

การพัฒนาแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่เอื้อต่อการศึกษาต่อ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีในช่วงเกิดโรคระบาดไวรัสโคโรนา

The Development of Public Relations and Guidance Models to Facilitate further Education of Phetchaburi Rajabhat University during Coronavirus Pandemic (COVID-19)

เฉลย ทองคำ^{1*} ไพลิน ฤทธิเดช¹ และน้ำฝน แสงอรุณ²

Chaley Thongkum^{1*}, Pailin Rittidech¹ and Namfon Sangarun²

¹สำนักงานส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี 76000

²กลุ่มงานพัฒนาระบบคุณภาพการศึกษา สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี 76000

¹Academic Promotion and Register Office of Promotion, Phetchaburi Rajabhat University, Phetchaburi 76000

²Education Quality Improvement Subdivision, Office of the President, Phetchaburi Rajabhat University, Phetchaburi 76000

*To whom correspondence should be addressed. e-mail: onin.thongkum@gmail.com

Received: 21 December 2023, Revised: 21 February 2024, Accepted: 9 April 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่เอื้อต่อการศึกษาต่อของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีในช่วงเกิดโรคระบาดไวรัสโคโรนา และ 2) ประเมินประสิทธิผลของรูปแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่เอื้อต่อการศึกษาต่อของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีในช่วงเกิดโรคระบาดไวรัสโคโรนา โดยใช้วิธีการศึกษา คือ การวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยในส่วนของ การวิจัยเชิงคุณภาพได้ศึกษาเอกสารและใช้รูปแบบการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งได้แก่ ผู้บริหารและคณาจารย์แนะแนวภายในมหาวิทยาลัย หลังจากนั้นนำผลที่ได้มาพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์และตรวจสอบรูปแบบโดยผู้เชี่ยวชาญและใช้การวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อประเมินประสิทธิผลของรูปแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่เอื้อต่อการศึกษาต่อของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีในช่วงเกิดโรคระบาดไวรัสโคโรนา โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะเจาะจง เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามประเมินประสิทธิผลรูปแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่เอื้อต่อการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีในช่วงเกิดโรคระบาดไวรัสโคโรนา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า การวิจัยนี้เป็นการพัฒนารูปแบบและประเมินประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่เอื้อต่อการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีในช่วงเกิดโรคระบาดไวรัสโคโรนา โดยเรียกว่า “E-CoRONA Model of PR Model” ประกอบด้วย 1) Electronics (E) 2) Communication (Co) 3) Reliability (R) 4) Opponents (O) 5) New Normal (N) และ 6) Application (A) โดยมีผลการประเมินประสิทธิผลรูปแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่เอื้อต่อการศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีในช่วงเกิดโรคระบาดไวรัสโคโรนาในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.32) เมื่อจำแนกตามประเด็น พบว่า 1) ด้านระบบสารสนเทศเพื่อการรับสมัคร (Electronics) มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.15) 2) ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์การสมัครเรียนต่อ (Communication) มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.09) 3) ด้านความน่าเชื่อถือ (Communication) มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.27) 4) ด้านคู่แข่ง (Opponents) มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.38) 5) ด้านรูปแบบการประชาสัมพันธ์แบบ (New Normal) มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.32) 6) ด้านรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ (Application) มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.35) และพบว่าในปีการศึกษา 2564 ที่ได้ดำเนินการตามรูปแบบที่พัฒนาขึ้นมีผู้สมัครเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีมากกว่าปีที่ผ่านมา

คำสำคัญ : รูปแบบ การประชาสัมพันธ์ การศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี โรคระบาดไวรัสโคโรนา

Abstract

The objectives of this research were: 1) to develop a guidance public relations model that facilitated admission of Phetchaburi Rajabhat University during the corona virus (COVID-19) outbreak and, 2) to evaluate the effectiveness of a guidance public relations model that facilitated admission of Phetchaburi Rajabhat University during the corona virus (COVID-19) outbreak. The research methodology was qualitative and quantitative research. As of qualitative research, the

researcher used documents and the focus group. The sample group was selected by purposive sampling which were administrators and university guidance staff. The results were developed by experts. The quantitative research were used for analyzing a guidance public relations model that facilitates education of Phetchaburi Rajabhat University during the coronavirus epidemic. The used instrument was a questionnaire. Statistics used in data analysis were percentage, mean and standard deviation.

