

บทที่ 6

แผนกลยุทธ์การตลาด

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยในการเลือกสถาบันอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน คณะนักวิจัยได้ผลการวิจัยและข้อมูลสนับสนุนอื่นๆ เพื่อประกอบการจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดให้กับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร โดยแบ่งการนำเสนอแผนออกเป็นส่วนๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ วัตถุประสงค์ ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)

ส่วนที่ 4 การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด

ส่วนที่ 5 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด

ส่วนที่ 6 แผนปฏิบัติการด้านการตลาด

ส่วนที่ 1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ วัตถุประสงค์ ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ วัตถุประสงค์ ให้ใช้ตามประกาศของ วิทยาเขต
เฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร ดังนี้

1.1 วิสัยทัศน์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร มีวิสัยทัศน์ คือ เป็นสถาบัน
อุดมศึกษาชั้นนำ ด้านวิชาการ วิจัย และเทคโนโลยีสารสนเทศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน
เป็นศูนย์กลางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

1.2 พันธกิจ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร มีพันธกิจดังนี้

- 1) ผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ คุณธรรม จริยธรรม สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน
ท้องถิ่น ประเทศ และมีความสามารถก้าวสู่ตลาดแรงงานระดับนานาชาติได้
- 2) สร้างผลงานวิจัยที่ตอบสนองชุมชนท้องถิ่นและภูมิภาค ให้เพิ่มขีดความสามารถใน
การแข่งขันระดับนานาชาติ
- 3) ถ่ายทอดองค์ความรู้ และเพิ่มพูนมูลค่าภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนสร้างเครือข่าย
ความร่วมมือทางวิชาการในระดับนานาชาติ
- 4) ส่งเสริมให้นิสิต บุคลากรและชุมชนมีความรู้ควบคู่คุณธรรม และมีส่วนร่วมในการ
ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมอันดีงาม
- 5) พัฒนาวิทยาเขตให้มีความพร้อม สามารถสนับสนุนการพัฒนาด้านวิชาการ วิจัย
บริการวิชาการและการบริหารมหาวิทยาลัยให้เข้มแข็งและสามารถดำรงความเป็นเอกลักษณ์ของ
วิทยาเขตสารสนเทศ
- 6) บริหารองค์กรตามหลักธรรมาภิบาล พัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพและทักษะด้าน
เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย รวมทั้งมีความรักองค์กร

1.3 เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร มีเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ คือ วิทยาเขตสารสนเทศที่มีบัณฑิต ผลงานวิจัย และบริการวิชาการที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน มีระบบการบริหารจัดการแบบธรรมาภิบาล ส่งเสริมและสนับสนุนการอนุรักษ์ สืบสาน ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น

1.4 วัตถุประสงค์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร มีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

1.4.1 ผลิtbบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถทักษะและประสบการณ์โดยเน้นความรู้ในสาขา วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี สังคมศาสตร์ ภาษาต่างประเทศ และการสื่อสารในระดับที่ดี มีงานทำตรงตามสาขาที่สำเร็จการศึกษา เป็นที่พึงพอใจของสังคมและผู้ใช้บัณฑิตทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ

1.4.2 สร้างองค์ความรู้ ผลงานวิจัย นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่สามารถแก้ปัญหาและพัฒนาท้องถิ่นและภูมิภาค ต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ภูมิภาคว่ามีความเข้มแข็งทางด้านเศรษฐกิจ มีความสามารถแข่งขันในตลาดการค้าสากล และชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

1.4.3 ถ่ายทอดองค์ความรู้ เพื่อยกระดับความเป็นอยู่และฐานะทางเศรษฐกิจของชุมชนให้ดีขึ้น โดยเน้นการประสานความร่วมมือให้เกิดเครือข่ายภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและขยายฐานความร่วมมือไปสู่ระดับนานาชาติได้

1.4.4 พัฒนากิจกรรมให้หลากหลายเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้นิสิต บุคลากร และชุมชน มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ สืบสานและเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นอันดีงามและสามารถอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

1.4.5 สร้างความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งทางด้านวิชาการ วิจัยและการบริการวิชาการ และเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานประจำวันและการพัฒนางานโครงการต่างๆ ของวิทยาเขตให้มีประสิทธิภาพ สามารถลดต้นทุนค่าใช้จ่ายและเกิดประโยชน์คุ้มค่า รวมทั้งเสริมสร้างประสิทธิภาพในการบริหารจัดการให้บรรลุประสิทธิผล

1.4.6 พัฒนาระบบบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาล สร้างการมีส่วนร่วมในการบริหารงาน ส่งเสริมการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ เน้นการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากร ทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศ มีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน มีความร่วมมือทำงานเป็นทีม มีความรักองค์กร มุ่งประโยชน์ส่วนรวมขององค์กรเป็นสำคัญ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด

การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร แบ่งออกเป็น การวิเคราะห์สถานการณ์ภายในและภายนอก ซึ่งมีดังต่อไปนี้

2.1 การวิเคราะห์สถานการณ์ภายใน

2.1.1 จุดแข็ง (Strengths)

- 1) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์เป็นสถาบันการศึกษาของรัฐบาล และมีชื่อเสียงด้านต่างๆ และเป็นสถาบันการศึกษาที่ได้รับการจัดอันดับดีเด่นด้านคุณภาพการศึกษาระดับประเทศ
- 2) สถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อมของวิทยาเขตมีบรรยากาศสงบ ที่เอื้อต่อการเรียนส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษา
- 3) ความพร้อมด้านสาธารณูปโภคและสวัสดิการ เช่น อาคารเรียน หอพัก ทรัพยากรห้องสมุด อุปกรณ์การเรียนการสอน คอมพิวเตอร์ สวัสดิการนิสิต เป็นต้น ซึ่งมีความพร้อมอยู่ในระดับสูง
- 4) คณาจารย์ประจำและคณาจารย์พิเศษ มีความรู้ความสามารถด้านวิชาการ และมีทักษะในการถ่ายทอดความรู้ให้กับนิสิต

5) วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร มีนโยบายสนับสนุนกิจกรรมการพัฒนานิสิตทั้งด้านวิชาการ คนตรี กีฬา และจริยธรรม เพื่อบ่มเพาะให้นิสิตเป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพและสามารถตอบสนองต่อความต้องการขององค์กรผู้ใช้บัณฑิตได้

6) วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร มีนโยบายสนับสนุนเรื่องทุนการศึกษาให้แก่ นิสิต อาทิ ทุนการศึกษาจากแหล่งทุนต่างๆ ทั้งภายในและภายนอก การยกเว้นค่าธรรมเนียมการศึกษาสำหรับนิสิตที่มีผลการเรียนดี กองทุนนิสิตช่วยงาน เป็นต้น

7) มีการรับสมัครนิสิตใหม่หลากหลายวิธี อาทิ การรับตรงทั่วประเทศ โครงการเพชรพระพิรุณ โควตาจังหวัด โควตาทายาทเกษตร โควตาทายาทนักธุรกิจ เป็นต้น ซึ่งนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายให้ความสนใจเป็นพิเศษ เนื่องจากไม่ต้องใช้ระดับคะแนนสอบ Admissions

2.1.2 จุดอ่อน (Weaknesses)

1) สาขาวิชาและหลักสูตรที่เปิดสอนอยู่ในปัจจุบัน ยังไม่ครอบคลุมความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

2) การประชาสัมพันธ์ผลงานของบุคลากรและนิสิตของวิทยาเขต ยังไม่เข้าถึงกลุ่มนักเรียนเป้าหมาย

3) การดำเนินกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อรับสมัครนิสิตใหม่ของวิทยาเขต ยังไม่ต่อเนื่องและไม่ครอบคลุมโรงเรียนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

2.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอก

2.2.1 โอกาส (Opportunities)

- 1) นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายให้ความสำคัญกับมหาวิทยาลัยที่เป็นสถาบันการศึกษาของรัฐบาลมากกว่ามหาวิทยาลัยเอกชน
- 2) การที่รัฐบาลสนับสนุนกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) เปิดโอกาสให้นักเรียนมีทุนไว้ใช้จ่ายในการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา และช่วยแบ่งเบาภาระให้กับผู้ปกครองได้
- 3) ค่านิยมของคนไทยที่ต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษามีเพิ่มมากขึ้น เพราะคนไทยเชื่อว่าการจบปริญญาตรี จะทำให้ได้รับโอกาสที่ดีกว่าผู้ที่จบวุฒิการศึกษาในระดับที่ต่ำกว่า ซึ่งจะเห็นได้จากการประกาศรับสมัครงานขององค์กรต่างๆ ที่มักจะระบุคุณสมบัติของผู้สมัครต้องจบการศึกษาอย่างน้อยระดับปริญญาตรี หรือปริญญาโทในบางตำแหน่ง
- 4) ผู้ปกครองและนักเรียนจะให้ความสนใจกับมหาวิทยาลัยของรัฐ ที่มีชื่อเสียง เพราะมีความคิดว่าจะทำให้บัณฑิตมีโอกาสที่จะได้งานทำและได้รับเงินเดือนที่สูงกว่า ซึ่งสอดคล้องกับภาวะการทำงานทำของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่อยู่ใต้อัตราที่สูง ทำให้มีโอกาสที่นักเรียนจะเลือกศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์มากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการที่มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นหนึ่งในมหาวิทยาลัยที่นักเรียนเลือกศึกษาต่อมากที่สุดในทุกปีอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงเป็นประเด็นในการจูงใจนักเรียน และเพิ่มความมั่นใจในการเลือกเรียนต่อที่วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนครได้
- 5) ภาวะเศรษฐกิจไม่ดี อัตราเงินเฟ้อสูง ประชาชนหันมาประหยัดการใช้จ่าย ทำให้ผู้ปกครองและนักเรียนจึงสนใจที่จะเลือกสถาบันอุดมศึกษาที่อยู่ใกล้บ้าน เพื่อลดค่าใช้จ่ายของครอบครัว ดังนั้นจึงมีโอกาสนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดสกลนคร จะเลือกศึกษาต่อที่วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร มากขึ้น

2.2.2 อุปสรรค (Threats)

1) ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีสถาบันการศึกษาอยู่ประมาณ 50 แห่ง ซึ่งสถาบันการศึกษาบางแห่งมีชื่อเสียงมากในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจากเปิดสอนมานาน มีสาขาวิชาและหลักสูตรที่หลากหลายตรงกับความต้องการของผู้เรียน ทำให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีเกรดเฉลี่ยสูงนิยมเลือกเรียนสถาบันนั้นๆ มากกว่าที่จะเลือกวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

2) นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีเกรดเฉลี่ยสูงนิยมเลือกเรียนในสถาบันอุดมศึกษาที่มีชื่อเสียง ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และเป็นวิทยาเขตหลัก เพราะเชื่อว่าจะทำให้ตนเองได้ความรู้มากกว่าการเรียนที่สถาบันอุดมศึกษาในต่างจังหวัด หรือวิทยาเขตสาขาก็ตาม

3) ผลจากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความสนใจเลือกศึกษาในหลักสูตรด้านสายวิทยาศาสตร์การแพทย์มากที่สุด (ร้อยละ 29) เช่น แพทย์ พยาบาล ทันตแพทย์ เทคนิคการแพทย์ เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร มีการเปิดโครงการสาธารณสุขศาสตร์ (ต่อเนื่อง) แต่ยังไม่มีการเปิดการสอนในหลักสูตร 4 ปี หากในอนาคตวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร มีโครงการที่จะเปิดสาขาวิชาสาธารณสุขศาสตร์ 4 ปี ก็จะช่วยให้ดึงดูดนักเรียนให้มาเลือกศึกษาต่อที่วิทยาเขตสูงขึ้นได้

4) นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่มีฐานะยากจน ดังนั้นจำนวนผู้เรียนต่อในระดับอุดมศึกษาจะไม่เต็มตามจำนวนผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย บางส่วนจะเข้าสู่ตลาดแรงงาน แล้วอาจเลือกเรียนต่อเมื่อมีโอกาสในอนาคต ดังนั้นวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร ต้องทำการชี้แจงเรื่องกองทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา เพื่อที่จะสร้างความเข้าใจให้นักเรียนที่ต้องการเรียนต่อแต่ขาดแคลนทุนทรัพย์ หรือควรพิจารณาการมอบทุนการศึกษาให้กับนักเรียนที่มีผลการเรียนดีเยี่ยมในแต่ละโรงเรียน เพื่อสร้างภาพลักษณ์และดึงดูดให้มีนักเรียนที่มีผลการเรียนดีเยี่ยมเข้ามาศึกษาต่อที่ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร อันจะเป็นการสร้างผลงานทางวิชาการได้ต่อไปในอนาคต

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)

การวิเคราะห์พฤติกรรมนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จะทำการวิเคราะห์ 2 ส่วน คือ (1) การวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน (2) การวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยรายละเอียดมีดังนี้

3.1 การวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

3.1.1 จำนวนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน แบ่งเป็น 16 เขตพื้นที่การศึกษา โดยมีโรงเรียนมัธยมศึกษาจำนวน 325 แห่ง และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ชั้นปีที่ 4 – 6 มีจำนวนรวม 86,468 คน หากคิดคำนวณจำนวนนิสิตปัจจุบันของ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร รหัส 47 – รหัส 50 มีจำนวนนิสิต ดังนี้ 714 คน 588 คน 678 คน 942 คน ตามลำดับ ซึ่งเป็นจำนวนที่น้อยมากเมื่อเทียบกับจำนวนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายดังแสดงในตารางที่ 6.1

ดังนั้นจึงมีโอกาที่ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร จะสามารถเพิ่มจำนวนนิสิตใหม่ได้ด้วยการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

3.1.2 เพศ

จำนวนนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย เพศหญิงจะมีมากกว่าเพศชาย สัดส่วนประมาณ 60 : 40 ซึ่งจะสอดคล้องกับสัดส่วนนิสิตปัจจุบันของ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร โดยมีสัดส่วนเพศหญิงต่อเพศชาย 61: 39

ดังนั้น วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร ต้องเตรียมความพร้อมในเรื่องสวัสดิการหอพักให้มีจำนวนเพียงพอต่อนิสิตหญิง และควรเน้นเรื่องความปลอดภัยของนิสิตหญิงด้วยเพื่อลดความกังวลของผู้ปกครอง

ตารางที่ 6.1 จำนวนโรงเรียนและนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ปีการศึกษา 2550 เขตพื้นที่การศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

ลำดับ ที่	เขตการศึกษา	จำนวน	ม.4		ม.5		ม.6		รวม (คน)
		โรงเรียน	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	
1	สกลนคร เขต 1	15	798	1,448	627	1,159	614	1,095	5,741
2	สกลนคร เขต 2	21	846	1,412	768	1,272	655	1,080	6,033
3	สกลนคร เขต 3	15	627	988	508	758	398	554	3,833
4	นครพนม เขต 1	28	933	1,602	845	1,318	881	1,191	6,770
5	นครพนม เขต 2	23	615	929	506	759	511	721	4,041
6	มุกดาหาร	30	892	1,312	962	1,271	830	1,102	6,369
7	กาฬสินธุ์ เขต 1	20	1,245	1,766	1,086	1,555	994	1,461	8,107
8	กาฬสินธุ์ เขต 2	22	817	925	655	836	706	799	4,738
9	กาฬสินธุ์ เขต 3	25	1,080	1,508	972	1,365	907	1,256	7,088
10	หนองคาย เขต 1	21	654	1,004	599	776	454	665	4,152
11	หนองคาย เขต 2	17	607	910	490	753	419	683	3,862
12	หนองคาย เขต 3	18	637	1,037	515	815	568	769	4,341
13	อุดรธานี เขต 1	24	1,446	2,403	1,297	2,230	1,153	2,062	10,591
14	อุดรธานี เขต 2	19	709	957	555	887	591	846	4,545
15	อุดรธานี เขต 3	16	523	764	414	653	407	645	3,406
16	อุดรธานี เขต 4	11	416	663	333	566	357	516	2,851
รวมทั้งสิ้น		325	12,845	19,628	11,132	16,973	10,445	15,445	86,468

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ ข้อมูล ณ 26 ก.พ. 50

3.1.3 อายุ

จากผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จะมีอายุ 18 ปี (ร้อยละ 69.90) และ 17 ปี ร้อยละ (28.90) ดังนั้นการสื่อสารทางการตลาดต้องเน้นการสื่อสารที่สอดคล้องกับกลุ่มอายุของผู้รับสื่อ เพื่อที่จะได้ดึงดูดความสนใจ ใฝ่ใจ กระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายเลือกศึกษาต่อที่วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

3.1.4 รายได้

รายได้ของผู้ปกครอง (บิดามารดา) นักเรียนส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท ต่อเดือน (ร้อยละ 49.40) โดยที่นักเรียนจะได้รับค่าใช้จ่ายจากผู้ปกครองเดือนละ 501-1,000 บาท (ร้อยละ 44.20)

ดังนั้น วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร จึงควรเน้นการประชาสัมพันธ์เรื่องทุนการศึกษาเพื่อสร้างแรงจูงใจต่อผู้ปกครองและนักเรียนในการเข้ามาศึกษาต่อ

3.1.5 อาชีพ

อาชีพของผู้ปกครองนักเรียนส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม (ร้อยละ 56.60) แต่ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่ไม่นิยมเลือกเรียนสายเกษตร (ร้อยละ 3.40) แต่นิยมเลือกเรียนสายบริหารธุรกิจ (ร้อยละ 33.60) และสายวิทยาศาสตร์การแพทย์ (ร้อยละ 29.20)

3.1.6 วุฒิกการศึกษา

วุฒิกศึกษาระดับสูงสุดของผู้ปกครอง คือ ระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 50.30) ซึ่งสอดคล้องกับผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกสถาบันอุดมศึกษา โดยนักเรียนส่วนใหญ่เป็นผู้ตัดสินใจด้วยตนเอง (ร้อยละ 85.60) เหตุผลสำคัญน่าจะมาจากการที่ผู้ปกครองมีวุฒิกศึกษาน้อยไม่เข้าใจระบบการสอบ และข้อมูลคณะวิชา จึงไม่สามารถให้คำแนะนำกับนักเรียนได้

