

การจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย



วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสาร
กรกฎาคม 2559
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนครสวรรค์

วิทยานิพนธ์ เรื่อง “การจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่า
ของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย”
ของ นายอนวัช มีเคลือบ
ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสาร

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรพล ภูรัต)

.....ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา ชาญวิชัย)

.....กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ดร.จิรวัดน์ วีรังกร)

.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์)

.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ดร.รัฐพล ไชยรัตน์)

อนุมัติ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอี่ยมพร หลินเจริญ)
รองคณบดีฝ่ายวิชาการ ปฏิบัติราชการแทน
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

22 ก.ค. 2559

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยผู้ที่ "รัก" รายรอบผู้วิจัย ทั้งคนในครอบครัว คนใน
ชีวิตวิชาการ คนในแวดวงการทำงาน และคนที่ต่างรอชื่นชมความสำเร็จของเรา

กราบขอบพระคุณพ่อแม่ ที่มุ่งมั่นสร้างลูกคนนี้เป็นบัณฑิต มหาบัณฑิต และ
ดุษฎีบัณฑิต มาตลอด 30 กว่าปี ให้กำลังใจในทุกครั้งที่ลูกเหนื่อยกายจากการงาน ท้อใจจาก
สิ่งกระทบรอบด้าน สละทรัพย์อันประเสริฐ สละความสุขของชีวิตตน เพื่อบั่นลูกไว้ชื่นชม และหวัง
ให้ตอบแทนคุณแก่สังคมต่อไป ลูกมีอาหาสิ่งใดที่มีค่าเท่าพระคุณนี้มาทดแทนได้หมด นอกเสีย
จากการเป็นลูกที่ดีในครอบครัวแสนอบอุ่นเช่นนี้ตลอดไป และขอขอบพระคุณญาติพี่น้องทุกฝ่ายที่
ให้กำลังใจเสมอมา

กราบขอบพระคุณ "ครู" ผู้อุทิศตั้งใจสร้างหล่อเนื้อวิชากร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา
ชาญวิทย์ อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ชี้ทางสว่างของปัญญา มอบภูมิรู้ ภูมิธรรม และให้กำลังใจศิษย์
ในทุกยาม ขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วนาวัลย์ ดาดี ครูที่มีส่วนสำคัญในความสำเร็จทาง
การศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรี โท และเอก ขอบพระคุณ ดร.จิรวุฒิ วิรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
นักวาดความคิดให้ศิษย์เห็นจุดหมายได้อย่างเข้าใจ และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ยิ่งในการศึกษา
ครั้งนี้ ขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรพล ภูรัต ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่สละ
เวลาและถ่ายทอดวิทยาการให้ศิษย์ได้ซึมซับทุกครั้งที่ได้ใกล้ชิด ขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์
ดร.พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์ ดร.รัฐพล ไชยรัตน์ และดร.อรรณพ ศิริสวัสดิ์ อภิษยกุล คณะกรรมการ
สอบดุษฎีนิพนธ์ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์และให้ข้อชี้แนะสู่ความสำเร็จที่สมบูรณ์

ขอบคุณเพื่อนร่วมงานในทุกระดับ ที่ติดตาม ชื่นชม และให้กำลังใจมาตลอดการศึกษา
คนสำคัญอีกกลุ่มหนึ่ง คือ ขอบคุณพี่ๆ และเพื่อนร่วมรุ่นปริญญาเอก (รุ่น 1) ที่ร่วมสุข ร่วมชีวิต
บนเส้นทางสวยงามที่แสนยากลำบากแต่ก็ผ่านกันมาได้

ผู้วิจัยขอขอบคุณแหล่งข้อมูลทั้ง 5 มหาวิทยาลัย ที่ให้ความอนุเคราะห์ ได้พบกัลยาณมิตร
เครือข่าย และได้รับความเมตตาจากทุกท่านที่เกี่ยวข้อง ขอบารมีของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช
จงรักษาคุ้มครองทุกท่านให้พบแต่ความสุข ความสำเร็จ และเป็นพลังสำคัญของชาติบ้านเมือง
ตราบนานเท่านาน

อนวัช มีเคลือบ

ชื่อเรื่อง	การจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย
ผู้วิจัย	อนวัช มีเคลือบ
ประธานที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา ชาญวิชัย
กรรมการที่ปรึกษา	ดร.จิรวัดณ์ วีรังกร
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท สาขาวิชาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2558
คำสำคัญ	การจัดการการสื่อสาร ความผูกพันศิษย์เก่า มหาวิทยาลัยรัฐ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารที่ใช้ในการพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth Interviews) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จากผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้บริหารมหาวิทยาลัย บุคลากรงานศิษย์เก่าสัมพันธ์ และศิษย์เก่า ซึ่งผลการวิจัยพบว่า

การจัดการการสื่อสารทั้ง 3 ด้าน มีรายละเอียดดังนี้ 1) ด้านองค์ประกอบการสื่อสาร มหาวิทยาลัยควรมีการกำหนดค่านิยมร่วม วัฒนธรรม ประเพณีของสถาบัน ใช้การสื่อสารกลุ่มย่อยระดับเครือข่าย กลุ่มใหญ่ระดับสถาบัน ใช้สื่อใหม่ สื่อมัลติมีเดีย ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ความสำคัญกับการเชิญศิษย์เก่าเข้าร่วมกิจกรรม มีการสื่อสารแบบเป็นทางการกับศิษย์เก่าอาวุโส 2) ด้านนโยบายและระบบสื่อสาร มหาวิทยาลัยควรกำหนดโครงสร้างหน่วยงานดูแลชัดเจน มีสมาคมชมรม มีฐานข้อมูลศิษย์เก่า เพื่อสร้างความสัมพันธ์ จัดกิจกรรมประเพณี กำหนดยุทธศาสตร์แผนพัฒนานักศึกษานั่นศิษย์เก่าเข้ามามีส่วนร่วม ให้ความสำคัญกับศิษย์เก่าต่างชาติ (ประเทศเพื่อนบ้าน) ยกย่องเชิดชูศิษย์เก่าด้วยรางวัลที่หลากหลาย กิจกรรมต้องเกิดจากความต้องการของศิษย์เก่า พัฒนาความสัมพันธ์ไปยังผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และ 3) ด้านการประเมินการจัดการ มหาวิทยาลัยควรสร้างรูปแบบการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย (University life) ให้สมบูรณ์ เช่น หอพัก กิจกรรมรับน้อง การเรียน กีฬา ชมรม มีการกำหนดแผนการจัดประชุมใหญ่ รวมทุกสมาคม ชมรม ประจำปี เพื่อวางแนวทางการจัดกิจกรรม บูรณาการกิจกรรมพัฒนานักศึกษา กับศิษย์เก่าสัมพันธ์ ไม่ควรมุ่งเน้นการระดมทุนจากศิษย์เก่า

Title	THE STATE-OF-THE-ART COMMUNICATION MANAGEMENT FOR DEVELOPING ALUMNI'S ENGAGEMENT IN PUBLIC UNIVERSITIES OF THAILAND
Author	Anawat Meekleub
Advisor	Associate Professor Kittima Chanvichai, Ph.D.
Co-Advisor	Jirawat Viranggorn, Ed.D.
Academic Paper	Thesis Ph.D. in Communication, Naresuan University, 2015
Keywords	Communication Management, Alumni Engagement, Public University

ABSTRACT

This research aims to study the Communication Management for Developing Alumni's Engagement in Public Universities of Thailand. It is the Qualitative Research by using In - depth Interviews and Focus Group Discussion from the samples who are universities' administrators, officer of alumni relations and alumni.

As it is discovered:

These are the details of the research in 3 parts which are 1) Communication elements, the universities should have the shared values, culture and tradition for the institutes to communicate with minor group network. For the major universities group should use new media, multimedia to publicize and give the important in inviting alumni to join activities. There should be a formal communication with senior alumni. 2) Policy and Communication System, the universities should define an organization structure which specifically serve Alumni Relations, There should be an association, club, alumni data-base to make relations, create traditional activities, set strategic plan/development plan for students, persuade alumni to participate, give an important to foreign alumni(Thailand's neighbor countries), praise alumni by giving varieties of awards. All activities must be created by the need of Alumni, Develop relations to other involved people. And

3) management evaluation, The universities should make the "University life" to be completed such as dormitory, new student welcoming activity, study, sports, club. There should be annual big planning meeting which include all associations, clubs for an orientation in creating activities, integrate activities in developing students and alumni without money donating.



สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
การจัดการการสื่อสารระหว่างมหาวิทยาลัยกับศิษย์เก่า.....	7
มหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทยกับศิษย์เก่า.....	9
บทสรุปของปัญหา.....	12
ข้อสันนิษฐานงานวิจัย.....	14
คำถามนำวิจัย.....	14
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	14
ขอบเขตของงานวิจัยและและวิธีดำเนินงานวิจัย.....	14
ขั้นตอนการวิจัย.....	15
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	15
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	16
2 แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18
ทฤษฎีที่ว่าด้วยผู้สื่อสาร.....	18
ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการสื่อสาร.....	20
แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์การ.....	23
แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายสังคม.....	25
การประกันคุณภาพการศึกษาระดับอุดมศึกษา.....	27
มหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทยกับงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์.....	32
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	49
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	58

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 ระเบียบวิธีวิจัย	59
รูปแบบของการวิจัย	59
การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล	60
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	61
การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล	68
การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	68
การเก็บรวบรวมข้อมูล	69
การวิเคราะห์ข้อมูล	70
4 ผลการวิจัย	72
การจัดการการสื่อสารที่ใช้ในการพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่า ของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย	72
การจัดการการสื่อสารกับศิษย์ปัจจุบันที่สร้างความผูกพันศิษย์เก่า ของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย	112
การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญในประเด็นการจัดการสื่อสาร ของมหาวิทยาลัยต่อศิษย์ปัจจุบัน	115
คำถามปลายเปิดและข้อเสนอแนะ	116
แบบจำลองการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่า ของมหาวิทยาลัยรัฐ	122
5 บทสรุป	132
บทสรุป	132
อภิปรายผล	146
ข้อเสนอแนะ	152

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม.....	154
ภาคผนวก.....	160
ประวัติผู้วิจัย.....	165



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ขั้นตอนการวิจัย	15
2 ผลการประเมินในองค์ประกอบที่ 3 ตัวบ่งชี้ 3.1 ระบบและกลไกการให้คำปรึกษา และบริการด้านข้อมูลข่าวสาร ในรอบปีการประกันคุณภาพการศึกษา ในปี 2554 (ระดับมหาวิทยาลัย).....	29
3 ข้อมูลการดำเนินงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยชั้นนำทั้ง 11 แห่ง	34
4 แนวคิดในการสัมภาษณ์เชิงลึก	62
5 แนวคำถามในการสนทนากลุ่ม (เจ้าหน้าที่บุคลากรที่ดำเนินงาน ด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ ทั้งจากส่วนกลางและคณะ/สาขาวิชา).....	64
6 แนวคำถามในการสนทนากลุ่ม (ศิษย์เก่าที่มีบทบาทเป็นคณะกรรมการ ในกิจการของศิษย์เก่าทั้งจากส่วนกลางและคณะ/สาขาวิชา และศิษย์เก่ารุ่นใหม่ (Young Alumni) ผู้ที่เพิ่งสำเร็จการศึกษา มีอายุไม่เกิน 35 ปี มีความสำเร็จในอาชีพการงาน และได้เข้าร่วมกิจกรรมสานสัมพันธ์ต่างๆ ของกลุ่มศิษย์เก่า).....	65
7 ผลการสนทนากลุ่มของศิษย์เก่าที่เป็นคณะกรรมการฯ และกลุ่มศิษย์เก่ารุ่นใหม่.....	100
8 มิติของการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐ...	105
9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล.....	111
10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความผูกพันในประเด็นความผูกพัน ศิษย์ปัจจุบันต่อมหาวิทยาลัย	113
11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญในประเด็นการจัดการสื่อสาร ของมหาวิทยาลัยต่อศิษย์ปัจจุบัน	115

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 Alumni Engagement (Alumni Network).....	3
2 Measuring Alumni Engagement	4
3 HE Alumni Engagement.....	6
4 กรอบแนวคิดการวิจัย	58
5 แผนผังความคิดการจัดการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่า ของมหาวิทยาลัยรัฐ	123
6 แบบจำลองการจัดการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่า ของมหาวิทยาลัยรัฐ.....	127
7 แบบจำลองการจัดการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่า ของมหาวิทยาลัยรัฐ.....	144

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความผูกพันศิษย์เก่า (Alumni Engagement) ศิษย์เก่า เป็นเสมือนภาพสะท้อน (reflective approach) ของสถาบันการศึกษา ที่มีความหมายอยู่ในตัวบุคคล ความคิด หรือ เหตุการณ์ต่างๆ ซึ่งเป็นประสบการณ์ของคนๆ นั้น และทำหน้าที่เหมือนกับกระจกที่สื่อความหมาย สะท้อนกลับไปยังสถาบันที่ผู้นั้นสำเร็จการศึกษามา "ความเป็นศิษย์เก่า" จึงเปรียบเสมือน สถาบันการศึกษาเคลื่อนที่ เป็นบุคคลที่มีคุณค่าต่อสถาบัน หากศิษย์เก่าได้กลับมาตอบแทนคุณ สถาบันของตนเองด้วยวิธีใดก็ตาม สถาบันการศึกษาจึงต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับศิษย์ให้เกิดความผูกพันต่อสถาบันตั้งแต่เข้ารับการศึกษา สำเร็จการศึกษา ประกอบอาชีพ จนกระทั่งประสบความสำเร็จในชีวิต

ศิษย์เก่าของสถาบันการศึกษาที่ประสบความสำเร็จในชีวิตและการทำงาน เช่น มีผลงาน อันเกิดจากความสามารถที่เป็นเลิศ มีคุณงามความดีเป็นที่ยกย่องในสังคม มีตำแหน่งงานที่มีเกียรติและรับผิดชอบสูง มีฐานะดี รวมทั้งมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในสาขาวิชาชีพต่างๆ จะทำให้ มหาวิทยาลัยหรือสถาบันการศึกษาที่ตนเองจบการศึกษามีชื่อเสียงตามไปด้วย ดังนั้นส่วนหนึ่งของความเชื่อถือในชื่อเสียงของสถาบันการศึกษา จึงได้มาจากความสำเร็จของศิษย์เก่า (กฤษณ์มณฑ์ วัฒนานรงค์, 2554)

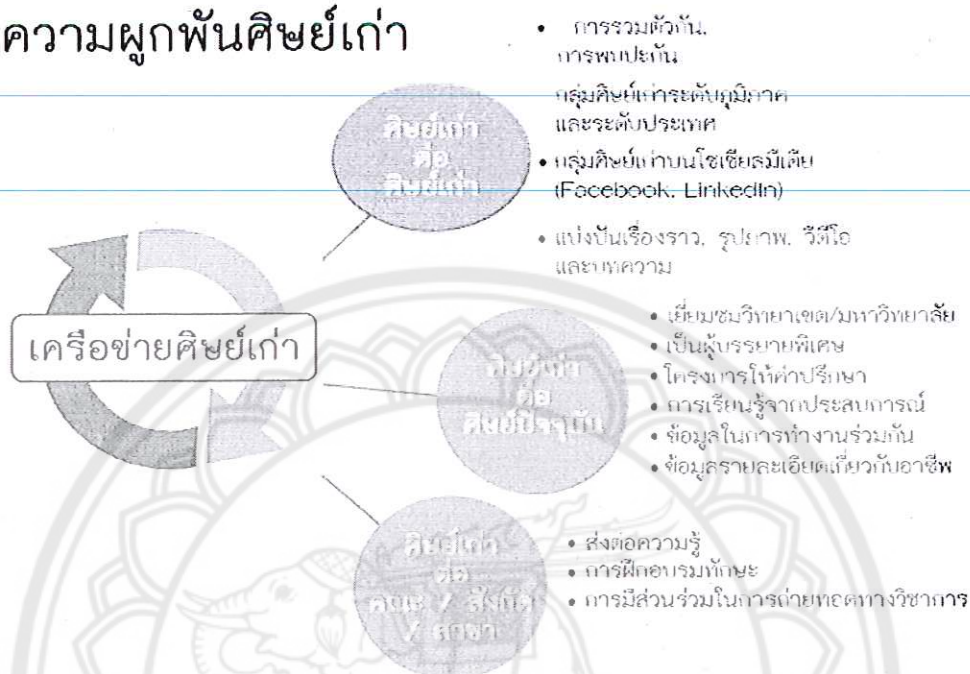
นอกจากนั้น ยังได้กล่าวไว้ว่า ความผูกพันและความภูมิใจในสถาบันการศึกษาเป็น ความดีงามที่น่ายกย่อง การกลับไปช่วยเหลือสถาบันการศึกษาของศิษย์เก่าเป็นสิ่งที่น่าชื่นชม การช่วยเหลือรุ่นพี่รุ่นน้องในสถาบันการศึกษาเดียวกันเป็นความประทับใจอย่างยิ่ง โดยได้มีการ เสนอเพิ่มเติมอีกว่าควรมีการวางแผนให้มีความพอดี ที่อยู่บนรากฐานของความดีงามในการสร้าง ความผูกพันในสถาบัน

สถาบันการศึกษา หรือมหาวิทยาลัย ถือเป็นองค์กรทางการศึกษา ซึ่ง ธีรพงษ์ บุญรักษา (2553) ชี้ให้เห็นถึงความสามารถใหม่ในการแข่งขันขององค์กรว่า "คนที่มีความผูกพันต่อองค์กร" จะเป็นผู้ที่มีความเสียสละ พร้อมทุ่มเทกำลังกายและสมองในการทำงาน ตลอดจนมีความมุ่งมั่น และตั้งใจจริงที่จะทำงานเพื่อองค์กรของตน

ความผูกพันศิษย์เก่า (Alumni Engagement) เป็นเรื่องที่ได้รับการสนใจในการศึกษาในต่างประเทศมาพอสมควร หากแต่ในไทยนั้นได้เริ่มมีการตระหนักในประเด็นเกี่ยวกับ ศิษย์เก่านี้นมาในระยะหนึ่ง จะเห็นได้ชัดเจนจากแวดวงของการประเมินคุณภาพการศึกษา ซึ่งได้มีการกำหนดตัวบ่งชี้ที่เกี่ยวข้องกับศิษย์เก่าให้เป็นหนึ่งในการประเมินมาโดยตลอด แต่ในการกำหนดตัวบ่งชี้การประเมินคุณภาพรอบที่ 4 (พ.ศ. 2559 – 2563) สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.) ได้มีมติว่า ให้คงตัวบ่งชี้ศิษย์เก่าไว้เหมือนเดิม ตามสากลประเทศทั่วไปที่พิจารณาเรื่องนี้ ขณะเดียวกัน ตัวบ่งชี้นี้ ยังสะท้อนคุณภาพสถานศึกษา และอาจารย์ได้อย่างดีว่า ทำให้ลูกศิษย์ประสบความสำเร็จ และกลับมาช่วยเหลือสถาบันการศึกษาตนเองได้หรือไม่ ซึ่งที่ประชุมยังกำหนดให้พิจารณา 2 ด้าน คือ ศิษย์เก่ากลับมาทำประโยชน์ด้านใดให้แก่สถาบันบ้าง และสถาบันให้อะไรแก่ศิษย์เก่าบ้าง (ชาญณรงค์ พรุ่งโรจน์, 2557)

ในแวดวงวิชาการเกี่ยวกับ ความผูกพันศิษย์เก่านั้น มีงานวิชาการ งานวิจัย และบทความที่ได้นำเสนอแนวคิดและวิธีการไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินกิจการด้านศิษย์เก่าไว้อย่างหลากหลาย อาทิ พลังของความผูกพันศิษย์เก่าเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความผูกพันกับศิษย์เก่า โดยการได้กลับมาบอสิ่งดีๆ ในตัวเองแก่ศิษย์ปัจจุบันและคณะวิชา ซึ่งยังได้นำเสนอแนวทางการกลับมาสร้างสรรค์คุณค่าในมิติต่างๆ ดังภาพ 1

ความผูกพันศิษย์เก่า



ภาพ 1 Alumni Engagement (Alumni Network)

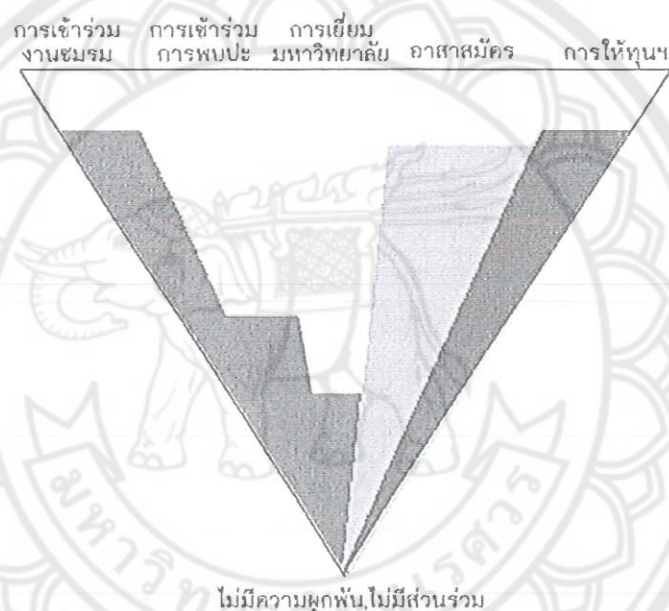
ที่มา: <http://www.alumnirelationsconference.in> สืบค้นเมื่อ 24 กันยายน 2557

จะเห็นว่า การสร้างความผูกพันศิษย์เก่านั้น ไม่ได้มีมิติศิษย์เก่ากับศิษย์เก่าด้วยตนเอง เท่านั้น แต่การสร้างกิจกรรมหรือการมีส่วนร่วมให้ศิษย์เก่าเกิดความผูกพันนั้น ต้องสร้างถึง 3 มิติ ได้แก่ 1) ศิษย์เก่ากับศิษย์เก่า เช่น การรวมตัวพบปะกัน ทั้งในระดับประเทศ หรือ ตามภูมิภาค การติดต่อสื่อสารกันบนสื่อสังคมออนไลน์ การแลกเปลี่ยนเรื่องราว บทความ รูปภาพ 2) ศิษย์เก่ากับศิษย์ปัจจุบัน เช่น การกลับไปเยี่ยมสถาบัน การเป็นผู้บรรยาย การให้คำปรึกษา การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการทำงาน สายอาชีพต่างๆ และ 3) ศิษย์เก่ากับคณะ/สาขาวิชา เช่น การส่งต่อความรู้ การฝึกอบรมทักษะ การมีส่วนร่วมในการถ่ายทอดทางวิชาการ (Bishas Nakai and Corleigh Stixrud, 2014)

สอดคล้องกับงานวิจัย เรื่อง The state of a university: a campus President's view ที่ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างคณะสาขาวิชาที่ศึกษา กับศิษย์เก่า พบว่า ศิษย์เก่าเป็นทรัพยากรบุคคลที่สำคัญ ซึ่งพวกเขาได้เข้ามาช่วยในกระบวนการศึกษาต่อ เช่น เป็นผู้จัดการงานเลี้ยงต้อนรับ

การมาปฐกฐาในมหาวิทยาลัย มาช่วยพบปะพูดคุยเกี่ยวกับอาชีพ เครือข่ายในการทำงาน การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ จนกลายเป็นส่วนหนึ่งในโปรแกรม COACH (Count on Alumni for Career Help) Program (Robert A. Scott, 2013)

นอกจากนั้น ยังมีมุมมองที่เกี่ยวกับการวัดความผูกพันศิษย์เก่า ผ่านการประกอบกิจกรรมต่างๆ โดยที่การเข้าร่วมกิจกรรมของสมาคมชมรมและการบริจาค มีการแสดงออกมากที่สุด รองลงมาคือการเป็นอาสาสมัครในกิจกรรมต่างๆ การเข้าร่วมงานเลี้ยงรุ่น และการกลับไปเยี่ยมสถาบัน ตามลำดับ ในลักษณะลดหลั่นกันตามความเห็นของผู้เขียนเรื่องนี้ ดังภาพ 2



ภาพ 2 Measuring Alumni Engagement: Charlie Melichar, 2008

ที่มา: <http://intermedia.typepad.com/intermedia/2008/01/measuring-alumn.html>

สืบค้นเมื่อ 24 กันยายน 2557

นอกจากนี้ นักวิชาการจากมหาวิทยาลัยเวอร์จิเนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้กล่าวถึง 3 กระบวนทัศน์เพื่อความสำเร็จในการสร้างความผูกพันของศิษย์เก่า (Alumni Engagement) ว่าต้องให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องจากศิษย์เก่าไม่ใช่การคาดหวัง และต้องสร้างกลยุทธ์ที่จะสนองความต้องการของศิษย์เก่าซึ่งไม่ใช่สนองความต้องการมหาวิทยาลัย และสุดท้ายต้องมีการแจ้งถึงการดำเนินกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ (Ryan Catherwood, 2013)

นักวิชาการอีกท่านหนึ่งได้แสดงทัศนะไว้เพิ่มเติมเกี่ยวกับความสำคัญของการเป็นสมาชิกศิษย์เก่าว่า เป็นความชัดเจนอย่างยิ่งแล้วว่าการเป็นสมาชิกศิษย์เก่า ถือเป็นประโยชน์อย่างยิ่งกับผู้สำเร็จการศึกษา ในแง่มุมของการจ้างงาน การมีที่ปรึกษา มีความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งอาจนำไปสู่โอกาสที่ดีเกี่ยวกับการเป็นเจ้าของกิจการธุรกิจได้ (Morawetz, 2012)

นอกจากนั้น ยังมีแนวทางที่เป็นไปในทางเสริมกันอีกหลายประการที่กิจกรรมสามารถจะเพิ่มความผูกพันศิษย์เก่าได้มากกว่าแนวทางแบบเดิม ดังนี้

การสร้างความผูกพันกับนิสิตนักศึกษาที่ยังเรียนอยู่ ศิษย์เก่าควรเข้าไปช่วยในการพัฒนาทักษะอาชีพสร้างความสัมพันธ์ระหว่างศิษย์เก่ากับศิษย์ปัจจุบัน โดยอาสาเป็นที่ปรึกษา ตลอดจนเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมนิสิตนักศึกษาตั้งแต่พวกเขายังไม่สำเร็จการศึกษาเพื่อสร้างเครือข่ายและความสัมพันธ์

