

แบบเสนอโครงการงบทบพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

1. ชื่อโครงการ โครงการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ของสำนักวิชาพยาบาลศาสตร์
2. ความสอดคล้องเชื่อมโยงกับแผนยุทธศาสตร์ 20 ปี มวล.
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างและพัฒนาคุณภาพบัณฑิตเพื่อตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ชาติ
เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่ 4 มีกระบวนการรับและคัดเลือกนักศึกษาที่มีประสิทธิภาพ
กลยุทธ์ที่ 7. ปรับปรุงยุทธศาสตร์และเกณฑ์การรับนักศึกษาให้มีความหลากหลาย ตรงตามความ
ต้องการของหลักสูตรและสอดคล้องกับสภาพการเปลี่ยนแปลงประชากรของประเทศ
8. สร้างกลไกดึงดูดให้คนเก่งเข้ามาเรียนให้มากที่สุด โดยเฉพาะคนเก่งทุกคนจะต้องได้เรียน
ที่มหาวิทยาลัย
3. สถานภาพของโครงการ โครงการต่อเนื่อง
4. หน่วยงานรับผิดชอบ ส่วนสื่อสารองค์กร และสำนักวิชาพยาบาลศาสตร์

5. ความสำคัญ/หลักการและเหตุผล

สำนักวิชาพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ มีภารกิจหลักคือการผลิตบัณฑิตพยาบาลทั้งในระดับวิชาชีพและวิชาชีพขั้นสูงที่มีคุณลักษณะตามอัตลักษณ์ของสำนักวิชาพยาบาลศาสตร์และมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์หลักของมหาวิทยาลัยที่มุ่งสร้างและพัฒนาคุณภาพบัณฑิตเพื่อตอบสนองยุทธศาสตร์ชาติ ดังนั้นกระบวนการรับและคัดเลือกนักศึกษาเพื่อให้ได้ คนดีและคนเก่งตามปณิธานของมหาวิทยาลัยจึงมีความสำคัญ

จากการวิเคราะห์และทบทวนวิธีการสื่อสารองค์กรของสำนักวิชาพยาบาลศาสตร์พบว่า ไม่ชัดเจนในส่วนของการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ (Communication for brand creation) จึงทำให้กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการไม่รู้จักสำนักวิชาพยาบาลศาสตร์ดีเท่าที่ควร ส่งผลให้ไม่เลือกที่จะเข้ามาศึกษาในสำนักวิชา หากเปรียบเทียบสำนักวิชา เป็นแบรนด์ หรือ ตราสินค้า (Brand) จะพบว่า ในประเทศไทย มีโรงเรียนพยาบาลที่เป็นแบรนด์แบบเดียวกันอีกมากมาย ดังนั้น การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้สำนักวิชา เป็นที่รู้จัก จะต้องสร้างความแตกต่างด้วยคุณค่าของแบรนด์ (Brand Equity) การสร้างคุณค่าแบรนด์ทำให้เกิดความแตกต่างและความได้เปรียบในการแข่งขัน Aaker (1996) ได้กล่าวว่า มีหลายปัจจัยที่มีความสำคัญในการนำไปสู่การสร้างคุณค่าของแบรนด์ ได้แก่ การรับรู้ในแบรนด์ (Brand Awareness) การรับรู้ถึงคุณภาพแบรนด์ (Perceived Quality) การสร้างตัวตนของแบรนด์ (Brand association) และ ความภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty)

จากความสำคัญข้างต้น สำนักวิชา มีความสนใจนำแนวคิดการสร้างคุณค่าแบรนด์มาดัดแปลงใช้ให้เหมาะสมกับบริบทเพื่อสื่อสารสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่น เพื่อเป้าหมายสุดท้ายคือการได้กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้ามาศึกษาในสำนักวิชา

6. วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1) เพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของสำนักวิชาพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ไปยังนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ผู้ปกครอง อาจารย์แนะแนว และสถาบันกวดวิชา
- 2) เพื่อให้นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและผู้ปกครองได้เรียนรู้และรับทราบเกี่ยวกับศักยภาพของสำนักวิชาพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ในการจัดการเรียนการสอน การเสริมสร้างศักยภาพของนักศึกษาและความก้าวหน้าในวิชาชีพ
- 3) เพื่อดึงดูดนักเรียนเก่ง ๆ ในระดับต้น ๆ ของโรงเรียนกลุ่มเป้าหมายมาศึกษาต่อที่สำนักวิชาพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ผู้ปกครอง อาจารย์แนะแนว และสถาบันกวดวิชาได้รับทราบข้อมูลและศักยภาพต่างๆของ สำนักวิชาพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ เพื่อประกอบการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ
- 2) นักเรียนเก่ง ๆ ในระดับต้น ๆ ของโรงเรียนกลุ่มเป้าหมายมาศึกษาต่อที่สำนักวิชาพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

8. ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการที่เชื่อมโยงกับตัวชี้วัดยุทธศาสตร์ มวล.และเกณฑ์พัฒนาคุณภาพสำนักวิชาพยาบาลศาสตร์

ตัวชี้วัดความสำเร็จ	ค่าเป้าหมาย
1. ร้อยละของนักเรียนจากโรงเรียนที่มีชื่อเสียงเข้ามาศึกษาต่อในสำนักวิชาพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	เท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 30
2. ร้อยละของผู้ผ่านการคัดเลือกที่ยืนยันสิทธิ์เข้าศึกษาต่อเพิ่มขึ้นจากปีก่อน	เท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 10

9. แผนกิจกรรมดำเนินงาน

องค์ประกอบเพื่อสร้างคุณค่าแบรนด์	กิจกรรม	ช่วงเวลาดำเนินการ
<p>1. การรับรู้ในแบรนด์</p> <p>การทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความตระหนักและรับรู้ต่อคุณค่าของแบรนด์ โดยเนื้อหาที่ต้องสื่อสารจะต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด และมักจะใช้กระบวนการสื่อสารที่สร้างความสนใจ (impact) และสร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย</p>	<p>1. การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ของทีระสิทธิ์วิทยาลัย สำหรับวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี</p> <ul style="list-style-type: none"> - ข้อมูลสำนักวิทยบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี - การจัดการเรียนการสอน - ทุนการศึกษา - ความก้าวหน้าในวิชาชีพ - นิทรรศการ - แบนเนอร์แสดงความเป็นเอกลักษณ์ต่างๆ <p>งบประมาณ 30,000 บาท</p>	<p>ตค.67-กย. 68</p>
	<p>2. การโปรโมทเพจพยาบาลวิทยาลัย (ชื่อโปรแกรมแต่งภาพ ตัดต่อภาพ อุปกรณ์ถ่ายทำ วีดีโอ)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ตั้งเป้าหมายจำนวนผู้ติดตาม ให้ได้ 10,000 คน ในเวลา 6 เดือน - จัดกิจกรรมประจำเดือนจากกรกด like ของผู้ติดตาม - ใช้เพจเป็นช่องทางสื่อสารเรื่องราว ข่าวสารสำนักวิชา มีการเคลื่อนไหวของเพจทุกวัน <p>งบประมาณ 30,000 บาท</p>	<p>ตค.67-กย. 68</p>
	<p>3. การปรับปรุงเว็บไซต์สำนักวิทยบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ปรับปรุงโครงสร้างบุคลากร - ปรับปรุงข่าวสารให้เป็นปัจจุบัน - ปรับปรุงข่าวสารภาษาไทยและอังกฤษให้สอดคล้องกัน <p>งบประมาณ 10,000 บาท</p>	<p>ตค.67-กย. 68</p>

องค์ประกอบเพื่อสร้างคุณค่าแบรนด์	กิจกรรม	ช่วงเวลา ดำเนินการ
	<p>4. การจัดกิจกรรม Open House เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักสำนักวิชาฯ ในเชิงลึกขึ้น กลุ่มเป้าหมายเป็นนักเรียนชั้น ม.4-5 จาก 400 โรงเรียนต่าง งบประมาณ 20,000 บาท</p> <p>6. จัดนิทรรศการในงานรับหมวก งบประมาณ 20,000 บาท</p> <p>7. การออกพบปะกลุ่มเป้าหมาย (Roadshow) 400 โรงเรียนต่าง งบประมาณ 30,000 บาท</p> <p>8. ปรับปรุงภาพลักษณ์ ผ่านภาพถ่ายแนะนำบุคลากรสำนักวิชาพยาบาลศาสตร์ (วีสดู อุปกรณ์)</p>	<p>ตค.67-กย. 68</p> <p>ตค.67-กย. 68</p> <p>ทำร่วมกับ มหาวิทยาลัย ตค.67-กย. 68</p>
2. การรับรู้ถึงคุณภาพ แบรนด์	<p>1. การสร้างพันธมิตรกับ Blogger</p> <ul style="list-style-type: none"> - สร้างช่องทางติดต่อสื่อสารโดยตรงกับ <ul style="list-style-type: none"> 1.1 ผู้ปกครอง 1.2 ครูแนะแนว 1.3 สถาบันกวดวิชา <p>เพื่อให้รับรู้ถึงสิ่งที่โดดเด่น ความมีคุณภาพของสำนักวิชา เพื่อให้ทำหน้าที่เป็น Blogger คือเป็นผู้มีอิทธิพลที่เข้ามามีส่วนในการบอกเล่าคุณภาพของแบรนด์และเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายด้วย ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โทรศัพท์ กลุ่มไลน์นักศึกษาลูกปกครอง</p> <p>งบประมาณ 10,000 บาท</p> <p>2. นำเสนอข้อมูลผลงานดีเด่นของสำนักวิชา นักศึกษาปัจจุบัน คิษย์เก่า คณาจารย์และบุคลากรสำนักวิชา ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โปสเตอร์นิทรรศการ ตลอดจนคลิปสัมภาษณ์ คิษย์เก่า คิษย์ปัจจุบัน อาจารย์ที่สำเร็จในด้านต่างๆ ผลการรับรองสถาบัน ผลการประเมิน</p>	<p>ตค.67-กย. 68</p> <p>ตค.67-กย. 68</p>

