

**กลยุทธ์และสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อ  
คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา**  
**Strategies and Public Relations Media Affecting Decision-making on  
Pursuing the Bachelor Degree in School of Medical Science at  
University of Phayao**

นิภาพร ต้นเครือ<sup>1\*</sup>  
Nipaporn TanKreua<sup>1\*</sup>

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี และ 2) กลยุทธ์สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อ คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนิสิตใหม่ชั้นปีที่ 1 จำนวน 202 คน และกลุ่มผู้บริหาร จำนวน 5 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาวิจัย สถิติที่ใช้ ได้แก่ แจกแจงความถี่และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากการวิจัยพบว่า 1) สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนิสิตมากที่สุด คือ การเข้าและแนวทางการศึกษาในโรงเรียนของมหาวิทยาลัยพะเยา/คณะ คิดเป็นร้อยละ 72.77 รองลงมา คือ สื่อแผ่นพับ/แผ่นปลิวและสื่อสังคมออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (เฟซบุ๊ก, ทวิตเตอร์) คิดเป็นร้อยละ 48.51 ในส่วนของเนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาต่อมากที่สุด ได้แก่ ด้านสถานที่ ในเรื่องภูมิทัศน์สวยงามร่มรื่น และการแนะแนวเพื่อสมัครเข้าศึกษาต่อ ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น เว็บไซต์ และ เฟซบุ๊ก ของมหาวิทยาลัยและคณะ (4.24±0.77) รองลงมา คือ ด้านคณาจารย์มีความรู้ความสามารถตรงกับหลักสูตรที่สอน (4.13±0.78) 2) กลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความต้องการมากที่สุด คือด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยผู้บริหารมีความต้องการในการปรับปรุงเว็บไซต์ของคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ ให้มีความทันสมัย ทั้งภาษาไทย/อังกฤษรวมทั้งเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่าน เฟซบุ๊ก/ทวิตเตอร์/ สื่อโซเชียลอื่นๆ เชิงรุก นอกจากนี้ยังมีความต้องการในการเพิ่มพื้นที่การเข้าแนะแนวการศึกษาในโรงเรียนอีกด้วย

**คำสำคัญ:** กลยุทธ์และสื่อประชาสัมพันธ์ การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา

**Abstract**

The objectives of this research were 1) to study the public relations media affecting decision-making on pursuing the bachelor degree, and 2) to investigate the public relations strategies affecting decision-making of executive faculty members in School of Medical Science at University of Phayao. The research population consisted of two groups: 1) 202 first-year students, and 2) 5 executives faculty. Research tool was questionnaire, the inferential statistics for data analysis were frequency and percentage distribution, and mean and standard deviation. The research found that 1) the most public relations media affecting decision-making on pursuing the bachelor degree is access to educational guidance in schools of the university of phayao/faculties which was 72.77 percent, followed by brochures/flyers and social media on the Internet (facebook, twitter) which was 48.51 percent. The content of public relations affecting decision-making on pursuing the bachelor degree: location, the landscape is beautiful and shady and guidance through public relations media such as websites and facebook of the university and faculty (4.24±0.77), followed by professors teaching have knowledge and ability match the

<sup>1</sup> คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา พะเยา 56000

<sup>1</sup> Educator School of Medical sciences University of Phayao, Phayao, 56000

\*Corresponding author: e-mail: Tudu\_1991@windowslive.com

Received: October 2, 2021, Accepted: October 18, 2021, Published: January 8, 2022



course taught (4.13±0.78). 2) The most public relations media use strategies: electronic media, there is a need to improve the website in school of medical science. To be update in both thai/english language, as well as increase public relations through facebook/twitter/other social media are also proactive. There is also a need to increase educational guidance areas in schools.

**Keywords:** strategies and public relations media, decision-making, School of Medical Science, University of Phayao

## บทนำ

คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา ได้เปิดสอนทั้งหมด 3 หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาจุลชีววิทยา หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาชีวเคมี และหลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาโภชนาการและการกำหนดอาหาร ซึ่งจากปัญหาจำนวนประชากรในประเทศวัยเด็กที่มีอัตราการลดลงอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563) ทำให้เห็นได้ว่าสถาบันระดับอุดมศึกษามีอัตราการแข่งขันกันมากขึ้นในการดึงดูดนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่กำลังจะสำเร็จการศึกษา ซึ่งเห็นได้จากอัตราการสมัครเข้าศึกษาต่อหลักสูตรภายในคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์มีจำนวนที่ลดลงในปีที่ผ่านมาและมีอัตราการออกกลางคันที่ค่อนข้างสูง (รายงานการประเมินตนเองตามเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (EdPEX) (คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา, 2562)) เพื่อเพิ่มโอกาสและมีทางเลือกในการตัดสินใจเลือกสถานศึกษามากขึ้นนั้น ในการรับสมัครเข้าศึกษาปีการศึกษา 2563 ทางคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาหาแนวทางกลยุทธ์ที่สำคัญที่จะให้นักเรียนกลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา ซึ่งได้มีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ หลายช่องทาง เช่น ส่งแผ่นพับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์หลักสูตรที่เปิดสอนไปยังสถานศึกษา เว็บไซต์คณะ เผยแพร่วิดีโอแนะนำคณะผ่านสื่อออนไลน์ เพจเฟซบุ๊ก การจัดกิจกรรมแนะแนวสัญจร การออกบูธแนะนำคณะและหลักสูตรร่วมกับทางมหาวิทยาลัยพะเยา กิจกรรมเปิดบ้านวิทย์แพทย์ ค่าวิทยศาสตร์การแพทย์ และต้อนรับการเข้าศึกษาดูงานของโรงเรียนต่าง ๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้นักเรียนกลุ่มเป้าหมายได้เข้าถึงสภาวะแวดล้อมภายในมหาวิทยาลัย คณะ หลักสูตร และสาขาวิชาต่าง ๆ ที่ได้ทำการจัดการเรียนการสอนขึ้น เพื่อให้นักเรียนรับทราบข้อมูลมีความเข้าใจและเป็นแนวทางในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา มากขึ้น