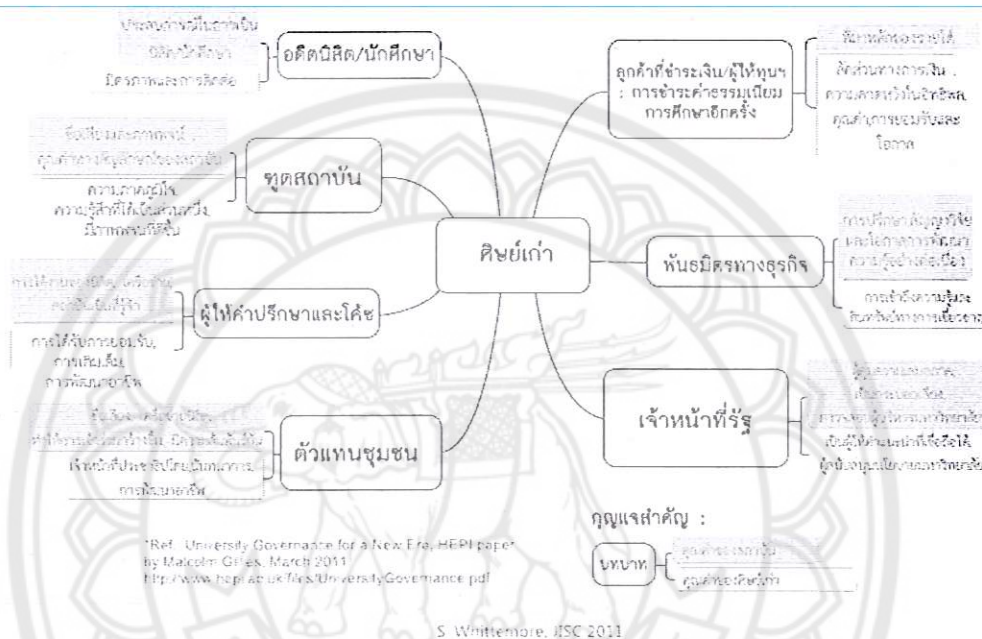
การสร้างความผูกพันกับศิษย์เก่าที่เพิ่งสำเร็จการศึกษา ศิษย์เก่าควรให้การสนับสนุนในการหางาน การพัฒนางานให้มีความเป็นมืออาชีพ อีกทั้งให้คำแนะนำ เป็นเสมือนพี่เลี้ยงดูแล

นอกจากนั้น ควรเพิ่มขยายเครือข่ายความสัมพันธ์กับศิษย์เก่าที่มีอยู่สร้างความร่วมมือกับเจ้าของกิจการ นายจ้างในท้องถิ่นและปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับผิดชอบงานกับศิษย์เก่าให้แน่นแฟ้น

S. Whittemore (2011) ได้นำเสนอแผนภาพเชื่อมโยง HE Alumni Engagement ที่แสดงถึงศักยภาพและคุณูปการของความผูกพันศิษย์เก่า ว่าสามารถจะมีบทบาทได้อย่างหลากหลาย ดังนี้ 1) บทบาทการเป็นอดีตนิสิตนักศึกษา มีคุณค่าต่อสถาบันคือการมีประสบการณ์มาก่อน คุณค่าต่อศิษย์เก่าคือสามารถก่อให้เกิดมิตรภาพและการติดต่อซึ่งกันและกัน 2) บทบาทการเป็นทูตสถาบัน มีคุณค่าต่อสถาบันคือเป็นชื่อเสียง ภาพพจน์ และคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ของสถาบัน คุณค่าต่อศิษย์เก่าคือความภาคภูมิใจ ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่ง ภาพพจน์และอิทธิพลที่ดี 3) บทบาทการเป็นผู้ให้คำปรึกษา มีคุณค่าต่อสถาบันคือการได้งานของนิสิตนักศึกษา การเป็นเครือข่ายด้านอาชีพ สถาบันเป็นที่รู้จัก คุณค่าต่อศิษย์เก่าคือการเป็นที่ยอมรับ การเติมเต็มทักษะความรู้ การพัฒนาอาชีพ 4) บทบาทตัวแทนชุมชน มีคุณค่าต่อสถาบันคือชื่อเสียง การขยายเครือข่ายความสัมพันธ์ คุณค่าต่อศิษย์เก่าคือการเป็นตัวแทนภาคประชาชน การเป็นผู้เอื้อให้ความสะดวก การพัฒนาอาชีพ 5) บทบาทในการเป็นผู้ให้ทุน ผู้ชำระค่าธรรมเนียม มีคุณค่าต่อสถาบันคือ เป็นที่มาหลักของรายได้ คุณค่าต่อศิษย์เก่าคือเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการเงิน เป็นความคาดหวัง เป็นการสร้างการยอมรับ และสร้างโอกาสต่างๆ 6) บทบาทการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ มีคุณค่าต่อสถาบันคือการเป็นที่ปรึกษาและการวิจัย คุณค่าต่อศิษย์เก่าคือการเข้าถึงองค์ความรู้

และสินทรัพย์ต่างๆ และ 7) บทบาทการเป็นเจ้าหน้าที่รัฐ คุณค่าต่อสถาบันคือเป็นกระบอกเสียง การตรวจสอบผู้บริหารมหาวิทยาลัย คุณค่าต่อศิษย์เก่าคือเป็นผู้ที่ให้คำแนะนำได้นำเชื่อถือ การเป็นผู้สนับสนุนนโยบายมหาวิทยาลัย ดังแผนภาพ 3 นี้

ความผูกพันศิษย์เก่าแบบ HE : บทบาทและผลประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้น โดย Simon Whitemore



ภาพ 3 HE Alumni Engagement

ที่มา: <http://www.jiscinfonet.ac.uk/infokits/relationship-management/partnerships/alumni/>

สืบค้นเมื่อ 24 กันยายน 2557

ในยุคของเทคโนโลยีการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งความก้าวหน้าของสื่อใหม่ (New Media) ที่เข้ามามีอิทธิพลในการติดต่อสื่อสารของสังคมปัจจุบัน ฉะนั้น ในการสร้างความผูกพันศิษย์เก่าย่อมหนีไม่พ้นจากการนำสื่อใหม่มาผสมผสานเป็นช่องทางหนึ่งในการสร้างความผูกพัน ดังจะเห็นได้จากความเห็นของมหาวิทยาลัยเซอร์เรย์สหราชอาณาจักร (The University of Surrey, UK) ได้มีคณะผู้ทำงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ที่สร้างกลยุทธ์ในการส่งข้อมูลข่าวสารผ่านสังคมออนไลน์ไปยังศิษย์เก่า ทั้ง Facebook และ Twitter โดยมีโปรแกรม LinkedIn เป็นระบบเชื่อมโยงที่เป็นที่ยอมรับช่วยสนับสนุนในการพัฒนาระบบให้มีความทันต่อเหตุการณ์ตลอดเวลา

อีกด้วย (Monk and Lamport, 2012) แต่อย่างไรก็ตาม เทคโนโลยีจะสามารถช่วยให้การสร้าง ความสัมพันธ์ได้ สามารถพัฒนาโปรแกรมที่แก้ไขได้เสมอ แต่ปัญหาที่เกิดจาก “มนุษย์” มีความ ยากกว่าเทคโนโลยี จึงจำเป็นต้องใช้กิจกรรมที่มีการคิดการวางแผนอย่างเป็นระบบแล้วมาแก้ไข (Moore and Paull, 2012)

ในแวดวงวิชาการจากสำนักต่างๆ ในประเทศอังกฤษ และสหรัฐอเมริกา ได้นำเสนอ วิธีการมาพอสมควรว่า มหาวิทยาลัยควรสร้างการรับรู้ก่อนการจัดกิจกรรมในช่องทางต่างๆ เพิ่มรูปแบบวิธีการใหม่ๆ ในการจัดกิจกรรมเพื่อความผูกพันอยู่เสมอถึงการมีส่วนร่วมจากหลายๆ ภาคีรวบรวบกิจกรรมที่สามารถเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างศิษย์เก่า และศิษย์ปัจจุบันได้ ตั้งแต่ ก่อนที่เขาจะสำเร็จการศึกษาสนับสนุนการเข้าสู่อาชีพสู่การจ้างงาน พัฒนาศักยภาพของศิษย์เก่า ให้เป็นทั้งที่ปรึกษา พี่เลี้ยง และผลักดันให้เป็นเนื้อหาวิชาในหลักสูตรต่อไปรื้อฟื้นและขยายแวดวง สมาชิกศิษย์เก่าที่มีอยู่ พร้อมสร้างความสัมพันธ์กับเครือข่ายนายจ้าง เจ้าของธุรกิจต่างๆ ในท้องถิ่น และใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และเทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารและให้บริการกับศิษย์เก่า

เมื่อพิจารณาจากที่กล่าวนั้น จะเห็นว่า ความผูกพันศิษย์เก่ามีความเชื่อมโยงเกี่ยวข้องกับ สถาบันการศึกษา กับสาขาวิชาคณะ กับผู้ที่ดูแลขับเคลื่อนกิจกรรม กับกลุ่มของศิษย์เก่าด้วยกันเอง กับภาคภายนอก เช่น บริษัทห้างร้าน หน่วยงานเอกชน ธุรกิจท้องถิ่น เป็นต้น และกับทั้งศิษย์ ปัจจุบัน โดยผ่านตัวกิจกรรมที่ต่างรูปแบบต่างช่องทางและต่างวิธีการ

การจัดการการสื่อสารระหว่างมหาวิทยาลัยกับศิษย์เก่า

ในเมืองงานวิชาการของศาสตร์ต่างๆ ต้องการให้เกิดความงอกงามและสามารถนำไปใช้ได้ เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในสังคมนั้น แนวคิดทฤษฎี รูปแบบ กระบวนการ วิธีการของการสื่อสาร เมื่อมาผสมกับศาสตร์อื่นๆ เพื่อให้วิเคราะห์และสังเคราะห์ปรากฏการณ์ได้ชัดเจนมากขึ้น ซึ่งเป็นการอาศัยความเป็นสหวิชา (interdisciplinary) ในการศึกษาวิจัย (สุรพงษ์ ใสธนะเสถียร, 2556) ผู้วิจัยจะใช้มุมมองการสื่อสารนี้ โดยเฉพาะการจัดการการสื่อสารเพื่อมองปรากฏการณ์ใน การศึกษาครั้งนี้ต่อไป

ความผูกพันศิษย์เก่า กับการจัดการการสื่อสาร มีเกี่ยวข้องกันตามนิยามการสื่อสาร กล่าวคือ ผู้ส่งสารส่งสารผ่านสื่อไปยังผู้รับสารเพื่อหวังให้ผู้รับสารเข้าใจในสิ่งที่ต้องการส่งไปใน ทิศทางเดียวกัน ตามกระบวนการสื่อสาร SMCR ของ Berlo (1960) หรือจะมองในมิติของ การเชื่อมโยงส่วนที่ไม่ต่อเนื่องของสิ่งมีชีวิตเข้าไว้ด้วยกัน ตามทัศนะของ Dance (1970 อ้างอิงใน สุรพงษ์ ใสธนะเสถียร, 2556) ซึ่งการจะสร้างความผูกพันศิษย์เก่า นั้น ย่อมเป็นการเชื่อมโยง ความไม่ต่อเนื่องในความสัมพันธ์ให้มีความเชื่อมเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยไว้นั่นเอง

ซึ่งควรพิจารณาถึงผู้ส่งสาร ลักษณะรูปแบบของสาร การใช้ช่องทาง ใช้สื่อ ถึงผู้รับสาร รวมทั้ง การตอบกลับ (Feedback) และสิ่งรบกวน (Noise) ระหว่างการเดินทางของสาร ทั้งหมดนั้นล้วน แล้วเป็นสิ่งที่จะทำให้ความผูกพันศิษย์เก่าสามารถเกิดขึ้น

การจัดการการสื่อสารให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เป็นประเด็นสำคัญระดับแรกๆ ของ การนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ ฉะนั้น หากมีความต้องการให้การสร้างความผูกพันศิษย์เก่าเป็นไป ตามเป้าหมายกำหนด จึงควรให้ความสำคัญต่อการจัดการการสื่อสาร ซึ่งเป็นศาสตร์ที่เกื้อกูลกัน ระหว่างการสื่อสารและการจัดการ จึงเป็นที่แน่นอนว่ามหาวิทยาลัยต้องให้การสื่อสารในรูปแบบ ต่างๆ มาเป็นตัวกระตุ้น ขับเคลื่อนให้เกิดผลสำเร็จต่อศิษย์เก่า ซึ่งต้องใช้เวลาบริหารจัดการ ความสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกภายใต้บริบทของการสื่อสาร

การจัดการการสื่อสาร อาจพิจารณาได้ 2 ระดับ คือ การจัดการทางการสื่อสารโครงสร้าง ส่วนบน เช่น ยุทธศาสตร์การจัดการ ปัจจัยในการจัดการ แนววิเคราะห์นโยบายการจัดการ เป็นต้น และการจัดการทางการสื่อสารโครงสร้างส่วนล่าง เช่น ระบบการสื่อสาร กิจกรรมการสื่อสาร และ การพัฒนาในการสื่อสาร เป็นต้น ซึ่งหน่วยงานนั้นๆ ต้องมีวิธีการบริหารจัดการที่ดีให้ทั้งสอง โครงสร้างมีความสอดคล้องกันอย่างลงตัว (สุรพงษ์ โสภณเสถียร, 2550)

การจัดการการสื่อสาร ยังได้รับการสนับสนุนอีกว่า เป็นปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จในการ นำไปใช้เพื่อการบริหารจัดการเกี่ยวกับองค์การ การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ การเงิน การคลัง และพัสดุ ตลอดจนการบริหารจัดการโครงการ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนงานในด้านต่างๆ

ในงานศึกษาการจัดการทางการสื่อสาร: การเทียบเคียงระหว่างองค์การราชการและ องค์การรัฐวิสาหกิจ (ภายใต้โครงการ หลักและแนวทางการบริหารการสื่อสาร: มิติทั้งสามในด้าน การสื่อสารเพื่อการจัดการ การจัดการทางการสื่อสาร และการบริหารงานสื่อสารมวลชน) ได้นำเสนอการพิจารณาภาพรวมของการบริหารการจัดการทางการสื่อสารโดยแบ่งเป็น 3 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านองค์ประกอบของการสื่อสาร ได้แก่บรรยากาศทั่วไปขอบเขตระดับการสื่อสารภาษา และวิธีการ สื่อสาร 2) ด้านนโยบายและระบบสื่อสาร ได้แก่ การวิเคราะห์นโยบายระบบการสื่อสารยุทธศาสตร์ หน้าที่และกิจกรรมเกณฑ์ในการเลือกสื่อ และประโยชน์จากการใช้สื่อและ 3) ด้านการประเมิน การจัดการ ได้แก่ลักษณะการจัดการยุทธศาสตร์การวิเคราะห์การจัดการกระบวนการบริหารจัดการ เป้าหมายระยะสั้นการพัฒนาแนวทางการปรับปรุงความสำเร็จผลกระทบจากการสื่อสาร และผลกระทบจากการจัดการ (สมิทธา จิตตลดากร, 2551)

จากการพิจารณาการสื่อสารกับศิษย์เก่าที่ดำเนินการโดยมหาวิทยาลัยในปัจจุบัน พบว่า มหาวิทยาลัยหลายแห่งได้มีการออกจุลสาร วารสาร จดหมายข่าวที่ออกตามกำหนดวาระ ซึ่งเป็น

สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์บนเว็บไซต์ นำเสนอความเคลื่อนไหวของกิจกรรมมหาวิทยาลัย กิจกรรมของศิษย์เก่า ศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จในอาชีพ หน้าที่การงาน การประกาศเกียรติคุณ ยกย่องเชิดชูศิษย์เก่าดีเด่น ศิษย์เก่าที่มีชื่อเสียง ศิษย์เก่าเล่าเรื่อง การร่วมบริจาคทุนทรัพย์เข้า กองทุน/สมาคมฯ เพื่อกิจกรรมมหาวิทยาลัย นอกจากนั้น มหาวิทยาลัยยังมีช่องทางการสื่อสารกับ ศิษย์เก่าผ่าน Website, Facebook, E-mail, Web board เพื่อนำเสนอข้อมูลของหน่วยงานด้าน ศิษย์เก่าสัมพันธ์ เผยแพร่กิจกรรมที่ศิษย์เก่าสามารถเข้าร่วมและเกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาความรู้ ประสบการณ์ หรือกิจกรรมสานสัมพันธ์ทั่วไป รวมถึงการแจ้งสิทธิประโยชน์ของการเป็นศิษย์เก่า ของมหาวิทยาลัยในการได้รับสิทธิพิเศษ อาทิ การเข้าใช้ห้องสมุด การเช่าอาคารสถานที่ การเข้าใช้ ศูนย์กีฬานันทนาการ เป็นต้น มหาวิทยาลัยหลายแห่งใช้วิธีการดำเนินงานผ่านระบบฐานข้อมูล ศิษย์เก่าที่เชื่อมโยงมาจากฐานข้อมูลนิสิตนักศึกษา และให้ทำการปรับให้เป็นปัจจุบันเพื่อสะดวก และเข้าถึงการติดต่อสื่อสารกับทางศิษย์เก่า ซึ่งบนหน้าเว็บไซต์ของหน่วยงานศิษย์เก่าสัมพันธ์ใน ระดับมหาวิทยาลัยโดยทั่วไปจะมี Link เชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับศิษย์เก่าทั้งในระดับ มหาวิทยาลัย และคณะ เช่น สมาคมศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยฯ ชมรมศิษย์เก่าคณะฯ ชมรมย่อยใน สมาคมศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยฯ เป็นต้น (ระบบฐานข้อมูลด้านการประกันคุณภาพการศึกษา ระดับอุดมศึกษา (CHE QA Online System V.3), 2556)

ในส่วนของศิษย์เก่าของแต่ละสถาบันนั้น ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เราพบว่า ศิษย์เก่า จากสถาบันหลายแห่งมีการรวมกลุ่มกันทั้งในรูปแบบสมาคม ชมรม กลุ่ม บางสถาบันยังแยกย่อย ลงไปถึงในระดับคณะ สาขาวิชา หรือกระทั่งรุ่นรหัสการศึกษา แต่อย่างไรก็ตาม สิ่งที่เราพบเห็นคือ การรวมพลระดมทุน จัดกิจกรรมสามสัมพันธ์ กิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ช่วยเหลือสังคม กิจกรรม ส่งเสริมวิชาการวิชาชีพ เป็นต้น

มหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทยกับศิษย์เก่า

มหาวิทยาลัยในประเทศไทย เป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่มีการแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้ 1) มหาวิทยาลัยของรัฐ เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นต้น 2) มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ (ออกนอกกระบบ) เช่น จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นต้น 3) มหาวิทยาลัยราชภัฏ เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เป็นต้น 4) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เช่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีราชวมงคลศรีวิชัย เป็นต้น และ 5) มหาวิทยาลัยเอกชน เช่น มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มหาวิทยาลัยรังสิต เป็นต้น

มหาวิทยาลัยในประเทศไทยมีจำนวนกว่าร้อยแห่ง (จำนวน 173 แห่ง) ต่างอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ทั้งสิ้น ซึ่งเป็นประจำในทุกปี การศึกษาที่สถาบันจะต้องดำเนินการตามองค์ประกอบคุณภาพการศึกษาตามตัวบ่งชี้ และเกณฑ์มาตรฐานต่างๆ ซึ่งองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับศิษย์เก่านั้นมีด้วยกัน 1 องค์ประกอบ 1 ตัวบ่งชี้ คือ องค์ประกอบที่ 3 กิจกรรมการพัฒนานักศึกษา ตัวบ่งชี้ที่ 3.1 ระบบและกลไกการให้คำปรึกษาและบริการด้านข้อมูลข่าวสารซึ่งมีคำอธิบายตัวบ่งชี้ว่า สถาบันอุดมศึกษาควรจัดบริการด้านต่างๆ ให้ นักศึกษาและศิษย์เก่าอย่างครบถ้วน โดยเฉพาะในกิจกรรมต่อไปนี้ 1) การบริการด้านการแนะแนว และการให้คำปรึกษา ทั้งด้านวิชาการและการใช้ชีวิต 2) การบริการด้านข้อมูลข่าวสารที่เป็น ประโยชน์ต่อนักศึกษาและศิษย์เก่า เช่น ศูนย์ยืมการศึกษา แหล่งทุนการศึกษาต่อ การบริการจัดหา งานแหล่งข้อมูลการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวในและนอกสถาบันที่ จำเป็นแก่นักศึกษาและศิษย์เก่า และ 3) การจัดโครงการเพื่อพัฒนาประสบการณ์ทางวิชาชีพแก่นักศึกษาและศิษย์เก่าในรูปแบบต่างๆ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2554) นอกจากนี้ ในปี 2557 สกอ. ให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นโดยกำหนดไว้ในคู่มือการประกันคุณภาพ การศึกษาภายใน ระดับอุดมศึกษา เพิ่มเติมเกณฑ์มาตรฐานในตัวบ่งชี้ 1.4 การบริการนักศึกษา ระดับปริญญาตรี โดยกำหนดให้การให้ข้อมูลและความรู้ที่เป็นประโยชน์แก่ศิษย์เก่าไปด้วย (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2557) การให้ความสำคัญกับศิษย์เก่าใน สถาบันการศึกษานั้น ยังพบเห็นได้จากกรณีที่สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพ การศึกษา (องคฺกรมหาชน) ได้มีแนวคิดในฉบับร่างประกาศพิจารณา (8 พฤศจิกายน 2557) ที่กำหนดตัวบ่งชี้ที่ 4 ศิษย์เก่าทำประโยชน์ให้สถาบัน มีประเด็นพิจารณาเกี่ยวกับความร่วมมือจาก ศิษย์เก่าในกิจกรรมพัฒนานิสิตนักศึกษา กิจกรรมพัฒนาวิชาการ และหรืองานวิจัยอย่างต่อเนื่อง มีสมาคม ชมรมศิษย์เก่าหรือการรวมตัวในรูปแบบต่างๆ อย่างต่อเนื่อง มีกองทุนศิษย์เก่า เพื่อสนับสนุนนิสิตนักศึกษา และมีศิษย์เก่าที่ได้รับการยกย่องเชิดชูระดับชาติ/นานาชาติ

การส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันกับศิษย์เก่าที่เกิดจากหน่วยงานภายในของ มหาวิทยาลัยนั้น พบว่ามหาวิทยาลัยของรัฐและในกำกับของรัฐได้ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ อย่าง เป็นรูปธรรม อาทิ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ได้จัดตั้งสำนักงานศิษย์เก่าสัมพันธ์ขึ้นเป็นหน่วยงานหนึ่งใน มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีการจัดตั้งศูนย์นักศึกษาเก่าสัมพันธ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยนเรศวรมีกองพัฒนาศิษย์เก่าสัมพันธ์ แต่ในบางมหาวิทยาลัยยังให้เป็นงานหรือหน่วย
ศิษย์เก่าสัมพันธ์ที่สังกัดอยู่ในกองกิจการนิสิตหรือกองกิจการนักศึกษา เช่น มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นต้นจะเห็นว่าการขับเคลื่อน
งานด้านศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐ มีความน่าสนใจในการศึกษาและพัฒนาด้วยเหตุปัจจัยที่
เกี่ยวกับการเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่เป็นมหาวิทยาลัยต้นแบบในการดำเนินภารกิจต่างๆ สามารถ
เป็นต้นแบบในการดำเนินงานให้กับสถาบันอื่นๆ ได้ มีความพร้อมและได้รับการสนับสนุนจากรัฐใน
ลำดับต้นๆ

ผู้วิจัยจึงพิจารณาเพื่อคัดกรองมหาวิทยาลัยรัฐชั้นนำในไทยที่ได้รับการจัดอันดับ จาก
Quacquarelli Symond หรือ QS University Ranking คือ บริษัทเอกชนที่ทำธุรกิจในการศึกษา
ก่อตั้งใน พ.ศ. 2533 โดย Nunzio Quacquarelli โดยบริษัทมีการให้ข้อมูลในการศึกษารวมถึง
จัดทำอันดับมหาวิทยาลัยในชื่อ QS World University Rankings ซึ่งมีส่วนประกอบในการ
พิจารณาจากชื่อเสียงทางวิชาการ (30%) ทัศนคติของผู้จ้างงานบัณฑิต (10%) สัดส่วนจำนวน
อาจารย์ต่อนักศึกษา (20%) สัดส่วนนักศึกษาต่างชาติ (2.5%) สัดส่วนอาจารย์ต่างชาติ (2.5%)
จำนวนนักศึกษาแลกเปลี่ยนที่มาจากต่างประเทศ (2.5%) จำนวนนักศึกษาแลกเปลี่ยนที่ไป
ต่างประเทศ (2.5%) (การจัดอันดับมหาวิทยาลัยไทย ในปี 2014, 2557)

ในปี 2014 มีการจัดลำดับ 10 มหาวิทยาลัยชั้นนำของไทย ดังรายชื่อมหาวิทยาลัยต่อไปนี้
มหาวิทยาลัยมหิดล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยบูรพา และมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

จากการจัดอันดับมหาวิทยาลัยของ The Ranking Web or Webometrics ซึ่งจัดอันดับ
จากการจัดอันดับของเว็บโอเมตริกซ์นั้นดูจาก 1) Size (S) หมายถึง จำนวนเว็บเพจ จากเว็บไซต์
ทั้งหมดที่อยู่ภายใต้โดเมนเดียวกัน 2) Visibility (V) หมายถึง จำนวนลิงค์ที่มีการเชื่อมโยงหรือ
อ้างอิงมาจากภายนอก 3) Rich Files (R) หมายถึง จำนวนแฟ้มข้อมูล หรือเอกสารอิเล็กทรอนิกส์
ต่างๆ ทั้งหมดที่อยู่ภายในโดเมนเดียวกัน 4) Scholar (Sc) หมายถึง จำนวนบทความวิชาการ และ
การอ้างอิงบทความทางวิชาการที่ปรากฏภายในโดเมนของมหาวิทยาลัย และสามารถสืบค้นได้ด้วย
google scholar ซึ่งในปี 2014 มี 10 ลำดับแรกดังนี้ มหาวิทยาลัยมหิดล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ

ทหารลาดกระบัง สถาบัน เอ ไอ ที และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (การจัดอันดับมหาวิทยาลัยไทย ในปี 2014, 2557)

การจัดอันดับมหาวิทยาลัยไทยของทั้งสองหน่วยงานจากต่างประเทศ จะเป็นแนวทางในการพิจารณาเพื่อเลือกมหาวิทยาลัยในการศึกษาในครั้งต่อไป โดยนำมาประกอบกับเกณฑ์การประกันคุณภาพในองค์ประกอบที่ 3 ตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น รวมทั้งในระดับยุทธศาสตร์นโยบายการบริหารของมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้องกับศิษย์เก่า และการให้ความสำคัญในกิจกรรมหลักของศิษย์เก่าอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นประโยชน์และครอบคลุมการศึกษาในครั้งนี้