องค์ประกอบเพื่อสร้างคุณค่าแบรนด์	กิจกรรม	ช่วงเวลา ดำเนินการ
	<p>การเรียนการสอนจากนักศึกษา ผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์ นำเสนอในที่ประชุมวิชาการ การบริการวิชาการสู่สังคม การมีส่วนร่วมในการทำนุคิดพัฒนาธรรม</p> <p>งบประมาณ 10,000 บาท</p> <p>3. การทำคลิปวิดีโอแนะนำสาขา (คลิปใหญ่) / คลิปวิดีโอการเรียนการสอนในสำนักวิชาพยาบาลศาสตร์ คลิปสั้น/Tik Tok /แบนเนอร์/เพจ เพื่อใช้สื่อประชาสัมพันธ์ร่วมกับกิจการต่างประเทศ</p> <p>งบประมาณ 200,000 บาท</p> <p>4. การทำคลิปวิดีโอ สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจากสำนักวิชาพยาบาลศาสตร์ และศิษย์เก่า (วัสดุอุปกรณ์)</p> <p>5. การจัดทำคลิปภาพเคลื่อนไหวเพลงมาร์ชพยาบาลลัยลักษณ์</p> <p>งบประมาณ 50,000 บาท</p>	<p>ตค.67-กย. 68</p> <p>ตค.67-กย. 68</p>
3. การสร้างตัวตนของแบรนด์	<p>เชื่อมโยงกับกิจกรรมในโครงการ Smile and Smart Clinic ที่ดูแลและพัฒนาสมรรถนะของนักศึกษาพยาบาลใน 4 ด้านคือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การปรับตัว ปัญหาสุขภาพจิตและจิตเวช 2. การเรียนการสอน: การคิดวิเคราะห์ ตัดสินประเด็นทางคลินิก การอ่านจับประเด็น การทำ Mind Mapping 3. การพัฒนาภาษาอังกฤษ 4. การพัฒนาบุคลิกภาพและมารยาททางสังคม <p>นำเสนอทุกกิจกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้นักเรียนและผู้ปกครองเห็น “อัตลักษณ์” ของ “พยาบาลลัยลักษณ์” ที่มี “ปัญญา สามัคคีเป็นหนึ่งเดียว สุขภาพเรียบร้อย บุคลิกดี มี</p>	<p>ตค.67-กย. 68</p>

องค์ประกอบเพื่อสร้างคุณค่าแบรนด์	กิจกรรม	ช่วงเวลา ดำเนินการ
4. ความภักดีต่อ แบรนด์	<p>เอกลักษณ์โดดเด่น มีความรับผิดชอบ ดำเนินชีวิตอย่างสมดุลแบบพอเพียง และมีคุณธรรมจริยธรรม”</p> <p>กลยุทธ์ที่จะทำให้อุปสงค์มีความเข้มแข็งขึ้นขอในแบรนด์คือการสร้างความพึงพอใจและความชอบในแบรนด์</p> <p>1. การนำเสนอสิ่งที่เหนือความคาดหมายและสร้างความประทับใจ</p> <p>2. การรักษาความสัมพันธ์กับศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน การจัดทำทำเนียบศิษย์เก่า เชื่อมโยงกับเวปไซด์สำนักวิชา เพื่อใช้เป็นช่องทางติดต่อกับศิษย์เก่า</p> <p>- ประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อศิษย์เก่า เช่น การประชุมวิชาการสำนักวิชา และสถาบันอื่นๆ</p> <p>- จัดงานคืนสู่เหย้า ทุกปีเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างศิษย์เก่า คณาจารย์ และศิษย์ปัจจุบัน</p> <p>- จัดทำเพลงมาร์ชยกย่องบุคลากรวิทยาลัย</p>	<p>ช่วงที่มีการ สัมภาษณ์รับ นักศึกษา</p> <p>ตค.67-กย. 68</p>

รวมงบประมาณทั้งสิ้น 430,000 บาท (สี่แสนสามหมื่นบาทถ้วน)
งบประมาณแล้วเฉลี่ยทุกรายการ

ลงชื่อ

Syham A.

(ผศ.ปฤชดาพร ผลประสาร)

ประธานสื่อสารองค์กร/ผู้รับผิดชอบโครงการ

ลงชื่อ

อรุณี ฤทธิเลิศ

(ผศ.ดร.อรุณี สุชะวลี)

คณบดีสำนักวิชาพยาบาลศาสตร์

ผู้อำนวยการ