

ภาคผนวก

### แบบสอบถาม

#### เรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการสร้างแบรนด์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา”

แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเพื่อการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสารภาครัฐและเอกชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการสร้างแบรนด์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนที่มีผลต่อการตัดสินใจในการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา

ผู้วิจัย จึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง และขอขอบพระคุณในความร่วมมือของท่านมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ  
สุนันทิกา ปางจตุ

---

#### คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้มี 4 ตอน คือ

- |          |                                                                           |
|----------|---------------------------------------------------------------------------|
| ตอนที่ 1 | ข้อมูลทั่วไป                                                              |
| ตอนที่ 2 | การเปิดรับและแสวงหาข่าวสารจากสถาบันอุดมศึกษาเอกชน                         |
| ตอนที่ 3 | รูปแบบ หรือกิจกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน |
| ตอนที่ 4 | ผลของการสื่อสารในการสร้างแบรนด์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน                    |

**“กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการสร้างแบรนด์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน  
ที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา”**

**ตอนที่ 1      ข้อมูลทั่วไป**

**คำชี้แจง :** โปรดเติมคำหรือข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดไว้ หรือทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  
ช่องคำตอบที่ท่านเลือกที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. ปัจจุบันท่านกำลังศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเอกชนใด.....
2. ปัจจุบันท่านกำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีใด  
☐ ปีที่ 1                      ☐ ปีที่ 2                      ☐ ปีที่ 3                      ☐ ปีที่ 4
3. เพศ  
☐ ชาย                      ☐ หญิง
4. ก่อนเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาเอกชนท่านจบการศึกษาจากที่ใด  
☐ โรงเรียนรัฐบาล                      ☐ โรงเรียนเอกชน  
☐ วิทยาลัยอาชีวศึกษา/ พาณิชย                      ☐ การศึกษานอกโรงเรียน
5. เกรดเฉลี่ยชั้นม.6 หรือเทียบเท่า  
☐ ต่ำกว่า 1.50                      ☐ 1.51 – 2.00  
☐ 2.00 – 2.50                      ☐ 2.51 – 3.00  
☐ 3.01 – 3.50                      ☐ 3.51 – 4.00
6. อาชีพของผู้ปกครอง  
☐ ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ                      ☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
☐ ธุรกิจส่วนตัว                      ☐ พนักงานบริษัทเอกชน  
☐ แม่บ้าน                      ☐ รับจ้างทั่วไป  
☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....
7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ท่านได้รับ (โดยประมาณ)  
☐ ต่ำกว่า 5,000 บาท                      ☐ 5,001 – 7,000 บาท  
☐ 7,001 – 9,000 บาท                      ☐ 9,001 – 10,000 บาท  
☐ ตั้งแต่ 10,001 บาทขึ้นไป
8. ภูมิลำเนาของท่าน  
 ระบุจังหวัด.....

**ตอนที่ 2 การเปิดรับและแสวงหาข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างแบรนด์ของมหาวิทยาลัยเอกชน**

**คำชี้แจง :** โปรดระบายรายละเอียดและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านและความเป็นจริงมากที่สุด

1. ท่านเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเอกชนจากสื่อใดบ้าง และบ่อยครั้งเพียงใด