จากสภาวะทางการตลาดอุดมศึกษาไทยมีอัตราการแข่งขันด้านกลยุทธ์การรับเข้าของนิสิตในสถาบันต่าง ๆ นั้น พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์มีผลอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจในการเข้าศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัย ซึ่งนอกจากจะทำให้คณะมีชื่อเสียงแล้ว ยังสามารถสร้างแบรนด์หรืออัตลักษณ์ให้เป็นที่รู้จัก ส่งผลให้นักเรียนมีความเข้าใจในสาขาวิชาที่เรียนรวมถึงอาชีพในอนาคตอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ บัณฑิตและเยาวภา (2560) ที่พบว่า การตลาดทางตรง ผ่านการสื่อสารการให้ข้อมูลของมหาวิทยาลัยในทุกช่องทางที่เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้ข้อมูลเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและการสร้างคุณค่าทางแบรนด์ของมหาวิทยาลัย โดยการสร้างให้ผู้เรียนรู้สึกพึงพอใจ ไว้วางใจ และมั่นใจ ผู้เรียนจะรับรู้ถึงคุณค่าและคุณภาพของมหาวิทยาลัยและบอกต่อ ดังนั้นการศึกษากลยุทธ์สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งจากผลการศึกษาที่ได้จะใช้เป็นแนวทางของคณะฯ ในการกำหนดนโยบายวางแผนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่หลักสูตรภายในคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ เพื่อเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจในการเลือกศึกษาต่อภายในคณะฯ ของนักเรียนกลุ่มเป้าหมายต่อไปในอนาคต

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา

## ระเบียบวิธีวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบไปด้วย 2 กลุ่ม คือ 1) นิสิตใหม่ที่สมัครเข้าศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา ชั้นปีที่ 1 จำนวน 202 คน จากจำนวนนิสิตใหม่ทั้งหมด 274 คน ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครจซี่และมอร์แกน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายในการเก็บรวบรวมข้อมูล และ 2) ผู้บริหารคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา จำนวน 5 คน ได้แก่ คณบดี และรองคณบดี จำนวน 4 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบไปด้วยเครื่องมือจำนวน 2 ชุด คือ

1. แบบสอบถามนิสิตใหม่ที่สมัครเข้าศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา ชั้นปีที่ 1 ในภาคการศึกษาที่ 1 ประกอบไปด้วย 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปนิสิตใหม่ที่สมัครเข้าศึกษาต่อ ได้แก่ เพศ รอบสมัครเข้าศึกษา หลักสูตร ภูมิภาค  
ตอนที่ 2 ความต้องการสื่อสารสัมพันธ์ของผู้สมัครเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา รวม 4 ด้าน เป็นคำถามชนิดเลือกตอบ โดยเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ตามแนวของ likert scale คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีค่าเท่ากับ 5, 4, 3, 2 และ 1 ตามลำดับ ประกอบด้วย

- สื่อสารสัมพันธ์ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 4 ข้อ
- สื่อสารสัมพันธ์ประเภทอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 4 ข้อ
- สื่อสารสัมพันธ์ประเภทบุคคล จำนวน 3 ข้อ
- สื่อสารสัมพันธ์ประเภทสื่อกิจกรรมพิเศษ จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 3 สื่อสารสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา ประกอบด้วย

- ด้านสื่อสารสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี เป็นแบบปลายปิดแบบเลือกตอบ จำนวน 4 ข้อ  
- ด้านเนื้อหาของสื่อสารสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีค่าเท่ากับ 5, 4, 3, 2 และ 1 ตามลำดับ จำนวน 5 ข้อ

2. แบบสอบถามสำหรับผู้บริหารคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริหารคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา ตำแหน่ง ประสบการณ์ทำงานในคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์

ตอนที่ 2 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ตามแนวของ likert scale คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีค่าเท่ากับ 5, 4, 3, 2 และ 1 ตามลำดับ ประกอบด้วย

- ประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา จำนวน 4 ข้อ
- กลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดถึงข้อเสนอแนะต่อกลยุทธ์สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา

### การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามทั้ง 2 ชุด ผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน และหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้วัดความสอดคล้อง (IOC) ได้เท่ากับ 0.97 และเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 มาใช้เป็นข้อคำถาม และมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ 0.781 พร้อมผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยพะเยา เลขที่การรับรอง 2.1/088/63 จึงดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

ที่ใช้ในการวิจัย โดยชี้แจงกลุ่มตัวอย่างให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย ซึ่งกลุ่มวิจัยมีสิทธิที่จะตอบหรือปฏิเสธการเข้าร่วมวิจัยได้โดยไม่มีผลกระทบใด ๆ และกลุ่มวิจัยสามารถยุติการให้ข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่จำเป็นต้องแจ้งล่วงหน้า ซึ่งผู้วิจัยจะเก็บแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาไว้ในที่ปลอดภัยเป็นความลับ และดำเนินการทำลายเมื่อสิ้นสุดการวิจัย