บทสรุปของปัญหา

ศิษย์เก่า เป็นทรัพยากรบุคคลที่สำคัญของมหาวิทยาลัย เป็นปัจจัยหนึ่งของมหาวิทยาลัยในการบริหารและพัฒนาที่ควบคู่ไปกับการผลิตบัณฑิตให้สำเร็จการศึกษาเพื่อออกไปรับใช้สังคมในหลายมิติ ซึ่งจะพบว่า มหาวิทยาลัยต่างประเทศจากแถบตะวันตกได้ให้ความสำคัญศิษย์เก่าได้เข้ามาช่วยในกระบวนการศึกษาต่อ การแนะแนวอาชีพสร้างเครือข่ายการทำงาน การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ เป็นต้น มหาวิทยาลัยกับศิษย์เก่าจึงมีความสัมพันธ์แบบเกื้อกูลซึ่งกันและกันเนื่องจากศิษย์เก่าสามารถให้ความคิดเห็นกลับมายังมหาวิทยาลัย สามารถให้ความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในลักษณะการเข้ามามีส่วนร่วมได้ในหลายช่องทางเพื่อการพัฒนาสถาบัน ศิษย์เก่าสามารถสนับสนุนมหาวิทยาลัยด้วยศักยภาพของพลังศิษย์เก่าในรูปแบบต่างๆ อาทิ ทุนบริจาค การอุทิศตนเพื่อการศึกษา การเข้าร่วมกิจกรรมของสถาบัน เป็นต้น นับเป็นหน้าที่สำคัญของมหาวิทยาลัยที่จะสร้างความผูกพันกับศิษย์เก่า (Alumni Engagement) และหาแนวทางการให้ศิษย์เก่าได้มีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งมีเกณฑ์มาตรฐานต่างๆ มาเป็นตัวกำหนดให้ต้องมีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เพื่อกระตุ้นให้มหาวิทยาลัยสร้างและพัฒนาให้ศิษย์เก่าเกิดความผูกพันกับสถาบัน

การประกันคุณภาพการศึกษาทั้งส่วนขององค์ประกอบคุณภาพของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) และแนวคิดการกำหนดเกณฑ์การประเมินของสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน) หรือ สมศ. จะพบว่าได้ให้ความสำคัญกับศิษย์เก่าเพิ่มขึ้น ซึ่งชี้ให้เห็นว่าบทบาทของศิษย์เก่าถือเป็นหนึ่งในตัวบ่งชี้คุณภาพที่สำคัญของสถาบันอุดมศึกษานั้นๆ กล่าวคือ องค์ประกอบคุณภาพการศึกษาของ สกอ. ที่กำหนดให้สถาบันอุดมศึกษาควรจัดบริการด้านข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับศิษย์เก่า จัดโครงการเพื่อพัฒนาประสบการณ์วิชาชีพให้ศิษย์เก่าในรูปแบบต่างๆ สำหรับส่วนของการประกันคุณภาพการศึกษาของ สมศ. พบว่า ได้มีแนวคิดในการกำหนดตัวบ่งชี้เพิ่มเติมที่เกี่ยวกับศิษย์เก่าทำ

ประโยชน์ให้สถาบัน ในความร่วมมือเพื่อพัฒนากิจกรรมพัฒนานิสิตนักศึกษา กิจกรรมพัฒนาวิชาการ หรืองานวิจัยอย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบัน มหาวิทยาลัยในประเทศไทยโดยภาพรวมมีปัญหาในการให้ความสำคัญกับศิษย์เก่าไม่มากเท่าที่ควร ขาดการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนในการให้ความสำคัญกับศิษย์เก่า ขาดระบบกลไกในการดำเนินงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ ขาดความต่อเนื่องของการสร้างความสัมพันธ์กับศิษย์เก่าในการเข้ามามีส่วนร่วมกับมหาวิทยาลัย ขาดการหวังผลเพื่อขับเคลื่อนและพัฒนามหาวิทยาลัยจากพลังศิษย์เก่า แต่ยังมีมหาวิทยาลัยรัฐชั้นนำบางแห่งที่มีความเป็นต้นแบบในภารกิจต่างๆ เสมอ เช่นเดียวกับการบริหารจัดการด้านศิษย์เก่าที่มีการกำหนดเป็นโครงสร้างการบริหารงานไว้ชัดเจนกว่าสถาบันอุดมศึกษาอื่น อย่างไรก็ตามจากข้อเสนอแนะในการปรับปรุงของการประกันคุณภาพการศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในปี 2554 พบว่า คณะกรรมการประเมินได้เน้นจุดที่ควรพัฒนาเกี่ยวกับความไม่ทั่วถึงของการประชาสัมพันธ์ข่าวสารสู่ศิษย์เก่า ควรเน้นการสร้างความสัมพันธ์กับศิษย์เก่าในการเข้ามามีส่วนช่วยกับกิจกรรมมหาวิทยาลัย ควรเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสาร เป็นต้น จึงสรุปได้ว่า ปัญหาที่ควรเร่งแก้ไขและควรให้ความสำคัญ คือ การสื่อสารเพื่อสร้างความผูกพันกับศิษย์เก่า

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และในอนาคตเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับศิษย์เก่า จำเป็นต้องดำเนินการส่วนต่างๆ ให้เชื่อมโยงอย่างกลมกลืนและเป็นวิธีที่เข้าใจไปในเป้าหมายเดียวกัน ซึ่งต้องมีแนวทางในการจัดระเบียบการสื่อสารเข้ามาเกื้อกูลกัน ดังที่ทราบแล้วว่าการจัดการการสื่อสารให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เป็นประเด็นสำคัญระดับแรกๆ ของการนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ ฉะนั้น หากมีความต้องการให้การสร้างความผูกพันศิษย์เก่าเป็นไปตามเป้าหมายกำหนด จึงควรให้ความสำคัญต่อการจัดการการสื่อสาร มหาวิทยาลัยต้องให้การสื่อสารในรูปแบบต่างๆ มาเป็นตัวกระตุ้น ขับเคลื่อนให้เกิดผลสำเร็จต่อศิษย์เก่า ซึ่งต้องใช้ในการบริหารจัดการความสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกภายใต้บริบทของการสื่อสาร “การจัดการการสื่อสาร” จึงเป็นแกนหลักในการศึกษาครั้งนี้ด้วย

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา การจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย เพื่อค้นหาวิธีการสื่อสาร การจัดการการสื่อสารที่จะนำข้อมูลจากส่วนต่างๆ มาวิเคราะห์ สังเคราะห์ จนได้แบบจำลองการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่า ให้กับสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาต่อไป

ข้อสันนิษฐานงานวิจัย

1. การจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย ในแต่ละมหาวิทยาลัย มีการดำเนินการที่แตกต่างกัน เป็นไปตามบริบทของสถาบัน
2. แบบจำลองการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐ มีลักษณะการจัดการที่สอดคล้อง เชื่อมโยงกันระหว่างมหาวิทยาลัย ศิษย์ปัจจุบัน และศิษย์เก่า

คำถามนำวิจัย

1. การจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย ในแต่ละมหาวิทยาลัยมีมิติด้านองค์ประกอบการสื่อสารด้านนโยบายและระบบสื่อสารและด้านการประเมินการจัดการอย่างไร
2. แบบจำลองการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐ มีองค์ประกอบและลักษณะอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารที่ใช้ในการพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารกับศิษย์ปัจจุบันที่สร้างความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย
3. เพื่อพัฒนาแบบจำลองการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย

ขอบเขตของงานวิจัยและวิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษา การจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย เพื่อทราบถึงองค์ประกอบการสื่อสาร และวิธีการของการจัดการการสื่อสารจะสามารถพัฒนาแนวปฏิบัติที่ดีให้เป็นต้นแบบและนำไปใช้ได้ในสถาบันอุดมศึกษาอื่นได้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเก็บข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลจากภายในมหาวิทยาลัยที่เป็นระดับผู้บริหารมหาวิทยาลัย ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth Interviews) และเจ้าหน้าที่บุคลากรที่ดำเนินงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ ใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

2. ผู้ให้ข้อมูลจากภายนอกมหาวิทยาลัย คือ ศิษย์เก่าที่มีบทบาทหน้าที่ในคณะกรรมการสมาคม ชมรม และศิษย์เก่ารุ่นใหม่ (อายุไม่เกิน 35 ปี) ที่มีประสบการณ์เข้าร่วมกิจกรรมสานสัมพันธ์ โดยใช้ การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

นอกจากนั้น ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงสำรวจเป็นการยืนยันผลการวิจัยเชิงคุณภาพข้างต้น โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นศิษย์ปัจจุบันจาก 5 มหาวิทยาลัย จำนวน 500 ชุด เพื่อนำมายืนยันผลการศึกษาเท่านั้น

ขั้นตอนการวิจัย

ตาราง 1 ขั้นตอนการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัย	ระเบียบวิธีวิจัย	กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	แนวคิดทฤษฎี
เพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารที่ใช้ในการพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย	การวิจัยเชิงคุณภาพ - สัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth Interviews) - การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)	- ผู้บริหารมหาวิทยาลัย - เจ้าหน้าที่บุคลากรทั้งจากส่วนกลางและคณะ/สาขาวิชา - ศิษย์เก่า ที่มีบทบาทเป็นคณะกรรมการ - ศิษย์เก่ารุ่นใหม่อายุไม่เกิน 35 ปี ที่เข้าร่วมกิจกรรมสานสัมพันธ์	- ทฤษฎีการสื่อสารในองค์การ - ทฤษฎีที่ว่าด้วยผู้สื่อสาร - ทฤษฎีการจัดการการสื่อสาร - แนวคิดความผูกพันต่อองค์การ
เพื่อพัฒนาแบบจำลองการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย		การสังเคราะห์ (พิจารณาข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย จัดหมวดหมู่ความสัมพันธ์ตามองค์ประกอบของแบบจำลอง)	

นิยามศัพท์เฉพาะ

การจัดการการสื่อสาร หมายถึง การดำเนินการของมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยและศิษย์เก่า ในบริบทของแนวคิดทางการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน ซึ่งประกอบไปด้วยด้านองค์ประกอบการสื่อสาร ด้านนโยบายและระบบสื่อสาร และด้านการประเมินการจัดการ

ความผูกพันศิษย์เก่า หมายถึง การแสดงออกของศิษย์เก่าที่มีต่อมหาวิทยาลัย ในลักษณะความภาคภูมิใจ ความเป็นส่วนหนึ่ง ความเป็นสมาชิกภาพ ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัย ซึ่งมีรูปแบบที่หลากหลาย เช่น การปกป้องชื่อเสียง การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของ

มหาวิทยาลัย การกลับมาเยี่ยม การอุทิศตนเป็นอาสาสมัคร เป็นคณะกรรมการ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นที่ปรึกษา ให้กับมหาวิทยาลัย เป็นต้น

ศิษย์เก่า หมายถึง ผู้ที่สำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรใดหลักสูตรหนึ่งจากมหาวิทยาลัย นั้นๆ สามารถจำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ศิษย์เก่าที่เป็นกรรมการในกิจการของศิษย์เก่า คือ ศิษย์เก่าที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการเป็นลายลักษณ์อักษรให้เป็นกรรมการของสมาคม ชมรม กลุ่มของศิษย์เก่า ทั้งในระดับมหาวิทยาลัย คณะ สาขาวิชา ที่ยังดำรงตำแหน่งมีหน้าที่รับผิดชอบในช่วงที่ทำการศึกษา

2. ศิษย์เก่ารุ่นใหม่ที่เข้าร่วมกิจกรรมสานสัมพันธ์ คือ ศิษย์เก่าที่อยู่ในช่วงอายุไม่เกิน 35 ปี (Generation Y คือ ผู้ที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2523 – 2540) มีประสบการณ์ในการเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นโดยมหาวิทยาลัย หรือมหาวิทยาลัยร่วมกับสมาคม ชมรม กลุ่มของศิษย์เก่า ทั้งในระดับมหาวิทยาลัย คณะ สาขาวิชา เพื่อสานสัมพันธ์กับศิษย์เก่า เช่น งานคืนสู่เหย้า งานอบรมสัมมนา พัฒนาทักษะของศิษย์เก่า เป็นต้น

มหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย หมายถึง สถาบันระดับอุดมศึกษาที่มีความเป็นมหาวิทยาลัยหรือสถาบันภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. มหาวิทยาลัยของรัฐ เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นต้น

2. มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ (ออกนอกระบบ) เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นต้น

แบบจำลองการจัดการการสื่อสาร หมายถึง แผนภาพอธิบายลักษณะ ขั้นตอน และองค์ประกอบของการสื่อสาร ตามแบบจำลองของเบอร์ลิ (SMCR Model) ที่นำเสนอสารเพื่อบรรลุเป้าหมายในการสร้างความผูกพันศิษย์เก่า

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. เพื่อทราบถึงการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย

2. เพื่อได้แนวทางการจัดการการสื่อสารที่ครอบคลุมในด้านองค์ประกอบของการสื่อสาร ด้านนโยบายและระบบสื่อสาร และด้านการประเมินการจัดการ สำหรับการพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่า

3. เพื่อให้สถาบันอุดมศึกษาทั่วไป ที่ยังไม่ได้ให้ความสำคัญของศิษย์เก่าสัมพันธ์
เท่าที่ควร สามารถนำแบบจำลองการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันของศิษย์เก่าไปเป็น
แนวปฏิบัติที่ดี

4. เพื่อให้ผู้ที่สนใจในการศึกษาด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ สามารถนำไปขยายผลต่อยอดทาง
การศึกษาในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ในอนาคต



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง "การจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย" (The State-of-the-Art Communication Management for Developing Alumni's Engagement in Public Universities of Thailand) มีการศึกษารวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้

1. ทฤษฎีที่ว่าด้วยผู้สื่อสาร (Communicators Theories)
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสาร (Communication Management)
3. แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Engagement)
4. แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายทางสังคม (Social Network Concept)
5. การประกันคุณภาพการศึกษาระดับอุดมศึกษา (Quality Assurance in Higher Education)
6. มหาวิทยาลัยรัฐชั้นนำของประเทศไทยกับงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ (Alumni Relations)
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีที่ว่าด้วยผู้สื่อสาร

ทฤษฎีที่ว่าด้วยผู้สื่อสาร หมายถึง ผู้สื่อสารมีการจัดกระบวนการของการสื่อสารและการประสานสารให้เข้าไปอยู่ในจิตใจของผู้อื่นหรือผู้รับสารได้ดีเพียงใด สารที่ถูกจัดระเบียบแล้ว และจะทำให้ผู้สื่อสารทั้งสองฝ่ายเข้าใจกันได้ง่าย รวดเร็วและปริมาณมาก (สุรพงษ์ ใสธนะเสถียร, 2556) ซึ่งการศึกษาครั้งนี้มีความเกี่ยวข้องกับผู้สื่อสารในหลายบทบาท ทั้งบทบาทของผู้บริหารมหาวิทยาลัย บทบาทของผู้ปฏิบัติรับผิดชอบงาน บทบาทผู้รับสารที่ต้องทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารต่อไปยังกลุ่มสมาชิกศิษย์เก่า เป็นต้น ฉะนั้น ผู้วิจัยจึงพิจารณาแล้วว่า ทฤษฎีที่ว่าด้วยผู้สื่อสารจะมีความเชื่อมโยงไปสู่การศึกษาในครั้งนี้ได้อย่างดี ดังแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

ทฤษฎีความคิดกลุ่ม (Groupthink theory) การรวบรวมความคิดเพื่อให้เกิดอิทธิพลในการทำหน้าที่เหนือกลุ่มอื่น ความคิดกลุ่มจึงเป็นหนทางในการลดความขัดแย้งและย้าความเห็นพ้องต้องกัน โดยอาศัยความสัมพันธ์เชื่อมโยงของกลุ่มตนเองเพื่อลดมุมมองที่แตกต่างในกลุ่มลง ความคิดกลุ่มย่อมมีทั้งด้านบวกและด้านลบ กล่าวคือ หากเกิดความคิดกลุ่มที่เกาะเกี่ยวกัน

บ่อยครั้งมากเกินไปซึ่งอาจนำพามาความล้มเหลวมาได้ถ้าไม่มีการต่อต้านอันสมควรเกิดขึ้น ในทางบวกนั้นจะส่งผลให้กลุ่มได้ฝึกฝนการตัดสินใจ ความพยายามสร้างความคล้ายคลึงภายในกลุ่ม (Group Similarity) เพราะความคล้ายย่อมทำให้เกิดการผสมกลมกลืน (Homogeneity) ซึ่งเป็นที่มาของพลังการขับเคลื่อนความสำเร็จในงานได้อย่างมากมาย จนอิทธิพลจากภายนอกไม่สามารถมากระทบความรู้สึกผูกพันของกลุ่มได้ การป้องกันไม่ให้อำนาจเกิดปัญหาหรือความเปราะบางนั้น ต้องใช้การสื่อสารที่จริงใจต่อกัน ยึดมั่นในศีลธรรมข้อปฏิบัติที่ดี ตัดสินใจด้วยเหตุผลร่วมกันไม่ใช่อารมณ์ประกอบ จึงจะนำไปสู่ความสำเร็จของกลุ่มได้ ก่อเกิดลักษณะเฉพาะ (Stereotypes) ที่สามารถสื่อสารออกไปจนผู้คนภายนอกกลุ่มรับรู้ได้ถึงเอกภาพและความแข็งแกร่งของกลุ่ม อย่างไรก็ตามอาจมีบางสถานการณ์ที่สมาชิกในกลุ่มเกิดการปฏิเสธการมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมเมื่อเล็งเห็นว่าเป็นการละเมิดจิตสำนึกส่วนบุคคลก็เป็นได้ ฉะนั้นความคิดกลุ่มจึงเป็นสิ่งที่ต้องรักษาสมดุลของสมาชิกในกลุ่มไปพร้อมๆ กับการฝึกกำลังเพื่อจุดที่ต้องตัดสินใจไปในทางที่ดีของกลุ่ม

ศิษย์เก่ามีความเป็นกลุ่มก้อนที่หลากหลายตั้งแต่เล็กไปจนใหญ่ ตั้งแต่ระดับสาขา ชั้นปีเดียวกันไปจนกระทั่งมหาวิทยาลัยเดียวกัน ซึ่งแน่นอนว่าหากกลุ่มศิษย์เก่ามีความคิดกลุ่มที่ดี มีความเข้มแข็ง มีความสัมพันธ์เหนียวแน่นจนแสดงออกได้ถึงขั้นเป็นลักษณะเฉพาะที่กลุ่มคนภายนอกสามารถรับรู้ได้ว่าเป็นศิษย์เก่าจากสถาบันใดแล้ว ย่อมเกิดผลดีด้านชื่อเสียงแก่กลุ่มศิษย์เก่า มหาวิทยาลัย และศิษย์ปัจจุบัน ส่งผลไปถึงความน่าเชื่อถือของสถาบันจากสาธารณชนได้นอกจากนั้น การเป็นกลุ่มก้อนเหนียวแน่นที่สร้างสรรค์กิจกรรม สร้างสรรค์ประโยชน์ได้มากน้อยเพียงใดนั้น เป็นสิ่งเด่นชัดอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงความผูกพันของศิษย์เก่าที่มีต่อกลุ่มตนเองต่อสถาบันได้เป็นอย่างดี

ทฤษฎีผู้รับสารจากการครอบงำของผู้ส่งสารสู่ผู้รับสารที่กระตือรือร้น (Audience theory: from source-dominated to active audience perspectives) กล่าวว่า การชวนเชื่อคือการครอบงำผู้รับสารและการควบคุมสารที่จะไปถึงประชาชนเมื่ออธิบายในกรอบของสื่อสารมวลชน เพื่อให้ประชาชนเกิดความมุ่งมั่นในสิ่งที่ชวนเชื่อ ซึ่ง Schramm (1954) ได้ศึกษาและพบว่า ปัจเจกชนต่างหากที่เป็นตัวการสำคัญในการเลือกสื่อและสาร โดยมีฐานความคิดในการตัดสินใจมาจากความคาดหวังว่าตนจะได้รับประโยชน์อะไรเมื่อเปรียบเทียบกับความพยายามในการเปิดรับ [Fraction of selection = (expectation of reward) / (effort required)] และด้วยพัฒนาการของสื่อในปัจจุบัน จึงต้องพิจารณาถึงกิจกรรมที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความกระตือรือร้น ให้มากกว่าการใช้และความพึงพอใจในสื่อ (Uses-and gratifications approach) เช่น ผู้รับสารชอบอีเมลล์

มากกว่าจดหมายข่าว แต่ผู้รับสารที่เกิดความกระตือรือร้นเช่น ชอบเล่นเฟซบุ๊กมากกว่ารับข่าวสารจากอีเมลล์เพราะบริการของเว็บนี้ดีกว่าช่องทางอื่น

เบอร์โล และคณะ (Berlo, et al., 1966 อ้างอิงใน อรรถวรรณ ปิณฑนโธวาท, 2554) ได้วิจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารว่ามีปัจจัย 3 ประการที่ผู้รับสารมักใช้ในการตัดสินใจตัดสินใจของผู้ส่งสาร ได้แก่ ปัจจัยที่สร้างความอบอุ่นใจ (Safety Factor) ผู้ส่งสารจะมีคุณสมบัติ เช่น ใจดี เข้ากับคนอื่นได้ง่าย มีความเป็นเพื่อน รู้จักให้อภัย เอื้อเฟื้อ ร่าเริง อ่อนน้อม เป็นต้น ปัจจัยที่เป็นคุณสมบัติของผู้ส่งสาร (Qualification Factor) ซึ่งจะเน้นความรู้ ความชำนาญ ประสบการณ์ของผู้ส่งสาร คุณสมบัติของปัจจัยนี้ เช่น ได้รับการฝึกฝน มีประสบการณ์ด้านใดด้านหนึ่ง มีความชำนาญ มีอำนาจหน้าที่ มีความสามารถ เป็นต้น และปัจจัยด้านพลวัตของผู้ส่งสาร (Dynamism Factor) เป็นปัจจัยที่แสดงถึงความคล่องแคล่ว กระตือรือร้น ผู้ส่งสารจะมีลักษณะ เช่น เป็นเชิงรุก เอาใจเขามาใส่ใจเรา ตรงไปตรงมา กล้า รวดเร็ว เป็นต้น

หากมหาวิทยาลัยในฐานะผู้ส่งสารสามารถครอบงำศิษย์เก่าในฐานะผู้รับสารได้เกิดความกระตือรือร้นเลือกรับข่าวสารด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง อาจจะทำให้ระหว่างมหาวิทยาลัยและศิษย์เก่ามีความผูกพันแน่นแฟ้นกันมากขึ้น อย่างไรก็ตามการครอบงำด้วยสื่อต้องให้ผู้รับสารเกิดการใช้และความพึงพอใจด้วย นอกจากนั้นความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ผู้วิจัยพบว่า มีความสำคัญต่อการส่งสารเช่นกันว่าทั้ง 3 ปัจจัยจะเกิดขึ้นทั้งจากมหาวิทยาลัยและศิษย์เก่ารุ่นพี่ในฐานะผู้ส่งสาร เพียงแต่สรรหาวิธีการที่เข้าไปกระตุ้นให้เกิดอยากรับรู้ข่าวสาร มหาวิทยาลัยยังต้องพิจารณาความหลากหลายของสื่อให้เหมาะสมกับความหลากหลายของศิษย์ ซึ่งผู้วิจัยจะได้กล่าวต่อไปในแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการสื่อสาร

ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสาร (Communication Management)

การจัดการการสื่อสาร เป็นการศึกษาการจัดระเบียบการสื่อสาร เพื่อนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการ ซึ่งมีความสำคัญภายในระบบขององค์การ เป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จขององค์การลำดับต้นๆ เพราะจะแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการสื่อสารที่เท่าทันการเปลี่ยนแปลงเป็นความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับพนักงานในองค์การ การจัดการการสื่อสารจึงเป็นศาสตร์ที่เกี่ยวเนื่องกันทั้งการสื่อสารและการจัดการ

Williams, ABC and Williams (2004 อ้างอิงใน สุรพงษ์ ไชยชนะเสถียร, 2550) ในต่างประเทศนักจัดการทางการสื่อสารต้องสามารถพัฒนาได้ถึงขั้นมาตรฐานในการวางแผน การประเมินวิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ เป้าหมาย ปัจจัยสู่ความสำเร็จ และกลยุทธ์กับเครื่องมือในการวัดสิ่งที่กล่าวไปทั้งนี้ต้องทำให้องค์การเกิดความพึงพอใจและเห็นความสำคัญของการ

จัดการการสื่อสารที่ต้องเรียนรู้ทักษะการเจรจาต่อรอง การสร้างความไว้วางใจต่อสาธารณะ การสื่อสารที่น่าเชื่อถือ และการสื่อสารที่เหมาะสมกับเวลา

ในการศึกษาวิจัยภายใต้โครงการ "หลักและแนวทางการบริหารการสื่อสาร: มิติทั้งสามในด้านการสื่อสารเพื่อการจัดการ การจัดการทางการสื่อสาร และการบริหารงานสื่อสารมวลชน" (ระยะที่ 2) (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2550) ได้นิยามการจัดการทางการสื่อสาร (Communication Management) หมายถึง การบริหารจัดการของหน่วยงานทั่วไปที่พิจารณาควบคู่ไปกับความสัมพันธ์ภายใน/ภายนอกของหน่วยงาน ภายใต้บริบทของแนวความคิดทางการสื่อสาร โดยแบ่งการจัดการทางการสื่อสารออกเป็น 2 ลักษณะคือ การจัดการทางการสื่อสารในความหมายแคบ หมายถึง การจัดการทางการสื่อสารที่เน้นกระบวนการบริหารจัดการที่พาดพิงเกี่ยวข้องกับแนวคิดทางด้านการสื่อสาร และการจัดการทางการสื่อสารในความหมายกว้าง หมายถึง การจัดการทางการสื่อสารในความหมายแคบที่รวมการจัดระเบียบทางการสื่อสารไว้ด้วย ซึ่งเป็นการจัดหมวดหมู่เพื่อสนับสนุนการจัดการทางการสื่อสาร

เมื่อพิจารณาถึงแนวคำถามเพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบจากการสัมภาษณ์เจาะลึกกับผู้บริหารองค์กรนั้น จะเห็นถึงเค้าโครงความจำเป็นของข้อมูลบางประการที่ต้องให้ความสำคัญ เช่น ระบบการบริหารจัดการองค์กรโดยมองผ่าน SWOT Analysis จุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและอุปสรรค ของโครงสร้างและการทำงานที่ การปรับตัวด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เข้ากับสถานการณ์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ แนวทางและกลยุทธ์องค์กร ขั้นตอนการดำเนินงานกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย การตอบสนองกลับ กิจกรรมการสื่อสารต่างๆ และเปิดโอกาสให้วิจารณ์และวิเคราะห์สถานการณ์ในการจัดการการสื่อสารในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต

แนวคำถามในแบบสอบถาม เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบจากสมาชิกในองค์กรนั้น มีการศึกษาในกรณีวิธีของกระบวนการสื่อสารเพื่อใช้ในการบริหารจัดการ ประกอบไปด้วย บรรยายภาพขององค์กร ขอบเขตของการสื่อสาร ระบบการสื่อสาร ยุทธศาสตร์ หน้าที่ แบบภาษา วิธีการติดต่อ ประเภทสื่อ เกณฑ์การเลือกใช้สื่อ/ข้อสื่อ ประโยชน์จากการเลือกใช้ช่องทางนั้นๆ ระดับของการสื่อสาร เป้าหมายระยะสั้นจากการสื่อสารตอบโต้กัน ความสำเร็จ ผลกระทบที่องค์กรได้รับ และการพัฒนาการสื่อสารในองค์กร ในด้านกรณีวิธีของการบริหารจัดการกระบวนการสื่อสาร ได้แก่ การปรับปรุงแก้ไขของโครงสร้าง/แบบแยกส่วน SWOT ยุทธศาสตร์การจัดการ การวิเคราะห์นโยบาย กระบวนการบริหารจัดการ แนวทางการจัดการ และผลกระทบการจัดการ