ดังนั้นการเน้นให้ข้อมูลของ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร เพื่อการศึกษาต่อควรสื่อสารถึงนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยตรงผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ Road Show และติดต่อกับอาจารย์ฝ่ายแนะแนวของโรงเรียน ซึ่งจะเป็นการเผยแพร่ข้อมูลและโน้มน้าวใจของนักเรียนให้ตัดสินใจเลือกเรียนต่อที่วิทยาเขตฯ เพิ่มมากขึ้น

3.1.7 โปรแกรมการเรียนและเกรดเฉลี่ย

นักเรียนมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 6 ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เรียนสายวิทย์-คณิต (ร้อยละ 88.90) และมีเกรดเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้ถึงดีมาก คือ เกรดเฉลี่ย 2.00-2.50 (ร้อยละ 9.80) เกรดเฉลี่ย 2.51-3.00 (ร้อยละ 23.40) เกรดเฉลี่ย 3.01-3.50 (ร้อยละ 35.80) เกรดเฉลี่ย 3.51-4.00 (ร้อยละ 27.10)

จะเห็นได้ว่าเกรดเฉลี่ยของนักเรียนอยู่ในระดับดีถึงดีมาก ซึ่งมีข้อสังเกตว่าในการแจกแบบสอบถามครูแนะแนวอาจเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีผลการเรียนดีให้กับผู้เก็บข้อมูล ทำให้ได้ข้อมูลตามข้างต้น ส่วนข้อมูลนี้มีประโยชน์ต่อการวางแผนการรับนิสิตเป็นอย่างมากเพราะหากวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร สามารถดึงดูดกลุ่มนักเรียนที่มีผลการเรียนดีให้เข้ามาศึกษาต่อที่วิทยาเขตฯ จะทำให้ได้นิสิตที่มีคุณภาพ และส่งผลต่อผลงานด้านต่างๆ ของนิสิตที่จะช่วยสร้างชื่อเสียงของวิทยาเขตฯ ได้ในอนาคต

3.1.8 ด้านภูมิศาสตร์

นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและผู้ปกครองส่วนใหญ่มีภูมิลำเนา อยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยที่ผู้ปกครองก็จะประกอบอาชีพอยู่ในเขตภูมิลำเนาของตนเองด้วย แต่เป็นที่น่าสนใจว่านักเรียนร้อยละ 40.10 ต้องการศึกษาต่อที่สถาบันการศึกษาซึ่งตั้งอยู่ในจังหวัดขอนแก่น และจำนวนนักเรียนร้อยละ 16.10 ต้องการศึกษาต่อที่สถาบันการศึกษาซึ่งตั้งอยู่ในจังหวัดสกลนคร จะเห็นได้ว่านักเรียนส่วนใหญ่นิยมเลือกสถาบันการศึกษาที่เปิดมานานและมีคณะวิชาที่หลากหลายกว่า เช่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นต้น

ดังนั้น วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร อาจต้องพิจารณาในการขยายคณะวิชาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน ในขณะเดียวกัน การประชาสัมพันธ์ให้

นักเรียนและผู้ปกครองเห็นถึงข้อดีของการเลือกเรียนต่อในสถาบันอุดมศึกษา โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์จากนิสิตที่เป็นรุ่นพี่โรงเรียนที่ตั้งอยู่ในภูมิลำเนาของตนเอง หรือจังหวัดใกล้เคียงก็จะมีผลต่อการตัดสินใจของนักเรียนได้

3.2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถาบันอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

3.2.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถาบันอุดมศึกษา

โดยแบบสอบถามได้แบ่งการสอบถามข้อมูลออกเป็นหลายด้าน คือ (1) ด้านชื่อเสียงและคุณภาพ (2) ด้านระบบการศึกษาและการบริหารจัดการ (3) ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม (4) ด้านค่าธรรมเนียมและสวัสดิการ และ (5) ด้านแรงจูงใจ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

(1) ด้านชื่อเสียงและคุณภาพ ผลการวิเคราะห์พบว่านักเรียนให้ความสำคัญกับสถาบันอุดมศึกษาที่เป็นสถาบันการศึกษาของรัฐบาล โดยเฉพาะชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษาเพื่อที่บัณฑิตสามารถหางานทำได้ง่าย และการที่สถาบันการศึกษาที่ได้รับการจัดอันดับดีเด่นด้านคุณภาพการศึกษาระดับประเทศ ก็เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่นักเรียนให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกสถาบันอุดมศึกษา

(2) ด้านระบบการศึกษาและการบริหารจัดการ ผลการวิเคราะห์พบว่านักเรียนให้ความสำคัญกับสถาบันการศึกษาที่ให้ส่งเสริมผู้เรียนดีเข้าร่วมการแข่งขันด้านวิชาการ มีการเปิดรับสมัครตรงโดยไม่ต้องสอบเข้า และมีโควตานักเรียนเรียนดีโดยไม่ต้องสอบเข้า

(3) ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม ผลการวิเคราะห์พบว่านักเรียนให้ความสำคัญกับสถาบันการศึกษาที่มีบรรยากาศสงบที่เอื้อต่อการเรียน มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร และมีห้องปฏิบัติการที่ทันสมัย

(4) ด้านค่าธรรมเนียมและสวัสดิการ ผลการวิเคราะห์พบว่านักเรียนให้ความสำคัญต่อสถาบันการศึกษามีห้องสมุดที่มีหนังสือเพียงพอต่อการค้นคว้า มีห้องคอมพิวเตอร์ให้บริการฟรี และมีการทำประกันชีวิตและอุบัติเหตุให้กับผู้เรียน

(5) ด้านแรงจูงใจ ผลการวิเคราะห์พบว่าแรงจูงใจที่ทำให้นักเรียนเลือกเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา เพราะความต้องการตำแหน่งงานที่ดีในอนาคต โดยที่นักเรียนจะทำการเลือกสถาบันการศึกษาตามความคิดของตนเอง นอกจากนี้ความคาดหวังของผู้ปกครองก็เป็นแรงผลักดันให้ต้องศึกษาในระดับอุดมศึกษา

