแนะนำหลักสูตรใหม่)

นิสิตที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อ ประเภทการจัดกิจกรรมเหตุการณ์พิเศษ 12 กิจกรรมแตกต่างกัน เมื่อแยกประเภทการจัดกิจกรรมที่แตกต่างกัน พบว่า อายุ 24 – 39 ปี และอายุ 55 ปีขึ้นไป ช่วยบอกต่อคนมาเรียนฯ น้อยกว่า อายุ นิสิตอายุ 40-55 ปี ในการจัดกิจกรรม 8 ประเภท ดังนี้ 1.การจัดวันและสัปดาห์พิเศษ (Special Days and Weeks) 2.การจัดแสดงและนิทรรศการ (Display and Exhibitions) 3.การจัดงานวันครบรอบปี (Anniversaries) 4.การจัดขบวนแห่ (Parades and Pageants) 5.การอุปถัมภ์งานของชุมชน (Sponsored Community Events) 6.การให้ความสนับสนุนแก่ชุมชนต่างๆ (Sponsored Organization) 7.สัญลักษณ์ทางการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Personalities) 8.การจัดงานฉลอง (Dedications)

ตอนที่ 3 สรุปรูปแบบการจัดกิจกรรมเหตุการณ์พิเศษรูปแบบใหม่ในการประชาสัมพันธ์ การศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษา

การจัดกิจกรรมพิเศษในรูปแบบการเปิดให้เยี่ยมชมหน่วยงานสถาบัน Open House เป็นกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุด การจัดงาน Open House ระดับมากที่สุด และการเปิดให้หน่วยงานภายนอกมาดูงาน รูปแบบการจัด ควรที่จะมีการบรรยายในหัวข้อต่างๆที่เกี่ยวกับการเรียนการสอน หรือ จำลองสถานการณ์ในการเรียนการสอนจริงเพื่อให้ผู้ที่สนใจได้สัมผัสกับบรรยากาศและเนื้อหาในการเรียน ดังนั้นจะต้องเลือกอาจารย์ที่สามารถสอนแล้วสร้างความประทับใจให้แก่ผู้สนใจได้ภายในเวลาไม่กี่ชั่วโมงสำหรับการบรรยายและต้องเลือกวิชาที่สนุกและผู้สนใจสามารถเข้าใจได้ง่าย อีกทั้งสิ่งสำคัญที่ควรจะต้องเตรียมการให้เป็นอย่างดีสำหรับการจัด Open house คือ การวางแผนเป้าหมายของกลุ่มที่จะเข้าร่วมงาน การเรียงลำดับงานให้เป็นไปอย่างเข้าใจง่าย

ดังนั้น คณะ วิทยาลัย จะต้องมีการพัฒนาทุกรูปแบบเพื่อให้เห็นเป็นรูปธรรม เช่น กำหนดแผนงาน เพื่อใช้เป็นกฎเกณฑ์ในการกำหนดมาตรฐานคุณภาพ สามารถแสดงให้เห็นด้วยเอกสาร ภาพถ่าย ภาพเคลื่อนไหว ชี้นงาน ให้ตรวจสอบได้ตลอดเวลา และเมื่อถึงเวลาเหมาะสมก็นำมาแสดงในวัน Open House การจัดกิจกรรมทดลองเรียนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรที่เปิดสอน ก็เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่จะต้องจะมีในกิจกรรม open house ด้วย อีกทั้งต้องแสดงศักยภาพของ

คณาจารย์โดยให้คณาจารย์คอยให้คำปรึกษาในบริบทที่เกี่ยวข้องกับคณะ เช่นคณะบริหารธุรกิจ คณาจารย์อาจจะให้คำปรึกษาในวันที่จัดกิจกรรมเปิดบ้าน โดยการใช้คำปรึกษาทางด้านการตลาด แก่ธุรกิจ ให้คำปรึกษาเรื่องการจัดกำลังคนในการทำงาน หรือให้คำปรึกษาเรื่องการทำงานงบประมาณ เป็นต้น ทั้งนี้ก็จะช่วยให้ผู้ที่สนใจ จะเข้าศึกษาต่อตัดสินใจเข้าศึกษาต่อได้ง่ายยิ่งขึ้น

อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการสรุปผลสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