| ประเภทของสื่อ                                | การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร / เดือน |                   |                   |                   |            |
|----------------------------------------------|---------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------|
|                                              | ไม่เคยเลย                       | 1-2 ครั้ง / เดือน | 3-4 ครั้ง / เดือน | 5-6 ครั้ง / เดือน | ทุกสัปดาห์ |
| <u>สื่อมวลชน</u>                             |                                 |                   |                   |                   |            |
| 1) โทรทัศน์                                  |                                 |                   |                   |                   |            |
| 2) วิทยุ                                     |                                 |                   |                   |                   |            |
| 3) หนังสือพิมพ์                              |                                 |                   |                   |                   |            |
| 4) นิตยสารหรือวารสาร                         |                                 |                   |                   |                   |            |
| 5) โรงภาพยนตร์                               |                                 |                   |                   |                   |            |
| <u>สื่อเฉพาะกิจ</u>                          |                                 |                   |                   |                   |            |
| 6) เอกสาร / แผ่นพับ                          |                                 |                   |                   |                   |            |
| 7) โปสเตอร์                                  |                                 |                   |                   |                   |            |
| 8) อินเทอร์เน็ต                              |                                 |                   |                   |                   |            |
| 9) ป้ายโฆษณากลางแจ้ง / บิลบอร์ด              |                                 |                   |                   |                   |            |
| 10) โฆษณากับยานพาหนะ เช่น รถเมล์ รถไฟฟ้า ฯลฯ |                                 |                   |                   |                   |            |
| <u>สื่อกิจกรรมพิเศษ</u>                      |                                 |                   |                   |                   |            |
| 11) การแนะนำการศึกษา เช่น Road show          |                                 |                   |                   |                   |            |
| 12) การจัดฝึกอบรม/ ให้คำปรึกษาแก่บุคคลภายนอก |                                 |                   |                   |                   |            |
| 13) การจัดนิทรรศการ / การออกบูธ เช่น U-Fair  |                                 |                   |                   |                   |            |
| 14) การจัดกิจกรรมเพื่อชุมชนและสังคม          |                                 |                   |                   |                   |            |
| 15) การสนับสนุนกิจกรรมของโรงเรียน            |                                 |                   |                   |                   |            |
| 16) การจัดทัศนศึกษาในมหาวิทยาลัย             |                                 |                   |                   |                   |            |

| ประเภทของสื่อ                       | การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร / เดือน |                      |                      |                      |                |
|-------------------------------------|---------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------|
|                                     | ไม่เคย<br>เลย                   | 1-2 ครั้ง<br>/ เดือน | 3-4 ครั้ง<br>/ เดือน | 5-6 ครั้ง<br>/ เดือน | ทุก<br>สัปดาห์ |
| สื่อบุคคล                           |                                 |                      |                      |                      |                |
| 17) บุคคลในครอบครัว/ ญาติ           |                                 |                      |                      |                      |                |
| 18) ครู/ อาจารย์                    |                                 |                      |                      |                      |                |
| 19) เพื่อน/ รุ่นพี่ที่เป็นศิษย์เก่า |                                 |                      |                      |                      |                |
| 20) ดารา / ผู้มีชื่อเสียง           |                                 |                      |                      |                      |                |

2. มหาวิทยาลัยเอกชน 3 แห่งที่ท่านนึกถึง โปรดเรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด

- มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
 มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต  
 มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
 มหาวิทยาลัยรังสิต  
 มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ  
 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย  
 มหาวิทยาลัยสยาม  
 มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต  
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. จากข้อ 2 มหาวิทยาลัยเอกชนที่ท่านนึกถึงเป็นอันดับแรก ท่านเชื่อมโยงกับสิ่งใดต่อไปนี้มากที่สุด (ระบุเพียงคำตอบเดียว)

- ☐ สัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เช่น สี โลโก้ สโลแกน  
☐ ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย อาจารย์ผู้สอน ศิษย์เก่า ผู้มีชื่อเสียงที่กำลังศึกษาอยู่ในปัจจุบัน  
☐ ความเป็นเลิศทางวิชาการ เช่น หลักสูตรน่าสนใจ เทคโนโลยีทันสมัย เป็นต้น  
☐ การสนับสนุนกิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย เช่น การให้ทุนนักศึกษาในกิจกรรมต่างๆ กีฬา  
☐ งานกิจกรรมด้านบริการทางสังคมของมหาวิทยาลัย เช่น ทำโพล สัมมนา/ ฝึกอบรมต่างๆ  
☐ ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เช่น ที่ตั้ง บรรยากาศ ความโอ่อ่า  
☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