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การเก็บข้อมูลจากนิสิตใหม่ que เลือกเข้าศึกษาต่อคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา ชั้นปีที่ 1 เนื่องจากมหาวิทยาลัยออกประกาศจัดการเรียนการสอนออนไลน์ ทำให้นิสิตไม่สามารถเข้ามาเรียนในมหาวิทยาลัยพะเยาเพื่อเฝ้าระวังการระบาดของโรคโควิด 19 (COVID-19) ผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามใน Google forms สร้าง QR Code โดยขอความร่วมมือจากนิสิตใหม่ตอบแบบสอบถาม ผ่านทางช่องทาง Facebook และ Line กลุ่มชั้นปีที่ 1 มีจำนวนสมาชิกนิสิตชั้นปีที่ 1 จำนวน 274 คน และเมื่อได้รับการตอบกลับมา ตรวจสอบเช็คความสมบูรณ์และจำนวนที่ต้องการ หากมีการตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วนตามจำนวนที่ต้องการ ก็ต้องดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลใหม่อีกครั้ง โดยได้รับการตอบกลับข้อมูลจำนวน 202 คน 2) การศึกษากลยุทธ์ของผู้บริหาร คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา จำนวน 5 คน ตอบแบบสอบถาม ผ่านแบบสอบถามใน Google forms สร้าง QR Code เนื่องจากเป็นช่วงระลอกการระบาดของโรคโควิด 19 (COVID-19) โดยขอความอนุเคราะห์การตอบแบบสอบถามผ่านช่องทาง Email

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มนิสิตใหม่ที่เลือกเข้าศึกษาต่อ ชั้นปีที่ 1 ในส่วนข้อมูลพื้นฐาน ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ด้านความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และด้านสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาต่อ ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มผู้บริหาร คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา ในส่วนข้อมูลทั่วไปของผู้บริหาร ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และด้านข้อเสนอแนะต่อกลยุทธ์สื่อประชาสัมพันธ์เป็นคำถามปลายเปิดเชิงคุณภาพ

## ผลการวิจัย

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

#### 1. ข้อมูลพื้นฐานของนิสิตใหม่ที่เลือกเข้าศึกษาต่อ ชั้นปีที่ 1

จากการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนิสิตเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 87.62 มีภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ในภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 59.41 โดยเป็นนิสิตที่สมัครเข้าศึกษาในรอบ TCAS 3 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.15 และสมัครในหลักสูตรจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.07 เมื่อสอบถามความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้สมัครเข้าศึกษาต่อ พบว่า มีความต้องการสื่อสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมา คือ สื่อบุคคล คือ ครู/อาจารย์แนะแนว รองลงมา คือ ต้องการการแนะแนวการศึกษาในโรงเรียนโดยมหาวิทยาลัย/คณะ และต้องการสื่อโปสเตอร์น้อยที่สุด

#### 2. ข้อมูลพื้นฐานของผู้บริหาร

จากการวิจัยสอบถามในด้านประสบการณ์การทำงานในคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา จากคณบดี คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ รองคณบดีฝ่ายบริหารและวางแผน รองคณบดีฝ่ายวิชาการประกันคุณภาพและสหกิจศึกษา รองคณบดีฝ่ายวิจัยและนวัตกรรม และรองคณบดีฝ่ายคุณภาพนิสิต พบว่า ประสบการณ์การทำงานในคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา จำนวน 1.6, 11, 10, 8, 7.6 ปีตามลำดับ

### ส่วนที่ 2 สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา

#### 1. ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาต่อ

จากการวิจัยพบว่า ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจมากที่สุดคือ แผ่นพับ/แผ่นปลิว และสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีผลการตัดสินใจมากที่สุด ได้แก่ สังคมออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (เฟซบุ๊ก, ทวิตเตอร์)

คิดเป็นร้อยละ 48.51 ส่วนสื่อกิจกรรมพิเศษที่ส่งเสริมการตัดสินใจมากที่สุด คือ การเข้าแนะแนวการศึกษาในโรงเรียนของมหาวิทยาลัยพะเยา/คณะ คิดเป็นร้อยละ 72.77 และบุคคลที่ส่งเสริมการตัดสินใจในการเลือกคณะมากที่สุด คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 41.08 (ตารางที่ 1)

**ตารางที่ 1** จำนวนและร้อยละของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาต่อคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา (n=202)

สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาต่อ	จำนวน	ร้อยละ
<b>1) สื่อสิ่งพิมพ์</b>		
แผ่นพับ/แผ่นปลิว	98	48.51
โปสเตอร์	50	24.75
ป้ายโฆษณา	31	15.35
สื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ เช่นเอกสารการสอน ให้ความรู้ ฯลฯ	15	7.43
ป้ายไว้นิล	8	3.96
<b>2) สื่ออินเทอร์เน็ต</b>		
สังคมออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (เฟซบุ๊ก, ทวิตเตอร์)	98	48.51
เว็บไซต์ของคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา <a href="http://www.medsci.up.ac.th">www.medsci.up.ac.th</a>	71	35.15
เว็บไซต์อื่น ๆ ที่นำเสนอข่าวสารของคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา	32	15.84
สื่ออินเทอร์เน็ต อื่น ๆ เช่น Dek-d, VDO แนะนำคณะใน YouTube ฯลฯ	1	0.50
<b>3) สื่อกิจกรรมพิเศษ</b>		
การเข้าแนะแนวการศึกษาในโรงเรียนของมหาวิทยาลัยพะเยา/คณะ	147	72.77
การจัดนิทรรศการร่วมกับกิจกรรมของโรงเรียน	23	11.39
การออกหน่วยรับสมัครนิสิตเคลื่อนที่	19	9.41
สื่อกิจกรรมพิเศษ อื่น ๆ ค่ายวิชาการ จัดงานวิ่ง ฯลฯ	8	3.95
การจัดนิทรรศการร่วมกับงานประจำปี งานประเพณีท้องถิ่น	5	2.48
<b>4) สื่อบุคคล</b>		
ตนเอง	83	41.08
ครู/อาจารย์แนะแนว	33	16.34
เพื่อน/รุ่นพี่	31	15.35
บุคลากรคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา	29	14.35
ผู้ปกครอง/ญาติ	25	12.38
สื่อบุคคล อื่น ๆ เช่น Youtubers การรื้อวีว ฯลฯ	1	0.50

## 2. ด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาต่อ

จากการวิจัยพบว่า โดยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ( $3.94 \pm 0.83$ ) เมื่อพิจารณาตามด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า ในด้านภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา มีกิจกรรมช่วยเหลือชุมชน ที่ส่งเสริมการตัดสินใจในการสมัครเข้าศึกษาต่อ ในระดับปานกลาง ( $3.89 \pm 0.81$ ) ส่วนเรื่องสถานที่ตั้ง พบว่า ภูมิทัศน์สวยงามร่มรื่น ที่ส่งเสริมการตัดสินใจในการสมัครเข้าศึกษาต่อ อยู่ในระดับมาก ( $4.24 \pm 0.77$ ) ด้านการเรียนการสอน พบว่า เป็นหลักสูตรที่เน้นทางด้านวิชาชีพและการปฏิบัติการ ที่ส่งเสริมการตัดสินใจ อยู่ในระดับมาก ( $4.04 \pm 0.78$ ) ด้านช่องทางการประชาสัมพันธ์ในการแนะแนวเพื่อสมัครเข้าศึกษาต่อ พบว่า ผู้สมัครเข้าศึกษาต่อมีการตัดสินใจสมัครกับการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น เว็บไซต์และเฟซบุ๊กของมหาวิทยาลัยและคณะ ส่งเสริมการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ( $4.24 \pm 0.70$ ) และด้านบุคลากร พบว่า คณาจารย์มีความรู้ความสามารถตรงกับหลักสูตรที่สอน ส่งเสริมการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ( $4.13 \pm 0.78$ ) (ตารางที่ 2)

**ตารางที่ 2** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาต่อคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา (n=202)

เนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาต่อ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
<b>1) ด้านภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา</b>			
มีกิจกรรมช่วยเหลือชุมชน	3.89	0.81	ปานกลาง
มีชื่อเสียงได้รับการยอมรับ	3.88	0.74	ปานกลาง
มีการจัดสรรทุนการศึกษา	3.79	0.83	ปานกลาง
<b>2) ด้านสถานที่ตั้ง</b>			
มีภูมิทัศน์สวยงามร่มรื่น	4.24	0.77	มาก
มีอาคารและห้องเรียนเพียงพอต่อจำนวนนิสิต	4.12	0.77	มาก
มีความปลอดภัยจากสภาพแวดล้อม	4.10	0.73	มาก
มีพื้นที่เพียงพอและสะดวกต่อการทำกิจกรรม	4.09	0.78	มาก
อยู่ใกล้กับภูมิลำเนา สะดวกต่อการเดินทาง	3.45	1.15	ปานกลาง
<b>3) ด้านการเรียนการสอน</b>			
เป็นหลักสูตรที่เน้นทางด้านวิชาชีพและการปฏิบัติการ	4.04	0.78	มาก
มีห้องเรียน อุปกรณ์การเรียน และห้องปฏิบัติการที่เพียงพอและทันสมัย	3.97	0.78	ปานกลาง
หลักสูตรมีความทันสมัยตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน	3.86	0.77	ปานกลาง
<b>4) ด้านช่องทางการประชาสัมพันธ์ในการแนะแนวเพื่อสมัครเข้าศึกษาต่อ</b>			
ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น เว็บไซต์และเฟซบุ๊ก ของมหาวิทยาลัยและคณะ	4.24	0.70	มาก
ผ่านครูแนะแนวหรือครูที่ปรึกษาแนะนำ	3.92	0.93	ปานกลาง
ผ่านการแนะแนวสัณจรจากมหาวิทยาลัยและคณะ	3.86	0.87	ปานกลาง
ผ่านรุ่นพี่ หรือเพื่อนสนิท	3.85	0.99	ปานกลาง
ผ่านแผ่นพับสื่อประชาสัมพันธ์จากมหาวิทยาลัยและคณะ	3.72	0.91	ปานกลาง
ผ่านผู้ปกครอง ญาติ หรือคนรู้จัก	3.60	1.03	ปานกลาง
<b>5) ด้านบุคลากร</b>			
คณาจารย์มีความรู้ความสามารถตรงกับหลักสูตรที่สอน	4.13	0.78	มาก
คณาจารย์มีบุคลิกภาพที่ดี น่าเชื่อถือ	4.09	0.77	มาก
ความมีชื่อเสียงของคณาจารย์	3.90	0.78	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.94</b>	<b>0.83</b>	<b>ปานกลาง</b>