The findings revealed that the solution named “E-CoRONA Model of PR Model” which consisted of: 1) Electronics (E) 2) Communication (Co) 3) Reliability (R) 4) Opponents (O) 5) New Normal (N) and 6) Application (A). The satisfaction result was at a high level ($\bar{X} = 4.32$). When considering each aspect, it showed that the satisfaction towards electronics was at a high level ($\bar{X} = 4.15$), 2) the satisfaction towards communication was at a high level ($\bar{X} = 4.09$), 3) the satisfaction towards trust was at a high level ($\bar{X} = 4.27$), 4) the satisfaction towards the opponents was at a high level ($\bar{X} = 4.38$), 5) the satisfaction towards New Normal public relations was at a high level ($\bar{X} = 4.32$) and, 6) the satisfaction towards the application was at a high level ($\bar{X} = 4.35$) In 2021, this model could increase applicants for the university significantly.

Keywords : Model, Public Relation, Admission, Phetchaburi Rajabhat University, COVID-19

บทนำ

ในปัจจุบันท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา และความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ซึ่งมีผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของนักเรียนเป็นอย่างมาก อาจารย์แนะแนวจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจในกระบวนการแนะแนวอย่างลึกซึ้งและชัดเจน เพื่อสามารถใช้แนะแนวการศึกษาต่อ ให้นักเรียนที่มีความสนใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีในหลักสูตรที่เหมาะสม ตามความถนัดของนักเรียน ตลอดจนมีความสามารถในการประสานสัมพันธ์กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งในเรื่องงานและบุคคล ซึ่งต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ [1] ทักษะการปรึกษาเชิงจิตวิทยาสำหรับอาจารย์ที่ปรึกษา ดังนั้น การติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับกลุ่มต่าง ๆ จึงอาจกระทำได้ในหลายวิธีทาง วิธีหนึ่งก็คือ การใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เพื่อช่วยเสริมให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์ขององค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง สามารถแพร่กระจายข่าวสารไปสู่มวลชนจำนวนมากทั้งในชุมชน ท้องถิ่น และทั่วประเทศ การใช้สื่อหรือเครื่องมือต่าง ๆ ทางการปรึกษาแบบพิจารณาความเป็นจริง (Reality Therapy: RT) สนับสนุนให้บุคคลรู้จักตัวเอง จะช่วยให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งสื่อประชาสัมพันธ์เป็นหนึ่งในองค์ประกอบของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ คือการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่ต้องอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการดำเนินการสื่อสาร และความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับสาธารณชน [2]

การแนะแนวการศึกษาต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีเป็นสิ่งสำคัญ เพราะเป็นการให้ข้อมูลเบื้องต้นก่อนเข้ามาศึกษา ข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาต้องมีความถูกต้อง ชัดเจน เพื่อใช้ในการตัดสินใจการสมัครเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี และเปิดโอกาสให้ผู้สนใจได้เข้าศึกษาต่อในสาขาที่ตนเองถนัด ดังนั้นก่อนที่จะไปประชาสัมพันธ์ งานรับสมัครจะต้องมีการวางแผนการดำเนินงานแนะแนวให้มีประสิทธิภาพ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ตั้งแต่มีการแพร่ระบาดปลายปี พ.ศ.2562 ที่ผ่านมามาจนถึงปัจจุบันส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมเป็นอย่างมาก รวมทั้งส่งผลกระทบต่อระบบการศึกษาด้วยเช่นกัน กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมได้ออกมาตรการการเฝ้าระวังการระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนามาหลายฉบับตามสถานการณ์ความรุนแรง เพื่อใช้เป็นแนวปฏิบัติสำหรับสถาบันอุดมศึกษาและหน่วยงานภายในกระทรวง เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาได้ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการศึกษาอย่างต่อเนื่อง และเกิดการปรับเปลี่ยนระบบการจัดการศึกษาปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดการเรียนการสอน การจัดกิจกรรมต่างๆของสถาบันอุดมศึกษาอย่างกะทันหัน ไม่มีการเตรียมการล่วงหน้า การประชาสัมพันธ์แนะแนวการศึกษาต่อก็มีผลกระทบเช่นเดียวกัน ไม่สามารถไปประชาสัมพันธ์แนะแนวลงพื้นที่ตามสถานที่โรงเรียนต่าง ๆ ได้จึงมีการพัฒนารูปแบบที่เอื้อต่อสถานการณ์ปัจจุบันกับสถานการณ์ดังกล่าว

