

การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับการศึกษา  
ในยุควิถีปกติใหม่ของนักศึกษาการศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้  
จังหวัดบุรีรัมย์

THE STRATEGIC DEVELOPMENT OF COMMUNICATION THAT AFFECT TO REGISTERED DECISION  
OF FUNDAMENTAL EDUCATION STUDENT IN NEW NORMAL ERA, DEPARTMENT OF LEARNING  
ENCOURAGEMENT IN BURIRAM PROVINCE

ธัชพงศ์ บุปศิริ<sup>1</sup>, กระพัน ศรีงาน และ โกวิท วชรินทรางกูร

Tadchapong Bupasiri<sup>1</sup>, Krapan Sringan and Kovit Vajarintaragoon

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Buriram Rajabhat University, Thailand.

Email: 640427090019@bru.ac.th<sup>1</sup>

Received 9 August 2024; Revised 13 November 2024; Accepted 17 November 2024.



บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบการสื่อสารและสภาพที่เป็นอยู่ 2) พัฒนากลยุทธ์ 3) ทดลองใช้ และ 4) ประเมินผลการใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน มีการดำเนินงาน 4 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การศึกษาองค์ประกอบการสื่อสารและสภาพที่เป็นอยู่ โดยวิธีทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสำรวจองค์ประกอบการตัดสินใจ กลุ่มตัวอย่าง คือนักศึกษา จำนวน 379 คน และการสัมภาษณ์บุคลากรผู้รับสมัครนักศึกษา จำนวน 30 คน จากนั้นดำเนินการสังเคราะห์ข้อมูล ระยะที่ 2 การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร โดยอาศัยข้อมูลจากการวิจัยระยะที่ 1 จัดทำร่างกลยุทธ์และจัดทำคู่มือการใช้กลยุทธ์ ระยะที่ 3 การทดลองใช้กลยุทธ์ และ ระยะที่ 4 การประเมินผลการใช้กลยุทธ์ กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มเป้าหมายการจัดการศึกษา บุคลากรผู้รับสมัคร รวมจำนวน 60 คน โดยกำหนดเกณฑ์การวัดผลกลยุทธ์ กำกับ ติดตามและประเมินผลการใช้กลยุทธ์ ผลการวิจัยพบว่า 1) องค์ประกอบการสื่อสารและสภาพที่เป็นอยู่ ประกอบไปด้วย การสื่อสาร 6 รูปแบบ ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการตัดสินใจ การสื่อสารทางตรง การสื่อสารส่วนตัว และ กิจกรรมส่งเสริมการสื่อสาร 2) ร่างกลยุทธ์ ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างการรับรู้ กลยุทธ์การรับสมัครนักศึกษาเชิงรุก และ กลยุทธ์การบริการเพื่อการตัดสินใจ 3) การทดลองใช้กลยุทธ์ พบว่า กลยุทธ์การสื่อสาร เป็นแนวทางการสร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมให้ความสนใจเพิ่มขึ้น จนสามารถเกิดกระบวนการตัดสินใจได้ และได้รับฉันทามติมีความเหมาะสมนำไปสู่การปฏิบัติจริงได้ 4) การประเมินผลกลยุทธ์ พบว่า มีความเหมาะสมตามหลัก Objective and Key Results บรรลุตามวัตถุประสงค์ มีคะแนนผลลัพธ์รวม 0.88

**คำสำคัญ:** กลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการ; องค์ประกอบและสภาพที่เป็นอยู่ของการสื่อสาร; การตัดสินใจเลือกเข้ารับการศึกษาในยุควิถีปกติใหม่; นักศึกษาการศึกษาขั้นพื้นฐาน

## Abstract

This research article aims to 1) study the communication components and current state of communication, 2) develop communication strategies, 3) test communication strategies, and 4) evaluate the effectiveness of communication strategies on the decision-making process. The mixed research methodology was employed. The research was conducted in 4 phases: 1) Study of communication components and current state through a literature review and related research, surveying decision-making components, with a sample group of 379 students, and interviewing 30 student recruitment personnel. The data is then synthesized. 2) Development of communication strategies and has prepared a strategy manual. 3) Testing and 4) Evaluation of the effectiveness the strategies by establishing criteria for measuring effectiveness, monitoring, and evaluating the use of the strategies. The sample group for these phases consists of 60 individuals, including target education. The research findings are as follows: 1)The communication components and current state of communication that affect to registered decision consist of 6 communication forms: Advertising, Public relations, Decision -making promotion, Direct communication, Personal communication, and Communication promotion activities. 2) The development of strategies that affect to registered decision consists of 3 main strategies: Awareness creation strategy, Proactive student recruitment strategy, and making service strategy. 3) The testing of strategies found that the communication strategy had been a way to create awareness for the target group, resulting in the target group having had more interested behavior until they had been able to make a decision to enter the study and had received a consensus that was appropriate and could lead to actual practice. 4) The evaluation of the strategies is appropriate according to the ORKs (Objective and Key Results) principles and achieve strategic objectives with a total outcome score of 0.88.

**Keyword:** Integrated communication strategies; Communication components and current state of communication; Department of Learning Encouragement; Registered decision; New normal era.

## บทนำ

ปัญหาการจัดการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์ โดยผลจากการตรวจสอบปัญหาของการจัดการศึกษาของการจัดการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย พบว่า นักศึกษาที่เรียนจบตามเกณฑ์ในภาคเรียนน้อยมาก คิดเป็นร้อยละ 19.97 และยังพบนักศึกษาที่มีรายชื่อในทะเบียนนักศึกษาแต่ไม่ได้เป็นนักศึกษาที่เรียนจริง มีการกำหนดวิธีการเรียนการสอนแบบพบกลุ่มรายสัปดาห์ แต่พบว่านักศึกษาเข้าเรียนแบบพบกลุ่มน้อยมาก บางคนไม่เคยเข้าพบกลุ่ม หรือทำงานส่ง ไม่เคยไปสอบปลายภาค แต่ใบแสดงผลการเรียนมีคะแนนระหว่างภาคและปลายภาค บางรายไม่เคยเข้าเรียนแต่เข้าสอบปลายภาค แต่ใบแสดงผลการเรียนมีคะแนนระหว่างภาค และยังพบอีกว่านักศึกษบางรายของ กศน. ให้บุตรมาสอบปลายภาคแทน (สำนักข่าวอิศรา. 2562 : 1) ในด้านการบริหารจัดการมีปัญหาจาก อันเนื่องมาจากมีการวางแผน ยุทธศาสตร์และการวางนโยบายในการทำงานร่วมกัน มีการบริหารกระบวนการโดยใช้วิธีการแบ่งเฉพาะตามสายงาน มีการทำงานเป็นทีม ยืดหยุ่น มีการกระจายงาน กระจายความรับผิดชอบ มีวัฒนธรรมองค์กรอยู่กันแบบพี่น้องและการมีส่วนร่วม ปัญหาการบริหารการศึกษาที่สำคัญได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ด้านการติดตามประเมินผลและรายงาน อีกทั้งเสนอแนวทางข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาโดยจัดให้มีกิจกรรมด้านการศึกษาที่หลากหลาย เพื่อดึงดูดความสนใจของนักศึกษาและประชาชน มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สถานศึกษาควรให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมจัดกิจกรรมการเชื่อมโยงเครือข่ายการเรียนรู้โดยการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่แหล่งเรียนรู้และภูมิปัญญาอย่างต่อเนื่อง (สุวัชรกร ทัดเที่ยงนิกร. 2563 : 40 - 49) อีกทั้งสถานการณ์ปัจจุบันการแพร่กระจายของเชื้อไวรัสโควิดยังเป็นวิกฤตทางด้านการศึกษา นักเรียน ในระบบออกมาจากการศึกษาเป็นจำนวนมาก พบว่าเด็กนักเรียนระดับมัธยมศึกษามีปัญหาการเรียนออนไลน์ และปัญหาสภาพเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นภายในครอบครัว ทำให้เด็กออกจากคันฟุ้งสูงขึ้น กลายเป็นกลุ่มเป้าหมาย ในการจัดการศึกษาของกรมส่งเสริมการเรียนรู้ (มติชนออนไลน์. 2565 : 1)

สำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ประจำจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นหน่วยงานการศึกษาที่มีบทบาทหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษา ซึ่งในด้านการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษาภายใต้สังกัดยังมีประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ค่อนข้างต่ำ เนื่องจากความแตกต่างระหว่างบุคคลของนักศึกษาที่ไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมการจัดการเรียนรู้ได้อย่างสม่ำเสมอ จึงเป็นเหตุผลให้นักศึกษาขาดการติดต่อกับครูประจำกลุ่ม และ ไม่ได้เข้าสอบในที่สุด เป็นเหตุให้ต้องกลับมาวิเคราะห์กับผู้เรียนใหม่ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ สาเหตุของปัญหาที่สำคัญอย่างยิ่งได้แก่ ระบบการรับสมัครนักศึกษาของสถานศึกษาภายใต้สำนักงาน เห็นควรเป็นประเด็นแรกที่ต้องเร่งแก้ไข เพื่อเป็นการดำเนินการขั้นแรกที่สำคัญในการพัฒนาและยกระดับการศึกษาของสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งกลยุทธ์การสื่อสาร มีความจำเป็นอย่างมากต่อการสร้างการรับรู้และความเข้าใจให้กับกลุ่มเป้าหมายการจัดการศึกษานอกระบบ ในปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อโน้มน้าวและดึงดูดใจให้กลุ่มเป้าหมาย โดยมีวิธีการดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยการสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ 1) การโฆษณา 2) การประชาสัมพันธ์ 3) การสื่อสาร แบบส่วนตัวโดย

พนักงาน 4) การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาด 5) การสื่อสารทางตรง และ 6) การส่งเสริมกิจกรรม ตามกลยุทธ์ การสื่อสารมีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาของนักศึกษา (นันทิการ์ จิตริงาม. 2561 : 47) อีกทั้งยังเป็นแนวคิดที่ สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณา ที่ได้รับการยอมรับเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น การสื่อสารช่วยสร้างการรับรู้และเชื่อมโยงข้อมูล ตลอดจนสร้างความเข้าใจระหว่างสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ ประจำจังหวัดกับนักศึกษา เป็นช่องทางติดต่อสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ หรือส่งต่อการให้บริการก็ติทางการศึกษา ได้ การสื่อสารช่วยให้การดำเนินงานรับสมัครนักศึกษาเป็นไปอย่างได้สะดวก มีการให้ข้อมูลการรับสมัคร ตลอดจนสามารถก่อให้เกิดการตัดสินใจสมัครเรียนและรับส่งเอกสารเพื่อยืนยัน การสมัครเข้าเรียนกับทาง สถานศึกษาภายใต้สังกัดสำนักงาน

ด้วยเหตุนี้การสื่อสารจึงมีความสำคัญต่อการแก้ไขปัญหาด้านการศึกษา ไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์ของ การส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการเรียนรู้ ดังนั้นควรมีการวางแผนและออกแบบกลยุทธ์ การสื่อสาร เพื่อการรับสมัครนักศึกษาที่มีคุณภาพผ่านการสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายการจัดการศึกษามีการรับรู้ข้อมูลและ เข้าใจบริบทการจัดการเรียนการสอน เพื่อเป็นข้อมูลก่อนการตัดสินใจเข้ารับการศึกษ ซึ่งเป็นการกำหนดกรอบ หรือทิศทางการทำงานที่เป็นระบบ สอดคล้องกับสถานะเหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในยุควิถีปกติใหม่ เพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้ และที่ง่ายต่อการบริหารจัดการทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของ การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ (ทิฆัมพร วาสิตี. 2562 : 1) จากสภาพปัญหาและความเป็นมาดังกล่าว ทำให้ ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของการสร้างกลยุทธ์ในการรับสมัครนักศึกษาของสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้จังหวัด บุรีรัมย์ เพื่อลดปัญหาต้นทุนทางการส่งเสริมและการสนับสนุนการศึกษาตามบริบทของสำนักงาน จึงได้จัดทำ วิจัยเรื่อง การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับการศึกษานักศึกษาการศึกษาระดับ พื้นฐาน สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อเป็นแนวทางการรับสมัครนักศึกษาที่ดีและส่งผลต่อ การจัดการศึกษาของสำนักงาน สามารถลดปัญหาการรับนักศึกษาที่ไม่มีคุณภาพได้ เป็นการบริหารการจัดการ เรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ

บทความวิจัยนี้นำเสนอกระบวนการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ศึกษาปัจจัยและ องค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดทำกลยุทธ์ โดยมีการนำกลยุทธ์ไปทดลองใช้และมีการประเมินผลการใช้ กลยุทธ์ ที่ได้พัฒนาขึ้น ส่งผลให้มีแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจน ส่งเสริมการสร้าง ความเข้าใจและลดปัญหาด้านการศึกษาที่ เกิดขึ้นกับสังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้จังหวัดบุรีรัมย์

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการสื่อสารและสภาพที่เป็นอยู่ของการสื่อสาร
2. เพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร
3. เพื่อทดลองใช้กลยุทธ์การสื่อสาร
4. เพื่อประเมินผลการใช้กลยุทธ์การสื่อสาร

ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับการศึกษานักศึกษาการศึกษาระดับพื้นฐาน สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้จังหวัดบุรีรัมย์

## การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้เป็นการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับการศึกษาของนักศึกษาการศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบฯ ซึ่งผู้วิจัยได้มีการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งแสดงให้เห็นถึงรูปแบบความสัมพันธ์และความแตกต่างในแต่ละประเด็น เพื่อนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยสามารถแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อหลัก ดังนี้

### 1. แนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร

1.1 การสื่อสารและการบูรณาการ หมายถึง กระบวนการแลกเปลี่ยนเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เพื่อมุ่งหมายให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน หรือโน้มน้าวจิตใจให้เกิดผลในการรับรู้ หรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (วิรัช สงวนวงศ์วาน. 2547 : 115)

1.2 กลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการ หมายถึง กระบวนการผสมผสานและเชื่อมโยงข้อมูลสารสนเทศ ซึ่งมีสอดคล้องซึ่งกันและกันของข้อมูลสารสนเทศนั้น เกิดเป็นแนวทางการสื่อสารเพื่อมุ่งหมายให้เกิดความเข้าใจและการบรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่ตั้งไว้ โดยมีองค์ประกอบย่อยที่เชื่อมโยงกันอย่างสมบูรณ์ ครบถ้วนและมีความเป็นเอกภาพ (ทีศนา แคมมณี. 2548 : 147)