3.2.2 พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูล และผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันอุดมศึกษา

โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นหลายด้าน คือ (1) กลุ่มคนที่นักเรียนเลือกที่จะปรึกษาเรื่องการเลือกสถาบันการศึกษา (2) บุคคลที่เป็นผู้ตัดสินใจเรื่องการเลือกสถาบันการศึกษา (3) สื่อที่นักเรียนเลือกใช้ในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันการศึกษา และ (4) ระยะเวลาที่นักเรียนใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันการศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

(1) กลุ่มคนที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) เลือกที่จะปรึกษาเรื่องการเลือกสถาบันการศึกษานั้น ส่วนใหญ่จะปรึกษากับบิดา-มารดา (ร้อยละ 56.60) อาจารย์แนะแนว (ร้อยละ 15.30) และเพื่อน (ร้อยละ 12.30)

(2) บุคคลที่เป็นผู้ตัดสินใจเรื่องการเลือกสถาบันการศึกษา เมื่อนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม. 6) ได้ข้อมูลต่างๆ และได้คำปรึกษาจากบิดา-มารดา อาจารย์แนะแนว และเพื่อนแล้ว ผู้ที่จะตัดสินใจเลือกขั้นสุดท้ายจะเป็นตัวนักเรียนเอง (ร้อยละ 85.60) โดยที่นักเรียนบางส่วนจะให้ผู้อื่นเป็นคนตัดสินใจขั้นสุดท้าย คือ ให้บิดา-มารดาเป็นผู้ตัดสินใจ (ร้อยละ 11.40) อาจารย์แนะแนว (ร้อยละ 0.50) และเพื่อน (ร้อยละ 0.20)

(3) สื่อที่นักเรียนเลือกใช้ในการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันการศึกษา พบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม. 6) นิยมค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด (ร้อยละ 48.50) การประชาสัมพันธ์แนะแนวจากสถาบันการศึกษานั้นๆ (ร้อยละ 22.10) และคู่มือหลักสูตร (ร้อยละ 19.90)

(4) ระยะเวลาที่นักเรียนใช้ในการหาข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันการศึกษา พบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย นิยมค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสถาบันการศึกษาในช่วงที่กำลังศึกษา

อยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มากที่สุด (ร้อยละ 59.80) มัธยมศึกษาปีที่ 5 (ร้อยละ 29.40) และมัธยมศึกษาปีที่ 4 (ร้อยละ 10.40)

3.2.3 การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของแผนกลยุทธ์การตลาด

โดยในการจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร สามารถสรุปกลุ่มเป้าหมายได้ดังนี้

(1) กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายชั้นปีที่ 6 ที่ศึกษาอยู่ในโรงเรียนมัธยมศึกษา ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

(2) กลุ่มเป้าหมายรอง คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายชั้นปีที่ 6 หรือนักเรียนที่มีคุณสมบัติเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรี ตามประกาศมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ หรือตามประกาศของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

ส่วนที่ 4 การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด

การจัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร ได้ใช้ผลการวิจัยมาประกอบเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด โดยสามารถสรุปวัตถุประสงค์ทางการตลาดได้ดังนี้

4.1 เพื่อเพิ่มจำนวนนิสิตใหม่ปีละ 5 % โดยนับปี 2551 เป็นปีฐาน

4.2 เพื่อเพิ่มการรับรู้ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ผู้ปกครองและอาจารย์แนะแนว เกี่ยวกับข้อมูลด้านต่างๆของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร โดยผ่านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

4.3 เพื่อสร้างเครือข่ายโรงเรียนพันธมิตรของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

ส่วนที่ 5 การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาดในแผนนี้จะแบ่งกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดออกเป็น 4 ส่วน คือ (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (2) ด้านราคา (3) ด้านสถานที่และช่องทางการตลาด และ (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

(1) เพิ่มหลักสูตรใหม่ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เช่น หลักสูตรแพทย์ พยาบาล ทันตแพทย์ เทคนิคการแพทย์ เป็นต้น หากวิทยาเขตฯ ยังไม่มีความพร้อมในหลักสูตรดังกล่าว วิทยาเขตฯ ควรเพิ่มหลักสูตรสาธารณสุขศาสตรบัณฑิต ภาคปกติ หลักสูตร 4 ปี ซึ่งจะทำได้จำนวนผู้เรียนที่เพิ่มมากขึ้น

(2) สร้างหลักสูตรใหม่ที่บูรณาการองค์ความรู้ระหว่างสาขาวิชาที่เปิดสอนอยู่แล้ว โดยใช้ทรัพยากรร่วมกันให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเป็นการสร้างจุดแข็งให้กับวิทยาเขตฯ นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างโอกาสในการดึงดูดผู้เรียนให้เพิ่มมากขึ้น

(3) หลักสูตรที่เปิดสอนอยู่ในปัจจุบัน ควรทำการสำรวจและปรับปรุงหลักสูตรให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน

(4) สร้างความเข้มแข็งทางด้านหลักสูตรการเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีความเชี่ยวชาญและได้รับการยอมรับในเรื่องสายเกษตรศาสตร์ ดังนั้นวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร ควรสร้างหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับสายเกษตรศาสตร์โดยต้องสอดคล้องกับลักษณะของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

(5) ส่งเสริมให้บุคลากรและนิสิตสร้างชื่อเสียงให้กับ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร เนื่องจากมีคู่แข่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนที่มีความเข้มแข็งมากกว่าและเป็นที่นิยมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ดังนั้นเพื่อให้วิทยาเขตฯ เป็นที่รู้จักและ

ได้รับการยอมรับจากคนในพื้นที่ วิทยาเขตฯ จำเป็นต้องส่งเสริมให้บุคลากรและนิสิตสร้างชื่อเสียงในด้านต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาพืชผลและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