จากการดำเนินงานดังกล่าว ผู้วิจัยในฐานะดูแลการรับสมัครนักศึกษา การประชาสัมพันธ์แนะแนวการศึกษาต่อจึงมีความสนใจในการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่เอื้อต่อการศึกษาต่อของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีในช่วงเกิดโรคระบาดไวรัสโคโรนา เพื่อนำมาใช้เป็นต้นแบบในการวางแผน พัฒนา ปรับปรุงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์แนะแนวของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่เอื้อต่อการศึกษาต่อของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ในช่วงเกิดโรคระบาดไวรัสโคโรนา
2. เพื่อประเมินประสิทธิผลของรูปแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่เอื้อต่อการศึกษาต่อของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ในช่วงเกิดโรคระบาดไวรัสโคโรนา

ขอบเขตของการวิจัย

มุ่งศึกษาพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่มีประสิทธิผลและเอื้อต่อการแนะแนวการศึกษาต่อของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี โดยกำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตเนื้อหา มุ่งศึกษาพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่มีประสิทธิผล โดยอาศัยแนวคิดหลัก ประกอบด้วย
 - 1) แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบและการพัฒนารูปแบบ คือ ความหมายของรูปแบบ ประเภทของรูปแบบ องค์ประกอบของรูปแบบ การพัฒนารูปแบบ และการตรวจสอบรูปแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ
 - 2) แนวคิดเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้พัฒนารูปแบบประชาสัมพันธ์แนะแนว
 - 3) ความเป็นมาขององค์กร
 - 4) สถานการณ์โรคระบาดไวรัสโคโรนา

2. ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

2.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์ (สำหรับยกร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนว) ประกอบด้วย ผู้บริหารระดับสูง ได้แก่ ผู้บริหาร อาจารย์แนะแนวมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี และครูแนะแนวโรงเรียนในเครือข่าย รวมจำนวน 10 คน เป็นผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์และนำมาประกอบการยกร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนว

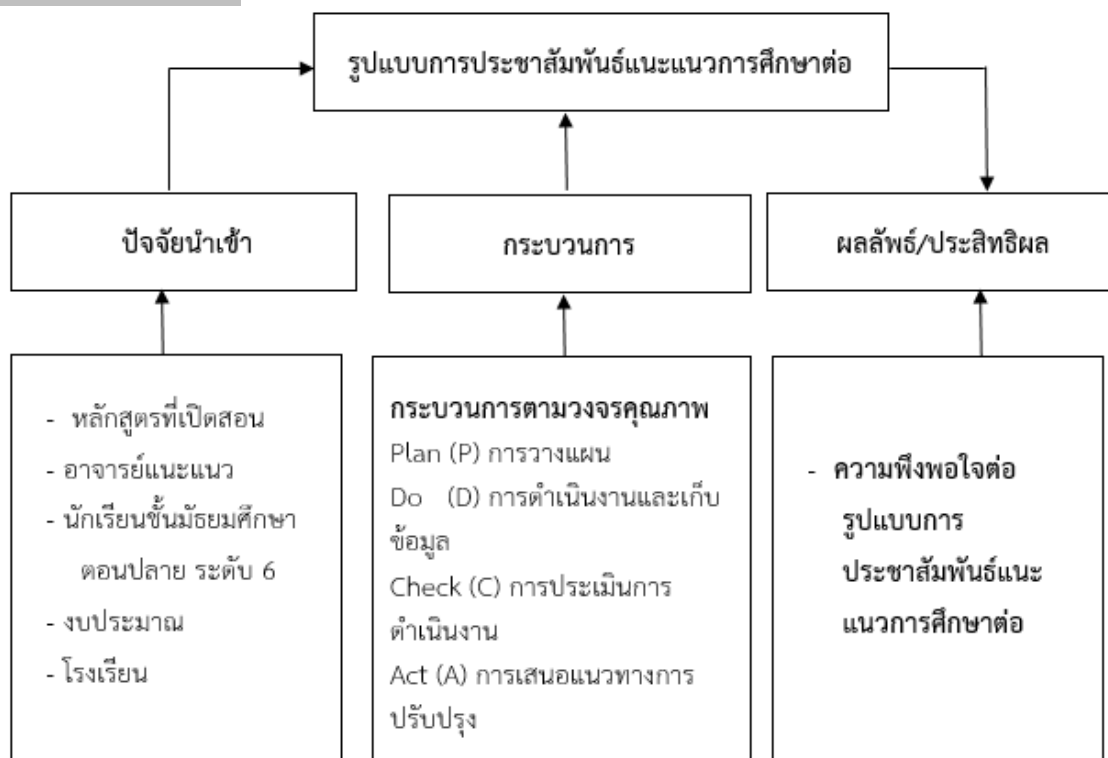
2.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสนทนากลุ่ม (Focus Group) ประกอบด้วย ผู้บริหารที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์แนะแนวในระดับมหาวิทยาลัย จำนวน 1 คน ผู้บริหารและคณาจารย์ที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์แนะแนวในระดับคณะจำนวน 8 คน รวมจำนวน 9 คน เพื่อสนทนากลุ่มและมาประชุมเพื่อทำการวิพากษ์ร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนวการศึกษาต่อ