1.3 การสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการสื่อสารที่เป็นทั้งการดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ ที่สร้างการรับรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสื่อสารข้อมูลข่าวสารการรับสมัครนักศึกษาใหม่ มุ่งเน้นการจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเลือกเข้ารับการศึกษา โดยผ่านกระบวนการและกิจกรรม ซึ่งประกอบไปด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการตัดสินใจ การสื่อสารทางตรง การสื่อสารแบบส่วนตัวหรือการสื่อสารโดยพนักงาน และ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการสื่อสาร (พิมลพรรณ จันทร์เจริญ. 2559 : 75 – 76)

1.4 รูปแบบการสื่อสารแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ หมายถึง การใช้การติดต่อสื่อสารทุกรูปแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ผู้ด้อยโอกาส ผู้พลาดโอกาส ผู้ขาดโอกาสทางการศึกษา และ ประชาชน (เสรี วงษ์มณฑา. 2558 : 3)

### 2. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกเข้ารับการศึกษาของนักศึกษา

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยภายใน หมายถึง ปัจจัยที่มีต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งมีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ส่งผลให้การตัดสินใจของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2552 : 76 - 83)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมรอบตัวบุคคล ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรม โดยปัจจัยภายนอกแบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถอธิบายองค์ประกอบที่สำคัญได้ 6 ประการ ได้แก่ 1) สภาพเศรษฐกิจ 2) ครอบครัว 3) สังคม 4) วัฒนธรรม 5) การติดต่อธุรกิจ และ 6) สภาพแวดล้อม (Kotler. 2000 : 94 - 98) 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยเฉพาะบุคคล หมายถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ที่ได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคล

ทางด้านต่าง ๆ ทำให้การตัดสินใจของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน (ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. 2549 : 66 - 71)

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์

3.1 ความหมายของกลยุทธ์ หมายถึง แนวทางและวิธีการปฏิบัติที่ได้จัดทำเป็นแบบแผนงานเป็นขั้นตอน มีความยืดหยุ่น พลิกแพลงการปฏิบัติงานได้ตามสถานการณ์ โดยอาศัยวิธีการไปสู่จุดมุ่งหมายและเครื่องมือที่ใช้ เพื่อมุ่งสู่เป้าหมาย หรือ วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ตั้งแต่เริ่มต้น ซึ่งกลยุทธ์เบื้องต้นจะต้องมีคือ การดำเนินงานที่มีขั้นตอนการตัดสินใจ และสามารถจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์และได้ผลงานที่มีคุณภาพสูงสุด (ปริดี นกุลสมปรารถนา. 2563 : 1)

3.2 องค์ประกอบของกลยุทธ์ หมายถึง ขอบเขต เป้าหมาย หรือเป้าประสงค์ ตัวชี้วัดความสำเร็จ การแบ่งสรรทรัพยากร การวิเคราะห์สถานการณ์ภายใน และภายนอก การกำหนดกลยุทธ์ แผนนโยบายในการดำเนินงาน ลำดับขั้นของกิจกรรมหรือกำหนดการดำเนินงานให้บรรลุจุดมุ่งหมายตามกรอบนโยบายที่กำหนดที่เป็นรูปแบบแนวทางการปฏิบัติ (ธงชัย สันติวงษ์. 2537 : 21)

3.3 แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์และการปฏิบัติการ เป็นขั้นตอนการวางแผนเชิงกลยุทธ์และการปฏิบัติการ ซึ่งประกอบไปด้วย 7 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ 1) กำหนดวัตถุประสงค์ 2) ประเมินองค์การและสภาพแวดล้อมของการดำเนินงาน 3) กำหนดทิศทางและวิสัยทัศน์ 4) สร้างกลยุทธ์ 5) นำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ 6) ติดตามผลและการควบคุม และ 7) ตรวจสอบและประเมินผลกลยุทธ์ (จันทร์เพ็ญ มินคร. 2562 : 21 - 22)

3.4 กระบวนการในการตัดสินใจ หมายถึง การกำหนดขั้นตอนของการตัดสินใจตั้งแต่ขั้นตอนแรกไปจนถึงขั้นตอนสุดท้ายของการตัดสินใจ โดยใช้หลักเหตุผล มีกฎเกณฑ์ และระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์เป็นเครื่องมือช่วยในการหาข้อสรุปเพื่อการตัดสินใจโดยใช้เหตุผล มีกฎเกณฑ์เป็นกระบวนการที่ช่วยในการตัดสินใจในประเด็นของปัญหาที่มีความซับซ้อนให้มีความง่ายขึ้น (กุลชลี ไชยนันดา. 2539 : 135 - 139)

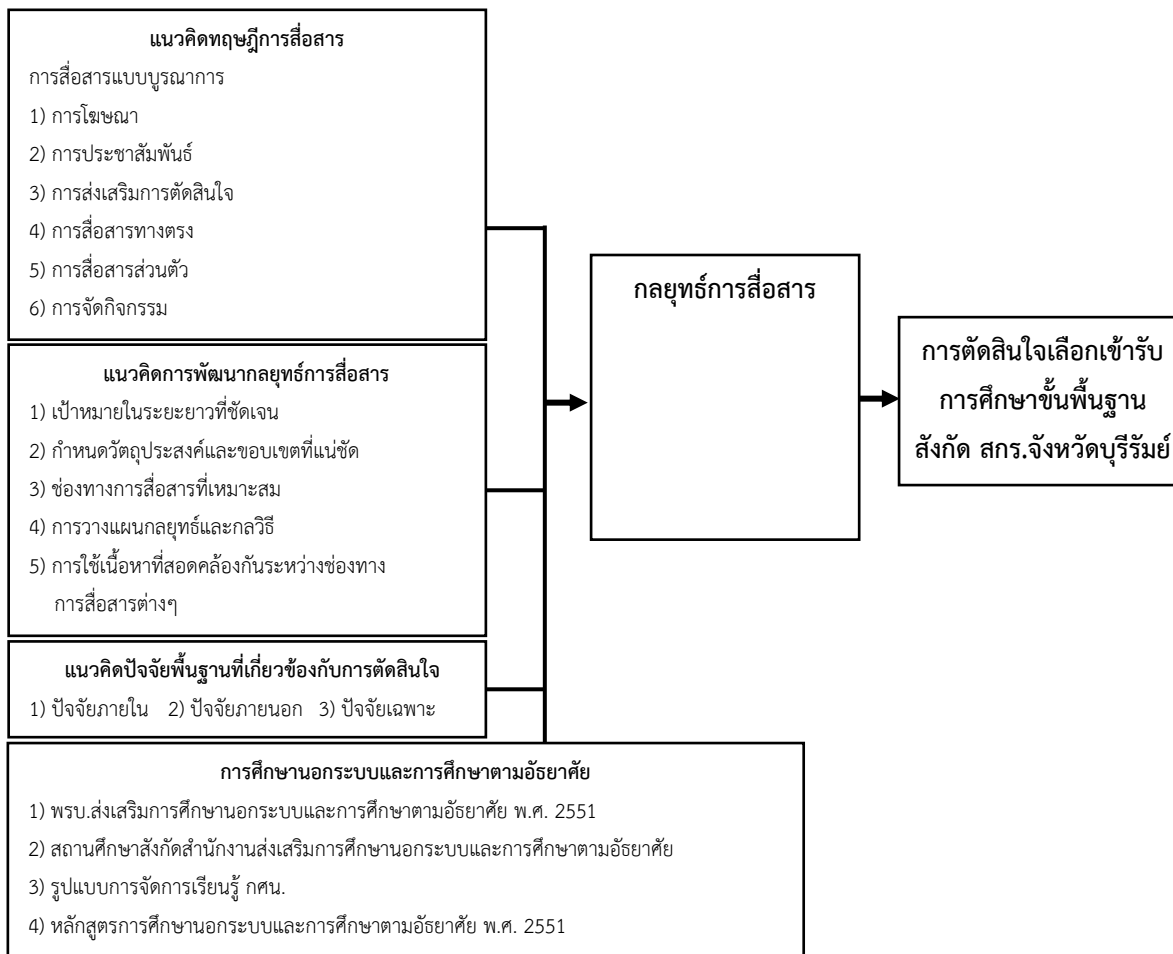
### 4. การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย

4.1 พระราชบัญญัติส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย พ.ศ. 2551 หมายถึง การจัดการศึกษาที่มีกิจกรรมการศึกษาที่มีรูปแบบ หลักสูตร วิธีการจัดและระยะเวลาเรียนหรือฝึกอบรม ที่ยืดหยุ่นและหลากหลายตามสภาพความต้องการและศักยภาพในการเรียนรู้ของกลุ่มเป้าหมายนั้นและสามารถเลือกที่จะเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต มีหลักการเพื่อมุ่งเน้นความเสมอภาค การกระจายอำนาจ การเข้าถึงแหล่งการเรียนรู้ การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ และ การจัดการ หรือแนวทางการเรียนรู้ ที่เป็นคุณประโยชน์ต่อผู้เรียน มีเป้าหมายของการศึกษาเพื่อให้ประชาชนได้รับการศึกษาอย่างต่อเนื่อง สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตได้ อีกทั้งสรุปอำนาจหน้าที่ของสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยไว้ว่า เป็นหน่วยงานส่งเสริม สนับสนุน และดำเนินการพัฒนาการศึกษาและคุณภาพทางวิชาการ การวิจัยและพัฒนา หลักสูตรและนวัตกรรมทางการศึกษา (กระทรวงศึกษาธิการ. 2551 : 3 - 4)

4.2 รูปแบบการจัดการเรียนรู้ของกรมส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย หมายถึง การจัดกระบวนการเรียนรู้การศึกษานอกระบบแบบบูรณาการ จะช่วยให้การจัดการเรียนรู้บรรลุตาม หลักการของหลักสูตร เป็นการนำสภาพปัญหา ความต้องการเรียนรู้ของผู้เรียน ชุมชน สังคม เพื่อการเชื่อมโยงสู่ การเรียนรู้ ที่เป็นไปอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต (นุสรา สกลนุกรกิจ. 2554 : 3 - 4) มีวิธีการจัดการเรียนรู้ทั้งหมด 7 รูปแบบ ได้แก่ 1) การเรียนรู้ด้วยตนเอง 2) การเรียนรู้แบบพบกลุ่ม 3) การเรียนรู้แบบทางไกล 4) การเรียนรู้แบบ ชั้นเรียน 5) การเรียนรู้ด้วยการสอนเสริม 6) การเรียนรู้ตามอัธยาศัย และ 7) การเรียนรู้จากการทำโครงการ อีกทั้งการจัดกิจกรรมพัฒนาคุณภาพชีวิต (กพช.) เป็นกิจกรรมการเรียนรู้ ที่จัดขึ้นเพื่อพัฒนาผู้เรียน และเป็นเงื่อนไข สำคัญตามหลักสูตร โดยต้องจัดให้ผู้เรียนทำกิจกรรมจำนวนไม่น้อยกว่า 200 ชั่วโมง

### กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้พัฒนากลอบแนวคิดการศึกษาวิจัย การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นวิจัยแบบผสมผสานวิธี พื้นที่วิจัย คือ จังหวัดบุรีรัมย์ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างสามารถอธิบายตามระยะการวิจัย 4 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ประชากร คือ นักศึกษาการศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 29,046 คน และ บุคลากรผู้รับสมัครนักศึกษา สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 622 คน (สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัดบุรีรัมย์. 2565 : 4 - 21) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาการศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้จังหวัดบุรีรัมย์ โดยใช้ทฤษฎีการสุ่มตัวอย่าง ตามแนวคิดสูตรคำนวณของเครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan. 1970 : 607 - 610) จำนวน 379 คน และ บุคลากรครูผู้รับสมัครนักศึกษาของสถานศึกษาภายใต้สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 30 คน ที่ได้จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 3 ชนิด ได้แก่ 1) การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษาปัจจัยและองค์ประกอบการสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับการศึกษา 2) แบบสอบถามความต้องการจำเป็น สร้างตามแนวคิดของสุวิมล ว่องวานิช (2562 : 279) ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ที่ 0.974 และ 3) แบบสัมภาษณ์แบบมีเค้าโครง สร้างตามแนวคิดของ Patton, M.Q. (2002 : 339 - 427) ศึกษาองค์ประกอบการสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับการศึกษาเชิงลึกในด้านของบุคลากรผู้รับสมัคร มาตรฐานอยู่ที่ 0.9 และ 0.850 ตามลำดับ ซึ่งรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยระหว่างเดือนมีนาคม ถึงเดือนเมษายน พ.ศ.2566 นำข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิจัยเอกสาร วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลนำมาเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

ระยะที่ 2 การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับการศึกษาของนักศึกษา เป็นการนำองค์ประกอบที่ได้จากการวิจัยระยะที่ 1 มาพิจารณาจัดทำร่างกลยุทธ์การสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ใช้จัดทำร่างกลยุทธ์ที่มีรูปแบบและวิธีการดำเนินงานที่ชัดเจน สร้างตามแนวคิดของจันทร์เพ็ญ มีนนคร (2562 : 21 - 22) โดยมีทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบกลยุทธ์จำนวน 7 ท่าน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 2 ชนิด ได้แก่ แบบประเมินความเหมาะสมของกลยุทธ์ และ แบบประเมินคู่มือกลยุทธ์การสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ซึ่งจัดทำและรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยระหว่างเดือนเมษายน พ.ศ. 2566

ระยะที่ 3 ประชากร ได้แก่ ผู้ด้อยโอกาส ผู้พลาดโอกาส และ ผู้ขาดโอกาสทางการศึกษา รวมไปถึงประชาชนทั่วไปของจังหวัดบุรีรัมย์ บุคลากรผู้รับสมัครนักศึกษา และ ผู้บริหารศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้ระดับอำเภอ สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้จังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มตัวอย่างรวมจำนวน 60 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 4 ชนิด ได้แก่ 1) แบบบันทึกจำนวนผู้สมัคร 2) แบบสังเกตพฤติกรรมทำให้ความสนใจ 3) แบบสัมภาษณ์การวิจัย และ 4) แบบทดสอบความเข้าใจกลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการ ซึ่งรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยระหว่างเดือนเมษายน ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ.2566

ระยะที่ 4 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเช่นเดียวกับระยะที่ 3 โดยปรับเปลี่ยนพื้นที่เป็นอำเภอประโคนชัย รวมจำนวน 60 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเช่นเดียวกับระยะที่ 3 ซึ่งรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัย

ระหว่างเดือนตุลาคม ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2566 นำข้อมูลเชิงคุณภาพมาวิเคราะห์และเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

## ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผลลัพธ์ในแต่ละระยะของการวิจัย สามารถอธิบายได้ดังนี้

**1. องค์ประกอบการสื่อสารและสภาพที่เป็นอยู่ของการสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับการศึกษ**ของนักศึกษาการศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับการศึกษ

ของนักศึกษา มีทั้งสิ้น 6 ด้าน รวมทั้งหมด 25 องค์ประกอบ คือ

ด้านการโฆษณา ได้แก่ 1) การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบรชัวร์ 2) การโฆษณาผ่านวิทยุหรือเสียงตามสาย 3) การโฆษณาผ่านสื่อกลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณา 4) การโฆษณาสื่อเคลื่อนที่ เช่น รถประกาศ และ 5) การโฆษณาผ่านสังคมออนไลน์และสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Twitter

ด้านการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ 1) การสื่อสารบุคคล/ปากต่อปาก 2) การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์/ออนไลน์ 3) การให้สัมภาษณ์ประชาสัมพันธ์ 4) การแนะนำ และ 5) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคม

ด้านการส่งเสริมการตัดสินใจ ได้แก่ 1) บริการพิเศษอื่น ๆ 2) การเปิดรับสมัครหลายครั้ง และ 3) การรับโอนนักศึกษาหรือให้การทดลองเรียน

ด้านการสื่อสารทางตรง ได้แก่ 1) การติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์ 2) การใช้เว็บไซต์ 3) การใช้โซเชียลมีเดียหรือสื่อสังคม และ 4) การให้บริการครบวงจร

ด้านการสื่อสารส่วนตัว ได้แก่ 1) การมีบุคลากรคอยให้บริการ 2) บุคลากรให้การแนะนำ 3) การติดต่อสื่อสารผ่าน Brand Ambassador และ 4) การใช้นักศึกษาเป็นผู้แนะนำ

ด้านกิจกรรมส่งเสริมการสื่อสาร ได้แก่ 1) กิจกรรมแนะนำ 2) การจัดแสดงนิทรรศการ/มหกรรม 3) การจัดกิจกรรมการกุศล 4) การสนับสนุนกิจกรรมที่จัดขึ้น และ 5) การจัดบูทกิจกรรมตามงานต่าง ๆ

สภาพความต้องการจำเป็นในปัจจุบันด้านการสื่อสารที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับการศึกษ

ของนักศึกษา ด้านการส่งเสริมการตัดสินใจ มีความต้องการจำเป็นเฉลี่ยรวมมากที่สุด ( $PNI_{Modified} = 0.38$ ) รองลงมา คือ ด้านการโฆษณา มีความต้องการจำเป็นเฉลี่ยรวม ( $PNI_{Modified} = 0.34$ ) ด้านการสื่อสารส่วนตัว มีความต้องการจำเป็นเฉลี่ยรวม ( $PNI_{Modified} = 0.28$ ) ด้านกิจกรรมส่งเสริมการสื่อสาร มีความต้องการจำเป็นเฉลี่ยรวม ( $PNI_{Modified} = 0.27$ ) ด้านการสื่อสารทางตรง มีความต้องการจำเป็นเฉลี่ยรวม ( $PNI_{Modified} = 0.26$ ) และ ด้านการประชาสัมพันธ์ มีความต้องการจำเป็นเฉลี่ยรวม ( $PNI_{Modified} = 0.25$ ) ตามลำดับ

**2. การพัฒนาแผนกลยุทธ์** จากข้อเสนอแนะและการปรับปรุงแก้ไขของผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า องค์ประกอบการสื่อสารแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับการศึกษ

ของนักศึกษาประกอบด้วย รูปแบบการสื่อสาร 6 ด้าน รวมทั้งสิ้น 25 องค์ประกอบ ผู้วิจัยได้พัฒนากลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับการศึกษ

ในยุควิถีปกติใหม่ของนักศึกษาการศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิได้ตรวจสอบแผนกลยุทธ์และให้ข้อคิดเห็นต่อร่าง กลยุทธ์ดังกล่าว ประกอบไปด้วย 3 กลยุทธ์หลัก 7 กลยุทธ์ย่อย ดังนี้

**2.1 กลยุทธ์หลักที่ 1 การสร้างการรับรู้** สาระสำคัญของแนวคิดที่ได้จากข้อคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิคือ เป็นกลยุทธ์หลักที่สำคัญในการทำให้คนเข้าใจและตระหนักถึงข้อมูลหรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องนั้นสามารถทำได้ผ่านหลายวิธี โดยจะต้องผสมผสานหลายช่องทางและใช้กลยุทธ์ที่หลากหลายเพื่อให้ผลลัพธ์ที่เหมาะสม การคำนึงถึงวิธีที่เหมาะสมที่สุดสำหรับกลุ่มเป้าหมายจะช่วยให้การสร้างการรับรู้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งจากการพัฒนาร่างมีกลยุทธ์ภายใต้กลยุทธ์ย่อย 2 กลยุทธ์ดังนี้

**กลยุทธ์ย่อยที่ 1 การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์** มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.71$ , S.D. = 0.488) และมีความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.86$ , S.D. = 0.378) ซึ่งมีกิจกรรมภายใต้กลยุทธ์ 9 กิจกรรม ได้แก่ 1) การโฆษณาผ่านสื่อเคลื่อนที่ รถประกาศ 2) การโฆษณาผ่านเสียงตามสาย 3) การโฆษณาผ่านสื่อกลางแจ้ง ป้ายโฆษณา 4) การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบรชัวร์ drop off 5) การโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Facebook, Line 6) การประชาสัมพันธ์ผ่านการให้สัมภาษณ์ในการประชุมร่วมกับเครือข่าย 7) การประชาสัมพันธ์ผ่านการลงพื้นที่ให้การแนะนำ 8) การประชาสัมพันธ์ปากต่อปาก 9) การประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook page/ Line group

**กลยุทธ์ย่อยที่ 2 การจัดกิจกรรมเพื่อการสื่อสาร** มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.57$ , S.D. = 0.535) และมีความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.57$ , S.D. = 0.535) ซึ่งมีกิจกรรมภายใต้กลยุทธ์ 5 กิจกรรม ได้แก่ 1) การจัดกิจกรรมการกุศล 2) การจัดบูทแนะนำการศึกษา 3) การจัดกิจกรรมร่วมกับภาคีเครือข่าย/จิตอาสา 4) กิจกรรมการจบการศึกษา 5) การสนับสนุนจัดกิจกรรม

**2.2 กลยุทธ์หลักที่ 2 การรับสมัครนักศึกษาเชิงรุก** สาระสำคัญของแนวคิดที่ได้จากข้อคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิคือ กลยุทธ์หลักกว่าด้วยการเข้าถึงพื้นที่และกลุ่มเป้าหมายในการบริการแบบเชิงรุก มุ่งเน้น การสรรหากลุ่มเป้าหมายที่มีคุณสมบัติที่ตรงตามความต้องการของบริบทการจัดการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน กลยุทธ์หลักนี้มักจะมีการลงพื้นที่เพื่อเข้ารับสมัคร เพื่อคัดเลือกนักศึกษา ที่เหมาะสมกับรูปแบบการจัดการเรียนการสอนของสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งจากการพัฒนาร่างมีกลยุทธ์ภายใต้กลยุทธ์หลัก 3 กลยุทธ์ย่อยดังนี้

**กลยุทธ์ย่อยที่ 1 การลงพื้นที่รับสมัครนักศึกษา** มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.43$ , S.D. = 0.535) และมีความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.86$ , S.D. = 0.378) ซึ่งมีกิจกรรมภายใต้กลยุทธ์ 2 กิจกรรม ได้แก่ 1) ลงพื้นที่ตามข้อมูลITW/การศึกษาต่อเนื่อง และ 2) ลงพื้นที่พูดคุยแนะนำกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง

**กลยุทธ์ย่อยที่ 2 การสร้างความสัมพันธ์ภาคีเครือข่าย** มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.43$ , S.D. = 0.535) และมีความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.43$ , S.D. = 0.535) ซึ่งมีกิจกรรมภายใต้กลยุทธ์ 2 กิจกรรม ได้แก่ 1) การมีผู้นำชุมชน / นักศึกษาเก่าเป็นตัวแทนให้ข้อมูล และ 2) การมีภาคีเครือข่ายคอยช่วยให้บริการในการรับสมัครนักศึกษา

**กลยุทธ์ย่อยที่ 3 การสร้างปฏิสัมพันธ์และประสบการณ์ที่ดี** มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.29$ , S.D. = 0.488) และมีความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.71$ , S.D. = 0.488) ซึ่งมี

กิจกรรมภายใต้กลยุทธ์ 2 กิจกรรม ได้แก่ 1) การติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์ และ การสื่อสารผ่านสื่อสังคม Facebook messenger/ Line message

**2.3 กลยุทธ์หลักที่ 3 การบริการเพื่อการตัดสินใจ** สำคัญของแนวคิดที่ได้จากข้อคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิคือ กลยุทธ์หลักด้านการสื่อสารข้อมูลการบริการ ที่ช่วยให้บุคคลหรือกลุ่มสามารถตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้มีโอกาสในการบรรลุเป้าหมายการรับสมัครนักศึกษา โดยการสื่อสารข้อมูลบริการเพื่อการตัดสินใจเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ต่อบุคคลหรือกลุ่มในการกระตุ้นกระบวนการตัดสินใจได้ เป็นการโน้มน้าวให้กลุ่มเป้าหมายให้เกิดการคล้อยตามในการบริการที่ได้สื่อสารไป ซึ่งจากการพัฒนาร่างมีกลยุทธ์ภายใต้กลยุทธ์หลัก 2 กลยุทธ์ย่อยดังนี้

**กลยุทธ์ย่อยที่ 1 การสร้างแรงจูงใจ** มีความเหมาะสมในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.14$ , S.D. = 0.690) และมีความเป็นไปได้ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.14$ , S.D. = 0.690) ซึ่งมีกิจกรรมภายใต้กลยุทธ์ ได้แก่ การสื่อสารและการสร้างแรงจูงใจเพื่อคุณวุฒิทางการศึกษา

**กลยุทธ์ย่อยที่ 2 การบริการและงานเอกสาร** มีความเหมาะสมในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.29$ , S.D. = 0.488) และมีความเป็นไปได้ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.14$ , S.D. = 0.690) ซึ่งมีกิจกรรมภายใต้กลยุทธ์ 2 กิจกรรม ได้แก่ 1) เอื้ออำนวยเรื่องเอกสารสมัคร 2) บริการรับ-ส่งช่วงการสอบ 3) เปิดรับเอกสารสมัครเสมอ 4) รับเทียบโอนหน่วยกิต

**3. การทดลองใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับการศึกษาในยุควิถีปกติใหม่ของนักศึกษาการศึกษาขั้นพื้นฐานนักศึกษา พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ที่ตัดสินใจเข้ารับการศึกษา** หลังจากการทดลองใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับการศึกษาของนักศึกษาโดยบุคลากรครูผู้รับสมัคร ในภาพรวมมีกลุ่มตัวอย่างที่สมัครเข้ารับการศึกษา จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 86.67 และ เปรียบเทียบผลคะแนนพฤติกรรมการให้ความสนใจต่อการรับสมัครการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน พบว่าคะแนนพฤติกรรมการให้ความสนใจของกลุ่มตัวอย่างหลังใช้กลยุทธ์อยู่ในระดับมาก ซึ่งมีระดับพฤติกรรมการให้ความสนใจที่สูงกว่าพฤติกรรมการให้ความสนใจก่อนใช้กลยุทธ์ อีกทั้งจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานศึกษา พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารดังกล่าว เป็นแนวทางการรับสมัครนักศึกษาที่จะช่วยให้บุคลากรครูผู้รับสมัครนักศึกษาสามารถปฏิบัติตามกรอบแนวทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ สิ่งนี้จะช่วยลดความซับซ้อนของกระบวนการสรรหาและคัดเลือกนักศึกษา สามารถได้กลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงไปถึงการเสริมสร้างความเข้าใจ เรื่องแนวทางและการปฏิบัติเรื่องการรับสมัครนักศึกษาและการปฏิบัติหน้าที่เป็นครูประจำกลุ่ม

**4. การประเมินผลการใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับการศึกษาของนักศึกษาการศึกษาขั้นพื้นฐาน** สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้จังหวัดบุรีรัมย์ ตามหลัก Objective and Key results ผลลัพธ์ดังตารางที่ 1

## ตารางที่ 1 การประเมินผลกลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับการศึกษา

เป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Objective)	ผลลัพธ์หลัก (Key results)	คะแนนผลลัพธ์ (Key results score)
จำนวนผู้สมัครเข้ารับการศึกษานอกระบบ ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน	ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้อำเภอ มีผู้สมัครเข้ารับการศึกษาไม่น้อยกว่าจำนวนนักศึกษาเดิมใน ภาคเรียนก่อนหน้า (ภาคเรียน 1/2566 มี 2,133 คน)	(0.9) ภาคเรียน 2/2566 2,123 คน แต่บุคลากรน้อยลง
	ผู้สมัครเข้ารับการศึกษาต่อครูผู้ประจำกลุ่มมีจำนวนดังนี้ 1. 50 คน/ครู กศน.ตำบล 2. 80 คน/ครูศูนย์การเรียนรู้ชุมชน 3. 10 คน/ข้าราชการครู	(1.0) สูงกว่าผลลัพธ์หลัก ทุกตำแหน่ง
ผู้ด้อย พลาด และขาดโอกาส มีพฤติกรรมทำให้ความสนใจในการศึกษานอกระบบ	ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้อำเภอ สามารถเข้าถึงข้อมูล ผู้ด้อย พลาด และขาดโอกาสทางการศึกษา มากกว่าร้อยละ 80 ของผู้ด้อย พลาด และขาดโอกาสในอำเภอและเขตพื้นที่ให้บริการ	(0.8) มีทั้งข้อมูลจากอำเภอ และพัฒนาชุมชน
	ผู้ด้อย พลาด และขาดโอกาสทางการศึกษามีพฤติกรรมให้ความสนใจ มากกว่าร้อยละ 80 ของผู้ด้อย พลาด และขาดโอกาสในชุมชน	(0.8) มีพฤติกรรมให้ความสนใจ ร้อยละ 65
กลยุทธ์การสื่อสารสามารถใช้งานได้จริง เหมาะสมกับบริบทการดำเนินงาน	ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้อำเภอมีการส่งเสริมและพัฒนา รูปแบบการสื่อสารการรับสมัครนักศึกษาอย่างเป็นเอกภาพ และสอดคล้องกับการดำเนินงาน	(0.8) ส่งเสริมการดำเนินงาน ที่เป็นเอกภาพ
	กลยุทธ์สร้างความเข้าใจให้กับบุคลากรครู มากกว่าร้อยละ 80 ของบุคลากรครูภายใต้สังกัดสำนักงาน	(1.0) บุคลากรครูที่คุ้นเข้าใจกลยุทธ์
รวม		(0.88)