**ตอนที่ 3 รูปแบบ หรือกิจกรรมใดที่ทำให้ท่านตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน**

**คำชี้แจง :** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านในการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชนของท่านมากที่สุด โดยกำหนดให้  
มากที่สุด = 5      มาก = 4      ปานกลาง = 3      น้อย = 2      น้อยที่สุด = 1

**1. ข้อมูลข่าวสารต่อไปนี้ ข้อใดบ้าง ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน**

| ข้อมูลข่าวสาร                                                                                                                                                          | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|---------|------|------------|
| <b>1.หลักสูตร</b>                                                                                                                                                      |           |     |         |      |            |
| 1.1 รายละเอียดของหลักสูตร (เนื้อหา)                                                                                                                                    |           |     |         |      |            |
| 1.2 ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา                                                                                                                                           |           |     |         |      |            |
| 1.3 ค่าใช้จ่ายในการศึกษาตลอดหลักสูตร                                                                                                                                   |           |     |         |      |            |
| 1.4 ทุนการศึกษา                                                                                                                                                        |           |     |         |      |            |
| 1.5 การรับรอง/ ปริญญาที่ได้รับ                                                                                                                                         |           |     |         |      |            |
| 1.6 การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการเรียนการสอน                                                                                                                          |           |     |         |      |            |
| 1.7 หลักสูตรเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน                                                                                                                                |           |     |         |      |            |
| <b>2.การบริการสังคม</b>                                                                                                                                                |           |     |         |      |            |
| 2.1 การสนับสนุนให้นักศึกษาทำกิจกรรมเพื่อชุมชน/สังคม เช่น การแข่งกีฬา ค่ายอาสาหรือชมรมต่างๆ เป็นต้น                                                                     |           |     |         |      |            |
| 2.2 มหาวิทยาลัยมีการบริการด้านการศึกษาให้กับชุมชน/สังคม เช่น การจัดฝึกอบรม การจัดสัมมนา เป็นต้น                                                                        |           |     |         |      |            |
| 2.3 นโยบายเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม เช่น ประหยัดพลังงาน การปลูกต้นไม้ การรักษาความสะอาด เป็นต้น                                                                             |           |     |         |      |            |
| 2.4 การจัดกิจกรรมส่งเสริมและอนุรักษ์ ประเพณี วัฒนธรรมไทย เช่น วันพ่อหรือวันแม่แห่งชาติ วันเด็ก วันสำคัญทางศาสนา                                                        |           |     |         |      |            |
| 2.5 การบริการข้อมูลการศึกษาให้กับนักศึกษา เช่น แนะนำแนวการศึกษา (Road show) ตามโรงเรียน การจัด open house หรือ การออกบูธ (U-fair)การจัดกิจกรรมเยี่ยมชมภายในมหาวิทยาลัย |           |     |         |      |            |
| 2.6 การสนับสนุนวิชาการ เช่น กีฬาวิชาการ/ นิทรรศการต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัย เช่น งานสัปดาห์วิทยาศาสตร์                                                                    |           |     |         |      |            |