2.3 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำหรับสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยจำนวน 3 คน

3. ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยนี้ ดำเนินการในระหว่างเดือน ธันวาคม 2563- สิงหาคม 2564

กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

มีการดำเนินการ 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ศึกษาข้อมูลพื้นฐานและสภาพปัญหาการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่เอื้อต่อการศึกษาต่อของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

1. ศึกษา วิเคราะห์ และสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี
2. สังเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน สภาพปัญหาของการประชาสัมพันธ์ และสถานการณ์ระบาดไวรัสโคโรนา
3. สัมภาษณ์ผู้บริหาร อาจารย์ ที่รับผิดชอบการแนะแนวการศึกษาต่อ

ขั้นตอนที่ 2 ยกร่าง และตรวจสอบร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่เอื้อต่อการศึกษาต่อของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีในช่วงเกิดโรคระบาดไวรัสโคโรนา

1. กำหนดองค์ประกอบของรูปแบบฯ
2. ร่างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ตามองค์ประกอบที่กำหนดไว้
3. นำร่างรูปแบบดังกล่าวปรึกษาผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง
4. ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้บริหาร

ขั้นตอนที่ 3 ตรวจสอบร่างรูปแบบและแก้ไขปรับปรุงรูปแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่เอื้อต่อการศึกษาต่อของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีในช่วงเกิดโรคระบาดไวรัสโคโรนาแล้วไปทดลองใช้

1. กำหนดผู้เชี่ยวชาญ (อาจารย์แนะแนว) เพื่อตรวจสอบรูปแบบ
2. ประชุมสนทนากลุ่มเพื่อพิจารณารูปแบบการประชาสัมพันธ์ฯ
3. ปรับปรุงรูปแบบตามผลการตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะ

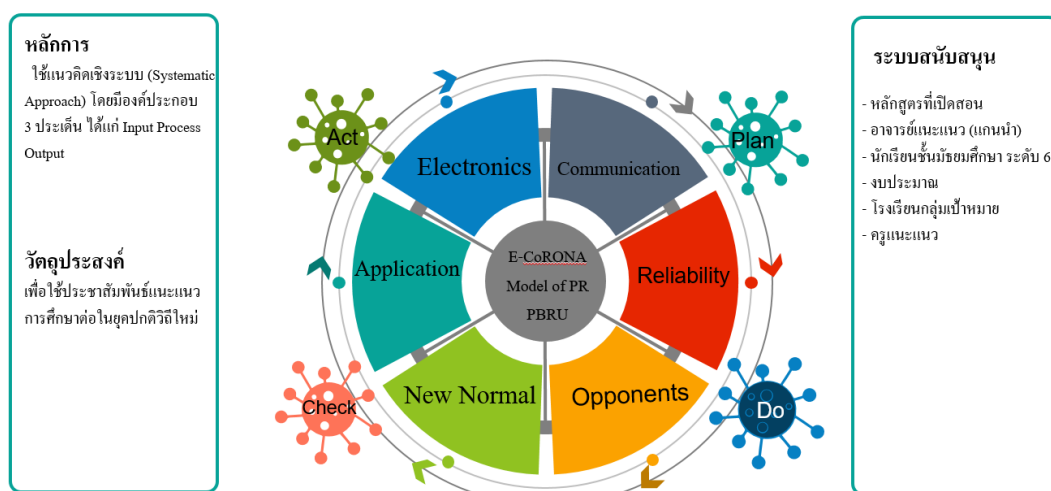
ขั้นตอนที่ 4 ประเมินประสิทธิผลการใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่เอื้อต่อการศึกษาต่อของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีในช่วงเกิดโรคระบาดไวรัสโคโรนา