การจัดกิจกรรมพิเศษในรูปแบบการเปิดให้เยี่ยมชมหน่วยงานสถาบัน Open House เป็นกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยต่อการจัดงาน Open House ระดับมากที่สุด และการเปิดให้หน่วยงานภายนอกมาดูงาน ระดับมาก ดังที่ Leonard H. Hoyle (2012) กล่าวว่า การเปิดให้เยี่ยมชมสถาบัน ประชาชน การเปิดให้เยี่ยมชมสถาบันนี้จะต้องเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไป ทุกกลุ่ม ทุกอาชีพ เข้าเยี่ยมชม มิใช่เปิดให้ชมแต่เฉพาะประชาชนบางกลุ่ม ก็ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกว่า ลำเอียง หรือ เลือกที่รักมักที่ชัง และรูปแบบการจัด ควรที่จะมีการบรรยายในหัวข้อต่างๆที่เกี่ยวกับการเรียนการสอน หรือ จำลองสถานการณ์ในการเรียนการสอนจริง เพื่อให้ผู้ที่สนใจได้สัมผัสกับบรรยากาศและเนื้อหาในการเรียน ดังนั้นจะต้องเลือกอาจารย์ที่สามารถสอนแล้วสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ที่สนใจได้ภายในเวลาไม่กี่ชั่วโมงสำหรับการบรรยายและต้องเลือกวิชาที่สนุกและผู้สนใจสามารถเข้าใจได้ง่าย สอดคล้องกับ กมล ชัยวัฒน์ (2551). ที่ว่าการเข้าเยี่ยมชมเสมอ เช่น กลุ่มนักเรียน นิสิตนักศึกษา กลุ่มเกษตรกร กลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มสื่อมวลชน เป็นต้น ซึ่งบริษัทก็จะนำชมกิจการต่างๆ เช่น นำชมหน่วยงานแผนกต่างๆ นำชมโรงงาน การแสดงสาธิตต่างๆ ระบบการทำงาน รวมทั้งการบรรยายสรุปในห้องประชุมหรือฉายภาพยนตร์ให้ดูประกอบด้วย อีกทั้งสิ่งสำคัญที่ควรจะต้องเตรียมการให้เป็นอย่างดีสำหรับการจัด Open house คือ การวางแผนเป้าหมายของกลุ่มที่จะเข้าร่วมงาน การเรียงลำดับงานให้เป็นไปอย่างเข้าใจง่าย

การจัดแสดงและนิทรรศการ Display and Exhibitions (ออกบูธ, จัดแสดงสินค้า ,นิทรรศการ) โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยต่อการจัดงานแสดงสินค้า ระดับมาก รองลงมาเป็นการจัดนิทรรศการ โดยความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นว่าควรที่จะมีการจัดนิทรรศการที่เกี่ยวข้องกับบริบทของคณะนั้นๆ โดยการจัดนิทรรศการให้เป็นไปตามรูปแบบการจัดนิทรรศการแบบชั่วคราว ที่นิยมใช้แสดงเรื่องราว เนื้อหาในเรื่องใดเรื่องหนึ่งในวาระ หรือโอกาสพิเศษ มีระยะเวลาของการจัดแสดงสั้นๆอาจเป็นเวลา 2-3 วัน หรือ 1 เดือน การจัดนิทรรศการชั่วคราวจะมุ่งเน้นไปยังเนื้อหา ข้อมูลเกี่ยวกับคณะ หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวบริบทของคณะ โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มผู้ชมเฉพาะกลุ่ม รูปแบบการจัดจึงต้องแปลกใหม่ มีน่าสนใจสูง โดยการสร้างความสนใจจะต้องเริ่มจากการออกแบบ

บุทให้เข้ากับบริบทของคุณะ ต้องสร้าง หน่วยงาน สัญลักษณ์ (logo) ของงาน สโลแกน (slogan) สั้นๆ โดยสโลแกนหรือโลโก้ต้องมีความหมายที่กินใจ และมีสัมผัสพ้องรูปพ้องเสียง และต้องเป็นตัวอักษรที่กระชับ ไม่เล็กหรือไม่ใหญ่จนเกินไป และที่สำคัญต้องมี ภาพ วิดีโอ ฟუნ์จำลอง หรือแม้กระทั่งอาจารย์ที่สอนอยู่ในขณะนั้นๆ เข้ามาเป็นส่วนประกอบของการออกบูธหรือจัดนิทรรศการด้วยเพื่อดึงดูด การจัดเตรียมสถานที่เป็นสิ่งสพคัญอีกประการหนึ่ง ที่ต้องเลือกสถานที่ๆเหมาะสม หากสถานที่ไม่เอื้ออำนวยในการจัดให้ตกแต่งให้สวยงาม