จากตารางที่ 1 พบว่า ในภาพรวมมีคะแนนผลลัพธ์ 0.88 โดยพบว่า เป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์ จำนวนผู้สมัครเข้ารับการศึกษานอกระบบ ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน มีคะแนนผลลัพธ์ 0.9 และ ผู้สมัครเข้ารับการศึกษา ต่อครูผู้ประจำกลุ่ม มีคะแนนผลลัพธ์ 1.0 เมื่อเทียบกับผลลัพธ์หลัก เป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์ ผู้ด้อย พลาด และขาดโอกาส มีพฤติกรรมทำให้ความสนใจ โดยศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้อำเภอ สามารถเข้าถึงข้อมูล ผู้ด้อย พลาด และขาดโอกาสทางการศึกษา มากกว่าร้อยละ 80 ของผู้ด้อย พลาด และขาดโอกาสในอำเภอและเขตพื้นที่ให้บริการผู้ มีคะแนนผลลัพธ์ 0.8 และ ผู้ด้อย พลาด และขาดโอกาสทางการศึกษามีพฤติกรรมให้ความสนใจ มีคะแนนผลลัพธ์ 0.8 เช่นเดียวกัน เมื่อเทียบกับผลลัพธ์หลัก และ เป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์ กลยุทธ์การสื่อสารสามารถใช้งานได้จริง เหมาะสมกับบริบทการดำเนินงาน ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้อำเภอมีการส่งเสริมและพัฒนา รูปแบบการสื่อสารการรับสมัครนักศึกษาอย่างเป็นเอกภาพและสอดคล้องกับการดำเนินงาน มีคะแนนผลลัพธ์ 0.8 และ กลยุทธ์สร้างความเข้าใจให้กับบุคลากรครู มากกว่าร้อยละ 80 ของบุคลากรครูภายใต้สังกัดสำนักงาน มีคะแนนผลลัพธ์ 1.0 เมื่อเทียบกับผลลัพธ์หลัก

## อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบการสื่อสารและสภาพที่เป็นอยู่ของการสื่อสาร ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับการศึกษาของนักศึกษาการศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้จังหวัดบุรีรัมย์ มีทั้งสิ้น 6 ด้าน รวมทั้งหมด 25 องค์ประกอบ สอดคล้องกับแนวคิดของ กันณ์ทรากกร ขวัญโตะระ (2562 : 157 - 158) ที่กล่าวว่า การสื่อสารแบบบูรณาการ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจ ซึ่งมีพฤติกรรมการรับรู้การสื่อสารที่แตกต่างกัน 7 ด้าน คือ องค์ประกอบการสื่อสารแบบบูรณาการ 6 ด้าน แต่มีการเพิ่มด้านการสื่อสารแบบออนไลน์ อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ อุดล จาตุรงค์กุล (2543 : 139) ที่ได้กล่าวว่า พฤติกรรมการตัดสินใจขึ้นอยู่กับกรรับรู้การสื่อสารแบบบูรณาการในแต่ละด้าน เป็นไปตามปัจจัยที่มีผลต่อกลุ่มเป้าหมาย โดยมีจุดเริ่มต้นจากการได้รับสิ่งกระตุ้น ทำให้เกิดความต้องการผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิด โดยกลุ่มเป้าหมาย จะได้รับอิทธิพลจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจ ดังนั้นการสื่อสารแบบบูรณาการดังกล่าว ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจในยุควิถีปกติใหม่ของนักศึกษา

ส่วนกลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับการศึกษาในยุควิถีปกติใหม่ ได้แก่ กลยุทธ์หลักที่ 1 การสร้างการรับรู้ กลยุทธ์หลักที่ 2 การรับสมัครนักศึกษาเชิงรุก และ กลยุทธ์หลักที่ 3 การบริการเพื่อการตัดสินใจ อีกทั้งมี 7 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์การจัดกิจกรรมเพื่อการสื่อสาร กลยุทธ์การลงพื้นที่รับสมัครนักศึกษา กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ภาคีเครือข่าย กลยุทธ์การสร้างปฏิสัมพันธ์และประสบการณ์ที่ดี กลยุทธ์การสร้างแรงจูงใจ และ กลยุทธ์การบริการและงานเอกสาร หากดำเนินงานตามกลยุทธ์นี้ได้ดีจะเป็นการสร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ดี มีคุณภาพ ชัดเจนและกระชับ จะสามารถช่วยให้การดำเนินการในลำดับถัดไปของการดำเนินงานตามกลยุทธ์ง่ายและสะดวกในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับธนภร จรุงนิมมาน (2566 : 21 - 33) ที่กล่าวว่า กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้คุณค่า ประยุกต์การสื่อสารเชิงบูรณาการโดยมีกลยุทธ์การสร้างแบรนด์และกลยุทธ์การสื่อสารและกลยุทธ์ผสมผสานช่องทางการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นกลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมนำไปสู่การใช้ปฏิบัติจริงได้

การทดลองใช้กลยุทธ์ ร้อยละและจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจเข้ารับการศึกษา หลังจากการทดลองใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการโดยบุคลากรครูผู้รับสมัคร ในภาพรวมมีกลุ่มตัวอย่างที่สมัครเข้ารับการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 86.67 ซึ่งเป็นผลมาจากการดำเนินงานตามกลยุทธ์ ทั้งในการสร้างการรับรู้ การรับสมัครเชิงรุก และการบริการเพื่อการตัดสินใจ จนสามารถโน้มน้าวใจให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจสมัครเข้ารับการศึกษาได้ภายในระยะเวลาการรับสมัครที่กำหนด สอดคล้องกับความเหมาะสมของการปฏิบัติงาน และเมื่อเปรียบเทียบผลคะแนนพฤติกรรมการให้ความสนใจกลุ่มตัวอย่างหลังใช้กลยุทธ์ มีระดับพฤติกรรมการให้ความสนใจที่สูงกว่าพฤติกรรมการให้ความสนใจก่อนใช้กลยุทธ์ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเห็นความสำคัญของการศึกษา และประโยชน์ในการดำเนินชีวิตควบคู่กับการเรียนรู้ ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจภายในและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการให้ความสนใจต่อการสมัครเข้ารับการศึกษามากขึ้นเมื่อเทียบกับก่อนใช้กลยุทธ์ สอดคล้องกับ ดลฤดี ไชยศิริ (2563 : 576 - 585) ที่กล่าวว่า การจัดกิจกรรมการเรียนรู้รูปแบบผสมผสานร่วมกับการตอบสนองความต้องการและ

ความเหมาะสมในการเรียนรู้ของกลุ่มเป้าหมาย เป็นการกระตุ้นให้เกิดความสนใจ และ ยกระดับแรงจูงใจทางการศึกษาเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานศึกษา สามารถอภิปรายได้ว่า กลยุทธ์การสื่อสารดังกล่าว เป็นแนวทางการรับสมัครนักศึกษาที่ออกแบบมาอย่างดีจะช่วยให้บุคลากรครูผู้รับสมัครนักศึกษาสามารถปฏิบัติตามกรอบแนวทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ สิ่งนี้จะช่วยลดความซับซ้อนของกระบวนการสรรหาและคัดเลือกนักศึกษา สามารถได้กลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมได้อย่างรวดเร็ว ช่วยให้บุคลากรครูที่อาจจะยังไม่เข้าใจบริบทการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้ได้เข้าใจแนวทางและการปฏิบัติเรื่องการรับสมัครนักศึกษา เป็นครูประจำกลุ่ม ซึ่งจะต้องดำเนินการให้เป็นไปตามกฎระเบียบว่าด้วยการปฏิบัติงานตามตำแหน่ง