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย สรุปได้ดังนี้

1. ได้นำกระบวนการประชาสัมพันธ์ตามหลัก PDCA มาใช้ในการบริหารจัดการงานประชาสัมพันธ์แนะแนวการศึกษาต่อ ซึ่งเป็นการสื่อสารระหว่างมหาวิทยาลัยกับผู้สนใจเข้าศึกษาต่อ ครูแนะแนวโรงเรียน ผู้ปกครอง อาจเกิดก่อนการสมัครเข้าศึกษาต่อ หรือระหว่างที่สมัครเข้าศึกษาต่อ และหลังจากสมัครเข้าศึกษาต่อเรียบร้อยแล้ว โดยมีกลยุทธ์วิธีการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและทำให้กลุ่มเป้าหมายสนใจสมัครเรียนต่อที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี โดยเรียกว่า “E-CoRONA Model of PR Model” ดังแสดงภาพ 1.2

E-CoRONA Model of PR PBRU



งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ภาพที่ 2 รูปแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่เอื้อต่อการศึกษาต่อของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ประกอบด้วย

- 1) Electronics (E) หมายถึง ระบบสารสนเทศที่มหาวิทยาลัยพัฒนาขึ้นเพื่อการรับสมัครนักศึกษา
- 2) Communication (Co) หมายถึง กระบวนการสื่อสารประชาสัมพันธ์และแนวทางการศึกษาต่อ
- 3) Reliability (R) หมายถึง การสร้างความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ
- 4) Opponents (O) หมายถึง คู่แข่ง
- 5) New Normal (N) หมายถึง ความปกติรูปแบบใหม่
- 6) Application (A) หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์

2. เพื่อประเมินประสิทธิผลของรูปแบบการประชาสัมพันธ์และแนวที่เอื้อต่อการศึกษาต่อของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ในช่วงเกิดโรคระบาดไวรัสโคโรนา จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 327 คน โดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์และแนวที่เอื้อต่อการศึกษาต่อของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ประกอบด้วย 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 ความพึงพอใจเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์และแนวที่เอื้อต่อการศึกษาต่อของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี และตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้วได้นำมาตรวจสอบความถูกต้องและทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไป และผลความพึงพอใจเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์และแนวที่เอื้อต่อการศึกษาต่อของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 77.40 และเป็นเพศชายจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 ส่วนใหญ่มีอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่าจำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 รองลงมาคือ อายุมากกว่า 29 ปีขึ้นไป ถึง 39 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.70 อายุมากกว่า 39 ปีขึ้นไปถึง 49 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.60 และอายุมากกว่า 20 ปีขึ้นไปถึง 29 ปี และมากกว่า 49 ปีขึ้นไปถึง 59 ปีขึ้นไป มีผู้ตอบเท่ากัน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.60 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 87.20 รองลงมาคือระดับปริญญาโท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.10 ระดับปริญญาตรี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 และระดับปริญญาเอก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.20 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/ผู้สนใจเข้าศึกษาต่อ จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 87.20 รองลงมาคือ เป็นบุคลากรภายในมหาวิทยาลัย/อาจารย์แนะแนว จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.40 เป็นครูแนะแนวโรงเรียนจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 และอื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.60 โดยมีผลประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์และแนวที่เอื้อต่อการศึกษาต่อของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.32) สรุปได้ดังนี้

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ระบบสารสนเทศเพื่อการรับสมัคร (Electronics)	4.15	.672	มาก
2. การสื่อสารประชาสัมพันธ์การสมัครเรียนต่อ (Communication)	4.09	.705	มาก
3. ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	4.27	.545	มาก
4. คู่แข่ง (Opponents)	4.38	.754	มาก
5. รูปแบบการประชาสัมพันธ์แบบ New Normal	4.32	.586	มาก
6. สื่อประชาสัมพันธ์ (Application)	4.35	.598	มาก
รวมเฉลี่ย	4.32	.600	มาก