นอกจากนี้ ยังมีข้อเสนอแนะที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ในการศึกษาต่อไป กล่าวคือ การพัฒนาองค์การให้ประสบความสำเร็จในสังคมที่อยู่ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ ต้องมีการพัฒนาคนและเทคโนโลยีเป็นสำคัญที่สอดคล้องเอื้อต่อกันและนำไปใช้สอยได้จริง อีกทั้งยังเสนอแนวทางการพิจารณาการจัดการการสื่อสารได้ 2 ระดับ คือ ระดับโครงสร้างส่วนบน เช่น ยุทธศาสตร์การจัดการ ปัจจัยในการจัดการ และแนววิเคราะหนโยบายการจัดการ และระดับโครงสร้างส่วนล่าง เช่น ระบบการสื่อสาร กิจกรรมการสื่อสาร และการพัฒนาในการสื่อสาร และสำคัญอีกประการหนึ่งคือ เมื่อมีทั้งระดับโครงสร้างส่วนบนและส่วนล่างแล้ว วิธีการสอดประสานระหว่างกันอย่างลงตัวก็เป็นสิ่งสำคัญในการบริหารจัดการที่ดี เพราะเมื่อมีนโยบายก็ต้องมีการพัฒนาคน เครื่องมือทางการสื่อสารที่สามารถดำเนินการตามนโยบายไปสู่เป้าหมายได้สำเร็จ ราบรื่น ส่วนการศึกษาวิจัยที่ดำเนินทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณนี้ เป็นการได้รับรู้ทัศนะ และพฤติกรรมของคนในองค์การกับฝ่ายบริหารจัดการที่อาจสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องก็เป็นได้ด้วยเหตุที่ฝ่ายบริหารจัดการจะให้ความสำคัญกับการมองภาพรวม ภาพลักษณ์ต่อภายนอก องค์การแต่คนในองค์การก็จะทราบข้อมูลในระดับภายในการทำงานเท่านั้น

สมิหรา จิตตลดากร (2551) ได้ศึกษา การจัดการทางการสื่อสาร การเทียบเคียงระหว่างองค์การราชการกับองค์กรรัฐวิสาหกิจ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในโครงการ "หลักและแนวทางการบริหารการสื่อสาร: มิติทั้งสามในด้านการสื่อสารเพื่อการจัดการ การจัดการทางการสื่อสาร และการบริหารงานสื่อสารมวลชน" (ระยะที่ 2) เช่นกัน ได้เสนอภาพรวมของการบริหารการจัดการทางการสื่อสารไว้อย่างน่าสนใจ กล่าวคือ ได้แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้ ด้านองค์ประกอบการสื่อสาร ได้แก่บรรยากาศทั่วไปขอบเขตระดับการสื่อสารภาษา และวิธีการสื่อสาร ในด้านนโยบายและระบบสื่อสาร ได้แก่การวิเคราะห์นโยบายระบบการสื่อสารยุทธศาสตร์หน้าที่และกิจกรรมเกณฑ์ในการเลือกสื่อ และประโยชน์จากการใช้สื่อ ในด้านการประเมินการจัดการ ได้แก่ลักษณะการจัดการยุทธศาสตร์การวิเคราะห์การจัดการกระบวนการบริหารจัดการเป้าหมายระยะสั้นการพัฒนาแนวทางการปรับปรุงความสำเร็จผลกระทบจากการสื่อสาร และผลกระทบจากการจัดการ

จะเห็นว่า ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาด้านการจัดการการสื่อสารของทั้งสองการศึกษาที่กล่าวข้างต้น มีความคล้ายคลึงกัน เพียงแต่ต่างกันในการจัดมุมมองที่เหมาะสมกับองค์การที่จะทำการศึกษา ซึ่งงานศึกษาของสมิหรามีความเชื่อมโยงกับงานที่ผู้วิจัยกำลังศึกษามากกว่า ด้วยเหตุที่เป็นการศึกษาการจัดการของมหาวิทยาลัยรัฐในประเด็นการสร้างความรู้ผูกพันกับศิษย์เก่า โดยพิจารณาความหมายประกอบของตัวแปรแต่ละด้านดังนี้ ด้านองค์ประกอบการสื่อสาร มีการศึกษาในมิติของบรรยากาศทั่วไปขององค์การ (แบบองค์การ แบบการสื่อสาร วัฒนธรรม

องค์การ และจิตวิทยาการสื่อสาร) มิติของขอบเขต (สื่อสารภายใน และสื่อสารภายนอก) มิติของระดับการสื่อสาร (สองฝ่าย กลุ่มย่อย และสาธารณะ) มิติภาษาที่ใช้ (วัจนะ และอวัจนะ) มิติของวิธีการสื่อสาร (ซึ่งหน้า ลายลักษณ์ และใช้เครื่องมือ) ด้านนโยบายและระบบสื่อสาร มีการศึกษาในมิติของแนววิเคราะห์นโยบาย (วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และหน้าที่) มิติของระบบที่นำมาใช้ (กลไกของสื่อเนื้อหา เครือข่าย และสภาพแวดล้อม) มิติของยุทธศาสตร์ที่ใช้ (เงื่อนไขการจัดการ การไหลเวียนของสาร และอุปกรณ์) มิติหน้าที่ของการสื่อสาร (ภาพลักษณ์ สื่อมวลชนสัมพันธ์ การตลาด งบประมาณ แรงงานสัมพันธ์ การติดต่อกับราชการ และการแก้ไขวิกฤต) มิติของกิจกรรมการสื่อสาร (สื่อพื้นฐาน สื่อพัฒนาภาพ สื่อชี้แจง สื่อกดดัน สื่อสนทนา และสื่อดั้งเดิม) และด้านการประเมินการจัดการ มีการศึกษาในมิติของลักษณะการจัดการ (การสั่งงาน พฤติกรรมการทำงาน เทคนิคการทำงาน) มิติของเป้าหมายในการสื่อสาร (แก้ไขความขัดแย้ง วิพากษ์ หาทางเลือก และค้นหาภูมิคุ้มกัน) มิติของการพัฒนาการสื่อสาร (ให้คำปรึกษา ตรวจสอบ และฝึกอบรม) มิติของกระบวนการบริหาร (การวางแผน การดำเนินงาน การประสานงาน และการประเมินผล) มิติของความสำเร็จ (มีความเข้าใจทุกระดับ วัฒนธรรมเปลี่ยน ปฏิบัติได้จริง และบรรเทาวิกฤตการณ์) มิติของผลกระทบจากการสื่อสาร (เพิ่มประสิทธิภาพ รู้เท่าทันข่าวสาร แพร่ระบาดนวัตกรรม รับรู้งานจริง รู้ลึกดีต่องาน และร่วมมือกันทำงาน) มิติของแนวทางปรับปรุงการจัดการ (องค์กรรวม และองค์กรประกอบ) มิติของปัจจัยกำหนดยุทธศาสตร์ (เป้าหมายองค์การ ผู้ถือหุ้น พนักงาน ผู้บริหาร และลูกค้า) มิติของผลกระทบจากการจัดการ (การกระจายข้อมูล ตรวจสอบความก้าวหน้า การจัดตารางการทำงาน และการตอบสนองสังคม) และมิติของแนวการวิเคราะห์การจัดการ (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม)

ผู้วิจัยพบว่า การจัดการการสื่อสาร มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์การเป็นอย่างมาก และมีส่วนเกี่ยวพันไปในทุกระดับตั้งแต่ผู้บริหารจัดการ คนในองค์การ และผู้เกี่ยวข้อง จึงต้องมีความรอบคอบในการศึกษาอย่างยิ่ง เพราะมีทั้งปัจจัยภายในและภายนอกองค์การที่มีส่วนทำให้การจัดการการสื่อสารเกิดผลสำเร็จได้ มีปัจจัยที่น่าสนใจในการนำมาศึกษาในครั้งนี้อย่างจำแนกเป็นการศึกษาด้วยเชิงคุณภาพและการศึกษาเชิงปริมาณ พร้อมทั้งพิจารณากลุ่มเป้าหมายในการศึกษาและแนวทางการในเลือกกลุ่มตัวอย่างได้ชัดเจนขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์การ (Organizational Engagement)

ความผูกพันต่อองค์การ มีผู้ให้ความหมายไว้ต่างๆ ทัศนะกันไปทั้งในและต่างประเทศ แต่มีความเหมือนและความต่างในบางประเด็น ซึ่งขึ้นอยู่กับประเด็นที่ผู้ศึกษานั้นๆ ให้ความสนใจ ทำการศึกษา

Steers (1977 อ้างอิงใน นันทกาญจน์ จันทวรา, 2554, หน้า 5) ให้ความหมายความผูกพันต่อองค์การว่า เป็นความรู้สึกนึกคิดต่อการเป็นสมาชิกขององค์การ มีความเต็มใจ เสียสละ ประโยชน์ส่วนตนเพื่อองค์การ และอยากเป็นสมาชิกขององค์การนั้นตลอดไป ซึ่งความผูกพันต่อองค์การ เป็นตัวบ่งชี้ถึงประสิทธิผลขององค์การด้วยตัวหนึ่ง

Porter, et al. (1974 อ้างอิงใน ปาริชาติ บัวเป็ง, 2554, หน้า 10) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์การเป็นความสัมพันธ์ที่แสดงออกถึงความเชื่อมโยงทั้งหมด ระหว่างพนักงานและองค์การ รวมไปถึงความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคล และได้ให้ความหมายของความผูกพันต่อองค์การไว้ถึง 3 ลักษณะ (Porter, et al., 2007) คือ ความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะคงความเป็นสมาชิกขององค์การ มีความตั้งใจและความพร้อมที่จะใช้ความพยายามที่มีอยู่เพื่อองค์การ และศรัทธา ยอมรับในคุณค่าและเป้าหมายขององค์การ

Mayer and Allen (1991) ได้จัดแนวนิยามความผูกพันต่อองค์การไว้ 3 ด้าน คือ ความผูกพันด้านความรู้สึก (Affective Commitment) ซึ่งพัฒนามาจากความผูกพันต่อองค์การด้านทัศนคติ (Attitudinal Commitment) หมายถึง อารมณ์ความรู้สึกของการมีส่วนร่วม ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของคนในองค์การ บุคคลที่มีความผูกพันด้านความรู้สึกสูงจะมีทัศนคติในเชิงบวก ซึ่งแสดงออกผ่านการปฏิบัติตัวในการพัฒนาประสิทธิภาพประสิทธิผลให้องค์การ เนื่องจากมีความต้องการทำงานให้องค์การต่อไป ความผูกพันต่อเนื่อง (Continuous Commitment) มีพัฒนาการมาจากแนวคิดด้านพฤติกรรม (Behavioral Commitment) โดยพิจารณาจากพฤติกรรมที่กระทำสม่ำเสมอต่อเนื่องให้กับองค์การ เป็นการตระหนักถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำงาน โดยเปรียบเทียบระหว่างการทำงานต่อไปกับการออกจากองค์การ บุคคลที่มีความผูกพันด้านนี้ในระดับสูงจะมีความรู้สึกว่าร่ายได้ สิทธิประโยชน์ รางวัล และเกียรติยศที่ได้รับจากองค์การนี้มีคุณค่าสูงกว่าจะออกไปจากองค์การ และจะทำงานในองค์การต่อไปด้วยความจำเป็น และมีที่สุดท้าย คือ ความผูกพันในบรรทัดฐาน (Normative Commitment) เป็นการพัฒนาขึ้นมาใหม่เองโดยเมเยอร์และเฮเลน ซึ่งหมายถึงความรู้สึกสำนึกในบุญคุณที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์การหรือได้มีโอกาสเข้ามาทำงานในองค์การนี้ บุคคลที่มีความผูกพันในบรรทัดฐานในระดับสูง จะคิดว่าตนสมควรจะทำงานในองค์การต่อไป เนื่องจากเป็นสิ่งที่ถูกต้องตามครรลองและบรรทัดฐานของสังคม

ธีระ วีระธรรมสาธิต (2532) ได้กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์การนั้น เน้นพฤติกรรมที่แสดงออกของสมาชิกองค์การในรูปของความสม่ำเสมอ ซึ่งหากมีความผูกพันต่อองค์การก็จะแสดงออกให้เห็นในรูปแบบของพฤติกรรมนั่นเอง

โสภา ทรัพย์มากอุดม (2533) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กร คือ ความผูกพันที่ซื้อสัตย์ ยอมรับในเป้าหมาย ค่านิยมขององค์กร รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งและแน่วแน่ที่จะมีความเป็นสมาชิกภาพขององค์กรตลอดไป

ปาริชาติ บัวเป็ง (2554) กล่าวว่า ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึง ทักษะคิดหรือความรู้สึกของผู้ปฏิบัติงานที่มีต่อองค์กร เช่น มีความจงรักภักดี ยอมรับเป้าหมาย ค่านิยม วัฒนธรรม มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กร มีความยินดีที่จะใช้ความรู้ความสามารถสติปัญญาอย่างเต็มที่ที่จะเป็นอันหนึ่งกับองค์กร นอกจากนั้นยังรวมถึงการแสดงออกด้านพฤติกรรมที่มีความทุ่มเท มุ่งมั่นตั้งใจ ปกป้องคุ้มครองรักษาองค์กรของตน รวมไปถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กร

เมื่อพิจารณาคำนิยาม ความหมาย ความสำคัญ ที่สามารถเชื่อมโยงให้เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ผู้วิจัยกำลังศึกษา คือ ความผูกพันศิษย์เก่าที่มีต่อมหาวิทยาลัยนั้น จะมีความแตกต่างไปตามทักษะที่นักวิชาการและผู้ที่ทำการศึกษาส่วนใหญ่จะให้ความสนใจระหว่างองค์กรกับพนักงานในองค์กร หากแต่ศิษย์เก่าไม่ได้มีความผูกพันเชิงการปฏิบัติงานที่ต้องได้รับค่าตอบแทน สวัสดิการ เจกเช่นเดียวกับพนักงาน แต่มีความสัมพันธ์กับองค์กรหรือมหาวิทยาลัยโดยประสบการณ์จากการเป็นศิษย์หรือการเป็นสมาชิกขององค์กรหรือมหาวิทยาลัยนั้นๆ มาก่อน มีส่วนร่วมมากน้อยแตกต่างกันไปในแต่ละกิจกรรมหรือพฤติกรรมที่แสดงต่อสถาบันของตน ฉะนั้น กล่าวได้ว่า ความผูกพันศิษย์เก่าต่อมหาวิทยาลัย ในทัศนะเบื้องต้นก่อนทำการศึกษา จึงหมายถึง ความรู้สึกนึกคิด ทักษะคิด พฤติกรรมการแสดง ที่มีความเชื่อมโยงสอดคล้องกับเป้าหมาย ค่านิยม วัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยนั้นๆ ที่ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความเป็นส่วนหนึ่ง ความเป็นสมาชิกภาพอย่างต่อเนื่อง และมีจุดมุ่งหมายเพื่อประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัยที่ศิษย์เก่าสามารถอุทิศตนได้ทั้งแรงกาย สติปัญญา กำลังการสนับสนุนในรูปแบบต่างๆ เพื่อรักษาไว้ซึ่งชื่อเสียงเกียรติยศและศักดิ์ศรีของมหาวิทยาลัย

แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายทางสังคม (Social Network Concept)

ภัทรพร พลพนาธรรม และคณะ (2553) กล่าวว่า เครือข่ายทางสังคม (Social Network) หมายถึงรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคม (Pattern of Social Relationship) ของปัจเจกบุคคล (Individual) กลุ่ม (Group) และองค์กร (Organization) ผ่านรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ในรูปแบบต่างๆ เช่น กิจกรรมการสื่อสารความร่วมมือการพึ่งพาอาศัย การแลกเปลี่ยน การเรียนรู้ ซึ่งเป็นปฏิสัมพันธ์ที่มีโครงสร้างและรูปแบบที่หลากหลาย ตลอดจนมี

เป้าหมายร่วมกันนอกจากนั้น ยังได้กล่าวถึงองค์ประกอบของเครือข่ายทางสังคมว่า ประกอบด้วย 1) สมาชิกของเครือข่าย 2) มีจุดมุ่งหมายร่วมกัน 3) การปฏิบัติหน้าที่ของสมาชิกในเครือข่าย 4) การสื่อสารภายในเครือข่าย และ 5) การมีปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน

นฤมล นิราทร (2543) ได้กล่าวว่า โครงสร้างเครือข่ายทางสังคม (Social Network Construct) หมายถึง กิจกรรมในการก่อให้เกิดกลุ่ม ซึ่งอาจเป็นกลุ่มองค์การ หรือกลุ่มบุคคล เพื่อวัตถุประสงค์ในการแลกเปลี่ยน การจัดกิจกรรม หรือการผลิตรายองค์การสมาชิก ต้องอาศัยการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันมาก่อนหน้าที่จะทำความตกลงเป็นองค์การเครือข่าย ซึ่งมีเหตุผลในการสร้างเครือข่ายทางสังคมคือ 1) ต้องการมีเพื่อนในการทำงาน ต้องการมีหมู่ มีพวก 2) ต้องการทรัพยากรในการทำงาน 3) ต้องการรับภาระความเสี่ยงในกิจกรรมร่วมกัน 4) ต้องการความชำนาญเฉพาะด้านในการแก้ไขปัญหา 5) ต้องการประหยัด และ 6) ต้องการเรียนรู้ประสบการณ์ในการทำงานร่วมกัน รวมไปถึงมีปัจจัยเสริมที่เป็นเงื่อนไขสำคัญ คือ ความเต็มใจที่จะเข้าร่วมเป็นเครือข่าย

พระมหาสุทิตย์ อาภากร (2547) ได้เสนอเหตุผลของการสร้างเครือข่ายทางสังคมว่าเกิดจาก 1) สถานการณ์ปัญหาและสภาพแวดล้อมที่ซับซ้อน หลากหลาย และขยายตัว จนเกินความสามารถของปัจเจกบุคคล หรือกลุ่ม ที่จะดำเนินการแก้ไข 2) เครือข่ายเป็นเครื่องมือหรือยุทธศาสตร์ในการสร้างพื้นที่ทางสังคม และ 3) เพื่อให้การประสานผลประโยชน์เป็นไปอย่างเท่าเทียม จากที่กล่าวมาในข้างต้น จะเห็นได้ว่าเหตุผลสำคัญของการสร้างเครือข่ายทางสังคม คือ การมุ่งที่จะบรรลุเป้าหมายของปัจเจกบุคคล ซึ่งไม่สามารถทำได้ด้วยตนเองโดยลำพัง แต่ต้องอาศัยการรวมตัวกันเป็นกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนทรัพยากร อันจะส่งผลให้สามารถดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย อันเป็นการประสานผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน

เมื่อพิจารณาความเกี่ยวข้องกับแนวคิดนี้กับสิ่งที่ผู้วิจัยทำการศึกษา พบว่า เครือข่ายทางสังคม (Social Network) จะเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีเพื่อทำให้การเชื่อมโยงระหว่างปัจเจกบุคคล ซึ่งในที่นี้คือ ศิษย์เก่าแต่ละคน ผู้บริหารมหาวิทยาลัย เจ้าหน้าที่บุคลากรที่เกี่ยวข้อง หรือกลุ่มในนามของชมรม สมาคม เพื่อประกอบกิจกรรมร่วมกันให้บรรลุตามเป้าหมายของการรวมกลุ่มที่วางไว้ ผ่านการใช้ทรัพยากรในการทำงาน ภายใต้การสื่อสารภายในเครือข่ายและการมีปฏิสัมพันธ์กัน

การประกันคุณภาพการศึกษาระดับอุดมศึกษา (Quality Assurance in Higher Education)

จากพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 2 พ.ศ. 2545 ได้กำหนดมาตรฐานและการประกันคุณภาพการศึกษา ซึ่งประกอบด้วยการประกันคุณภาพภายในและการประกันคุณภาพภายนอก เพื่อรักษาคุณภาพของสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งการประกันคุณภาพการศึกษานี้ เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องดำเนินการเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับสังคมได้ว่าสามารถพัฒนาองค์ความรู้และผลิตบัณฑิตที่ตอบสนองยุทธศาสตร์ของประเทศ ครอบคลุมถึงศักยภาพขีดความสามารถในการทำงาน การพัฒนาอาชีพ คุณภาพชีวิต และความเป็นอยู่

มหาวิทยาลัยรัฐ เป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา จึงต้องมีการดำเนินการด้านการประกันคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษาเป็นประจำทุกปีที่เป็นไปตามองค์ประกอบคุณภาพ ตัวบ่งชี้ และเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด เพื่อแสดงถึงผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินงานด้านต่างๆ เตรียมพร้อมรับการประกันคุณภาพการศึกษาภายนอกจากสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน) หรือ สมศ. ในทุกๆ 5 ปี ซึ่งปัจจุบันจะอยู่ระหว่างการเตรียมพร้อมในรอบการประเมินที่ 3 (2554 - 2558)

องค์ประกอบคุณภาพการศึกษาตามตัวบ่งชี้ และเกณฑ์มาตรฐานต่างๆ ซึ่งองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับศิษย์เก่านี้มีด้วยกัน 1 องค์ประกอบ 1 ตัวบ่งชี้ คือ องค์ประกอบที่ 3 กิจกรรมการพัฒนาการศึกษา ตัวบ่งชี้ที่ 3.1 ระบบและกลไกการให้คำปรึกษาและบริการด้านข้อมูลข่าวสารซึ่งมีคำอธิบายตัวบ่งชี้ว่า สถาบันอุดมศึกษาควรจัดบริการด้านต่างๆ ให้นักศึกษาและศิษย์เก่าอย่างครบถ้วน โดยเฉพาะในกิจกรรมต่อไปนี้ 1) การบริการด้านการแนะแนวและการให้คำปรึกษาทั้งด้านวิชาการและการใช้ชีวิต 2) การบริการด้านข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อนักศึกษาและศิษย์เก่า เช่น ทูตเยี่ยมการศึกษา แหล่งทุนการศึกษาต่อ การบริการจัดหางานแหล่งข้อมูลการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวในและนอกสถาบันที่จำเป็นแก่นักศึกษาและศิษย์เก่า และ 3) การจัดโครงการเพื่อพัฒนาประสบการณ์ทางวิชาชีพแก่นักศึกษาและศิษย์เก่าในรูปแบบต่างๆ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2554) โดยมีเกณฑ์มาตรฐานประกอบการประเมินที่เกี่ยวกับศิษย์เก่าคือ มีการจัดบริการข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อศิษย์เก่า และมีการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาความรู้และประสบการณ์ให้ศิษย์เก่าหรือไม่ ซึ่งหากพิจารณาจากเกณฑ์การประเมินตามระดับการเพิ่มขึ้นของคะแนนนั้น ทั้ง 2 เกณฑ์มาตรฐานนี้จะ เป็นพื้นฐานสำคัญในการเพิ่มขึ้นของคะแนนตั้งแต่ระดับคะแนน 3 - คะแนน 5 เต็ม

นอกจากนั้น ในคู่มือการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับอุดมศึกษา ยังมีการเพิ่มเติมเกณฑ์มาตรฐานในตัวเองที่ 1.4 การบริการนักศึกษาระดับปริญญาตรี โดยกำหนดให้การให้ข้อมูลและความรู้ที่เป็นประโยชน์แก่ศิษย์เก่าไปด้วย (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2557)

การประกันคุณภาพกับศิษย์เก่าในสถาบันการศึกษานั้น ยังพบว่า สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน) ได้มีแนวคิดในฉบับร่างประกาศพิจารณา (8 พฤศจิกายน 2557) ที่กำหนดตัวเองที่ 4 ศิษย์เก่าทำประโยชน์ให้สถาบัน มีประเด็นพิจารณาเกี่ยวกับความร่วมมือจากศิษย์เก่าในกิจกรรมพัฒนานิสิตนักศึกษา กิจกรรมพัฒนางานวิชาการ และหรืองานวิจัยอย่างต่อเนื่อง มีสมาคม ชมรมศิษย์เก่าหรือการรวมตัวในรูปแบบต่างๆ อย่างต่อเนื่อง มีกองทุนศิษย์เก่าเพื่อสนับสนุนนิสิตนักศึกษา และมีศิษย์เก่าที่ได้รับการยกย่องเชิดชูระดับชาติ/นานาชาติ

ผู้วิจัยพบว่า การประกันคุณภาพการศึกษาทั้งแบบภายในซึ่งให้ความสำคัญมาตั้งแต่ต้น และแบบภายนอกซึ่งมีการขยับปรับเปลี่ยนเพิ่มตัวเองที่เกี่ยวกับศิษย์เก่าขึ้นมานั้น เป็นการย้ำถึงความเป็นศิษย์เก่าที่มีคุณภาพของมหาวิทยาลัย ที่สามารถมองได้ทั้งจากมหาวิทยาลัยเป็นผู้ดำเนินการให้ศิษย์เก่าในฐานะผู้บริการ และมุมมองจากศิษย์เก่าเองที่กลับมาตอบแทนมหาวิทยาลัยในฐานะอดีตสถานศึกษา ยิ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างศิษย์เก่าและมหาวิทยาลัยที่มีบทบาทซึ่งกันและกันที่จะเกิดผลสำเร็จในงานนั้นๆ ได้ย่อมมีความผูกพันเป็นเบื้องหลังที่สามารถผลักดันให้เกิดบรรลุตามเป้าหมายของทั้งสองฝ่าย

เพื่อให้เห็นถึงความชัดเจนตามประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการศึกษากับมหาวิทยาลัยรัฐชั้นนำที่ได้รับการจัดอันดับทั้งจาก QS University Ranking 2014 และ The Ranking Web or Webometrics จึงขอเสนอผลการประเมินตามตัวเองที่ 3.1 ระบบและกลไกการให้คำปรึกษาและบริการด้านข้อมูลข่าวสาร ในรอบปีการประกันคุณภาพการศึกษาในปี 2554 (ระดับมหาวิทยาลัย) พร้อมข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการประเมินในองค์ประกอบที่ 3 ในด้านจุดแข็ง/แนวทางเสริมจุดแข็ง จุดที่ควรพัฒนา/ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง และวิธีปฏิบัติที่ดี/นวัตกรรม (ถ้ามี) โดยจะนำเสนอเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับศิษย์เก่าเท่านั้น ดังต่อไปนี้ (การจัดอันดับมหาวิทยาลัยไทยในปี 2014, 2557)

ตาราง 2 ผลการประเมินในองค์ประกอบที่ 3 ตัวบ่งชี้ 3.1 ระบบและกลไกการให้คำปรึกษาและบริการด้านข้อมูลข่าวสาร ในรอบปีการประกันคุณภาพการศึกษาในปี 2554 (ระดับมหาวิทยาลัย)