| ข้อมูลข่าวสาร                                                                                                | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|---------|------|------------|
| 3.การสนับสนุนกิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย                                                                         |           |     |         |      |            |
| 3.1 การสนับสนุนกิจกรรม/ ชมรมต่างๆ ของนักศึกษา                                                                |           |     |         |      |            |
| 3.2 การสนับสนุนกิจกรรมของศิษย์เก่า                                                                           |           |     |         |      |            |
| 3.3 การสนับสนุนให้นักศึกษาดูงาน/ ฝึกงาน                                                                      |           |     |         |      |            |
| 4.ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย                                                                                    |           |     |         |      |            |
| 4.1 ตราสัญลักษณ์หรือโลโก้ของมหาวิทยาลัย                                                                      |           |     |         |      |            |
| 4.2 สีประจำของมหาวิทยาลัย                                                                                    |           |     |         |      |            |
| 4.3 สโลแกนของมหาวิทยาลัย                                                                                     |           |     |         |      |            |
| 4.4 สภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย                                                                                |           |     |         |      |            |
| 4.5 ความสะดวกสบาย เช่น การเดินทาง ที่จอดรถ ที่พัก                                                            |           |     |         |      |            |
| 4.6 ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย/ คณะ                                                                             |           |     |         |      |            |
| 4.6 ชื่อเสียงของผู้บริหารหรืออธิการบดีเป็นที่รู้จัก                                                          |           |     |         |      |            |
| 4.7 ชื่อเสียงของอาจารย์ผู้สอนเป็นที่รู้จัก                                                                   |           |     |         |      |            |
| 4.8 ชื่อเสียงของนักศึกษาปัจจุบันเป็นที่รู้จัก                                                                |           |     |         |      |            |
| 4.9 ชื่อเสียงของศิษย์เก่าเป็นที่รู้จัก                                                                       |           |     |         |      |            |
| 4.10 มีวัฒนธรรมองค์กรที่ชัดเจนร่วมกัน เช่น การรณรงค์<br>เรื่องการแต่งกายของนักศึกษา หรือบุคลากรในมหาวิทยาลัย |           |     |         |      |            |

**2. รูปแบบหรือกิจกรรมการสื่อสารเพื่อการสร้างแบรนด์ของมหาวิทยาลัยเอกชนข้อใดต่อไปนี้  
ที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเข้าศึกษาต่อของท่าน**

โดยกำหนดให้   มากที่สุด = 5      มาก = 4      ปานกลาง = 3      น้อย = 2      น้อยที่สุด = 1

| สื่อ/ กิจกรรมในการสร้างแบรนด์                                                                   | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|---------|------|------------|
| 1. การประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยผ่านสื่อมวลชน เช่น<br>โทรทัศน์ นสพ. วิทยุ นิตยสาร เป็นต้น         |           |     |         |      |            |
| 2. การจัดกิจกรรมพิเศษ เช่น Road show ตามโรงเรียน /<br>Open House เป็นต้น                        |           |     |         |      |            |
| 3. การเปิดโอกาสให้เข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของมหา<br>วิทยาลัยเช่น นิทรรศการ การทดลองเรียน เป็นต้น |           |     |         |      |            |
| 4. การประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยผ่านคำแนะนำจากพ่อแม่<br>อาจารย์แนะแนว รุ่นพี่ เป็นต้น             |           |     |         |      |            |

| สื่อ/ กิจกรรมในการสร้างแบรนด์                                                                                                               | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|---------|------|------------|
| 5. การให้คนที่มียี่ห้อเสียงหรือประสบความสำเร็จเป็นฟรีเซ็นเตอร์ เช่น ดารา/ นักร้อง/ นักกีฬาที่มีชื่อเสียง เป็นต้น                            |           |     |         |      |            |
| 6. การประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงด้านผลงานวิชาการ กิจกรรมหรือ รางวัลต่างๆ ของอาจารย์ หรือนักศึกษา                                                |           |     |         |      |            |
| 7. มหาวิทยาลัยเอกชนได้เป็นสปอนเซอร์หรือผู้สนับสนุนกิจกรรมของโรงเรียนต่างๆ เช่น งานกีฬา การอบรม/ ทิวเข้มก่อนสอบเข้า                          |           |     |         |      |            |
| 8. มหาวิทยาลัยเอกชนมีการจัดกิจกรรมเพื่อชุมชนและสังคม ได้แก่ งานเทศกาลต่างๆ เช่น ลอยกระทง เข้าพรรษา วันพ่อ/ วันแม่แห่งชาติ และงานวันเด็ก     |           |     |         |      |            |
| 9. การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความสะดวก สบายของมหาวิทยาลัยให้กับผู้สนใจเข้าศึกษา เช่น ความสะดวกในการเดินทาง อาคารเรียน ความสวยงามและน่าอยู่   |           |     |         |      |            |
| 10. มหาวิทยาลัยเอกชนมีการมอบรางวัล/ ประกาศเกียรติคุณแก่บุคคลที่ทำประโยชน์แก่สังคม                                                           |           |     |         |      |            |
| 11. มหาวิทยาลัยเอกชนมีการสร้างหรือสนับสนุนความสัมพันธ์ของนักศึกษา เช่น ตั้งชมรมศิษย์เก่า เป็นต้น                                            |           |     |         |      |            |
| 12. มหาวิทยาลัยเอกชนมีการมอบสิทธิพิเศษแก่ผู้สมัครเรียน เช่น แคมคอร์สฝึกอบรม หรืออุปกรณ์การเรียน การแบ่งชำระค่าเล่าเรียน                     |           |     |         |      |            |
| 13. มหาวิทยาลัยเอกชนมีการประชาสัมพันธ์ด้านความพร้อมในการให้บริการของสถาบันในการประชาสัมพันธ์ เช่น ห้องสมุด ห้องปฏิบัติการ เทคโนโลยีสารสนเทศ |           |     |         |      |            |
| 14. การประชาสัมพันธ์ที่เน้นให้ตระหนักถึงโอกาสในการประกอบอาชีพหลังจากที่จบเข้าศึกษา                                                          |           |     |         |      |            |
| 15. การประชาสัมพันธ์กิจกรรมของนักศึกษา เช่น การดูงาน กิจกรรมระหว่างเรียน การฝึกงานในสถานที่จริง ให้ผู้สนใจเข้าศึกษาต่อทราบ                  |           |     |         |      |            |
| 16. อื่นๆ โปรดระบุ<br>.....<br>.....                                                                                                        |           |     |         |      |            |