**ส่วนที่ 3** กลยุทธ์สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา

1. การประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา  
ภาพรวมความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ( $4.29 \pm 0.61$ ) เมื่อพิจารณาตามประเด็นการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า สื่อกิจกรรมพิเศษ ผู้บริหารมีความพึงพอใจการเข้าแนะแนวการศึกษาต่อในโรงเรียน ของมหาวิทยาลัย/คณะมากที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $4.80 \pm 0.27$ ) รองลงมา สื่อสิ่งพิมพ์ ผู้บริหารมีความพึงพอใจด้านเอกสารแผ่นพับอยู่ในระดับมาก ( $4.40 \pm 0.72$ ) รองลงมา สื่อบุคคล ผู้บริหารมีความพึงพอใจความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัย/คณะ กับครูแนะแนว อยู่ในระดับมาก ( $4.15 \pm 0.93$ ) และสื่ออินเทอร์เน็ต ผู้บริหารมีความพึงพอใจด้านเฟซบุ๊ก (คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ ม.พะเยา) อยู่ในระดับปานกลาง ( $3.90 \pm 0.50$ )
2. กลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา  
ภาพรวมมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ( $4.05 \pm 0.83$ ) เมื่อพิจารณาตามประเด็นความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผู้บริหารมีความต้องการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ของคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา ([www.medsai.up.ac.th](http://www.medsai.up.ac.th)) ให้ทันสมัยทั้งภาษาไทย/อังกฤษและการประชาสัมพันธ์ผ่าน เฟซบุ๊ก/ทวิตเตอร์/สื่อโซเชียลอื่น ๆ เจริญมากที่สุด อยู่ในระดับมาก ( $4.60 \pm 0.55$ ) และด้านสื่อกิจกรรมพิเศษ ผู้บริหารมีความต้องการการเข้าแนะแนวการศึกษาในโรงเรียนเจริญ อยู่ในระดับมาก ( $4.60 \pm 0.55$ ) รองลงมา ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ผู้บริหารมีความต้องการแผ่นพับ/แผ่นปลิวที่ทันสมัย อยู่ในระดับมาก ( $4.40 \pm 0.55$ ) และด้านสื่อบุคคลผู้บริหารมีความต้องการ ประชาสัมพันธ์การสร้างชื่อเสียงของศิษย์เก่า (Idol) อยู่ในระดับมาก ( $4.20 \pm 0.84$ ) (ตารางที่ 3)



**ตารางที่ 3** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน กลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา (n=202)

ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	ความต้องการ
1) สื่ออิเล็กทรอนิกส์			
- ปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ของคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา (www.medsci.up.ac.th) ให้ทันสมัย ทั้งภาษาไทย/อังกฤษ	4.60	0.55	มาก
- การประชาสัมพันธ์ผ่าน เฟซบุ๊ก/ทวิตเตอร์/สื่อโซเชียลอื่น ๆ เชิงรุก	4.60	0.55	มาก
- จัดทำแอปพลิเคชัน คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ ม.พะเยา	4.20	0.84	มาก
- จัดทำสติ๊กเกอร์ Line คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ ม.พะเยา	3.40	1.34	ปานกลาง
- ประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุกระจายเสียง	3.00	1.22	ปานกลาง
- ประชาสัมพันธ์ผ่านโทรทัศน์ท้องถิ่น	3.00	1.22	ปานกลาง
2) สื่อสิ่งพิมพ์			
แผ่นพับ/แผ่นปลิว ทันสมัย	4.40	0.55	มาก
ของที่ระลึก	4.20	0.77	มาก
โปสเตอร์ทันสมัย	4.00	0.71	มาก
ป้ายไวเนล	3.60	0.55	ปานกลาง
ป้ายโฆษณา	3.60	0.55	ปานกลาง
จดหมายข่าว	3.40	1.52	ปานกลาง
3) สื่อบุคคล			
ศิษย์เก่าที่มีชื่อเสียงใช้ในการประชาสัมพันธ์	4.20	0.84	มาก
ความน่าเชื่อถือของคณาจารย์ และบุคลากรคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์	4.00	0.71	มาก
เพลงสำหรับกลุ่มครูแนะแนว/ที่ปรึกษา	4.00	0.71	มาก
4) สื่อกิจกรรมพิเศษ			
การแนะแนวการเข้าศึกษาในโรงเรียนเชิงรุก	4.60	0.55	มาก
ค่ายคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา	4.40	0.55	มาก
การจัดนิทรรศการร่วมกับกิจกรรมของโรงเรียน	4.20	0.84	มาก
การจัดนิทรรศการร่วมกับงานประจำปี งานประเพณีท้องถิ่น	4.20	0.84	มาก
การออกหน่วยรับสมัครเคลื่อนที่	4.20	0.84	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.05</b>	<b>0.83</b>	<b>มาก</b>

3. ข้อเสนอแนะต่อกลยุทธ์สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา ผลสรุปข้อเสนอแนะสามารถสรุปได้ดังนี้

1) สร้างสื่อวีดิทัศน์ที่ทันสมัยกับยุคของเด็กในปัจจุบัน ดึงดูดความสนใจ พร้อมแสดงให้เห็นถึงความพร้อมในการจัดการเรียนการสอนโดยเน้นในส่วนของภาคปฏิบัติให้เห็นภาพที่ชัดเจน