(6) พัฒนาระบบสวัสดิการนิสิต นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจะให้ความสำคัญกับสถาบันการศึกษาที่มีการทำประกันชีวิตและอุบัติเหตุให้กับผู้เรียน การมีทุนเรียนฟรีให้กับผู้เรียนดีและนักกีฬา มีอัตราค่าเช่าหอพักมหาวิทยาลัยต่ำกว่าหอพักเอกชน การเปิดโอกาสให้ทำงานในสถาบันการศึกษาเพื่อหารายได้พิเศษ และรณสวัสดิการบริการรับ-ส่งภายในสถาบันการศึกษา ซึ่งสวัสดิการต่างๆ ดังกล่าวนั้น วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร ได้ดำเนินการอยู่แล้วแต่วิทยาเขตฯ ควรสำรวจความพึงพอใจของนิสิตปัจจุบันเพื่อพัฒนาระบบสวัสดิการนิสิตให้ดีขึ้น และวิทยาเขตฯ ควรทำการสื่อสารให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายทราบถึงสวัสดิการต่างๆ ด้วย

5.2 กลยุทธ์ด้านราคา

(1) การจัดเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษา ในปัจจุบันนี้ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร ได้จัดเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาในระบบเหมาจ่าย ซึ่งจากผลจากการวิจัยนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายไม่ได้ให้ความสำคัญในประเด็นการเหมาจ่าย หรือการเก็บค่าธรรมเนียมตามหน่วยกิต ดังนั้นวิทยาเขตฯ ไม่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนระบบการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษา

(2) ระบบการผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา ผู้ปกครองโดยส่วนใหญ่มีรายได้น้อย ดังนั้นเพื่อเป็นการขยายโอกาสทางการศึกษาให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร ควรมีระบบการผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษา (กรณีที่ไม่ได้กู้ยืม กยศ.) ซึ่งปัจจุบันตามระเบียบฯ นิสิตสามารถผ่อนผันได้แต่ต้องชำระเต็มจำนวนก่อนการสอบปลายภาค ซึ่งทำให้ วิทยาเขตฯ ขาดเงินหมุนเวียนในช่วงเปิดภาคเรียน ดังนั้นควรใช้ระบบการผ่อนชำระโดยอาจแบ่งออกเป็น 3 งวด คือ งวดที่ 1 เปิดภาคเรียน งวดที่ 2 ก่อนสอบกลางภาค และ งวดที่ 3 ก่อนสอบปลายภาค (สัดส่วน 40: 30: 30)

ดังนั้นการใช้ระบบการผ่อนชำระค่าธรรมเนียมการศึกษาจะช่วยแบ่งเบาภาระของผู้ปกครองของนิสิต อีกทั้งยังช่วยสร้างสภาพคล่องของกระแสเงินสดให้กับวิทยาเขตฯ อีกด้วย

5.3 กลยุทธ์ด้านสถานที่และช่องทางการตลาด

(1) พัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียน วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร มีบรรยากาศสงบที่เอื้อต่อการเรียน มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร และมีห้องปฏิบัติการที่ทันสมัยซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน นอกจากนี้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายยังให้ความสำคัญกับมหาวิทยาลัยที่มีห้องสมุดและมีหนังสือเพียงพอต่อการค้นคว้า และมีห้องคอมพิวเตอร์ที่ให้บริการฟรี

ดังนั้นวิทยาเขตฯ ต้องพยายามพัฒนาระบบสาธารณูปโภคต่างๆ ให้ดีขึ้นโดยพิจารณาความต้องการของนิสิตเป็นหลัก และควรทำการสื่อสารให้กับบุคคลภายนอกได้ทราบถึงจุดแข็งด้านนี้ของวิทยาเขตฯ ด้วยเพื่อเป็นการดึงดูดให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายตัดสินใจเลือกศึกษาต่อที่วิทยาเขตฯ

(2) สร้างเครือข่ายโรงเรียนพันธมิตรกับวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร โรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนมีทั้งสิ้น 325 แห่ง โดยมีนักเรียนชั้นมัธยมปีที่ 4 – 6 รวมทั้งสิ้น 86,468 คน (ข้อมูล ณ ภาคลปลาย 2550) วิทยาเขตฯ ควรสร้างเครือข่ายกับโรงเรียนผ่านกิจกรรมต่างๆ โดยระยะเริ่มควรให้ความสำคัญกับโรงเรียนที่มีจำนวนนักเรียนมากๆ ก่อนแล้วค่อยขยายความสัมพันธ์กับโรงเรียนในอันดับต่อไป

นอกจากนี้ควรสร้างเครือข่ายกับทุกโรงเรียนที่ตั้งอยู่ภายในจังหวัดสกลนคร เพื่อย่นย้มาถึงวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งวิทยาเขตที่จังหวัดสกลนคร ในการพัฒนาจังหวัดสกลนครให้เป็นเมืองศูนย์กลางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในกลุ่มจังหวัดสนุก

(3) จัดระบบการจัดการทางเทคโนโลยี ของวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร อย่างต่อเนื่องกับกลุ่มเป้าหมาย เนื่องด้วยนักเรียนส่วนใหญ่สนใจจะศึกษาหาข้อมูลเพื่อการศึกษาต่อด้วยตนเองจากการค้นหาข้อมูลโดยใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ดังนั้นช่องทางการตลาดที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดทางหนึ่ง ก็คือการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ อาทิ E-mail Web page ซึ่งวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร มีความพร้อมด้านนี้อยู่แล้ว

(4) ช่องทางการรับสมัครโควตาหรือช่องทางการส่งสื่อถึงกลุ่มเป้าหมาย ต้องยึดแนวทางหาช่องทางที่กลุ่มเป้าหมายสะดวก และเข้าถึงสื่อของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร ได้ง่ายที่สุด