การจัดงานฉลอง Dedications จัดงานฉลองและแนะนำหลักสูตรใหม่ เห็นด้วยในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยต่อการจัดงานฉลองและแนะนำหลักสูตรใหม่ ระดับมาก งานจัดงานเลี้ยงจะต้องเป็นงานเลี้ยงที่ออกสู่สายตาคนภายนอกด้วยดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งว่าจะต้องมีสื่อมวลชนมาเกี่ยวข้องมาเกี่ยวข้อง เพื่อที่จะช่วยประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของงานเลี้ยงที่จัดขึ้นเพื่อแนะนำหลักสูตรใหม่ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ในการจัดกิจกรรม การจัดรูปแบบเหตุการณ์พิเศษรูปแบบใหม่ในการประชาสัมพันธ์ การศึกษาต่อในระดับบัณฑิตศึกษา โดยเหตุการณ์พิเศษที่จัดขึ้นแล้วสามารถมีการบอกต่อหรือมีประสิทธิผลได้นั้นคือการจัด Open house (จัดงาน open house) โดยให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ซึ่งเป็นการจัดเปิดให้ผู้สนใจเข้าเรียนมาศึกษาบรรยากาศในการเรียนการสอน ประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ ดังนั้นผู้ที่มีความสนใจในเรื่องนี้สามารถนำผลการสังเคราะห์ของผู้วิจัยเป็นข้อมูลในการเลือกหรือตัดสินใจที่จะจัดกิจกรรมเหตุการณ์พิเศษ สำหรับหน่วยงานของท่าน และชักชวนหรือประชาสัมพันธ์โดยเน้นสื่อออนไลน์ ในการชักชวนปลชกชวนด้วยบุคคล โดยอาศัยศิษย์เก่า ในการบอกต่อ โดยการให้ศิษย์เก่า ในการที่ผู้เข้ามาได้รับของที่ระลึก

1.2 การจัดงานฉลองเพื่อแนะนำหลักสูตรใหม่ นั้นควรคำนึงความคุ้มค่าที่จะได้รับจากการจัดกิจกรรมนี้ อย่างไรก็ตาม จากผลการวิจัยการจัดงานฉลองจะสำเร็จได้ จะต้องมื่อมวชนมาทำข่าวให้เกิดการกระจายออกสู่สายตาประชาชน ดังนั้น คณะ วิทยาลัย หรือมหาวิทยาลัย จะต้องมีการเลือกสื่อมวลชนให้ตรงกับความต้องการเพราะสื่อมวลชนนั้นมีทั้งระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และประเทศ และมีการลงชื่อผู้สนใจพร้อมขอรายละเอียด เช่น เบอร์โทรศัพท์ ID Line หรือ E-mail เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

2.1 มหาวิทยาลัยที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน เช่นกลุ่มภาคตะวันออก ควรที่จะมีการประชุมร่วมกัน โดยที่ในอนาคตค่อย ๆ ปรับหลักสูตร ให้แตกต่างกันงานสภาพความสามารถของอาจารย์ และโอกาสที่จะมีนักศึกษาต่อ ซึ่งจะมีโอกาส ทำให้แต่ละมหาวิทยาลัยมีคนเข้าเรียนเฉลี่ยๆไปทุกมหาวิทยาลัย

3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

3.1 จากผลการสังเคราะห์พบว่าการจัด Open house (จัดงาน open house) เป็นกิจกรรมที่ดีที่สุดที่สามารถทำได้ นิสิต นักศึกษาสามารถบอกต่อกันและมีประสิทธิภาพมาก ดังนั้นจึงควรมีการจัดการวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบของการจัด Open house และกิจกรรมต่างๆที่ส่งผลต่ออัตราการเข้ามาสมัครเรียน

รายการอ้างอิง

- กมล ชัยวัฒน์ . (2551). *การโฆษณาและส่งเสริมการตลาด*. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล
- กระทรวงศึกษาธิการ. สำนักคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. นโยบายสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ปี งบประมาณ 2558. กรุงเทพฯ ฯ
- เกรียงไกร กาญจนะโกคิน. (2555). *Event Marketing*. กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพฯธุรกิจ.
- รวิวรรณ จุฑาทับและจินตนา ตันสุวรรณนนท์. (2558). **กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสถาบันอุดมศึกษาเขตภูมิภาคใต้**. บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. ปทุมธานี.
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A.- G.& Buchner, A. (2007). G*Power.3: A flexible statistical power analysis programe for the social, behavioral, and biomedical science. *BehaviorResearch Methods*, 39, 175-191.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management: Analyzingconsumer marketing and Buyer behavior (The Millennium)*. New Jersey:Prentice Hall.
- Leonard H. Hoyle (2012) *Event Marketing*, United States of America, OHN WILEY & SONS, INC.