การประเมินผลการใช้กลยุทธ์ ตามหลัก Objective and Key results ในภาพรวมมีคะแนนผลลัพธ์ 0.88 บรรลุตามเป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์และเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ผลการประเมินผ่านทั้งจำนวนผู้สมัครเข้ารับการศึกษ และเมื่อเทียบอัตราส่วนจำนวนบุคลากรครูต่อจำนวนผู้สมัครมีอัตราที่สูงขึ้น สามารถเข้าถึงข้อมูลผู้ด้อย พลาด และขาดโอกาสทางการศึกษาได้ รวมถึงมีพฤติกรรมทำให้ความสนใจในการศึกษานอกระบบ และกลยุทธ์การสื่อสารสามารถใช้งานได้จริง เหมาะสมกับบริบทการดำเนินงาน ศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้อำเภอมีการส่งเสริมและพัฒนา รูปแบบการสื่อสารการรับสมัครนักศึกษาอย่างเป็นเอกภาพและสอดคล้องกับการดำเนินงาน โดยผู้บริหารสถานศึกษาอำเภอให้นโยบายและส่งเสริมการดำเนินงานที่เป็นเอกภาพตามกลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ และได้ดำเนินงานตามอย่างเป็นเอกภาพ

### ข้อเสนอแนะ

#### 1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

กลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ารับการศึกษายุคดิจิทัลใหม่ มีรูปแบบและกรอบการดำเนินงานที่สถานศึกษาภายใต้สังกัดสามารถนำไปประยุกต์ หรือใช้งานบางส่วนได้ เป็นไปตามบริบทของสถานศึกษา และ กลยุทธ์หลักที่ 3 การบริการเพื่อการตัดสินใจ เป็นการสื่อสารเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมายการจัดการศึกษาของสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้จังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งสามารถพัฒนาต่อยอดในการบริการพิเศษอื่น ๆ เพื่อเป็นการจูงใจและโน้มน้าวใจให้ตัดสินใจเข้ารับการศึกษได้

#### 2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

กรมส่งเสริมการเรียนรู้ควรมีการจัดอบรมบุคลากรเรื่องการสื่อสารแบบบูรณาการที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจเลือกเข้ารับการศึกษายุคดิจิทัลใหม่ของนักศึกษาการศึกษาขั้นพื้นฐาน รวมถึงการจัดอบรมแนวทางการปฏิบัติงานของบุคลากรภายใต้สังกัดอย่างต่อเนื่อง

#### 3. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ควรมีการนำกลยุทธ์ไปทดลองและการประเมินการใช้ในสถานศึกษาภายใต้สังกัดมากกว่า 1 แห่ง และควรมีการศึกษาและแบ่งแยกและจัดกลุ่มสถานศึกษา เพื่อวิเคราะห์บริบทการดำเนินงานของสถานศึกษาที่แตกต่างกัน นำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมกับสถานศึกษาในแต่ละบริบทและในแต่ละพื้นที่

## References

- Adun Jaturongkakul. (2000). Consumer behavior. Bangkok: Thammasat University.
- Chantapen Meenakhon. (2019). Concepts of strategic development. Retrieved July 20, 2022, from <https://slideplayer.in.th/slide/16002563/>
- Department of Non-Formal and Informal Education, Ministry of Education. (2012). Handbook for the implementation of the non-formal basic education curriculum B.E. 2 5 5 1 (Revised Edition B.E. 2555). Bangkok: Rangsi Printing.
- Donlaree Chaisiri & Songsak Songsanit. (2020). Promoting achievement motivation through blended learning integrated with gamification concepts for Grade 10 students at Phadungnara School. In Proceedings of the 21st National Graduate Research Conference (Vol. 21, No. 1, pp. 576–585).
- Kantrakorn Khwantoare. (2019). Behavior and perception of integrated marketing communication of imported cosmetic products among people in Songkhla Province (Master's thesis, Thaksin University, Songkhla, Thailand).
- Kotler, P. (2000). Marketing management: Analyzing consumer marketing and buyer behavior (The Millennium Edition). New Jersey: Prentice Hall.
- Kulchalee Chainantha. (1996). Decision-making process. Bangkok: Prayoonwong.
- Matichon Online. (2022). Academics and private schools urge format adjustments after rising dropout rates, allowing students to pause studies and refund tuition. Retrieved July 16, 2022, from [https://www.matichon.co.th/education/news\\_2877911](https://www.matichon.co.th/education/news_2877911)
- Ministry of Education. (2008). Non-Formal and Informal Education Promotion Act B.E. 2551 (2008). Bangkok: Ministry of Education.
- Nanthikan Chitringam. (2018). Integrated marketing communication influencing the decision to pursue higher education among Grade 12 students in Nonthaburi Province. Siam Parithat Journal, 17(23), 47–58.
- Nusara Sakolnukornkit. (2011). Organizing integrated learning processes for non-formal education using the ONIE Model and Khit-Pen. Paper presented at the 2011 Non-Formal Education Day under the theme "Lifelong Learning for Human and Social Development," Faculty of Education, Chulalongkorn University, Bangkok.
- Office of Non-Formal and Informal Education, Buriram Province. (2022). Annual performance report for fiscal year 2022. Buriram: Office of Non-Formal and Informal Education, Buriram Province.

- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Pimolphan Chanchareon. (2016). Integrated marketing communication strategies to promote marketing of overseas education consulting institutions in Chiang Mai Province. *Naresuan University Journal of Business, Economics, and Communications*, 11(Special Issue), 73–86.
- Pridi Nukulompratan. (2020). Understanding the term "strategy" and levels of strategy. Retrieved July 20, 2022, from <https://www.popticles.com/business/type-of-strategy/>
- Sirivan Serirat, Prinlaksitanon, & Suporn Serirat. (2009). *Modern marketing management*. Bangkok: Phetcharatsang Business.
- Siriwan Wongmontha. (2015). Marketing management and communication processes. *Buriram Rajabhat University Academic Journal*, 7(2), 1–3.
- Suwacharakorn Thattiangnikorn & Surin Phusing. (2020). Problems and recommendations in managing non-formal and informal education under the Office of Non-Formal and Informal Education, Chaiyaphum Province. *Sakon Nakhon Rajabhat University Journal of Educational Administration and Leadership*, 8(31), 40–49.
- Suwimon Wongwanich. (2019). *Needs assessment research* (4th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Thikanporn Wasit. (2019). The importance of strategic management. Retrieved March 6, 2023, from <https://sites.google.com/site/krutikamporn/home/bth-thi-2 / 1 -3 -krabwnkar-cadkar-cheingkl-yuthth>
- Thira Nawarattan Na Ayutthaya. (2006). *Service marketing: Concepts and strategies*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Thongchai Santivong. (1994). *Organization theory and design*. Bangkok: Thai Wattana Panich.
- Virat Sanguanwongwan. (2004). *Management and organizational behavior* (2nd ed.). Bangkok: Pearson Education.
- Isranews Agency. (2019). Audit findings reveal inefficiencies and ghost students at the Office of Non-Formal and Informal Education, Udon Thani. Retrieved July 16, 2022, from <https://www.isranews.org/investigative/invest-slide/76212-invest-76212.html>