ที่	มหาวิทยาลัย	QS U. Ranking	Webometrics	ผลการประเมิน
1	มหาวิทยาลัยมหิดล (มม.)	1	1	5.00
จุดแข็ง/แนวทางเสริมจุดแข็ง (ไม่มี)				
จุดที่ควรพัฒนา/ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง				
การประชาสัมพันธ์ข่าวสารสู่นักศึกษาและศิษย์เก่าที่มีอยู่ยังไม่ทั่วถึง อาจมีการสอบถามความเห็นถึงช่องทางที่จะสะดวกต่อผู้รับข่าวสารศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยเป็นทรัพยากรที่มีค่ายิ่งต่อการจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยในหลายด้าน มหาวิทยาลัยควรวางระบบที่จะให้ศิษย์เก่าเข้ามาช่วยได้ในหลายด้าน เช่น ให้ข้อเสนอแนะด้านหลักสูตร การฝึกงาน แหล่งทุนความร่วมมือด้านการวิจัยและพัฒนา ความสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยกับศิษย์เก่ามีน้อยกว่าความสัมพันธ์ของส่วนงานกับศิษย์เก่า ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างมหาวิทยาลัยกับผู้ใช้บัณฑิตควรพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น				
2	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (จุฬาฯ)	2	2	5.00
จุดแข็ง/แนวทางเสริมจุดแข็ง (ไม่มี)				
จุดที่ควรพัฒนา/ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง				
ความเห็นจากผู้ใช้บัณฑิต โดยทั้งหมดเห็นว่า บัณฑิตจุฬาฯ เป็นผู้มีความรู้ คิดเป็น และมีสุขภาวะที่ดี แต่บางส่วนเห็นว่า ควรเพิ่มการพัฒนาความพร้อมทางสังคม เช่น ด้านคุณธรรม จริยธรรม (ความใส่ใจ ความมีน้ำใจ ความอดทนสูงงาน ความรับผิดชอบและเสียสละ) ด้านจิตอาสาและสำนึกสาธารณะ ด้านดำรงความเป็นไทยในกระแสโลกาภิวัตน์ (กริยามารยาท ความอ่อนน้อมถ่อมตน ความมีกาลเทศะ ภาษาพูด) ภาวะผู้นำ เป็นต้น				
3	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (มช.)	3	3	5.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ที่	มหาวิทยาลัย	QS U. Ranking	Webometrics	ผลการประเมิน
จุดแข็ง/แนวทางเสริมจุดแข็ง				
นักศึกษาเก่ามีความสัมพันธ์ที่ดีกับคณะ และให้การสนับสนุนทรัพยากรเพื่อการศึกษาในระดับคณะอย่างต่อเนื่องแนวทางเสริมจุดแข็งมหาวิทยาลัยควรสร้างความสัมพันธ์กับนักศึกษาเก่าในลักษณะเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน อาทิ มหาวิทยาลัยจัดกิจกรรมเสริมทักษะทางวิชาชีพ หรือจัดสัมมนาเพื่อเสริมสร้างความรู้ด้านข้อมูล เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมให้กับนักศึกษาเก่าอย่างสม่ำเสมอ				
จุดที่ควรพัฒนา/ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง(ไม่มี)				
4	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (มธ.)	4	10	5.00
จุดแข็ง/แนวทางเสริมจุดแข็ง(ไม่มี)				
จุดที่ควรพัฒนา/ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง (ไม่มี)				
5	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (มอ.)	5	6	5.00
จุดแข็ง/แนวทางเสริมจุดแข็ง(ไม่มี)				
จุดที่ควรพัฒนา/ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง(ไม่มี)				
6	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (มก.)	6	7	5.00
จุดแข็ง/แนวทางเสริมจุดแข็ง				
มหาวิทยาลัยมีศิษย์เก่าที่มีชื่อเสียงและศักยภาพ สามารถสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนามหาวิทยาลัย				
จุดที่ควรพัฒนา/ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง				
ควรเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างมหาวิทยาลัยกับศิษย์เก่าให้หลากหลายขึ้น นอกเหนือจากการผ่านทางเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย เช่น สมาคมสาขาของสมาคมนิสิตเก่า ม.เกษตรศาสตร์ สมาคมนิสิตเก่าของคณะต่างๆ เป็นช่องทางในการเผยแพร่กระจายข่าวสารประชาสัมพันธ์ได้อีกช่องทางหนึ่ง				

ตาราง 2 (ต่อ)

ที่	มหาวิทยาลัย	QS U. Ranking	Webometrics	ผลการประเมิน
7	มหาวิทยาลัยขอนแก่น (มข.)	7	5	5.00
จุดแข็ง/แนวทางเสริมจุดแข็ง (ไม่มี)				
จุดที่ควรพัฒนา/ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง				
การพัฒนากิจกรรมพัฒนาความรู้และให้ประสบการณ์ให้ศิษย์เก่าในระดับมหาวิทยาลัย ยังไม่ชัดเจน				
8	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี (มจธ.)	8	4	5.00
จุดแข็ง/แนวทางเสริมจุดแข็ง(ไม่มี)				
จุดที่ควรพัฒนา/ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง (ไม่มี)				
9	มหาวิทยาลัยบูรพา (มบ.)	9	-	5.00
จุดแข็ง/แนวทางเสริมจุดแข็ง (ไม่มี)				
จุดที่ควรพัฒนา/ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง (ไม่มี)				
10	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (มศว.)	10	-	5.00
จุดแข็ง/แนวทางเสริมจุดแข็ง				
ควรจัดระบบการบริการศิษย์เก่าให้มีประสิทธิภาพ โดยส่งเสริมให้ประชาสัมพันธ์ข้อมูลกิจกรรมของมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่องและเป็นปัจจุบัน และอาจจัดให้มีสิทธิประโยชน์สำหรับศิษย์เก่า เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมทางด้านวิชาการ การให้ส่วนลดเมื่อมาใช้บริการในมหาวิทยาลัย เป็นต้น เพื่อมุ่งหวังให้ศิษย์เก่าเป็นส่วนที่เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับมหาวิทยาลัยในอนาคต				
จุดที่ควรพัฒนา/ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง(ไม่มี)				
11	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.)	-	8	5.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ที่	มหาวิทยาลัย	QS U. Ranking	Webometrics	ผลการประเมิน
จุดแข็ง/แนวทางเสริมจุดแข็ง (ไม่มี)				
จุดที่ควรพัฒนา/ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง (ไม่มี)				
12	สถาบัน AIT	-	9	ไม่มีการประเมิน

ที่มา: ระบบฐานข้อมูลด้านการประกันคุณภาพการศึกษา ระดับอุดมศึกษา (CHE QA Online System V.3), 2556

จากการรวบรวมผลการประเมินองค์ประกอบที่ 3 เฉพาะ ตัวบ่งชี้ที่ 3.1 จะพบว่า ทุกมหาวิทยาลัยมีการดำเนินการอยู่ในระดับ 5 ทุกมหาวิทยาลัย แต่จะมีจุดแข็ง จุดที่ควรพัฒนา เฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานด้านศิษย์เก่าที่แตกต่างกันไป และไม่พบวิธีปฏิบัติที่ดี/นวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับศิษย์เก่าจากทุกมหาวิทยาลัย ยิ่งทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาเพื่อค้นหา แนวปฏิบัติที่ดีด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ให้กับสถาบันอุดมศึกษาต่อไป

มหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทยกับงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ (Alumni Relations)

มหาวิทยาลัยในประเทศไทย กว่าร้อยมหาวิทยาลัย (จำนวน 173 แห่ง) เป็น สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่มีการแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ตามการจำแนกของสำนักงาน คณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) ดังนี้ 1) มหาวิทยาลัยของรัฐ เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นต้น 2) มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นต้น 3) มหาวิทยาลัย ราชภัฏ เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏ เลย์ เป็นต้น 4) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เช่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เป็นต้น และ 5) มหาวิทยาลัยเอกชน เช่น มหาวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มหาวิทยาลัยรังสิต เป็นต้น

การจัดอันดับมหาวิทยาลัยนั้น มีการดำเนินการขององค์การที่ได้รับการยอมรับ ต่างประเทศ ซึ่ง ณ ปัจจุบันจะพบว่า การจัดอันดับมหาวิทยาลัยของ Quacquarelli Symond หรือ QS University Ranking 2014 ซึ่งมีส่วนประกอบในการพิจารณาจาก ชื่อเสียงทางวิชาการ (30%) ทัศนคติของผู้จ้างงานบัณฑิต (10%) สัดส่วนจำนวนอาจารย์ต่อนักศึกษา (20%) สัดส่วน

นักศึกษาต่างชาติ (2.5%) สัดส่วนอาจารย์ต่างชาติ (2.5%) จำนวนนักศึกษาแลกเปลี่ยนที่มาจากต่างประเทศ (2.5%) จำนวนนักศึกษาแลกเปลี่ยนที่ไปต่างประเทศ (2.5%) เป็นที่ยอมรับและใช้อ้างอิงในการประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงมหาวิทยาลัยผ่านสื่อสาธารณะ และในปี 2014 ที่ผ่านมามี 10 มหาวิทยาลัยชั้นนำดังรายชื่อมหาวิทยาลัยต่อไปนี้ มหาวิทยาลัยมหิดล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยบูรพา และมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

นอกจากนั้น ยังมีการจัดอันดับมหาวิทยาลัยจาก The Ranking Web or Webometrics ซึ่งจัดอันดับจากการจัดอันดับของเว็บโอเมตริกซ์ ซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับหนึ่ง มีการใช้ประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงมหาวิทยาลัยผ่านสื่อออนไลน์ เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา โดยพิจารณาเกณฑ์ต่างๆ ดังนี้ 1) Size (S) หมายถึง จำนวนเว็บเพจ จากเว็บไซต์ทั้งหมดที่อยู่ภายใต้โดเมนเดียวกัน 2) Visibility (V) หมายถึง จำนวนลิงค์ที่มีการเชื่อมโยงหรืออ้างอิงมาจากภายนอก 3) Rich Files (R) หมายถึง จำนวนแฟ้มข้อมูล หรือเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ทั้งหมดที่อยู่ภายในโดเมนเดียวกัน 4) Scholar (Sc) หมายถึง จำนวนบทความวิชาการ และการอ้างอิงบทความทางวิชาการที่ปรากฏภายในโดเมนของมหาวิทยาลัย และสามารถสืบค้นได้ด้วย google scholar ซึ่งในปี 2014 มี 10 ลำดับแรกดังนี้ มหาวิทยาลัยมหิดล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง สถาบัน เอ ไอ ที และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การศึกษากิจการการจัดการสื่อสารเพื่อสร้างความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐชั้นนำนั้น จึงควรพิจารณาข้อมูลการดำเนินงานด้านศิษย์เก่าของทั้ง 11 มหาวิทยาลัย ประกอบด้วย เพื่อเป็นข้อค้นพบกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้า โดยพิจารณาจากยุทธศาสตร์ นโยบาย โครงสร้าง โครงการ/กิจกรรม องค์การ/หน่วยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ตาราง 3 ข้อมูลการดำเนินงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ 11 แห่ง

ที่	ม.	ยุทธศาสตร์นโยบาย/ วัตถุประสงค์	โครงสร้างหน่วยงาน	การบริการ/ช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์	องค์การหน่วยที่เกี่ยวข้อง
1	นม.	สร้างความรัก ความผูกพันของ ศิษย์ปัจจุบันและศิษย์เก่า ตาม วัฒนธรรมองค์การของ มหาวิทยาลัยมหิดล (กำหนดเป็นหนึ่งใน วัตถุประสงค์หลักของกองกิจการ นักศึกษา)	หน่วยศิษย์สัมพันธ์งาน พัฒนานักศึกษา กองกิจการ นักศึกษา (มีรองอธิการบดี ฝ่ายกิจการนักศึกษาและ ศิษย์เก่าสัมพันธ์ มีบุคลากร ประจำหน่วย 2 คน)	งานศิษย์สัมพันธ์ ให้การรวบรวมรายชื่อและข้อมูลศิษย์เก่า มม. ที่ทำงานอยู่ในประเทศและต่างประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 125,047 คน เป็นข้อมูลศิษย์เก่าตั้งแต่ ปีการศึกษา 2489 และได้มีการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ศิษย์เก่าผ่านทางเว็บไซต์ www.mu2alumni.mahidol.ac.thwww.facebook.com/Mu2Alumni จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และจดหมายข่าว Kaleido Scope ศิษย์เก่าสามารถให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงผ่านทางเว็บบอร์ด และ E-mail : alumni@mahidol.ac.th / mu2alumni@gmail.com จัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาความรู้และประสบการณ์ให้ศิษย์เก่า ส่วนใหญ่ ดำเนินการในระดับส่วนงาน โดยการจัดประชุมวิชาการ/สัมมนา จัดฝึกอบรมระยะสั้น หรือประชุมเชิงปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพ รวมทั้งจัดบริการให้คำปรึกษาทางวิชาการแก่ศิษย์เก่าด้วย เช่น ส่วนงาน ในกลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มีกิจกรรม / การดำเนินงานเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับศิษย์เก่า ซึ่งมีการดำเนินการทั้งในระดับมหาวิทยาลัย และระดับส่วนงาน การมอบรางวัลมหิดลทยากร (ศิษย์เก่าดีเด่น) (ส่วนสมาคมฯ) รับส่วนลดในการเข้ารับรักษาพยาบาล ในคณะแพทยศาสตร์ศิริราช รามาธิบดี คณะทันตแพทยศาสตร์ ส่วนลดร้านอาหารที่เข้าร่วม การเข้าใช้ สโมสรกีฬา ที่พัก เป็นต้น)	สมาคมศิษย์เก่า มหาวิทยาลัยมหิดล ในพระบรมราชูปถัมภ์

ตาราง 3 (ต่อ)

ที่	ม.	ยุทธศาสตร์/นโยบาย/ วัตถุประสงค์	โครงสร้างหน่วยงาน	การบริการ/ช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์	องค์การ/หน่วยที่เกี่ยวข้อง
2	จุฬาฯ	ส่งเสริมและสร้างสัมพันธภาพที่ ดีระหว่างนิสิตเก่าและ มหาวิทยาลัย โดยดำเนิน กิจกรรมต่าง ๆ เป็นหน่วยติดต่อกับ ประสานงาน ให้นิสิตเก่าได้มี บทบาทในการสร้างสรรค์จริง กิจกรรมทางวิชาการ และบริจาค ทรัพย์สินมทบทำนุที่ ประสานงานกับสมาคมนิสิตเก่า ของมหาวิทยาลัยและของคณะ สร้างระบบข้อมูล และ สารสนเทศ นิสิตเก่า	สำนักงานนิสิตเก่าสัมพันธ์ เปลี่ยนเป็นศูนย์พัฒนากิจและ ศิษย์เก่าสัมพันธ์แห่ง จุฬาลงกรณ์ (ที่ปรึกษา 1 คน บุคลากร 6 คน)	โครงการ/กิจกรรม - วารสาร "จามจุรี" เป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและ ข่าวสารต่างๆ ให้นิสิตเก่าทั่วประเทศ - WEB SITE สำนักงานนิสิตเก่าสัมพันธ์ - สำนักงานนิสิตเก่าสัมพันธ์ได้จัดกิจกรรม "เสวนาอธิการบดีพบนิสิต เก่า" กิจกรรมดังกล่าวจัดเป็นประจำทุกปี (ส่วนของสมาคมฯ) - บริการเช่าสถานที่ ห้องจัดเลี้ยง สดคำให้บริการศูนย์กีฬาแห่งจุฬาฯ CU Book Center ทุกสาขาทั่วประเทศ - จัดกิจกรรมสานสัมพันธ์ อาทิ ฟุตบอลประเพณีจุฬา-ธรรมศาสตร์ การแข่งขันกอล์ฟ รักบี้ฟุตบอล การจัดประกวดสุนทรพจน์ ระดับอุดมศึกษา จุฬาสัญจร การเลี้ยงสังสรรค์จุฬาโรย-โดมชรา มินิมาราธอน เป็นต้น	สมาคมนิสิตเก่าจุฬาลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

ตาราง 3 (ต่อ)

ที่	ม.	ยุทธศาสตร์/นโยบาย/ วัตถุประสงค์	โครงสร้างหน่วยงาน	การบริการ/ช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์ โครงการ/กิจกรรม	องค์กร/หน่วยที่เกี่ยวข้อง
3	มท.	มุ่งเน้นให้นักศึกษาเก่า ได้มีความสัมพันธ์อันดีกับมหาวิทยาลัย มีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่ม ชมรม สมาคมนักศึกษาเก่า ทั้งในระดับจังหวัด และในการจัดกิจกรรมของมหาวิทยาลัย และมีส่วนร่วมในการให้ข้อเสนอแนะ และสนับสนุนงานของมหาวิทยาลัยในด้านต่างๆ	ศูนย์นักศึกษาเก่าสัมพันธ์ (มีรองอธิการบดีฝ่ายพิเศษสัมพันธ์และนศ.เก่าสัมพันธ์ มีผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายสื่อสาร องค์การและนศ.เก่าสัมพันธ์ และบุคลากรศูนย์ 4 คน)	- มีฐานข้อมูลศิษย์เก่า และมีช่องทางในการบริการข้อมูลข่าวสารแก่ศิษย์เก่าผ่านทางเว็บไซต์ของศูนย์นักศึกษาเก่าสัมพันธ์ http://www.alumni.cmu.ac.th/ - วารสารลูกทุ่งสัมพันธ์ รายการวิทยุลูกทุ่งสัมพันธ์ - งานราตรีร้องแก้ว โดยสมาคมนักศึกษาเก่ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อพบปะ สังสรรค์ ร่วมกันบริจาคเงิน ร่วมแสดงความยินดีกับนักศึกษาเก่ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่จะเข้ารับโล่บัณฑิตศึกษาเก่ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ดีเด่น ประจำปี - การจัดงานราตรีร้องแก้ว ในจังหวัดต่างๆ เช่น ลำปาง เพื่อพบปะสังสรรค์ และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแก่ศิษย์เก่า - การจัดตั้งสมาคมศิษย์เก่าคณะต่างๆ เพื่อเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับศิษย์เก่า - จัดประชุมวิชาการ โครงการอบรมพัฒนาศิษย์เก่า	สมาคมนักศึกษาเก่ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตาราง 3 (ต่อ)

ที่	ม.	ยุทธศาสตร์/นโยบาย/ วัตถุประสงค์	โครงสร้างหน่วยงาน	การบริการ/ช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์ โครงการ/กิจกรรม	องค์การ/หน่วยที่เกี่ยวข้อง
4	มธ.	เป็นศูนย์กลางในการติดต่อ ประสานงานกับสมาคม ชมรม กลุ่ม และองค์กรของศิษย์เก่า และเสริมสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างมหาวิทยาลัยและศิษย์ เก่า และทำหน้าที่ทรงกระจัด ทุนเพื่อสนับสนุนการดำเนินงาน ตามวัตถุประสงค์ของ มหาวิทยาลัย และสำนักงานจัด กิจกรรมและบริการด้านต่างๆ เพื่อประโยชน์ของมหาวิทยาลัย และศิษย์เก่า โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อหารายได้สนับสนุนการ ดำเนินงานของมหาวิทยาลัยและ สำนักงาน	สำนักงานศิษย์เก่าสัมพันธ์ (เป็นหน่วยงานหนึ่งใน มธ. ที่ไม่ใช่ส่วนราชการ ตั้งโดยมติ ที่ประชุมสภามหาวิทยาลัย) ที่มีผู้อำนวยการบดีฝ่ายศิษย์ เก่าสัมพันธ์ ผู้อำนวยการ สนง. และมีคณะกรรมการ บริหารสำนักงาน 10 คน โดยมีอธิการบดีเป็นประธาน)	- จัดทำเว็บไซต์สำนักงาน การทำจุลสารรายไตรมาส) ศิษย์เก่า ก็สามารถแจ้งข้อมูลข่าวสารข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงการให้บริการ หรือการเปลี่ยนแปลงที่อยู่ติดต่อ เพื่อจัดทำฐานข้อมูลศิษย์เก่าที่ สมบูรณ์ต่อไป - ฝ่ายการศึกษามีการเชิญศิษย์เก่ามาเป็นวิทยากรฝึกอบรมนักศึกษา การเชิญเป็นอาจารย์พิเศษของคนละต่าง ๆ - คณะนิติศาสตร์ จัดโครงการสัมมนาวิชาการเพื่อเชิดชูกฎหมายหลาย ท่านจึงจะมีการเชิญศิษย์เก่ามาร่วมงานเพื่อพัฒนาความรู้และ ประสบการณ์ - คณะรัฐศาสตร์ จัดสัมมนาวิชาการเนื่องในโอกาสวันคล้ายวันสถาปนา คณะรัฐศาสตร์ประจำปี โดยเชิญศิษย์เก่าเข้าร่วมฟังการบรรยายและ ร่วมสัมมนาแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์แก่คณาจารย์นักศึกษา และประชาชนผู้สนใจทั่วไป นอกจากนี้ จะเชิญศิษย์เก่าเป็นวิทยากร ผู้บรรยายพิเศษใน งานประชุมมหิดล มัธยมินเขต บัณฑิตนิเทศ และการสอนในรายวิชาต่างๆ เช่น ร. 241 - คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จัดสัมมนาวិชาการ ศาสตราจารย์ สังเวียน อินทรวิชัย ซึ่งเป็นสัมมนาวิชาการที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี การศึกษาเพื่อให้นักวิชาการ นักศึกษา และศิษย์เก่าได้เสนอผลงานวิจัย และรับฟังการบรรยายหัวข้อต่าง ๆ	สมาคมธรรมศาสตร์ ในพระบรม ราชูปถัมภ์

ตาราง 3 (ต่อ)

ที่	ม. ยุทธศาสตร์/นโยบาย/ วัตถุประสงค์	โครงสร้างหน่วยงาน	การบริการ/ช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์	องค์กร/หน่วยที่เกี่ยวข้อง
	วัตถุประสงค์	โครงการกิจกรรม	- คณะพยาบาลศาสตร์ จัดประชุมวิชาการเรื่อง ปัญหากฎหมายกับการปฏิบัติทางการพยาบาลและการบริหารการเงินเพื่ออนาคต เพื่อพัฒนาความรู้และประสบการณ์ให้ศิษย์เก่าและมองรางวัลศิษย์เก่าดีเด่นในงานคืนสู่เหย้าทวามหาหงส์ฉลองครบรอบ 15 ปี - สถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธร โดยฝ่ายการนักศึกษา และงานศิษย์เก่าสัมพันธ์ จัดสัมมนาวิชาการเรื่อง The Emergence of AEC and Its Impacts on SIIT Alumni โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาความรู้และประสบการณ์ให้กับศิษย์เก่า - มีการนำเงินจัดสรรคืนจากธนาคารกรุงไทย เข้าบริจาคให้กับ สมง. ศิษย์เก่าสัมพันธ์ จากการใช้บัตรเครดิตร่วมธรรมศาสตร์-กสิกรไทย (ส่วนของสมาคมฯ) - ให้เข้าบริการสถานที่ รับข่าวสารทาง E-Newsletter สามารถใช้เว็บอร์ดของสมาคม - จัดกิจกรรมเลี้ยงสังสรรค์ มอบทุนการศึกษา เข้าร่วมงานสถาปนาประเพณีฟุตบอลธรรมศาสตร์-จุฬา กิจกรรมเพื่อสังคม เป็นต้น	

ตาราง 3 (ต่อ)

ที่	ม.	ยุทธศาสตร์/นโยบาย/ วัตถุประสงค์	โครงสร้างหน่วยงาน	การบริการ/ช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์ โครงการ/กิจกรรม	องค์กร/หน่วยที่เกี่ยวข้อง
5	มอ.	เป็นศูนย์ที่ช่วยในการประสาน ความเชื่อมโยง และกระตุ้นให้ เกิดการรวมตัวของศิษย์เก่าของ คณะ และในจังหวัดต่างๆ มาก ขึ้น และร่วมพัฒนามหาวิทยาลัย	สำนักงานศิษย์เก่าสัมพันธ์ เป็นสำนักงานชั่วคราว ตั้งที่ กองกิจการนักศึกษา (มีรอง อธิการบดีฝ่ายพัฒนา นักศึกษา และศิษย์เก่า สัมพันธ์)	- ประชาสัมพันธ์ข่าวสารทางเว็บไซต์ของสำนักงานศิษย์เก่าสัมพันธ์ และเว็บไซต์ศิษย์เก่าของคณะ และวิทยาเขต ซึ่งเป็นแหล่งรวมข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับศิษย์เก่า และศิษย์ปัจจุบันที่กำลังจะสำเร็จการศึกษา เช่น ประกาศรับสมัครงาน กิจกรรมงานเลี้ยงสังสรรค์ศิษย์เก่าคณะต่างๆ โครงการศิษย์เก่าผู้บริหาร มีการคัดเลือก และประกาศเกียรติคุณศิษย์เก่าดีเด่น ประมวลภาพกิจกรรมต่างๆ คณะและวิทยาเขต มีฐานข้อมูลของศิษย์เก่า การติดต่อ แสงข้อมูล ข่าวสารที่น่าสนใจผ่าน Facebook ศิษย์เก่าของคณะ (ส่วนของสมาคมฯ) - จัดกิจกรรมเลี้ยงสังสรรค์รวมรุ่น ศิษย์รักคืนหอ ร่วมงานเทศกาลประเพณีสำคัญ ปุจฉาไฉน งานลูกพระบิดาคืนถิ่น จัดแข่งขันกอล์ฟ จัดประชุมเครือข่ายด้วยตัวแทนสมาคมและชมรมคณะต่างๆ เป็นต้น	สมาคมนักศึกษาเก่า มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ตาราง 3 (ต่อ)

ที่	ม.	ยุทธศาสตร์นโยบาย/ วัตถุประสงค์	โครงสร้างหน่วยงาน	การบริการ/ช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์ โครงการ/กิจกรรม	องค์การ/หน่วยที่เกี่ยวข้อง
6	มก.	(หน้าที่ของหน่วย)จัดทำ ฐานข้อมูลศิษย์เก่า รวบรวม ข้อมูลศิษย์เก่าและสร้าง เครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่าง นิสิตปัจจุบันกับศิษย์เก่า จัดทำ เว็บไซต์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารกิจกรรมของศิษย์เก่าที่ เป็นประโยชน์และจัดกิจกรรม ทางวิชาการและวิชาชีพเพื่อ พัฒนาความรู้และประสบการณ์ ให้แก่ศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน	หน่วยศิษย์เก่าสัมพันธ์ กอง กิจการนิสิต เป็นหน่วยใน สังกัดงานแนะแนวและจัดหา งาน (บุคลากร 1 คน)	- ฐานข้อมูลประวัติผู้สำเร็จการศึกษา ข้อมูลภาวะการทำงานทางศิษย์เก่า และฐานข้อมูลศิษย์เก่า โดยเชื่อมโยงฐานข้อมูลกับคณะวิชา ซึ่งได้จัดตั้งระบบฐานข้อมูลศิษย์เก่าสัมพันธ์ เพื่อเป็นหน่วยงานกลางในการเชื่อมโยงกับคณะวิชา (www.oku.sa.ku.ac.th) - มีระบบส่งข่าวประชาสัมพันธ์ โดยส่งข่าวผ่านทางมหาวิทยาลัยเว็บไซต์ ที่มีชื่อว่า KU e-News และ www.ku.ac.th และเว็บไซต์ศิษย์เก่าสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ www.oku.sa.ku.ac.th เป็นช่องทางในการให้ศิษย์เก่าได้เสนอแนะข้อคิดเห็น เพื่อปรับปรุงการให้บริการข่าวสารต่อไป - ในระดับคณะได้มีการจัดบริการข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อศิษย์เก่าเช่นกัน อาทิ คณะประมง จัดเครือข่ายของข้อมูลข่าวสารจากสโมสรนิสิตคณะประมงโดยผ่านเครือข่าย Social Network จากการทำหนด Fan Page ของ สโมสรนิสิตคณะประมง คณะศึกษาศาสตร์ ดำเนินการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านทาง Web site ของคณะศึกษาศาสตร์ โดยทำการเชื่อมต่อไปยัง Web site ของชมรมศิษย์เก่า คณะวิศวกรรมศาสตร์ ตรีภาษา มีฐานข้อมูลศิษย์เก่า และมีการจัดทำฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เว็บไซต์ จัดหมายข่าว ฯลฯ สำหรับเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับศิษย์เก่า เช่น ข้อมูลกิจกรรมการประชุมวิชาการ การสัมมนาความรู้ใหม่ๆ ข้อมูลแหล่งทุนการศึกษาต่อ ทุนวิจัย การรับสมัครงาน ข่าวสารวิชาการที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชา ผ่านทางเว็บไซต์	สมาคมนิสิตเก่า มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในพระ บรมราชูปถัมภ์ มีชมรมในสังกัด 3 ชมรมคือ ชมรมกอล์ฟ ชมรมศิลปะ ชมรมบันเทิง และการท่องเที่ยว