ดังนั้น ช่องทางการตลาดอีกทางหนึ่งที่จะให้กลุ่มเป้าหมายได้สมัครเรียนและรับสื่อข่าวสารของมหาวิทยาลัยฯ รับสมัครผ่านออนไลน์ (Online) รับสมัครผ่านทางอาจารย์แนะแนว ศูนย์ประสานงานของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่จะมีในแต่ละจังหวัด (ตามความจำเป็นและเวลา) และรับสมัครผ่านทางไปรษณีย์ สำหรับช่องทางรับสื่อข่าวสารจากมหาวิทยาลัยผ่านทางจดหมายผ่านสื่อวิทยุตามสถานีต่างๆในเขตพื้นที่ ผ่าน web page ผ่าน e-mail และสุดท้ายคือช่องทางโดยการสร้างเครือข่ายกลุ่มผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักเรียนซึ่งกลุ่มผู้ปกครองบิดา-มารดา อาจารย์แนะแนว เป็นกลุ่มสำคัญกลุ่มหนึ่งที่นักเรียนให้ความสนใจจะปรึกษา

5.4 กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดจะวางกลยุทธ์ตามวัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการตลาด คือ

- (1) สร้างการรับรู้ การจดจำ และตอบย้ำภายใต้ Brand สถาบันการศึกษา KU
- (2) สร้างการรับรู้ในจุดเด่นของสถาบันเรื่องค่าใช้จ่ายถูก มหาวิทยาลัยของรัฐ มีชื่อเสียง มาตรฐานของการศึกษา
- (3) สร้างการรับรู้ในรายละเอียดจุดเด่นของแต่ละคณะ และสาขาวิชา
- (4) กระตุ้นให้เกิดความต้องการสมัครเรียน
- (5) สร้างเครือข่าย / Network , School Network

จากวัตถุประสงค์ข้างต้นจะใช้ 4 เครื่องมือหลัก คือ (1) การโฆษณา (2) การประชาสัมพันธ์ (3) การส่งเสริมการขาย (4) การตลาดทางตรง โดยมีรายละเอียดในแต่ละเครื่องมือ ดังนี้

5.4.1 การโฆษณา (Advertising)

วัตถุประสงค์การโฆษณา คือ (1) กระตุ้นให้นักเรียนสมัครเรียนมากขึ้น (2) สร้างการรับรู้ การจดจำ และ ตอกย้ำภายใต้ Brand สถาบันการศึกษา KU (3) สร้างการรับรู้ในจุดเด่นของสถาบันเรื่องค่าใช้จ่ายถูก เป็นมหาวิทยาลัยของรัฐ มีชื่อเสียง มีมาตรฐานของการศึกษา และ (4) สร้างการรับรู้ในรายละเอียดจุดเด่นของแต่ละคณะ และสาขาวิชา ผ่านกิจกรรมดังนี้

(1) โฆษณาการรับสมัครนิสิต ผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา (Bill Board) ป้ายฟ้า สถานีวิทยุ KU 90.75 MHz สถานีวิทยุ อสมท. จุลสารข่าว วารสารข่าว เป็นต้น

จุดเน้นของคำในโฆษณา

- ก. ต้องใช้คำว่า KU หรือเกษตรศาสตร์ เป็นคำใหญ่ๆ เพื่อตอกย้ำ Brand - KU University
- ข. ประหยัดค่าใช้จ่ายการเรียนเมื่อเปรียบเทียบกับสถาบันอื่น
- ค. การศึกษาได้มาตรฐานตามมาตรฐานของ KU University จากคณาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ
- ง. หาจุดขาย ในแต่ละสาขา และแต่ละคณะ โดยให้ครบทุกคณะหรือสาขา เช่นกิจกรรมสร้างชื่อในแต่ละสาขา หรือ คณะโอกาสได้งาน หรือศิษย์เก่าดีเด่นที่มีความก้าวหน้าในงาน

(2) ทำ Internet Banner โฆษณาการรับสมัครนิสิตผ่านเว็บไซต์ของโรงเรียนเครือข่าย และเว็บไซต์เครือข่ายต่างๆ อาทิ สำนักงานจังหวัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา เว็บไซต์ของชุมชนออนไลน์ เป็นต้น

จุดเน้นของการทำ Internet Banner

- ก. การเชื่อมโยง web มหาวิทยาลัยกับ web ของโรงเรียน หรือเครือข่ายต่างๆ ในจังหวัดเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบนให้มากที่สุด
- ข. ข้อมูลผ่าน web ต้องรับสมัครเรียนได้
- ค. สะดวกในการสมัครและติดต่อข้อมูล

- ง. รวดเร็วจากการตอบข้อมูลที่แม่นยำ
- จ. มุ่งให้ข้อมูลเพื่อการเรียนผ่าน online แบบเข้าถึงรายบุคคล (นักเรียนรายบุคคล)

5.4.2 การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ คือ (1) เพื่อให้ให้นักเรียน ผู้ปกครอง โรงเรียนมัธยมศึกษา รู้จักมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร มากขึ้นจากภาพลักษณ์ สถาบันการศึกษามีชื่อ มีมาตรฐานการศึกษา (2) สร้างเครือข่ายกับสถาบัน โรงเรียน ผ่านกิจกรรมดังนี้

(1) จัดทำสื่อวีดิทัศน์ การทำสื่อวีดิทัศน์ควรจัดทำหลายชุด เช่นภาพรวม วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร ข้อมูลคณะวิชาต่างๆ ข้อมูลกิจกรรมนิสิต-ชมรม หรือ สวัสดิการนิสิต เป็นต้น เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่ชมวีดิทัศน์

จุดเน้นการทำสื่อวีดิทัศน์

- ก. ข้อมูลในภาพรวมของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เชื่อมโยง กับวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร เพื่อสร้าง ภาพลักษณ์ในมาตรฐานการเรียนเดียวกัน
- ข. วีดิทัศน์เชิงวิชาการ และวีดิทัศน์ในผลงานกิจกรรม ผลงาน วิชาการ ต้องแยกให้ชัดเจน เพื่อนำเสนอแก่กลุ่มเป้าหมาย และผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเรียนของกลุ่มเป้าหมาย

(2) ออก Road Show เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลการรับสมัครนิสิตใหม่ แนะนำวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร และหลักสูตรต่างๆ โดยติดต่อผ่านโรงเรียน เครือข่ายพันธมิตรในช่วงเวลาที่โรงเรียนจัดกิจกรรมสำคัญต่างๆ เช่น วันแนะแนวการศึกษา วันพบ ผู้ปกครองนักเรียน เป็นต้น