#### ตอนที่ 4 ผลของการสื่อสารในการสร้างแบรนด์ของมหาวิทยาลัยเอกชน

1. ในทัศนคติของท่าน ท่านคิดว่าสิ่งใดที่แสดงให้เห็นถึงคุณภาพของมหาวิทยาลัยที่ท่านกำลังศึกษาอยู่มากที่สุด

- ☐ หลักสูตร เช่น หลักสูตรมีความทันสมัย เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน เป็นต้น
- ☐ คุณภาพของอาจารย์ และนักศึกษา เช่น เป็นผู้เชี่ยวชาญ มีความรู้ มีชื่อเสียง เป็นต้น
- ☐ สถานที่ เช่น ความสะอาด สวยงาม
- ☐ อุปกรณ์ เช่น ความพร้อม ความทันสมัย
- ☐ กิจกรรมที่ส่งเสริมและสนับสนุนสังคม เช่น อบรม สัมมนาทุนการศึกษา การสนับสนุนในเทศกาลหรือประเพณีต่างๆ
- ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. ท่านคิดว่า บัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยของท่านได้รับการยอมรับจากสังคมในด้านต่างๆ หรือไม่  
ความสามารถในโอกาสที่ได้ประกอบอาชีพในบริษัทชั้นนำของประเทศ

- ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

ความสามารถในโอกาสที่จะได้เข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง

- ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

3. ท่านคิดว่า มหาวิทยาลัยของท่านมีความโดดเด่นในด้านใดเมื่อเปรียบเทียบกับมหาวิทยาลัยเอกชนอื่นๆ

- ☐ หลักสูตร เช่น หลักสูตรมีความทันสมัย เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน เป็นต้น
- ☐ ชื่อเสียงของอาจารย์ นักศึกษา และศิษย์เก่า
- ☐ สถานที่ เช่น ความสะอาด สวยงาม
- ☐ อุปกรณ์ เช่น ความพร้อม ความทันสมัย
- ☐ กิจกรรมที่ส่งเสริมและสนับสนุนสังคม เช่น อบรม สัมมนาทุนการศึกษา การสนับสนุนในเทศกาลหรือประเพณีต่างๆ
- ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. หลังจากท่านจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ท่านสนใจจะศึกษาต่อระดับปริญญาโทในมหาวิทยาลัยเดิมหรือไม่

- ☐ สนใจ ☐ ไม่สนใจ ☐ ไม่แน่ใจ