ตาราง 3 (ต่อ)

ที่	ม.	ยุทธศาสตร์นโยบาย/ วัตถุประสงค์	โครงสร้างหน่วยงาน	การบริการ/ช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ โครงการ/กิจกรรม	องค์การ/หน่วยที่เกี่ยวข้อง
				http://www.eng.sri.ku.ac.th/alumni/ และมีการส่งข่าวให้ศิษย์เก่ารับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมทางวิชาการเพื่อพัฒนาความรู้และประสบการณ์เป็นระยะๆ และวิทยาลัยพาณิชย์นานาชาติ มีการให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่ศิษย์เก่าผ่านทางจดหมายเหตุนิตยสาร (http://www.sri.ku.ac.th/new/hew2554.html) เช่น ข้อมูลกิจกรรมประชุมวิชาการ การสัมมนา การอบรมต่างๆ ทั้งนี้ยังมีระบบฐานข้อมูลศิษย์เก่าโดยศิษย์เก่าสามารถเข้าไปป้อนข้อมูลของตนเองได้ทางเว็บไซต์ http://www.sri.ku.ac.th/imc_dbase/index.asp - คณะอุตสาหกรรมเกษตร มีการดำเนินการจัดโครงการ Pre Test TOEFL ปีการศึกษา 2554 เพื่อให้บัณฑิตเก่าที่มีแผนจะไปศึกษาต่อต่างประเทศ ได้ทดสอบความรู้ในการสอบ TOEFL เบื้องต้น ก่อนจะไปสอบจริง และคณะวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมศาสตร์ จัดโครงการคืนสู่เหย้า โครงการฝึกอบรมหลักสูตรผู้ตรวจสอบติดตาม ระบบการจัดการปฏิบัติงานตามมาตรฐาน ISO 50001:2011 เพื่อเปิดโอกาสให้ศิษย์เก่าได้เข้าอบรมต่อยอดความรู้ทางวิชาชีพ (ส่วนของสมาคมฯ) - มีวารสารนนทรี นนทรี E-News - มีการจัดงานถนนทรัพย์สินสง่างามคืนสู่เหย้า ร่วมแสดงความยินดีกับบัณฑิตในวาระการกุศล กองทัพสมาชิกสัมพันธ์ กิจกรรมช่วยเหลือสังคม ประชุมเครือข่ายสัจจะ ปฏิบัติธรรม ช่วยเหลือสังคม เป็นต้น - การมอบรางวัลนิสิตเก่าดีเด่น ประจำปี	

ตาราง 3 (ต่อ)

ที่	ม.	ยุทธศาสตร์/นโยบาย/ วัตถุประสงค์	โครงสร้างหน่วยงาน	การบริการ/ช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์ โครงการ/กิจกรรม	องค์กร/หน่วยที่เกี่ยวข้อง
7	มข.	ม. ได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์ การบริหารมหาวิทยาลัย พ.ศ. 2555- 2558 ยุทธศาสตร์ที่ 8 ด้าน ศิษย์เก่าสัมพันธ์ที่ดี มีวิสัยทัศน์ของ สนง. คือ เป็น หน่วยงานที่สร้างคุณูปการ และสนับสนุนศิษย์เก่า มข. ให้มี ส่วนร่วมในการพัฒนาและร่วม ระดมทุนเพื่อสนับสนุนกิจการ ของมหาวิทยาลัย	สำนักงานบริหารกิจการศิษย์ เก่า ได้เปลี่ยนเป็น สำนักงานศิษย์เก่าสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานหนึ่งในสังกัด สำนักงานอธิการบดี (มีรองอธิการบดีฝ่ายพัฒนา นักศึกษาและศิษย์เก่า สัมพันธ์ บุคลากร 7 คน)	- เว็บไซต์ และ Facebook บอร์ดประชาสัมพันธ์ของงานแนะแนวฯ โดยมีเนื้อหาในด้านต่างๆ อาทิ ข้อมูลข่าวสารการศึกษา ทุนการศึกษา การศึกษา ต่อไปและต่างประเทศข้อมูลข่าวสารรับสมัครงานทั้งงานพิเศษและงานประจำ - แนะนำอาชีพดีๆ มีทั่วโลกข้อมูลสาระน่ารู้เกี่ยวกับการใช้ชีวิตต่างๆ - วารสาร มอติเนแดงสัมพันธ์ - โครงการเรียนรู้ร่วมกัน สายสัมพันธ์ มอติเนแดง - กองทุนมอติเนแดง เพื่อมหาวิทยาลัยขอนแก่น - โครงการทอดฝันในวันเกิด - แบบทดสอบทางจิตวิทยาแบบออนไลน์ (กองกิจการนักศึกษา) - จัดทำฐานข้อมูลศิษย์เก่า มีรายละเอียดข้อมูลพื้นฐาน ประวัติการศึกษา และการทำงาน ผลงานและการได้รับรางวัลต่างๆ มีการให้รางวัลศิษย์เก่าดีเด่นมหาวิทยาลัยขอนแก่น - ระดับคณะได้มีการจัดตั้งสมาคมและชมรมศิษย์เก่าของแต่ละคณะต่างๆ (http://alumni-affairs.kku.ac.th) กว่า 20 คณะ เช่น สมาคมศิษย์เก่า คณะแพทยศาสตร์ จิตวิทยา ศาสตร์ คณะเกษตรศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ คณะเภสัชศาสตร์ เป็นต้น - ได้จัดโครงการ "ศิษย์เก่าเล่าประสบการณ์" เพื่อเป็นการสร้างแนวทางพัฒนามากิจการด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ และเปิดโอกาสให้ศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน ได้รู้จักคุ้นเคยกัน - มีการพัฒนาความรู้และทักษะศิษย์เก่า ดังนี้	สมาคมศิษย์เก่า มหาวิทยาลัยขอนแก่น และสมาคม/ชมรม ศิษย์เก่าในแต่ละคณะ

ตาราง 3 (ต่อ)

ที่	ม.	ยุทธศาสตร์/นโยบาย/ วัตถุประสงค์	โครงสร้างหน่วยงาน	การบริการ/ช่องทางทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ โครงการ/กิจกรรม	องค์การ/หน่วยที่เกี่ยวข้อง
				โครงการนัดพบตลาดงาน โครงการแนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศ โครงการบรรยายพิเศษวิทยากร ชัยรัก โครงการแนวคิดชีวิตสู่ความสำเร็จ โครงการฝึกอบรมภาษาอังกฤษ (กองกิจการนักศึกษา) คณะวิชาต่างๆ จัดกิจกรรมส่งเสริมประสบการณ์วิชาชีพแก่ศิษย์เก่าเพิ่มเติม เช่น ได้แก่ 1. คณะแพทยศาสตร์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ (ประชุมวิชาการ KKU-IENC วันที่ 10-12 พฤษภาคม 2554) ได้จัดประชุมวิชาการประจำปีเพื่อให้ความรู้ด้านวิชาการวิชาชีพเพิ่มเติมแก่ศิษย์เก่า 2. คณะพยาบาลศาสตร์ ได้จัดโครงการอบรมทักษะการดูแลผู้ป่วยเพิ่มเติมสำหรับศิษย์ปัจจุบันและศิษย์เก่า 3. คณะศิลปกรรมศาสตร์ ได้จัดโครงการสัมมนาของสาขาวิชา และจัดงานสถาปนาคณะได้เชิญศิษย์เก่าร่วมแสดงผลงานนิทรรศการด้านศิลปะของศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน (ส่วนของสมาคมฯ) - มีการคัดเลือกรางวัลศิษย์เก่าดีเด่น ศิษย์เก่าแห่งความภาคภูมิใจ ศิษย์เก่าเกียรติยศ ศิษย์เก่าที่มีชื่อเสียง - จัดกิจกรรมสังสรรค์คืนสู่เหย้า ร่วมกิจกรรมสถาปนา มข. กอล์ฟการกุศล เป็นต้น	

ตาราง 3 (ต่อ)

ที่	ม.	ยุทธศาสตร์นโยบาย/ วัตถุประสงค์	โครงสร้างหน่วยงาน	การบริการ/ช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์ โครงการ/กิจกรรม	องค์กร/หน่วยที่เกี่ยวข้อง
8	มจร.	มีศิษย์เก่าอยู่ในส่วนของ วิทยาลัย 5 มุ่ง โดยมีส่วนอยู่ใน ของม่งมัน... มหาวิทยาลัย เรียนรู้ และมุ่งสร้าง...ชื่อเสียง เกียรติยศให้เป็นที่ยอมรับ ประชาคม มีโครงการ "การระดม ความคิดเห็นของศิษย์เก่า ผู้ปกครองและชุมชน" ของ โครงการ 6+1Flags Track 3 ในการกำหนดแผนเป้าหมาย ที่ 1 การพัฒนาและปรับปรุง กระบวนการเรียนการสอนและ เป้าหมายที่ 3 การสร้างบัณฑิต และบุคลากรที่มีความเป็น อย่างสมบูรณ์	งานศิษย์เก่าสัมพันธ์กอง กิจการนักศึกษา (มีผู้ช่วย อธิการฝ่ายนักศึกษากำ สัมพันธ์และบุคลากร 3 คน)	- จุลสารศึกษา เว็บบอร์ดงานศิษย์เก่าสัมพันธ์ - คอลัมน์ "มติเนียร์" ในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ มจร. ซึ่งเป็นช่องทางให้ นักศึกษารุ่นพี่ถ่ายทอดประสบการณ์การเรียน การทำกิจกรรม และการ นำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการทำงานให้แก่นักศึกษา รุ่นน้อง - กิจกรรมสายสัมพันธ์ มจร. ร่วมกับชมรมสมาคมต่าง ๆ เช่น สมาคม นักศึกษาเก่า มจร. ได้จัดโครงการ "มดเยื่อมมด" สานสายสัมพันธ์ของ สมาคมนักศึกษาเก่า มจร. กับชมรมมดทุกภาค - โครงการให้ศิษย์เก่าทุกคนสามารถเข้าใช้บริการจากสำนักหอสมุดของ มหาวิทยาลัย - โครงการอบรมให้ความรู้ ประชุมวิชาการทั่วไป	สมาคมนักศึกษาเก่ามหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระจอมเกล้า ธนบุรี ในพระราชูปถัมภ์ มูลนิธิเพื่อการ พัฒนามหาวิทยาลัย ชมรมมด ส่วนกลางและส่วนภูมิภาค (ชมรมมด เหนือ ชมรมมดใต้ ชมรมมดตะวันออก ชมรมมดตะวันตก ชมรมมดอีสาน)

ตาราง 3 (ต่อ)

ที่	ม. ยุทธศาสตร์/นโยบาย/ วัตถุประสงค์	โครงสร้างหน่วยงาน	การบริการ/ช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์	องค์กร/หน่วยที่เกี่ยวข้อง
9	มบ.	งานศิษย์เก่าสัมพันธ์ และ จัดหาทุน เป็นหนึ่งภาระงาน ในกลุ่มงานประชาสัมพันธ์ กองกลาง (มีรองอธิการบดีที่ ดูแลกองกลางเป็น ผู้บังคับบัญชา บุคลากร 1 คน)	โครงการ/กิจกรรม - เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อศิษย์เก่าผ่าน ทางเว็บไซต์ของงานเอกสารสัมพันธ์ที่ http://indivco.buu.ac.th และใน เว็บไซต์ของงานกิจการนิสิต - ส่งจดหมายข่าวสมาคมศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยบูรพา - วารสารมะพร้าวให้ศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยบูรพา ปีละ ๒ - ๓ ฉบับ - เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ให้แก่ศิษย์เก่า ทั่วประเทศได้รับทราบ - จัดโครงการผู้บริหารพบศิษย์เก่าสัญจรไปยังภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างผู้บริหารกับศิษย์เก่า และให้ ศิษย์เก่าได้พบความก้าวหน้าของมหาวิทยาลัย ให้ศิษย์เก่าได้เสนอแนะ เพื่อนำมาปรับปรุงให้ดีขึ้น - มีโครงการ “การพัฒนาบุคลากรเพื่อศักยภาพในการทำงาน” - เวทีศิษย์เก่ามาให้ความรู้ในงานปัจจุบัน - จัดโครงการสัมมนาวิชาการ เรื่อง การสร้างความสามัคคีเพื่อลดความ ขัดแย้งในสังคมไทยมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างศิษย์เก่าและ ปัจจุบัน - โครงการประสบการณ์หลัง'หลจากฟ้า'น้อง ให้แก่นิสิตและศิษย์เก่า โดยในโครงการนี้ได้มีการบรรยายในหัวข้อต่าง ๆ	สมาคมศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยบูรพา

ตาราง 3 (ต่อ)

ที่	ม. ยุทธศาสตร์/นโยบาย/ วัตถุประสงค์	โครงสร้างหน่วยงาน	การบริการ/ช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์ โครงการ/กิจกรรม	องค์การหน่วยที่เกี่ยวข้อง
10	มศ. ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาคมทุกระดับ ซึ่งมีผู้แทนสมาคมศิษย์เก่าผู้แทนชมรมศิษย์เก่าคณะต่างๆ ผู้แทนนิสิตปัจจุบัน โดยเปิดโอกาสให้เข้าร่วมแสดงความเห็นให้ข้อเสนอแนะในหลายๆ ขั้นตอน อาทิการทำ SWOT Analysis การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัฒนธรรมและค่านิยม และการรับผิดชอบต่อสังคม (ร่าง) แผนยุทธศาสตร์	งานศิษย์เก่าสัมพันธ์ กองกิจการนิสิต (มีรองอธิการบดีฝ่ายพัฒนา ศักยภาพนิสิต ผู้ช่วยอธิการบดี 2 คน บุคลากร 3 คน)	- จัดทำฐานข้อมูลศิษย์เก่า รวบรวมประวัติ ประสบการณ์ทำงาน การได้รับการยกย่อง/รางวัล ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้และมีการปรับปรุงข้อมูลเป็นระยะๆ -สื่อสารกับศิษย์เก่าผ่านทาง เว็บไซต์, อีเมล, เฟซบุ๊ก, ไลน์, SMS, กระดานสนทนา, สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ จุลสารศิษย์เก่าสัมพันธ์ มศว. และการลงประกาศข่าวสารผ่านระบบวารสารอิเล็กทรอนิกส์และผ่านเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย การจัดส่งเอกสารประชาสัมพันธ์ให้แก่ศิษย์เก่าโดยตรง โดยข้อมูลข่าวสารที่จัดบริการได้แก่ กิจกรรมการประชุมวิชาการ การสัมมนาความรู้ใหม่ๆ ข้อมูลแหล่งทุนการศึกษาต่อทุนวิจัยการรับสมัครงาน ข่าวสารวิชาการที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชา - มีช่องทางให้ศิษย์เก่าได้มีโอกาสให้ข้อเสนอแนะ เพื่อการปรับปรุงการให้บริการผ่านช่องทางต่างๆ เช่น Facebook เพื่อนำข้อคิดเห็นดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงบริการ	สมาคมศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ตาราง 3 (ต่อ)

ที่	ม. ยุทธศาสตร์นโยบาย/ วัตถุประสงค์	โครงสร้างหน่วยงาน	การบริการ/ช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์ โครงการ/กิจกรรม	องค์การหน่วยที่เกี่ยวข้อง
			- จัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาความรู้และประสบการณ์ให้กับเก่า โดยจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ 1. โครงการสำรวจความต้องการพัฒนาความรู้และประสบการณ์ของศิษย์เก่า โดยดำเนินการ เก็บข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม 2554 – มกราคม 2555 และรายงานผลการสำรวจในเดือนมีนาคม 2555 จากผลการสำรวจพบว่า มีจำนวนศิษย์เก่าให้ความร่วมมือทำแบบสำรวจทั้งสิ้น 510 คน ส่วนใหญ่มีความต้องการพัฒนาความรู้และประสบการณ์ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมากที่สุด รองลงมา มีความต้องการพัฒนาความรู้และประสบการณ์ทางด้านวิชาชีพ และมีความต้องการพัฒนาความรู้และประสบการณ์ทั้งด้านการพัฒนาบุคลากรภายในองค์กร 2. โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสาร” โดยจัดขึ้นในวันที่ 21 เมษายน 2555 ณ ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ 301 และ 302 สำนักคอมพิวเตอร์ โดยมีศิษย์เก่าสนใจเข้าร่วมโครงการ จำนวนทั้งสิ้น 40 คน โดยแจ้งข่าวสารผ่านทาง e-mail SMS ของศิษย์เก่า (ส่วนของสมาคมฯ) - มีสิทธิพิเศษส่วนลดต่างๆ เช่น ครอบคลุมของสมาคม สมาชิกวารสารร้านอาหารที่พักที่เข้าร่วมกับสมาคม เป็นต้น ซึ่งเพิ่มเติมจากการสมัคร	เป็นสมาชิกสมาคมแล้ว

ตาราง 3 (ต่อ)

ที่	ม.	ยุทธศาสตร์/นโยบาย/ วัตถุประสงค์	โครงสร้างหน่วยงาน	การบริการ/ช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์	องค์กร/หน่วยที่เกี่ยวข้อง
11	สจล.			โครงการ/กิจกรรม - มีฐานข้อมูลศิษย์เก่าและมีเว็บไซต์ สำหรับเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ให้ศิษย์เก่า โดยบางคณะ และบางสาขาวิชา มีเฟรมบุ๊ก - มีการเปิดโอกาสให้ศิษย์เก่าได้มีส่วนร่วมในการปรับปรุงหลักสูตร และ เป็นวิทยากรให้ความรู้ เช่น เป็นกรรมการวิพากษ์หลักสูตร - คณะวิทยาศาสตร์ มีโครงการคืนสู่เหย้า 30 ปี เคมีฯ จะจอมเกล้า - ลาดกระบัง มีการสัมมนาเรื่อง เคมีลาดกระบังกับความพร้อมรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) คณะเทคโนโลยีการเกษตร - มีโครงการ การตลาดผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์ชุมชน, โครงการการออกแบบจัดสวนโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์และโปรแกรมสถาปัตย์กรรมศาสตร์ มีโครงการอบรมผลิตภาพยนตร์สำหรับบุคลากรภายนอก วิทยาลัยนานาชาติในเอเชีย โครงการศิษย์เก่าถึงศิษย์ปัจจุบัน (ส่วนของสมาคมฯ) - มีส่วนงานกิจกรรมหารายได้ กิจกรรมสมานึกสัมพันธ์ กิจกรรมเพื่อสังคม เช่น เปิดคอร์สเรียนภาษา จัดงานศิษย์เก่าเกียรติยศ จัดฟุตบอลสถาบัน การบริการเข้าสถานที่สมาคมฯ เป็นต้น	สมาคมศิษย์เก่าสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง และสมาคมในคณะต่างๆ

ที่มา: ระบุฐานข้อมูลด้านการประกันคุณภาพการศึกษา ระดับอุดมศึกษา (CHE QA Online System V.3), 2556

จากการศึกษาการดำเนินงานด้านศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐชั้นนำทั้ง 11 แห่ง สามารถทำให้ผู้วิจัยเห็นการให้ความสำคัญ ความชัดเจน ตั้งแต่การกำหนดยุทธศาสตร์นโยบาย การบริหารงานโดยการกำกับดูแลตั้งแต่ระดับรองอธิการบดี ผู้ช่วยอธิการบดี จนกระทั่งการกำหนดโครงสร้างลักษณะของหน่วยงานรับผิดชอบ จำนวนบุคลากรที่มีภาระหน้าที่รับผิดชอบ ช่องทางการสื่อสาร การจัดโครงการ/กิจกรรม ความประสานร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยกับสมาคม/ชมรมศิษย์เก่า ซึ่งจะเป็นฐานคิดที่สำคัญในการพิจารณาเลือกมหาวิทยาลัยในการศึกษาค้นคว้า เพื่อให้เห็นถึงความสำเร็จในแนวทางการจัดการการสื่อสาร การสร้างความผูกพันกับศิษย์เก่า จนเป็นแนวปฏิบัติที่ดีได้ตามเจตนารมณ์และประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐนี้เป็นงานวิจัยที่ดำเนินการศึกษาความผูกพันของบุคคลที่มีความเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นๆ มาแล้วและยังมีความเป็นสมาชิกตลอดไป โดยที่บุคคลเหล่านั้นมิได้ปฏิบัติหน้าที่หรือทำงานให้กับมหาวิทยาลัยตลอดเวลา หรือได้ค่าตอบแทนเป็นเงินแต่อย่างใด เป็นการศึกษาความผูกพันเชิงทัศนคติ ความรู้สึก พฤติกรรมที่แสดงออกถึงความเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงกับสถาบันอันเป็นที่รักภาคภูมิใจที่เคยศึกษาเล่าเรียนมา อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยขอเสนองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยลำดับการนำเสนอจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการจัดการการสื่อสาร ด้านศิษย์เก่า และด้านความผูกพันต่อองค์กร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการจัดการการสื่อสาร

สุรพงษ์ ไชยชนะเสถียร (2550) ศึกษาการจัดการทางการสื่อสารในสถาบันทางการศึกษา ทำการศึกษากรณีตัวอย่างที่คณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาล โดยให้ความเห็นว่าสถาบันอุดมศึกษามีพฤติกรรมในการบริหารจัดการเฉพาะตัวแม้ว่าจะอยู่ภายใต้ระบบราชการก็ตาม ทั้งนี้ได้ทำการศึกษาผ่านมุมมองของผู้บริหารระดับสูงและการวิจัยเชิงสำรวจกับบุคลากรในระดับต่ำกว่าผู้บริหาร พบว่า พฤติกรรมการจัดการการสื่อสารของผู้บริหารระดับสูงมีบทบาทสำคัญต่อการบริหาร นโยบายและการพัฒนาสถาบันทั้งในด้านการปฏิรูปโครงสร้าง คุณภาพในการบริหารงาน การจัดการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และการระดมเงินทุนและเงินบริจาค ที่แสดงออกมาทั้งในรูปแบบการสื่อสารของผู้บริหาร ลักษณะการใช้สัญลักษณ์ ช่องทางของข่าวสาร ปริมาณข่าวสาร และผลลัพธ์ของการบริหารจัดการ เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้บริหารยังให้ความสำคัญกับการสื่อสารอยู่หลายประเภท แต่ให้ความสนใจเป็นพิเศษกับการสื่อสารสองทางในลักษณะการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เช่น การจัดประชุมตามวาระ การประชุมหัวหน้างาน ซึ่งอาจใช้

เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมาช่วยเสริมด้วย อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์องค์กรที่สังคมภายนอกสามารถรับรู้ได้ อีกประการหนึ่งคือผู้บริหารในองค์กรสามารถกำหนดและเข้าใจ SWOT ขององค์กรไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสามารถวางแผนพัฒนาปรับปรุงแก้ไขได้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ตลอดจนปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีมากขึ้น

ประเด็นที่น่าสนใจของสุรพงษ์ โสธนะเสถียร คือ การเข้าใจในพฤติกรรมการบริหารจัดการของสถาบันอุดมศึกษา การศึกษาทั้งผู้บริหารด้วยการศึกษามุมมอง การศึกษานุเคราะห์ที่ต่ำกว่าผู้บริหารด้วยการสำรวจ จนได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการบริหารจัดการองค์กรด้วยการจัดการทางการสื่อสาร เป็นแนวทางในการหาคำตอบจากกลุ่มตัวอย่างของผู้วิจัยต่อไป

ดลฤทัย พงศ์อัศววานิช (2553) ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการการสื่อสารความรับผิดชอบ ต่อสังคม : กรณีศึกษา โครงการ CAT DNA มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงการฯ และการจัดการการสื่อสารภายในโครงการฯ โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เน้นคำถามปลายเปิดลักษณะกึ่งโครงสร้าง กับผู้บริหาร ระดับหัวหน้าสายงานและระดับเจ้าหน้าที่ ซึ่งผลการศึกษาที่เกี่ยวกับการจัดการการสื่อสาร พบว่า การจัดการการสื่อสารภายในนั้นเป็นการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นไปตามสายงานบังคับบัญชา และลำดับขั้นตอนการสั่งการ เครื่องมือที่ใช้คือสื่อ ทั้งสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ควบคู่กับจัดกิจกรรมตามความเหมาะสม ทั้งนี้ ปัญหาอุปสรรคในการจัดการการสื่อสาร ได้แก่ งบประมาณ วัฒนธรรมองค์กร และระบบการทำงาน และพฤติกรรมที่เปิดรับสารของพนักงาน

งานการศึกษาของดลฤทัย พงศ์อัศววานิช ถึงแม้จะเป็นการศึกษาการจัดการการสื่อสารในกรณีศึกษาเพียงโครงการหนึ่ง แต่สะท้อนให้ผู้วิจัยเห็นถึงปัจจัยพื้นฐานเบื้องต้นของการจัดการการสื่อสารภายในองค์กร ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้อย่างแน่นอนในส่วนของผู้บริหารมหาวิทยาลัยกับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับงานด้านศิษย์เก่า อีกทั้งน่าสนใจในประเด็นปัญหาอุปสรรคในการจัดการการสื่อสารที่อาจพบในลักษณะเดียวกัน จึงเป็นแนวทางในการเจาะลึกสำหรับการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ด้วย

ลภัสนันท์ จิระพุดนิพัฒน์ (2551) ทำการศึกษาเรื่อง ศึกษาการจัดการการสื่อสารของ ชุมพร คาบานารีสปอร์ต และศูนย์กีฬาต้านน้ำ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรของผู้บริหารฯ เพื่อดำเนินกิจการอย่างยั่งยืน และเพื่อศึกษาปัญหาในการจัดการการสื่อสารขององค์กร รวมถึงแนวทางแก้ไข พบว่า การสื่อสารภายในองค์กรเน้นการใช้สื่อบุคคลและการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face to face Communication) โดยผู้บริหารมัก