เมื่อจำแนกตามประเด็น พบว่า มีความพึงพอใจด้านระบบสารสนเทศเพื่อการรับสมัคร (Electronics) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.15) ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์การสมัครเรียนต่อ (Communication) มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.09) ด้านความน่าเชื่อถือ (Communication) มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.27) ด้านคู่แข่ง (Opponents) มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.38) ด้านรูปแบบการประชาสัมพันธ์แบบ (New Normal) มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.32) ด้านรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ (Application) มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =4.35) และเมื่อทำการเปรียบเทียบจำนวนผู้สมัครเข้าศึกษาต่อในปีที่ผ่านมาย้อนหลัง 3 ปี (2561-2563) พบว่า ปีการศึกษา 2564 มีผู้สมัครเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีมากกว่าปีที่ผ่านมา

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย มีประเด็นที่อภิปรายดังนี้

1. การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่เอื้อต่อการศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีในช่วงเกิดโรคระบาดไวรัสโคโรนา โดยเรียกว่า “E-CoRONA Model of PR Model” ประกอบด้วย 1) Electronics (E) 2) Communication (Co) 3) Reliability (R) 4) Opponents (O) 5) New Normal (N) และ 6) Application (A) ซึ่งเป็นการคิดค้นหาวิธีการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่เอื้อต่อการศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีในช่วงเกิดโรคระบาดไวรัสโคโรนา โดยใช้แนวคิดเชิงระบบ (Systematic Approach) ในการพัฒนารูปแบบ องค์ประกอบหลักของรูปแบบ อันได้แก่ ปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการประชาสัมพันธ์ (Process) ประสิทธิภาพ/ผลลัพธ์ (Output) ซึ่งเป็นการทำงานจากสภาพจริงสู่การพัฒนาปรับปรุงรูปแบบให้เข้ากับสถานการณ์ในช่วงนั้น ๆ สอดคล้องกับอุทัย บุญประเสริฐ [3] ที่กล่าวถึงวิธีการหรือเทคนิคเชิงระบบจากการทำงานจากสภาพจริงไปสู่สภาพที่ต้องการ โดยเริ่มจากการกำหนดปัญหาที่ต้องการแก้ไข ศึกษาสภาพแวดล้อม ศึกษาทางเลือกในการแก้ปัญหา ตัดสินใจเลือกทางที่เหมาะสม นำไปทดลอง และประเมินผลสอดคล้องกับ ทิศนา ขแมมณี [4] ที่ให้ความหมายของรูปแบบว่า เป็นตัวแทนที่สร้างขึ้นเพื่ออธิบายพฤติกรรมของลักษณะบางประการของสิ่งที่เป็นจริงอย่างหนึ่ง หรือเป็นเครื่องมือทางความคิดที่บุคคลใช้ในการหาความรู้ความเข้าใจปรากฏการณ์หนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อช่วยในการจัดระบบความคิดในเรื่องนั้นให้เข้าใจได้ง่ายขึ้นและเป็นระเบียบ นอกจากนี้วิธีการ/เทคนิคของรูปแบบดังกล่าวสอดคล้องกับ ณัฏฐา ขาวงจักร [5] ที่ระบุว่า รูปแบบการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ศึกษากิจกรรมที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ 2) การวางแผนกลยุทธ์อย่างมีระบบที่สร้างแรงจูงใจ 3) การสื่อสารสังคมออนไลน์ สร้างสรรค์ 4) การประเมินผล-การติดตามอย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับรัตฉณี รักษ์เพชร [6] ที่ระบุว่า ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสมกับประชาชนมากที่สุด ในส่วนของ Electronics (E) ซึ่งในกรณีนี้ คือระบบการรับสมัครนักศึกษา ซึ่งต้องเป็นระบบที่สนับสนุนการกรอกข้อมูลการสมัครเข้าศึกษาต่อและอำนวยความสะดวกให้กับผู้สมัครได้มากที่สุด ในช่วงสถานการณ์การระบาดของไวรัสโคโรนา ดังนั้นหากระบบมีปัญหา ไม่สามารถเข้าใช้งานได้ ก็อาจส่งผลกระทบต่อรับสมัครเข้าศึกษาต่อได้เช่นกันสอดคล้องกับสอดคล้องกับงานวิจัยของพรรณิ คอนจ่อหอ และคณะ [7] ที่ระบุว่า ระบบรับสมัครนักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ขับเคลื่อนและอำนวยความสะดวกให้ผู้รับบริการสารสนเทศของมหาวิทยาลัยได้ทุกที่ ทุกเวลา ในส่วนของ Communication (Co) จากประสบการณ์และมุมมองของผู้วิจัยที่ปฏิบัติหน้าที่การประชาสัมพันธ์แนะแนวนั้น การสื่อสารในช่วงเกิดโรคระบาดไวรัสโคโรนาก็มีความสำคัญเป็นอย่างมากเช่นเดียวกัน เนื่องจากไม่สามารถที่จะลงพื้นที่ออกไปประชาสัมพันธ์แนะแนวได้อย่างแบบปกติที่เคยปฏิบัติมา แต่อาจารย์แนะแนวแกนนำจะต้องพัฒนาและเรียนรู้ทักษะการใช้เทคโนโลยีที่หลากหลายอย่างคล่องแคล่ว ซึ่งอาจารย์แนะแนวแกนนำอาจจะต้องปรับตัวอย่างเฉียบพลัน ในส่วนของ New Normal (N) ซึ่งเป็นการปฏิบัติงานแบบวิถีใหม่ ซึ่งยังไม่ได้มีการปฏิบัติกันมาแต่ต้องมีการปรับตัวอย่างกะทันหันเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ อีกครั้งกระบวนการทำงานประชาสัมพันธ์แนะแนวการศึกษาก็ไม่สามารถหยุดชะงักได้ ยังคงต้องปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง งานรับสมัครนักศึกษา และผู้บริหารจึงมีความจำเป็นต้องแสวงหากลยุทธ์แนวทางในการปฏิบัติงานมาใช้ในการประชาสัมพันธ์แนะแนวการศึกษา ตามพฤติกรรมชีวิตแบบปกติใหม่ของสังคมไทยที่มีความโดดเด่นมากในเรื่องสื่อออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของสลิทิพย์ ไข่เพชร และกฤตชน วงศ์รัตน์ [8] ที่ระบุว่า กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถทางการแข่งขัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้เนื่องจากกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลเป็นแผนสำคัญที่ถูกวางไว้สำหรับการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างความสำเร็จและส่งผลให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดที่ตั้งไว้