2) การปรับปรุงเว็บไซต์ ของ คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา (www.medsci.up.ac.th) ให้ทันสมัยและมีข้อมูลที่เป็ปัจจุบัน

3) ออกแนะแนวสัญจรเชิงรุกในทุกพื้นที่ในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน สร้างความเข้าใจถึงหลักสูตรภายในคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ และประชาสัมพันธ์คณะเพื่อให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

4) จัดทำแผ่นพับที่มีรูปแบบทันสมัย ดึงดูดเมื่อพบเห็น

### สรุปผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 2 กลุ่ม พบว่า 1) นิสิตใหม่ที่เลือกเข้าศึกษาต่อชั้นปีที่ 1 เลือกเข้าศึกษาคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของคณะ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ผู้บริหารคณะมีความต้องการพัฒนากลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ระดับมาก เมื่อพิจารณารายชื่อสรุปผลได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้สมัครเข้าศึกษา ระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $3.91 \pm 0.94$ ) เมื่อพิจารณาความต้องการจากมากไปน้อย 3 ลำดับแรก คือ สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้สมัครเรียนต้องการสื่อ

อินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมา คือ สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคล พบว่า ผู้สมัครเรียนต้องการครู/อาจารย์แนะแนว และสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อกิจกรรมพิเศษ พบว่า ผู้สมัครเรียนต้องการการแนะแนวการศึกษาในโรงเรียนโดยมหาวิทยาลัย/คณะ ตามลำดับ

2. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา สามารถสรุปผลการวิจัยออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้

2.1 ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมต่อการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา สื่อกิจกรรมพิเศษที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาต่อ คือ การเข้าแนะแนวการศึกษาในโรงเรียนของมหาวิทยาลัยพะเยา/คณะ มีจำนวนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 72.77 รองลงมา คือ สื่อสิ่งพิมพ์และ สื่ออินเทอร์เน็ตที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาต่อ คือ แผ่นพับ/แผ่นปลิว และสังคมออนไลน์บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (เฟซบุ๊ก, ทวิตเตอร์) คิดเป็นร้อยละ 48.51

2.2 ด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $3.94 \pm 0.83$ ) เมื่อพิจารณา ด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจจากมากไปน้อย 3 ลำดับแรก คือ ด้านสถานที่ตั้ง พบว่า ผู้สมัครเข้าศึกษาต่อมีการตัดสินใจสมัครกับเนื้อหาภูมิทัศน์สวยงามร่มรื่น ร่วมกับด้านช่องทางการประชาสัมพันธ์ในการแนะแนวเพื่อสมัครเข้าศึกษาต่อ พบว่า ผู้สมัครเข้าศึกษาต่อมีการตัดสินใจสมัครกับเนื้อหา สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น เว็บไซต์ และ เฟซบุ๊ก ของมหาวิทยาลัย/คณะ มากที่สุด รองลงมา คือด้านบุคลากร พบว่า ผู้สมัครเข้าศึกษาต่อมีการตัดสินใจสมัครกับเนื้อหา คณาจารย์มีความรู้ความสามารถตรงกับหลักสูตรที่สอน และด้านการเรียนการสอน พบว่า ผู้สมัครเข้าศึกษาต่อมีการตัดสินใจสมัครกับเนื้อหา เป็นหลักสูตรที่เน้นทางด้านวิชาชีพและการปฏิบัติการ ตามลำดับ

3. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา สามารถสรุปผลการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารคณะ ออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้

3.1 การประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $4.29 \pm 0.61$ ) เมื่อพิจารณาตามประเด็นการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์จากมากไปน้อย 3 ลำดับแรก คือ สื่อกิจกรรมพิเศษ ผู้บริหารมีความพึงพอใจการเข้าแนะแนวการศึกษาต่อในโรงเรียน ของมหาวิทยาลัย/คณะมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อสิ่งพิมพ์ ผู้บริหารมีความพึงพอใจ ด้านเอกสารแผ่นพับ และสื่อบุคคล ผู้บริหารมีความพึงพอใจความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัย/คณะ กับครูแนะแนว ตามลำดับ

3.2 กลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $4.05 \pm 0.83$ ) เมื่อพิจารณาตามประเด็นความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์จากมากไปน้อย 3 ลำดับแรก คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผู้บริหารมีความต้องการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ของคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา ([www.medsoci.up.ac.th](http://www.medsoci.up.ac.th)) ให้ทันสมัยทั้งภาษาไทย/อังกฤษและการประชาสัมพันธ์ผ่าน เฟซบุ๊ก/ทวิตเตอร์/สื่อโซเชียลอื่น ๆ เชิงรุก ร่วมกับสื่อกิจกรรมพิเศษ ผู้บริหารมีความต้องการการเข้าแนะแนวการศึกษาในโรงเรียนเชิงรุกมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ผู้บริหารมีความต้องการแผ่นพับ/แผ่นปลิวที่ทันสมัย และด้านสื่อบุคคลผู้บริหารมีความต้องการ ศิษย์เก่าที่มีชื่อเสียงใช้ในการประชาสัมพันธ์ (Idol) ตามลำดับ

### อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ด้านความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้สมัครเรียน ระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา พบว่าสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความต้องการมากที่สุด คือ สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของ จเรวัฒน์ (2556) ที่รายงานว่า ความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ของผู้สมัครเรียนมากที่สุด คือ สื่ออินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ อภิขญา (2555) ที่กล่าวว่า อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อโฆษณาที่ได้รับ ความนิยมและเป็นที่แพร่หลายปัจจุบัน โดยเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นำเสนอข้อมูลข่าวสาร เป็นสื่อที่สามารถใช้ติดต่อกันได้ทั่วโลกและไม่มีขีดจำกัดเรื่องเวลาในแง่ของการโฆษณาแล้ว ถือว่าเป็นช่องทางการโฆษณา เพื่อซื้อขายสินค้าและบริการระหว่างผู้โฆษณาและผู้บริโภค ดังนั้นเพื่อให้การประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ ควรกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่นิยมใช้ในการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ให้มากยิ่งขึ้น



ด้านสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจ ของผู้สมัครเรียน ระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์ การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา พบว่า สื่อกิจกรรมพิเศษ โดยการเข้าแนะแนวการศึกษาในโรงเรียนของ มหาวิทยาลัยพะเยา/คณะ ส่งเสริมการตัดสินใจของผู้สมัครเข้าศึกษาต่อมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของ ฐาปนยะ และคณะ (2560) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักศึกษา คือ การให้ข้อมูลของ ทีมงานแนะแนวของมหาวิทยาลัย พร้อมความคิดเห็นของครูแนะแนวที่ว่า กลยุทธ์ที่สำคัญในการแนะแนว การศึกษาต่อ คือ การคัดเลือกกลุ่มนักเรียนเป้าหมายเข้ารับฟังการแนะแนว การประชาสัมพันธ์โครงการ แนะแนวและการพัฒนาเครือข่ายอาจารย์แนะแนว และยังสอดคล้องกับการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงผู้สมัครเรียน เชียงรุกในมหาวิทยาลัยพะเยา ในปี 2563-2564 ที่ผ่านมาในทุกภูมิภาค (งานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยพะเยา, 2563) ที่ออกแนะแนวสัญจรผู้บริหารมหาวิทยาลัยพะเยาพบครูแนะแนวในแต่ละภูมิภาค ตลาดนัดหลักสูตร การออกบูธสัญจร และในส่วนของคณะดำเนินการในส่วนของโครงการวิทย์และแพทย์สัญจร ในส่วนภาคเหนือและ ภาคกลาง เพื่อชี้แจงนโยบายและข้อมูลการรับสมัครนักเรียนในการคัดเลือกเข้าศึกษา ในมหาวิทยาลัยพะเยา เป็นการสร้างความเข้าใจ และเพิ่มทางเลือกให้นักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากครูแนะแนวและนักเรียนที่เข้าร่วมรับฟังการแนะแนว (รายงานประจำปี 2563 คณะวิทยาศาสตร์ การแพทย์) พร้อมกับเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้สมัครมากที่สุด คือ ด้านภูมิทัศน์ สวยงามร่มรื่น ที่เป็นเช่นนั้นเพราะคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ เป็นคณะหนึ่งที่อยู่ในมหาวิทยาลัยพะเยา ด้รับ ผลการจัดอันดับ UI Green Metric World University Ranking 2020 ได้อันดับที่ 260 จาก 922 มหาวิทยาลัย ทั่วโลก และอันดับที่ 17 จาก 36 มหาวิทยาลัยในประเทศไทย โดยเป็นการจัดอันดับโดยสถาบันการศึกษาสีเขียว ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมระดับโลก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฐมมา และนิยาวาเฮร์ (2562) ที่พบว่า นักเรียน ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย อาคารสถานที่และเทคโนโลยีที่มีความพร้อมทันสมัย สภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย เป็นต้น และในด้านเนื้อหาที่ประชาสัมพันธ์ผ่าน เว็บไซต์และ Facebook ของมหาวิทยาลัยและคณะ สามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราพร (2562) กล่าวว่า ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่องานด้านการศึกษาทุกระดับ ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ตลอดเวลา ไร้ขีดจำกัดทั้งเรื่องเวลาและสถานที่

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา ผู้บริหารคณะ วิทยาศาสตร์การแพทย์ ประเมินสื่อประชาสัมพันธ์ภายในคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ โดยภาพรวมความพึง พอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ผู้บริหารมีความพึงพอใจสื่อกิจกรรมพิเศษ โดยการแนะแนว การศึกษาต่อในโรงเรียน ของมหาวิทยาลัย/คณะ ที่เป็นเช่นนั้นเพราะการแนะแนวการศึกษาในโรงเรียนเชียงรุก ส่งผลต่อการสื่อสารข้อมูลการรับเข้าของคณะ/มหาวิทยาลัยอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และส่งผลต่อการรับนักเรียน ที่มีความสนใจตรงคุณสมบัติของหลักสูตร ในการนี้ทำให้ผลลัพธ์จากโครงการวิทย์และแพทย์สัญจรและการแนะแนวอื่น ๆ ทั้งคณะ/มหาวิทยาลัย มีร้อยละของจำนวนผู้เรียนเทียบกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ มีค่า 150 (รายงานการประเมินตนเองตามเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (EdPEX) (คณะ วิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา, 2563)) ซึ่งเกินจำนวนเป้าหมายทั้ง 3 หลักสูตรและผู้บริหารมีความ ต้องการกลยุทธ์ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา โดยการ ปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ ของคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา (www.medsci.up.ac.th) ให้ทันสมัยทั้งภาษาไทย/อังกฤษ การประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook/Twitter/สื่อ โซเชียลอื่น ๆ เชียงรุก และการเข้าแนะแนวการศึกษาในโรงเรียนเชียงรุกในทุกพื้นที่ ระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้อง กับงานวิจัยของ อภิขัง และกุลทิพย์ (2556) ที่กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในงาน ประชาสัมพันธ์และความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์ควรให้ ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การสื่อสารและเนื้อหาที่น่าสนใจ นอกจากนี้ยัง สอดคล้องงานวิจัยของ ณีฐฐา (2562) ที่พบว่าการศึกษาแบบการประชาสัมพันธ์เชียงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ส่งเสริมภาพลักษณ์ ควรประกอบไปด้วย การวิเคราะห์กิจกรรมที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ การวางแผนกลยุทธ์อย่างมี ระบบที่สร้างแรงจูงใจ การสื่อสารสังคมออนไลน์สร้างสรรค์ และการประเมินผล ติดตามอย่างยั่งยืน

## ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า นิสิตใหม่และผู้บริหารให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมการตัดสินใจสมัครเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา ดังนั้นงานวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปวางแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่เน้นเข้าถึงตัวผู้สมัครเรียน ผู้ปกครอง ครูแนะแนว ในปีถัดไป เช่น การเพิ่มแนะแนวสัญญาณออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงผู้สมัครเรียนรวมถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อได้อย่างทั่วถึงและเพิ่มจำนวนผู้เข้าร่วมรับฟังในคราวเดียวกันได้อีกด้วย และการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าจำนวนผู้ใช้สื่อใหม่มีเป็นจำนวนมาก เพราะปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารในรูปแบบใหม่ ๆ เกิดขึ้นอย่างมากมาย ที่ใช้สำหรับสื่อสารและประชาสัมพันธ์ จึงขอเสนอการวิจัยพัฒนาสื่อใหม่หรือวิเคราะห์เชิงลึกระหว่างสื่อเก่าและใหม่ เพื่อนำไปปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่อไป

## กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุนอุดหนุนการวิจัย เพื่อการพัฒนางานประจำ ประจำปีงบประมาณ 2563 จาก มหาวิทยาลัยพะเยา และขอขอบพระคุณ ดร.นิศรา บุญเกิด อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาแนะนำและเสนอข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนช่วยตรวจสอบแก้ไขงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ช่วยทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี

## เอกสารอ้างอิง

- คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา. 2562. รายงานการประเมินตนเองตามเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (EdPEX) ประจำปีการศึกษา 2562. [Online]. Available: <http://www.medsci.up.ac.th/v2/index.php>. (สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 2563).
- คณะวิทยาศาสตร์การแพทย์ มหาวิทยาลัยพะเยา. 2563. รายงานการประเมินตนเองตามเกณฑ์คุณภาพการศึกษาเพื่อการดำเนินการที่เป็นเลิศ (EdPEX) ประจำปีการศึกษา 2563. [Online]. Available: <http://www.medsci.up.ac.th/v2/index.php>. (สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 2563).
- งานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยพะเยา. 2563. การแนะแนวการศึกษาต่อมหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2563. [Online]. Available:<https://www.up.ac.th/th/>. (สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 2563).
- จเรวัฒน์ เทวรัตน์. 2556. พฤติกรรมและความต้องการของผู้สมัครเรียนในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์วิทยาพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นครศรีธรรมราช.ใน ศูนย์วิทยบริการและชุมชนสัมพันธ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. [Online]. Available: <https://www.stou.ac.th/Offices/rdec/Nakorn/Main/publish.aspx>. (สืบค้นเมื่อ ธันวาคม 2563).
- ฐาปนระ แต่งจ้อย ปาลิดา สำเภาทอง ปินฤทัย คงทอง นียกานต์ ลิ้มอรุณ และกัลยารัตน์ สุขนันทชนะ. 2560. การศึกษากลยุทธ์กระบวนการแนะแนวนักศึกษาสู่ความสามารถในการแข่งขันของหลักสูตรธุรกิจการบิน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้ง หัวหิน. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. 12(2): 1-11.
- ณัฐชา ชาววงจักร. 2562. รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพมหานคร. 207 หน้า.
- บัณฑิต รัตนไตร และเยาวภา ปฐมศิริกุล. 2560. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อสร้างคุณค่าแบรนด์ของมหาวิทยาลัยเอกชน. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย. 7(1): 186-201.
- ปฐมมา อาแว และนิยาวาเฮร์ ไพบุลย์. 2562. การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ปีการศึกษา 2562. วารสารวิชาการ ปชมท. 9(2): 22-32.
- วรพร ด่าจับ. 2562. สื่อสังคมออนไลน์กับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้. 7(2): 143-159.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2563. ข้อมูลสถิติประชากรไทย. [Online]. Available: <https://www.nso.go.th>. (สืบค้นเมื่อ มีนาคม 2563).
- อภิขญา อยู่ในธรรม. 2555. ประเภทสื่อโฆษณา. เอกสารการสอนชุดวิชา สื่อโฆษณานวายุที่ 1-7. พิมพ์ครั้งที่ 1. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์. นนทบุรี
- อภิขัจ พุกสวัสดิ์ และกุลทิพย์ ศาสตรระจิก. 2556. การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา. 6(2): 24-38.