สื่อสารผ่านการประชุม ซึ่งถือว่านอกจากคำพูดแล้วยังปฏิบัติให้ดูเป็นตัวอย่าง เกิดความซึมซับทำตาม นอกจากนั้น ผู้บริหารยังกำหนดตนเองเป็นเสมือนเพื่อนร่วมงานกับพนักงานเพียงแต่มีความเป็นผู้นำมากกว่า ด้านการสื่อสารภายนอกพบว่า การสื่อสารกับชาวบ้านก็ใช้การสื่อสารผ่านสื่อบุคคล ผู้บริหารเข้าร่วมมือกับกระทรวงเกษตรฯ (บุคคลที่สาม) ที่ชาวบ้านรู้จักและมีความไว้วางใจ ในการเข้าหาชาวบ้าน ด้วยความจริงใจ ความสม่ำเสมอ ความเหมาะสม โดยเฉพาะการเปิดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการเกษตรธรรมชาติ และเศรษฐกิจพอเพียงโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ทำให้การสื่อสารระหว่างองค์การกับชาวบ้านประสบความสำเร็จ จนเกิดเป็นเครือข่ายซึ่งนับเป็นประโยชน์กับทั้งสองฝ่าย นอกจากนี้ผู้บริหารยังมีการสื่อสารผ่านสื่ออื่นๆ เช่น การออกบูธ การ Road Show การสื่อสารผ่านเว็บไซต์ขององค์การเอง หรือแม้กระทั่งการให้สัมภาษณ์รายการโทรทัศน์ ลงวารสารต่างๆ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเนื่องจากการติดต่อขอเข้าสัมภาษณ์เอง

งานวิจัยของลภัสนันท์ มีความโดดเด่นที่ศึกษาการจัดการการสื่อสารขององค์การทั้งภายในและภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้ที่เป็นการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างความผูกพันของศิษย์เก่า ที่มีความเกี่ยวข้องกับทั้งการสื่อสารภายในมหาวิทยาลัยเองระหว่างผู้บริหารกับบุคลากร ศิษย์ปัจจุบัน และการสื่อสารระหว่างมหาวิทยาลัยกับศิษย์เก่า และองค์การที่เกี่ยวข้องในลักษณะเครือข่าย นอกจากนั้นยังเห็นถึงวิธีการอันแยบยลในการเข้าถึงผู้ที่ต้องการสานสัมพันธ์ด้วยวิธีการเชื่อมโยงกับบุคคลที่สาม ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มพูนเครือข่ายศิษย์เก่าได้นัยหนึ่ง อีกทั้งยังเห็นวิธีการได้มาซึ่งพันธมิตรร่วมอุดมการณ์โดยการเสียสละตนเองในการเป็นผู้ให้ก่อน ก่อนจะเป็นผู้รับ และกลายเป็นผู้อยู่ร่วมกันอย่างพึ่งพาประโยชน์ด้วยกันทั้งสองฝ่าย ผู้วิจัยเห็นถึงแนวทางพัฒนาการสร้าง ความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยทั้งในลักษณะที่ดำเนินการกับศิษย์ปัจจุบันในวันนี้ จนกลายไปเป็นศิษย์เก่าในวันข้างหน้า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศิษย์เก่า

งานวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับศิษย์เก่า นั้น ส่วนใหญ่ผู้ที่สนใจจะทำการศึกษาเกี่ยวกับระบบฐานข้อมูล ระบบปฏิบัติการจัดการศิษย์เก่า ความพึงพอใจและความคาดหวังของศิษย์เก่า แต่ด้านความสัมพันธ์นั้น ได้พบว่ามีผู้ที่ทำการศึกษาไปนานมากเพียง 1 งานวิจัย

สมสวาท เจริญฤทธิ์ (2522) ศึกษาเรื่อง สัมพันธภาพระหว่างศิษย์เก่ากับมหาวิทยาลัย ศรีนคริทรวิโรฒ ประสานมิตร มีวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวของน่าสนใจจากการศึกษาคือ เพื่อศึกษาทัศนคติของศิษย์เก่าที่มีต่อปัญหาและแนวทางส่งเสริมสัมพันธภาพระหว่างศิษย์เก่ากับมหาวิทยาลัย พบว่าปัญหาของสัมพันธภาพระหว่างศิษย์เก่ากับมหาวิทยาลัย ส่วนใหญ่เป็นเพราะมหาวิทยาลัยไม่สนใจและไม่เห็นความสำคัญของศิษย์เก่า ซึ่งสมควรอย่างยิ่งที่จะแก้ไขปรับปรุงและดำเนินการ

ให้ศิษย์เก่ามีสัมพันธภาพที่มากขึ้น เช่น มีหน่วยงานให้กับศิษย์เก่า มีบริการให้กับศิษย์เก่า และมีความร่วมมือกับสมาคมศิษย์เก่า เป็นต้น

งานของสมสวท เป็นงานวิจัยที่ได้พยากรณ์แนวทางที่เกิดขึ้นจริงในปัจจุบันจากอดีตที่ทำการศึกษาไว้ ทำให้สนับสนุนอย่างยิ่งว่า ศิษย์เก่าย่อมมีทัศนคติต่อมหาวิทยาลัยได้ในทางที่ไม่ดีนัก หากถูกละเลยไม่ให้ความสำคัญจากมหาวิทยาลัย ยิ่งจะทำให้ความสัมพันธ์อันจะนำไปสู่ความผูกพันต่อไปในอนาคตไม่เข้มแข็ง

ไข่มุก รักชุมแก้ว (2545) ศึกษาเรื่อง บทบาทของศิษย์เก่าต่อการจัดดำเนินงานของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เพื่อศึกษาความคิดเห็นของศิษย์เก่าต่อการจัดดำเนินงานของมหาวิทยาลัยฯ ในทุกพันธกิจ โดยใช้แบบสอบถามศิษย์เก่า พบว่า ศิษย์เก่ามีความคิดเห็นต่อการจัดดำเนินงานของมหาวิทยาลัยฯ ในระดับสูง ซึ่งศิษย์เก่าที่เป็นสมาชิกในชมรมหรือองค์กรต่างๆ ในปัจจุบัน มีความเห็นต่อการจัดดำเนินงานของมหาวิทยาลัยฯ แตกต่างจากศิษย์เก่าที่ไม่เป็นสมาชิก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อีกทั้งยังพบว่าศิษย์เก่าที่เคยเข้าร่วมทำงานที่สโมสรนักศึกษาของมหาวิทยาลัยมีความคิดเห็นต่อการจัดดำเนินงานของมหาวิทยาลัยฯ ไม่แตกต่างจากศิษย์เก่าที่ไม่เคยเข้าร่วม

ประเด็นที่น่าสนใจจากงานวิจัยนี้คือ บทบาทของศิษย์เก่า ซึ่งผู้วิจัยให้ความสำคัญกับศิษย์เก่าที่มีบทบาทหน้าที่ในสมาคมชมรมหรือองค์กรของศิษย์เก่าของแต่ละคณะสาขาวิชา ในแต่ละมหาวิทยาลัยที่จะทำการศึกษา ที่ได้รับการแต่งตั้งยอมรับอย่างเป็นทางการ ณ ปัจจุบันเป็นกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลด้วย ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยเบื้องต้นของไข่มุก ซึ่งไม่ได้เน้นบทบาทในอดีตของศิษย์เก่าที่อาจเคยมีตำแหน่งหน้าที่ในสโมสรชมรมต่างๆ มา แต่ก็เป็นประเด็นที่ควรศึกษาร่วมด้วย เพื่อการค้นพบที่แท้จริงของความผูกพันศิษย์เก่าในการศึกษาคั้งนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันองค์กร

การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร มีผู้ที่ได้ทำการศึกษาไว้อย่างมากมาย เกือบ 200 งานวิจัยจากฐานข้อมูลโครงการเครือข่ายห้องสมุดในประเทศไทย (ThaiLIS) แต่ทั้งหมดของงานวิจัยนั้น เป็นการศึกษาที่มุ่งไปยังความผูกพันของบุคคลหรือพนักงานที่ยังมีปฏิบัติงานหรือมีหน้าที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้นๆ โดยการได้รับค่าจ้าง ค่าตอบแทน เช่น การศึกษาความผูกพันองค์กรของครูในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาแห่งหนึ่ง ความผูกพันองค์กรของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ข้าราชการ ทหาร ตำรวจ ที่มีต่อองค์กรต้นสังกัดของตน หรือจะเป็นการศึกษาที่นำประเด็นอื่นๆ มาผนวกเช่น การนำหลักธรรมไปประยุกต์ใช้กับความผูกพันองค์กร คุณภาพชีวิต

แม้กระทั่งความพึงพอใจ เป็นต้น ก็เป็นที่ได้รับความสนใจในการศึกษา ผู้วิจัยจึงพยายามพิจารณา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสามารถต่อยอดทางความคิดให้การศึกษาได้

ลิขิต ลิ้แสงสุข (2537) ศึกษาเรื่อง ผู้บริหารกับความผูกพันต่อองค์การ กรณีศึกษาเฉพาะ ผู้บริหารระดับต้นของ ธ.ก.ส. เพื่อทราบถึงระดับความผูกพันของผู้บริหารต่อองค์การ และปัจจัย ต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อความผูกพันขององค์การ ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์การ และการทุ่มเทแรงกายแรงใจให้กับงาน พบว่า ผู้บริหารมีความผูกพันต่อองค์การในระดับสูงเป็น จำนวนมากที่สุด และไม่มีผู้บริหารที่มีความผูกพันต่อองค์การในระดับต่ำ ไม่พบว่าลักษณะส่วนบุคคลข้อใดมีความสัมพันธ์กับความผูกพันขององค์การ ปัจจัยลักษณะงาน พบว่า เฉพาะโอกาส ก้าวหน้าในงานเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การ ส่วนการทุ่มเทแรงกายแรงใจ ให้กับงานไม่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์การ

งานของลิขิตมีความน่าสนใจในประเด็นของการศึกษาความผูกพันจากตัวผู้บริหาร องค์การ แต่เป็นการศึกษาผู้บริหารในระดับต้น สิ่งที่พบคือสัญญาณที่ดีขององค์การที่มีผู้บริหารมี ความผูกพันต่อองค์การเป็นจำนวนมากที่สุด และไม่มีผู้บริหารคนใดเลยที่มีความผูกพันในระดับต่ำ และปัจจัยลักษณะงานเฉพาะโอกาสก้าวหน้าในงานที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันขององค์การ เป็นสิ่งที่แสดงว่าผู้บริหารระดับต้นได้ให้ความผูกพันกับองค์การเพื่อการมีโอกาสด้านการ แสดง ศักยภาพของตนอย่างเต็มความสามารถ ซึ่งเป็นพฤติกรรมหนึ่งที่แสดงออกถึงความผูกพันด้าน ความรู้สึก ที่ต้องการจะทำงานในองค์กรต่อไป ซึ่งการศึกษาความผูกพันคิษย์เก่านี้ ผู้วิจัยได้ เล็งเห็นถึงการเห็นมุมมองจากผู้บริหารมหาวิทยาลัยในระดับสูง หรือระดับที่กำหนดนโยบาย ซึ่งอาจแสดงพฤติกรรมหรือการกระทำที่สอดคล้องกับรูปแบบความผูกพันด้านใดด้านหนึ่งก็เป็นได้ และอาจเป็นตัวอย่างการแสดงความผูกพันต่อมหาวิทยาลัยให้กับคิษย์เก่าซึ่งคือกลุ่มเป้าหมาย สำคัญที่ผู้บริหารย่อมคาดหวังให้เกิดระดับความผูกพันที่เพิ่มขึ้นและยั่งยืนคู่กับสถาบัน

พชร อิมวิเศษ (2548) ศึกษาเรื่อง ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์การ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อความผูกพัน องค์การ ได้แก่ 6 ปัจจัยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือ คุณภาพชีวิตการทำงานด้านความมั่นคง คุณภาพชีวิตการทำงานด้านผลประโยชน์ตอบแทน แรงจูงใจในการทำงานด้านความคาดหวัง เกี่ยวกับการพัฒนาตนเอง แรงจูงใจในการทำงานด้านคุณค่าของผลงานเกี่ยวกับการพัฒนาตนเอง คุณภาพชีวิตการทำงานด้านการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน และคุณภาพชีวิตการทำงานด้าน ความสมดุลของชีวิตและการทำงาน ซึ่งผลวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์การ อันจะส่งผลต่อการผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพต่อไป

ประเด็นที่น่าสนใจจากงานของพร คือ คุณภาพชีวิตการทำงาน แรงจูงใจในการทำงาน มีผลต่อความผูกพันองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับระดับความต้องการของมาสโลว์ 5 ชั้น ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการทางกายภาพ เป็นความต้องการพื้นฐานทั่วไป ความต้องการความปลอดภัย คือ ความปรารถนาที่จะรอดพ้นจากอันตรายจากการทำงาน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของคุณภาพชีวิต ส่วนความต้องการความผูกพัน หมายถึงความต้องการความรักความเป็นสมาชิกของกลุ่ม ได้รับการยอมรับ รักใคร่ชอบพอกจากทั้งสังคมเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ความต้องการความนับถือตนเอง คือความปรารถนาที่จะได้รับความสำเร็จทั้งจากภายนอกที่ได้จากการได้รับความสนใจและการยอมรับจากสาธารณชน ถือเป็นส่วนสำคัญของแรงจูงใจในตนเอง ฉะนั้นในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องยึดปัจจัยเกี่ยวข้องนี้ที่มีผลต่อความผูกพันของศิษย์เก่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเก็บข้อมูลจากศิษย์ปัจจุบัน เพราะยังมีความเป็นบุคคลที่อาศัยในองค์กร ควรมีพื้นฐานความผูกพันที่ดีเพื่อระดับความผูกพันที่เพิ่มขึ้นเมื่อเป็นศิษย์เก่า

นิธิ บุญยฤทธานนท์ (2547) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่พยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานองค์กรเอกชน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอำนาจพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรของปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ค่านิยมในการทำงาน ลักษณะงาน และบรรยากาศในการทำงานขององค์กร พบว่า ทั้งสามปัจจัยมีอำนาจร่วมกันในการพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กร

งานวิจัยของนิธิ เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาครั้งนี้ ในประเด็นของปัจจัยแวดล้อมที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการสร้างความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัย ว่าสถาบันได้มีค่านิยมที่เป็นที่รับรู้และยอมรับจากศิษย์เก่าศิษย์ปัจจุบันเพียงใด ลักษณะงานที่ดำเนินการกับศิษย์เก่ามีลักษณะเน้นความสัมพันธ์ผ่านการสื่อสารหรือไม่และตอบสนองตามความต้องการของศิษย์เก่าด้วยอย่างไร รวมไปถึงบรรยากาศของการดำเนินงานศิษย์เก่าสัมพันธ์มีความเป็นมิตร รู้สึกได้เป็นส่วนหนึ่งหรือสามารถแสดงความเห็นได้อย่างกว้างขวางเพียงใด ซึ่งจะเป็นแนวทางที่ดีที่จะเสริมให้การศึกษา มีการมองที่รอบด้านมากขึ้น

สุวรรณี วิริยะ (2553) ทำการศึกษาเรื่อง ความผูกพันต่อองค์กร ของพนักงานมหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กร เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร และเสนอแนะแนวทางในการเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กร พบว่า ระดับความผูกพันอยู่ในระดับดีทุกด้าน ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลไม่มีผลต่อความผูกพัน ปัจจัยลักษณะงานที่ปฏิบัติและปัจจัยด้านทัศนคติในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับดี และพบว่าข้อเสนอแนะแนวทางในการเสริมสร้างความผูกพันนั้นคือการเพิ่มค่าตอบแทนให้เหมาะสมกับค่าครองชีพและเศรษฐกิจ ควรเปิดโอกาสให้นุตรของพนักงานเข้าศึกษาในโรงเรียน

สาริต รวมทั้งการปฏิบัติอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกันทั้งด้านจัดสวัสดิการ การประเมินผล การให้โอกาสและการรับฟังความเห็น

มีข้อค้นพบที่ควรให้ความสนใจ คือ แนวทางการเสริมสร้างความผูกพัน จะเห็นว่าการได้รับสิทธิพิเศษบางประการที่เกิดประโยชน์แก่ตนเองและครอบครัว เป็นแนวทางที่ดีแนวทางหนึ่งในการเสริมสร้างความผูกพัน ซึ่งสามารถประยุกต์สู่การให้โอกาสบุตรหลานในการเข้ารับการต่อในสถาบันที่ตนเองเป็นศิษย์เก่า (ลักษณะโควตา) เพื่อสร้างความผูกพันในลักษณะถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น นอกเหนือจากแนวทางการเสริมสร้างโดยทั่วไปที่เน้นความเท่าเทียมเสมอภาคและเปิดโอกาสรับฟังความเห็นจากสมาชิก

ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้างานวิจัยจากฐานข้อมูล Emerald insight เพื่อหางานวิจัยด้านศิษย์เก่าตั้งแต่ปี 2006 – 2012 พบว่า มีงานวิจัยที่ทำการศึกษาไว้ไม่มากนัก ดังต่อไปนี้

Amber L. Stephenson, David B. Yerger (2014) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Optimizing engagement: brand identification and alumni donation behaviors มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาผลกระทบของลักษณะเฉพาะของแบรนด์ (ศิษย์เก่า) ที่จะเชื่อมโยงกับพฤติกรรมการบริจาค ซึ่งศึกษาถึงช่องทางในการบริจาค มูลค่า และความถี่ในการร่วมบริจาค ซึ่งผลวิจัยชี้ให้เห็นว่าการที่ศิษย์เก่าจะมีพฤติกรรมในการบริจาคทางช่องทางใด มูลค่าเท่าไร หรือมีความถี่มากน้อยนั้นขึ้นอยู่กับความภาคภูมิใจ ศักดิ์ศรี และความสัมพันธ์อันดีระหว่างศิษย์เก่ากับกิจการนักศึกษา

Eric Kowalik (2011) ทำการศึกษาเรื่อง Engaging alumni and prospective students through social media. มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้สื่อทางสังคมเพื่อดึงดูดการมีส่วนร่วมของศิษย์เก่า ผ่านทางสื่อใหม่ เช่น การส่งข้อความแจ้งความเคลื่อนไหว ข่าวสารทางโทรศัพท์มือถือ การใช้ทวีตเตอร์ ไปจนกระทั่งการสร้างแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนที่สามารถเข้าถึงเหตุการณ์ต่างๆ ของศิษย์เก่าได้ ซึ่งมีผลที่ดีต่อการเข้าร่วมงานคืนสู่เหย้า หรือกิจกรรมของศิษย์เก่าด้วย

Carla Guevara, Scott Stewart (2011) ทำการศึกษาเรื่อง Do student evaluations match alumni expectations? มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาคุณค่าของศิษย์เก่าที่สำเร็จการศึกษาไปว่าได้รับความคุ้มค่าเป็นไปตามความคาดหวังของศิษย์เก่าหรือไม่ ซึ่งได้ทำการสำรวจศิษย์เก่าและสนทนากลุ่ม พบว่า การที่ได้งานตรงสายที่ได้รับการศึกษามา และการเจริญเติบโตในหน้าที่การงานของศิษย์เก่ามีผลต่อความรู้สึกคุ้มค่าที่เป็นไปตามความคาดหวัง ซึ่งมีผลมากกว่ากระบวนการเรียนการสอนในชั้นเรียน ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญที่ผู้สอนจะต้องสร้างโอกาสหรือเครื่องมือให้กับนักศึกษาในการได้พบกับประสบการณ์จริงในระหว่างชั้นเรียน เพื่อให้นักศึกษาเห็นความชัดเจนในสายงานการประกอบอาชีพ ยิ่งจะทำให้ศิษย์เก่ามีความพึงพอใจต่อสถาบันการศึกษามากขึ้น

Zenia Barnard, Chris Rensleigh (2008) ทำการศึกษาเรื่อง Investigating online community portals for enhanced alumni networking. กรณีศึกษา ณ University of Johannesburg เพื่อค้นคว้าหาแนวทางในการยกระดับเครือข่ายของศิษย์เก่าในชุมชนออนไลน์ เพื่อรักษาความสัมพันธ์ของเครือข่ายและภาคี พบว่า ชุมชนออนไลน์เป็นเครื่องมือที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพให้กับบุคลากรทางการศึกษาได้ ซึ่งต้องทำการศึกษาข้อมูลเชิงลึกจากศิษย์เก่าในด้านความต้องการและพฤติกรรม

นอกจากนั้น ผู้วิจัยได้พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศิษย์เก่าจากวารสารอิเล็กทรอนิกส์จากฐานข้อมูล Springer Science+Business Media, LLC 2009 ซึ่ง David J. Weerts, Alberto F. Carbrera, Thomas Sanford (2008) ทำการศึกษา เรื่อง Beyond Giving: Political Advocacy and Volunteer Behaviors of Public University Alumni. พบว่า มหาวิทยาลัยให้ความสำคัญกับพลังของศิษย์เก่าที่สามารถจะเข้ามาทดแทนการสนับสนุนของรัฐ ซึ่งจะมีพฤติกรรมจากทั้งนักการเมืองที่เข้ามาในลักษณะของผลประโยชน์ทางด้านการเมือง แต่พฤติกรรมของศิษย์เก่าที่เป็นอาสาสมัครจะเข้ามาช่วยเหลือในลักษณะกิจการนักศึกษา เช่น การให้คำปรึกษา การรับสมัครนักศึกษา การเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษ เป็นต้น

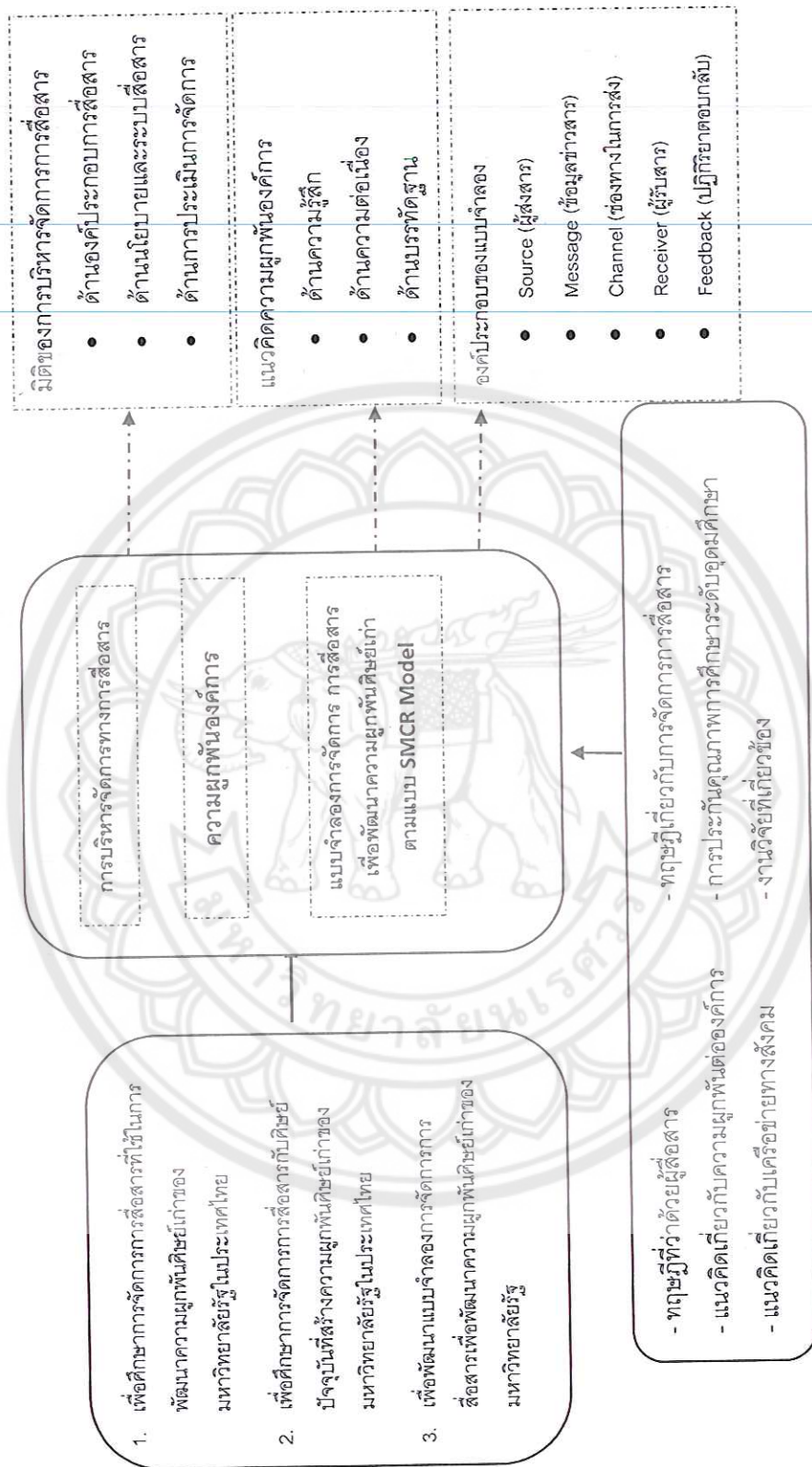
ผู้วิจัยได้พบงานวิจัยจาก Journal of Marketing Theory and Practice ซึ่ง Robert Heckman and Audrey Guskey (1998) ได้ทำการศึกษา The Relationship between Alumni and University: Toward a Theory of Discretionary Collaborative Behavior พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างศิษย์เก่ากับมหาวิทยาลัยนั้น ถึงแม้ว่าศิษย์เก่าจะสำเร็จการศึกษาไปแล้วก็ตามแต่มหาวิทยาลัยก็ยังต้องใช้ความสัมพันธ์กับศิษย์เก่าทั้งในเชิงการรับบริจาคหรือการสนับสนุนในแนวทางต่างๆ ซึ่งการตัดสินใจที่จะร่วมแรงร่วมใจของศิษย์เก่าต่อมหาวิทยาลัยนั้น จะเกิดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์ หรือทำไปเพราะสิ่งทีนอกเหนือข้อกำหนดต่างๆ ก็ตาม แต่สาเหตุที่ทำให้ศิษย์เก่ามีความคิดที่จะร่วมแรงร่วมใจกับมหาวิทยาลัยนั้นคือ ความพึงพอใจต่อการแสดงออก พันธะผูกพันกับมหาวิทยาลัย และคุณลักษณะส่วนตัวของศิษย์เก่าแต่ละคน