2. ผลการประเมินประสิทธิภาพรูปแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่เอื้อต่อการศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีในช่วงเกิดโรคระบาดไวรัสโคโรนา “E-CoRONA Model of PR Model” ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$) มีความพึงพอใจประเด็นมหาวิทยาลัยมีศักยภาพเพียงพอต่อการพัฒนาบัณฑิตให้มีคุณภาพตรงต่อความต้องการของตลาดแรงงาน ในช่วงระบาดของโรคไวรัสโคโรนาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$) และมีความพึงพอใจประเด็นการประชาสัมพันธ์รูปแบบออนไลน์ผ่านระบบ เช่น Google Meet อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.38$) แสดงให้เห็นว่า รูปแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพเพียงพอที่จะนำมาเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์แนะแนวในช่วงเกิดโรคระบาดไวรัสโคโรนาได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่เอื้อต่อการศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ในช่วงเกิดโรคระบาดไวรัสโคโรนา ทำให้ทราบถึงความต้องการสื่อสารประชาสัมพันธ์ การเข้าถึงข้อมูลการแนะแนวประชาสัมพันธ์ รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้กับนักเรียน ครูแนะแนว และผู้สนใจทั่วไปรับข้อมูลการศึกษาต่อของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ซึ่งข้อมูลทั้งหมดจะนำมาพัฒนางานแนะแนวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ซึ่งรับผิดชอบโดยงานประชาสัมพันธ์แนะแนว

การศึกษา สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน โดยจะปรับปรุงวิธีการประชาสัมพันธ์ให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลง สื่อทั้งรูปแบบออนไลน์และแบบปกติ ช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้เพิ่มมากขึ้นตามความสนใจของผู้สมัคร ระบบสารสนเทศต่าง ๆ ที่อำนวยความสะดวกในการสมัครเข้าศึกษาต่อ เพื่อให้เข้าถึงและมีผู้สนใจสมัครศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว นอกจากนั้นนำข้อมูลมารวบรวมในรูปแบบสถิติ และนำมาวิเคราะห์พยากรณ์วางแผนการดำเนินงานในอนาคต