(3) จัดโครงการเปิดบ้านนนทรีอีสาน (KU CSC Open House) เพื่อเปิดโอกาสให้อาจารย์และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายได้เข้ามาเยี่ยมชมการเรียนการสอนที่ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

(4) ส่งวารสารข่าว หรือจุลสารข่าว มก. จกส. เพื่อเผยแพร่ผลงานของบุคลากรและนิสิต เพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ เพื่อแนะนำข้อมูลความรู้ต่างๆ สู่กลุ่มโรงเรียนเครือข่าย

(5) การจัดทำอุปกรณ์เครื่องเขียน ของที่ระลึกและติดตรามหาวิทยาลัย ไว้สำหรับมอบเป็นของที่ระลึกให้กับโรงเรียนเครือข่าย ผู้มาเยี่ยมชมวิทยาเขตฯ และมอบให้กับนักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรม Road Show

(6) การบริจาคอุปกรณ์การเรียนและกีฬาให้กับโรงเรียนเครือข่าย เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้น

(7) จัดโครงการ “แคมป์ติวน้องเอ็นทรานซ์” โดยให้นิสิตเป็นผู้ติววิชาต่างๆ ที่ใช้สอบให้กับนักเรียน เพื่อเป็นการถ่ายทอดความรู้และเป็นการเปิดโอกาสให้นักเรียนได้เข้ามาสัมผัสชีวิตความเป็นอยู่ภายในวิทยาเขต

(8) การจัดกิจกรรมต่างๆ ภายในวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร อาทิ งานสัปดาห์วันวิทยาศาสตร์ งานวันสถาปนาวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร งานเกษตรแฟร์นนทรีอีสาน เป็นต้น ต้องพยายามขอความร่วมมือให้หน่วยงานภายนอกมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม และเชิญอาจารย์และนักเรียนจากโรงเรียนเครือข่ายเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ด้วย

5.4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

วัตถุประสงค์การส่งเสริมการขาย คือ กระตุ้นให้เกิดการสมัครเรียน และการต้องการเรียน ผ่านกิจกรรมดังนี้

(1) ให้ทุนการศึกษาสำหรับนักเรียนที่มีผลการเรียนสูงสุดที่เลือกสมัครเรียนต่อในแต่ละคณะ เพื่อยกเว้นค่าธรรมเนียมในการศึกษาชั้นปีที่ 1

(2) การให้ทุนการศึกษา สำหรับนิสิตที่มีผลการเรียนดี หรือมีผลงานด้านกิจกรรมดีเด่นที่วิทยาเขตฯ ได้ดำเนินการอยู่แล้วก็ควรให้ความสนับสนุนงบประมาณในส่วนนี้ให้เพิ่มมากขึ้น

(3) สมัครเรียนง่าย สะดวก ผ่านเว็บไซต์ www.csc.ku.ac.th และผ่านช่องทางต่างๆ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพื่อการสมัครเรียนหรือเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด

5.4.4 การตลาดทางตรง (Direct Marketing)

(1) ทำ Web Link ของ www.csc.ku.ac.th ผูกกับเว็บไซต์ของโรงเรียนเครือข่ายและเว็บไซต์เครือข่ายต่างๆ ของวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร อาทิ สำนักงานจังหวัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา เว็บไซต์ของชุมชนออนไลน์ เป็นต้น

(2) ส่งจดหมายพร้อมเอกสารแนะนำข้อมูลต่างๆ ของวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร ให้กับนิสิตใหม่ที่ได้สมัครผ่านโควตาโดยตรง

(3) เปิดบริการโทรสายด่วน มก. จกส. (Hot Line: KU CSC) เพื่อให้คำปรึกษาเรื่องการเรียนต่อ การสมัครเรียน ข้อมูลเรื่องหลักสูตร ศาสตร์การ สภาพชีวิตความเป็นอยู่ของนิสิต เพื่อใช้เป็นข้อมูลให้กับครูแนะแนว ผู้ปกครอง และนักเรียน ในการตัดสินใจเลือกเรียนต่อที่วิทยาเขตฯ โดยผู้ให้คำแนะนำจะเป็นอาจารย์และนักวิชาการการศึกษา

(4) เปิดกระดานสนทนาเรื่องการเรียน (Academic Web board) เพื่อให้คำปรึกษาเรื่องการเรียนต่อ การสมัครเรียน ข้อมูลเรื่องหลักสูตร ศาสตร์การ ฯลฯ ผ่านทางกระดานสนทนาและให้ผู้เกี่ยวข้องได้สามารถแสดงความคิดเห็นได้

(5) การสร้างเว็บไซต์ที่เป็นชุมชนออนไลน์ (Community Web) สำหรับนิสิตและนักเรียน เพื่อเปิดโอกาสให้ซักถามปัญหาข้อสงสัย เป็นการสร้างชุมชนออนไลน์ ให้กับนักเรียน โดยชื่อเว็บไซต์ต้องเป็นชื่อในรูปแบบที่เข้ากับวัยของนักเรียนเพื่อเรียกสนใจและซื้อต้องจดจำได้ง่าย มีการสมัครกรอกข้อมูลนักเรียนผ่านออนไลน์ เพื่อสมัครเป็นสมาชิก เว็บไซต์ เพื่อมหาวิทยาลัยฯ จะได้ส่งข้อมูลข่าวสารผ่านโดยตรงให้ถึงนักเรียนได้

ส่วนที่ 6 แผนปฏิบัติการด้านการตลาด

แผนปฏิบัติการด้านการตลาด เป็นการวางแผนปฏิทินกิจกรรมทางการตลาด เพื่อใช้เป็นแผนในการดำเนินงานให้กับผู้เกี่ยวข้องได้นำไปปฏิบัติ และเป็นเครื่องมือที่ใช้ควบคุมการดำเนินงานด้านการตลาดตลอดทั้งปี ดังแสดงในตารางที่ 6.2

ตารางที่ 6.2 แผนปฏิบัติการด้านการตลาด

[illegible]

ตารางที่ 6.2 (ต่อ)

[illegible]