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อของนักเรียน และผู้สนใจเข้าศึกษาต่อ เพื่อนำมาพัฒนาสื่อที่จะประชาสัมพันธ์ให้มีคนเข้าถึงข้อมูลให้มากที่สุด เนื่องจากสื่อในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว และมีหลากหลายรูปแบบซึ่งในแต่ละปีมีการใช้สื่อที่แตกต่างกัน

2.2 ควรมีการศึกษาสื่อที่ใช้ประชาสัมพันธ์ที่มีคนเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และมากที่สุด เพื่อนำมาวางแผนการประชาสัมพันธ์และแนวทางการศึกษาที่คุ้มค่า คุ่มทุน

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยได้รับความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากบุคลากรหลายฝ่ายและหลายหน่วยงาน โดยเฉพาะผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้บริหาร และบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรรณี คอนจ่อหอ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชิต สุดตา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภารัตน์ ไชยเฉลิม และอาจารย์ ดร.จิตพร อินทะนิน ที่กรุณาให้ความร่วมมือและอำนวยความสะดวกในการดำเนินการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่เอื้อต่อการศึกษาค้นคว้าของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีในช่วงเกิดโรคระบาดไวรัสโคโรนา ตลอดจนให้ความช่วยเหลือทั้งร่างกายและใจแก่ผู้วิจัยอย่างเต็มที่ ตลอดระยะเวลาของการดำเนินการวิจัย และขอกราบขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน ที่ได้เสียสละเวลาให้ความคิดเห็นและให้การสนับสนุนจนกระทั่งการดำเนินการวิจัยสำเร็จไปด้วยความเรียบร้อย

ขอขอบพระคุณ ผู้ให้สัมภาษณ์ออนไลน์ ได้แก่ รองอธิการบดีฝ่ายผลิตบัณฑิตและวิชาการ ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายประชาสัมพันธ์ คณบดี/รองคณบดี/ผู้ช่วยคณบดี อาจารย์แนะแนวของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ครูแนะแนวโรงเรียนในเครือข่ายทุกท่านที่ได้เสียสละประเมินผลความพึงพอใจและให้ข้อเสนอแนะ

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ สุขสันติภักดิ์ ที่เป็นที่ปรึกษาพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์แนะแนวที่เอื้อต่อการศึกษาค้นคว้าของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีในช่วงเกิดโรคระบาดไวรัสโคโรนา การออกแบบเครื่องมือ ตรวจสอบระเบียบวิธีการวิจัยทางการศึกษา การสรุปและการอภิปรายผลการวิจัยตลอดระยะเวลาดำเนินการวิจัย

ที่สำคัญอย่างยิ่ง ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ขอขอบคุณทุกกำลังใจจากครอบครัว เพื่อนร่วมงาน จนวิจัยสำเร็จลุล่วงตามที่มุ่งหวังทุกประการ

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรีที่ให้การสนับสนุนทุนงบประมาณและความสะดวกทุกประการในการทำวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- [1] สุภรณ์ แซ่ตระกูล. ทักษะการปรึกษาเชิงจิตวิทยาสำหรับอาจารย์ที่ปรึกษา. 2556; ม.ป.ท.
- [2] อรุณรัตน์ ชินวรรณ. สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2553
- [3] อุทัย บุญประเสริฐ. การติดต่อสื่อสารในองค์กรและการบริหาร. กรุงเทพฯ : ศรีมงคล การพิมพ์; 2529.
- [4] ทิศนา ขมมณี. ศาสตร์การสอน: องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2551.
- [5] ณัฏฐา ขาวกัจกร. รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกอ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของคณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล [วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต]. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร; 2562.
- [6] รัตฉณี รัชเชษฐ์. การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบลปริก อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา. รายงานการศึกษาอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น; 2553.
- [7] พรรณี คอนจ่อหอ, อัดภาพ มณีเต็ม, เฉลย ทองคำ, ปิ่นทอง อมรจตุ, ศักดิ์พิศ ศรีอร่ามรุ่งเรือง. ระบบการรับสมัครนักศึกษาแบบยืดหยุ่นตามสถานการณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี. วารสารศาสตร์การศึกษาและการพัฒนามนุษย์. 2561; 39-50.
- [8] สลิลทิพย์ ไข่เพชร และกฤตชน วงศ์รัตน์. กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี. 2565; 3: 81-92.