จากวิจัยที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น พบว่า งานวิจัยในไทยและต่างประเทศนั้นมีการศึกษาเกี่ยวกับศิษย์เก่า ในมิติของความต้องการ ความสัมพันธ์ และพฤติกรรม ซึ่งอาจมีการผสมผสานนำสื่อใหม่เข้ามาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรักษาความสัมพันธ์ไว้ให้ดีกว่าเดิม ผู้วิจัยพบว่าเป็นแนวทางที่ดีที่จะทำการศึกษากการสร้างและพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่ากับสถาบัน โดยมองในมุมของการจัดการการสื่อสาร เพื่อเสริมให้องค์ความรู้หรือวิธีการในการจัดการด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ มีความสมบูรณ์และเป็นประโยชน์แก่ทั้งสถาบันและศิษย์เก่า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งด้านการจัดการการสื่อสาร ด้านศิษย์เก่า และด้านความผูกพันที่ผู้วิจัยได้นำเสนอไปข้างต้นนั้น เป็นแนวทางที่ดีในการเสนอกรอบแนวคิดเพื่อศึกษาวิจัยให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และคำถามการวิจัยที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งเป็นความท้าทายในการนำร่องการศึกษาเพื่อสร้างความผูกพันศิษย์เก่าโดยการผนวกการสื่อสารเข้ามาเป็นกระบวนการสำคัญ และมุ่งหวังที่จะให้มหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทยที่มีการดำเนินงานด้านศิษย์เก่ามาในระยะเวลาหนึ่งแล้ว ได้พัฒนาเป็นแนวปฏิบัติที่ดีสามารถเป็นแบบอย่างให้สถาบันอุดมศึกษาอื่นๆ ที่ต้องรับการประเมินคุณภาพการศึกษาทั้งจาก สกอ. และ สมศ. ในอนาคตมีเกณฑ์คะแนนอันจะเป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่บ่งบอกคุณภาพของมหาวิทยาลัยในด้านหนึ่งของการความสำเร็จในการผลิตบัณฑิตที่กลับทำประโยชน์ให้กับสถาบันเดิม และการให้บริการกับศิษย์เก่า



กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 4 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย (The State-of-the-Art Communication Management for Developing Alumni's Engagement in Public Universities of Thailand) เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และใช้การวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อเก็บข้อมูลมาย้ายันผลการศึกษา

ผู้วิจัย ทำการศึกษาด้วยวิธีการดังกล่าวข้างต้น เพื่อให้เห็นมุมมอง ทิศทางความคิด และแนวโน้มในระดับนโยบายของผู้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ ในระดับผู้บริหารมหาวิทยาลัย จึงใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก ควบคู่กับการออกแบบคำถามเพื่อใช้ในการทำสนทนากลุ่มกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานด้านศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัย และศิษย์เก่า เพื่อเห็นกระบวนการแลกเปลี่ยนความเห็นทั้งที่เป็นความเห็นร่วม ความเห็นต่าง พร้อมแนวทางในการเสริมสร้างความผูกพันทั้งจากมุมมองของผู้ปฏิบัติและผู้ได้รับการปฏิบัติ อีกทั้งเพื่อให้เห็นแนวโน้มของการสร้างความผูกพันศิษย์เก่าที่ดีในอนาคต การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากศิษย์ปัจจุบัน สะท้อนความต้องการจากผู้ที่กำลังจะกลายเป็นศิษย์เก่าในอนาคตจากทัศนะของผู้ที่กำลังมีประสบการณ์จากการเรียน การดำรงชีวิต การทำกิจกรรม มีความรู้สึกความสัมพันธ์กับสถาบัน และมีความเป็นสมาชิกภาพอย่างเต็มตัวแบบที่ยังอยู่ในพื้นที่ โดยมีกรอบแนวคิดทฤษฎีด้านการจัดการการสื่อสารเป็นแกนหลักในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยเลือกผู้ให้ข้อมูล (Informants) ตามวัตถุประสงค์แบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในส่วนของผู้บริหารมหาวิทยาลัย หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายดูแลรับผิดชอบในระดับบริหารด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่บุคลากรที่ดำเนินงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ ทั้งจากส่วนกลาง และคณะ/สาขาวิชาศิษย์เก่าที่มีบทบาทเป็นคณะกรรมการในกิจการของศิษย์เก่าทั้งจากส่วนกลาง และคณะ/สาขาวิชาและศิษย์เการุ่นใหม่ (Young Alumni) ผู้ที่เพิ่งสำเร็จการศึกษา มีอายุไม่เกิน 35 ปี มีความสำเร็จในอาชีพการงาน และได้เข้าร่วมกิจกรรมสานสัมพันธ์ต่างๆ ของกลุ่มศิษย์เก่า

การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูล (Informants) โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กับผู้บริหารมหาวิทยาลัย หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายดูแลรับผิดชอบในระดับบริหารด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) จำนวน 5 มหาวิทยาลัย ที่มีความโดดเด่นชัดเจนด้านการดำเนินงานศิษย์เก่า ที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนตั้งแต่ระดับนโยบาย โครงสร้างหน่วยงาน การสนับสนุน การจัดกิจกรรม การเปิดโอกาสในการมีส่วนร่วมต่างๆ สำหรับผู้ให้ข้อมูลที่เป็นเจ้าหน้าที่บุคลากรที่ดำเนินงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ ทั้งจากส่วนกลาง และคณะ/สาขาวิชา และจากศิษย์เก่า ผู้วิจัยใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ผู้ให้ข้อมูล ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบไปด้วย

1. ผู้บริหารมหาวิทยาลัย หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายดูแลรับผิดชอบในระดับบริหารด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ (ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก)
2. เจ้าหน้าที่บุคลากรที่ดำเนินงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ ทั้งจากส่วนกลางและคณะ/สาขาวิชา (ใช้การสนทนากลุ่ม)
3. ศิษย์เก่า ที่มีบทบาทเป็นคณะกรรมการในกิจการของศิษย์เก่าทั้งจากส่วนกลางและคณะ/สาขาวิชา (ใช้การสนทนากลุ่ม)
4. ศิษย์เก่ารุ่นใหม่ (Young Alumni) ผู้ที่เพิ่งสำเร็จการศึกษา มีอายุไม่เกิน 35 ปี มีความสำเร็จในอาชีพการงาน และได้เข้าร่วมกิจกรรมสานสัมพันธ์ต่างๆ ของกลุ่มศิษย์เก่า (ใช้การสนทนากลุ่ม)
5. สำหรับการวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากศิษย์ปัจจุบัน จำนวน 5 มหาวิทยาลัยๆ ละ 100 คน ด้วยวิธีวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

จากการพิจารณาข้อมูลประกอบการเลือกมหาวิทยาลัยเพื่อใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จำนวน 5 มหาวิทยาลัย ตามเกณฑ์พิจารณาร่วม ได้แก่ 1) มีการกำหนดยุทธศาสตร์นโยบายหรือวัตถุประสงค์ของการบริหารงานด้านศิษย์เก่าอย่างชัดเจน 2) มีโครงสร้างหน่วยงาน/สายบังคับบัญชาชัดเจน ที่ไม่เกี่ยวกับการดำเนินงานของสมาคมหรือชมรมศิษย์เก่า 3) มีโครงการ/กิจกรรมการบริการ/ช่องทางการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ที่ปรากฏให้เห็นเป็นรูปธรรมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งตามที่ได้กล่าวข้างต้นนั้น ผู้วิจัยจึงได้มหาวิทยาลัยที่จะเป็นผู้ให้ข้อมูลและเป็นกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นมหาวิทยาลัยที่มีความโดดเด่น ความยาวนาน ความชัดเจนและให้ความสำคัญกับกิจการของนิสิตเก่าสัมพันธ์มาโดยตลอด กำหนดวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานของศูนย์พัฒนกิจและศิษย์เก่าสัมพันธ์แห่งจุฬาลงกรณ์ ไว้อย่างครอบคลุม เห็นพัฒนาการและการปรับโครงสร้างการบริหารใหม่เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงจากเดิม

2. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นมหาวิทยาลัยที่นักศึกษาเก่ามีความสัมพันธ์ที่ดีกับคณะ และให้การสนับสนุนทรัพยากรเพื่อการศึกษาในระดับคณะอย่างต่อเนื่องอีกทั้งมหาวิทยาลัย มีการขับเคลื่อนเรื่องศิษย์เก่าอย่างชัดเจนทั้งในการบริหารที่มีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่เน้น การมีส่วนร่วมในทุกระดับ มีหน่วยงานรับผิดชอบคือ ศูนย์นักศึกษาเก่าสัมพันธ์

3. มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นมหาวิทยาลัยที่มีการให้ความสำคัญอย่างสูงเห็นได้จากการ กำหนดเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งในการบริหารมหาวิทยาลัย (ยุทธศาสตร์ที่ 8 ด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ที่ดี) ปรากฏทั้งในรูปแบบการบริหารและการจัดกิจกรรม ช่องทางการระดมความช่วยเหลือจากศิษย์เก่า

4. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เป็นมหาวิทยาลัยที่มีการกำหนดให้ ศิษย์เก่าเป็นทรัพยากรที่มีค่าขององค์การไว้ในส่วนหนึ่งของวิสัยทัศน์ 5 มุ่ง เปิดโอกาสการมีส่วนร่วมของผู้แทนศิษย์เก่าในระดับการกำหนดแนวนโยบาย และการจัดกิจกรรมศิษย์เก่าตามภูมิภาค ต่างๆ ทั่วประเทศ (มดเยี่ยมมด)

5. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เป็นมหาวิทยาลัยที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม ของผู้แทนสมาคมศิษย์เก่า/ผู้แทนชมรมศิษย์เก่าคณะต่างๆ โดยเปิดโอกาสให้เข้าร่วมแสดง ความเห็น/ให้ข้อเสนอแนะ อาทิการทำ SWOT Analysis การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัฒนธรรม และค่านิยม และการรับฟังความคิดเห็นต่อ (ร่าง) แผนยุทธศาสตร์ มีช่องทางการสื่อสารที่ หลากหลาย และจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาความรู้และประสบการณ์ให้ศิษย์เก่า

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บข้อมูลจากการรวบรวมเอกสาร ซึ่งผู้วิจัยทำการค้นคว้าหาข้อมูลจากแหล่ง ต่างๆ เพื่อค้นหาความเชื่อมโยงของความรู้ในประเด็นการจัดการการสื่อสาร การดำเนินงานด้าน ศิษย์เก่า และการสร้างความผูกพันต่อองค์การ ทั้งจากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ หนังสือตำรา เอกสารงาน เขียนทางวิชาการ เอกสารการประชุม บทความทางวิชาการ คู่มือหลักเกณฑ์การประกันคุณภาพ การศึกษา รายงานยุทธศาสตร์การบริหารงานของมหาวิทยาลัย รายงานประจำปี วิทยานิพนธ์และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เว็บไซต์ต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งของมหาวิทยาลัย สมาคม ชมรมศิษย์เก่า ฐานข้อมูลงานวิจัย ThaiLIS ระบบฐานข้อมูลด้านการประกันคุณภาพการศึกษา ระดับอุดมศึกษา (CHE QA Online System V.3) ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งที่สามารถเข้าถึงข้อมูลที่เปิดเผยสู่

สาธารณะของทุกมหาวิทยาลัยที่เป็นข้อมูลสำคัญในการคัดเลือกมหาวิทยาลัยสำหรับเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

2. ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (In-depth Interviews) กับผู้บริหารมหาวิทยาลัย หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายดูแลรับผิดชอบในระดับบริหารด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ ซึ่งจะใช้การสัมภาษณ์โดยเน้นไปยังการหาคำตอบของการบริหารจัดการทางการสื่อสารในด้านนโยบายและระบบการสื่อสาร กับด้านการประเมินการจัดการ ซึ่งจะมี ยุทธศาสตร์ การกระบวนกรบริหาร การจัดการ เป้าหมาย แนวทางการปรับปรุง ซึ่งจะเป็นประเด็นที่ผู้บริหารมีความเกี่ยวข้องโดยตรง ในเบื้องต้นสำหรับการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างความผูกพัน

ตาราง 4 แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก

ข้อ	คำถาม	ความสอดคล้อง
1	ท่านมีประเด็นน่าสนใจจากการ SWOT ความผูกพันของศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัย อย่างไร	ด้านการประเมินการจัดการ
2	ท่านให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้บริหาร บุคลากรในมหาวิทยาลัย ศิษย์เก่า ศิษย์ปัจจุบัน หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการสร้างความผูกพันของศิษย์เก่าให้เกิดขึ้นกับมหาวิทยาลัยอย่างไร	ด้านการประเมินการจัดการ
3	ท่านคิดว่าความสำเร็จของการสร้างความผูกพันศิษย์เก่ากับมหาวิทยาลัย ที่เป็นรูปธรรมคือสิ่งใด	ด้านการประเมินการจัดการ
4	ท่านมีเทคนิควิธีการ ลักษณะการทำงานกับผู้ได้บังคับบัญชา และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างไร ในเรื่องการสร้างความผูกพันศิษย์เก่า	ด้านการประเมินการจัดการ
5	ท่านมีกรอบยุทธศาสตร์การบริหารมหาวิทยาลัย ที่ครอบคลุมถึงการบริหาร การจัดการ นโยบาย กลยุทธ์ และการมีส่วนร่วมของศิษย์เก่าอย่างไร	ด้านนโยบายและระบบการสื่อสาร
6	ท่านมีแนวคิดในการเสริมสร้างความผูกพันของศิษย์เก่าต่อมหาวิทยาลัยในอนาคตอย่างไร ทั้งในประเด็นที่ดำเนินการแล้ว และต้องการให้เกิดความต่อเนื่อง และประเด็นความคิดในอุดมคติ (สามารถอธิบายเป็นเป้าหมายระยะสั้น ระยะยาวได้)	ด้านการประเมินการจัดการ

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อ	คำถาม	ความสอดคล้อง
7	ท่านมีแนวคิดในการจัดการการสื่อสารกับศิษย์ปัจจุบันเพื่อสร้างความผูกพันกับมหาวิทยาลัยตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 จนปีการศึกษาสุดท้ายอย่างไร	ด้านการประเมินการจัดการ
8	ท่านคิดว่ามหาวิทยาลัยมีวัฒนธรรมองค์กรใดหรือไม่ ที่ปรากฏชัดเจนถึงพลังของศิษย์เก่า ความผูกพันศิษย์เก่า หรือการมีส่วนร่วมของศิษย์เก่า	ด้านองค์ประกอบการสื่อสาร
9	ท่านนิยมการสื่อสารกับศิษย์เก่าในระดับกลุ่มย่อยหรือกลุ่มใหญ่ เพราะเหตุใด	ด้านองค์ประกอบการสื่อสาร
10	ท่านคิดว่าวิธีการสื่อสารใดที่สามารถเข้าถึงใจของศิษย์เก่าได้มากที่สุด	ด้านองค์ประกอบการสื่อสาร
11	ในฐานะผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ต้องจัดการเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสร้างความผูกพันศิษย์เก่า ท่านคิดว่าจะดำเนินการในเรื่องใดก่อนเป็นอันดับต้นๆ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร	โดยภาพรวม

3. ใช้แบบสนทนากลุ่ม ในการเก็บข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับเจ้าหน้าที่บุคลากรที่ดำเนินงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ ทั้งจากส่วนกลางและคณะ/สาขาวิชา ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ภายในมหาวิทยาลัย โดยกำหนดคนร่วมสนทนาประมาณ 8-15 คน เพื่อให้ผู้วิจัยมองเห็นทัศนคติที่แตกต่างกัน มีการแสดงความคิดเห็นที่หลากหลาย อภิปรายกันอย่างกว้างขวาง โดยเน้นไปยังการหาคำตอบไปยังด้านองค์ประกอบการสื่อสาร ที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศ ระดับการสื่อสาร ภาษาและวิธีการ เป็นต้น นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังใช้แบบสนทนากลุ่มกับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่นอกมหาวิทยาลัยคือ ศิษย์เก่า ซึ่งแบ่งเป็นศิษย์เก่าที่มีบทบาทเป็นคณะกรรมการในกิจการของศิษย์เก่าทั้งจากส่วนกลางและคณะ/สาขาวิชา และศิษย์เก่ารุ่นใหม่ (Young Alumni) ผู้ที่เพิ่งสำเร็จการศึกษา มีอายุไม่เกิน 35 ปี มีความสำเร็จในอาชีพการงาน และได้เข้าร่วมกิจกรรมสานสัมพันธ์ต่างๆ ของกลุ่มศิษย์เก่า โดยเน้นทั้ง 3 ด้านในการบริหารจัดการทางการสื่อสาร แต่จะเลือกประเด็นย่อยเฉพาะที่เกี่ยวข้อง ซึ่งให้ความสำคัญในฐานะผู้รับสารและการมีปฏิริยาตอบกลับ (Feedback) ต่อมหาวิทยาลัย

ตาราง 5 แนวคำถามในการสนทนากลุ่ม (เจ้าหน้าที่บุคลากรที่ดำเนินงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ ทั้งจากส่วนกลางและคณะ/สาขาวิชา)

ข้อ	คำถาม	ความสอดคล้อง
1	ปัจจุบัน มหาวิทยาลัยมีการสร้างบรรยากาศที่เสริมสร้างความผูกพันศิษย์เก่า อย่างไรบ้าง	ด้านองค์ประกอบการสื่อสาร
2	มหาวิทยาลัยมีวัฒนธรรมองค์กรใดหรือไม่ ที่สื่อได้ชัดเจนถึงความผูกพันศิษย์เก่า	ด้านองค์ประกอบการสื่อสาร
3	มหาวิทยาลัยมีการสื่อสารภายใน และภายนอกเกี่ยวกับเรื่องความผูกพันศิษย์เก่าอย่างไร ในแต่ละระดับตั้งแต่ระดับบุคคล กลุ่มย่อย และสาธารณะ	ด้านองค์ประกอบการสื่อสาร
4	ภาษา วิธีการ ช่องทาง ที่ใช้ในการสื่อสารกับศิษย์เก่าเพื่อสร้างความผูกพัน มีลักษณะอย่างไร	ด้านองค์ประกอบการสื่อสาร
5	ท่านมีส่วนเกี่ยวข้องหรือดำเนินการในประเด็นที่สนับสนุนนโยบายด้านการสร้างความผูกพันศิษย์เก่า หรือไม่อย่างไร	ด้านนโยบายและระบบการสื่อสาร
6	ท่านคิดว่ากิจกรรมใด ที่สามารถสร้างเสริมให้ศิษย์เก่าเกิดความผูกพันกับมหาวิทยาลัยได้ดียิ่งขึ้น	ด้านนโยบายและระบบการสื่อสาร
7	สื่อใดที่ยังเกิดประโยชน์ต่อการสื่อสารกับศิษย์เก่า ที่เข้าถึงศิษย์เก่าและศิษย์เก่าเลือกรับสื่อนั้น	ด้านนโยบายและระบบการสื่อสาร
8	ปัจจุบันพบปัญหาอะไรบ้าง ที่เกี่ยวกับการสื่อสารกับศิษย์เก่า และได้ดำเนินการแก้ไขอย่างไร	ด้านการประเมินการจัดการ
9	ท่านมีความคิดในการเสริมสร้างความผูกพันของศิษย์เก่าต่อมหาวิทยาลัยในอนาคตอย่างไร ทั้งในประเด็นที่เคยทำ และคาดว่าจะทำในอนาคต	ด้านการประเมินการจัดการ
10	ท่านมีความคิดต่อการจัดการการสื่อสารกับศิษย์ปัจจุบันเพื่อสร้างความผูกพันกับมหาวิทยาลัยตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 จนปีการศึกษาสุดท้ายอย่างไร (โดยแบ่งเป็นชั้นปี)	ด้านการประเมินการจัดการ
11	ท่านคิดว่าศิษย์เก่ามีความผูกพันกับ มหาวิทยาลัยแบบใด เหตุใด จึงเป็นเช่นนั้น	(ตามทฤษฎีความผูกพันต่อองค์การ)
12	ท่านคิดว่าปัจจัยสำคัญใดที่ส่งผลต่อการแสดงออกในเชิงพฤติกรรมของความผูกพันศิษย์เก่ากับมหาวิทยาลัย	(ตามทฤษฎีความผูกพันต่อองค์การ)

ตาราง 6 แนวคำถามในการสนทนากลุ่ม (ศิษย์เก่าที่มีบทบาทเป็นคณะกรรมการในกิจการของศิษย์เก่าทั้งจากส่วนกลางและคณะ/สาขาวิชา และศิษย์เก่ารุ่นใหม่ (Young Alumni) ผู้ที่เพิ่งสำเร็จการศึกษา มีอายุไม่เกิน 35 ปี มีความสำเร็จในอาชีพการงาน และได้เข้าร่วมกิจกรรมสานสัมพันธ์ต่างๆ ของกลุ่มศิษย์เก่า)

ข้อ	คำถาม	ความสอดคล้อง
1	ท่านให้ความสำคัญต่อ "ความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัย" อย่างไร	คำถามนำสู่ประเด็นความผูกพัน
2	สิ่งใดที่มหาวิทยาลัยทำให้ท่านรู้สึกอยากกลับไปเยี่ยม อยากเข้า ร่วมกิจกรรม อยากมีส่วนร่วมกับการบริจาค หรือการช่วยเหลือ ต่างๆ	ด้านองค์ประกอบการสื่อสาร
3	ท่านยังประทับใจสิ่งใดเป็นพิเศษ ตั้งแต่สมัยเรียนจนถึงปัจจุบัน และประทับใจวัฒนธรรมประเพณีใดที่อาจเกิดขึ้นใหม่หลังจาก จบการศึกษามาแล้ว	ด้านนโยบายและระบบการสื่อสาร
4	ท่านรับรู้ความเคลื่อนไหวต่างๆ ของมหาวิทยาลัย ผ่านวิธีการ สื่อสาร รูปแบบวิธีการใดมากที่สุด และรองลงมาตามลำดับ	ด้านนโยบายและระบบการสื่อสาร
5	ท่านมีความพึงพอใจในการจัดการการสื่อสารกับศิษย์เก่าของ มหาวิทยาลัยหรือไม่ อย่างไรบ้าง	ด้านองค์ประกอบการสื่อสาร ด้านการประเมินการจัดการ
6	ท่านคิดว่า มหาวิทยาลัยควรเปิดโอกาสการมีส่วนร่วมของศิษย์เก่าในประเด็นใดบ้าง และควรมากน้อยเพียงใด	ด้านการประเมินการจัดการ
7	ท่านมีความเห็นต่อวิธีการเสริมสร้างความผูกพันศิษย์เก่า ใน ลักษณะศิษย์เก่ากับสถาบัน ศิษย์เก่ากับศิษย์ปัจจุบัน และศิษย์เก่ากับศิษย์เก่า อย่างไร (มองจากสถานการณ์ปัจจุบันและ คาดการณ์อนาคต)	ด้านการประเมินการจัดการ
8	ท่านมีความคิดต่อการจัดการการสื่อสารกับศิษย์ปัจจุบันเพื่อ สร้างความผูกพันกับมหาวิทยาลัยตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 จนปีการศึกษา สุดท้ายอย่างไร (โดยแบ่งเป็นชั้นปี)	ด้านการประเมินการจัดการ
9	ในฐานะที่เป็นศิษย์เก่าที่มีบทบาทเป็นคณะกรรมการฯ ท่านมี ความภาคภูมิใจในเรื่องใดเป็นพิเศษ และแสดงออกถึงความ ภาคภูมิใจนั้นอย่างไร ทั้งต่อตนเองและผู้อื่น	(ตามทฤษฎีความผูกพันต่อ องค์การ)
10	ท่านได้กลับมาทำประโยชน์ในสถาบันมหาวิทยาลัยด้วยวิธีการ ใดบ้าง และได้ชักชวนศิษย์เก่าท่านอื่นๆ หรือไม่ อย่างไร	(ตามทฤษฎีความผูกพันต่อ องค์การ)

4. การวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จากศิษย์ปัจจุบันของทั้ง 5 มหาวิทยาลัย จำนวน 500 ชุด โดยมุ่งศึกษาเพื่อนำผลจากการสอบถามในประเด็นที่เกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารและการสร้างให้ศิษย์ปัจจุบันเกิดความผูกพันต่อมหาวิทยาลัย มาย้ำอันผลการศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.1 โครงสร้างแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับความผูกพัน และการจัดการการสื่อสาร

4.1.1 ส่วนที่ 1 ความผูกพันด้านความรู้สึก มีข้อคำถาม ดังนี้

- 1) ท่านรู้สึกภูมิใจที่ได้ศึกษาในมหาวิทยาลัยแห่งนี้
- 2) ท่านรู้สึกถึงการเป็นสมาชิกของมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง
- 3) ท่านรู้สึกภูมิใจในชื่อเสียงเกียรติยศของมหาวิทยาลัยที่สั่งสมมา
- 4) ท่านสามารถปกป้องศักดิ์ศรีของมหาวิทยาลัยได้ หากมีใครกล่าวถึง

ในทางที่ไม่ดี

- 5) ท่านเชื่อมั่นในคุณภาพการจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย

4.1.2 ส่วนที่ 2 ความผูกพันต่อเนื่อง มีข้อคำถามดังนี้

- 1) ท่านทราบประวัติความเป็นมา และความภาคภูมิใจของมหาวิทยาลัย
- 2) ท่านรับรู้ข้อมูลความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัยอย่างสม่ำเสมอ
- 3) ท่านพอใจกับบริการและสวัสดิการต่างๆ ที่มหาวิทยาลัยจัดสรรให้
- 4) ท่านได้ช่วยเหลือมหาวิทยาลัยด้วยการอุทิศตนเพื่อสร้างชื่อเสียงและ

ประโยชน์ให้กับมหาวิทยาลัย

- 5) ท่านเต็มใจทุกครั้งที่มหาวิทยาลัยขอความช่วยเหลือจากท่าน
- 6) ท่านได้แสดงความเห็นหรือเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนา

มหาวิทยาลัยให้ดีขึ้น

- 7) ท่านได้เข้าร่วมกิจกรรมสำคัญๆ ของมหาวิทยาลัยเป็นประจำ เช่น

วันสถาปนา วันรับปริญญาบัตร เป็นต้น

4.1.3 ส่วนที่ 3 ความผูกพันในบรรทัดฐาน มีข้อคำถามดังนี้

- 1) ท่านปฏิบัติตามกฎระเบียบของมหาวิทยาลัยอย่างเคร่งครัด
- 2) ท่านรู้สึกสำนึกในบุญคุณที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของมหาวิทยาลัย
- 3) ท่านคิดว่าหากมีคนรู้จักหรือญาติมิตร จะแนะนำให้เข้ารับการศึกษา

ที่มหาวิทยาลัยนี้

4) ท่านคิดว่าจะศึกษาต่อ หรือเข้ารับการอบรมในหลักสูตรต่างๆ

ณ มหาวิทยาลัยนี้

4.1.4 ส่วนที่ 4 ความคาดหวังต่อความผูกพันในอนาคตเมื่อเป็นศิษย์เก่า
มีข้อคำถามดังนี้

1) ท่านเคยได้พบปะ สานสัมพันธ์ เข้าร่วมกิจกรรมกับศิษย์เก่าของ
มหาวิทยาลัย

2) ท่านคิดว่าท่านจะเป็นศิษย์เก่าที่มหาวิทยาลัยภาคภูมิใจในอนาคต
เกี่ยวกับความสำเร็จในอาชีพการงาน

3) หากท่านเป็นศิษย์เก่า ท่านจะกลับมาเยี่ยมเยียนมหาวิทยาลัยแห่งนี้อีก

4) หากท่านจบการศึกษาแล้ว ท่านจะกลับมาทำประโยชน์แก่มหาวิทยาลัย
ทั้งในด้านการพัฒนา วิชาการ แะแนววิชาชีพ หรือร่วมบริจาค

4.1.5 ส่วนที่ 5 การจัดการการสื่อสาร มีข้อคำถามดังนี้

1) ท่านรับทราบความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัยจากบุคคล สื่อ
สิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ หรือสื่อออนไลน์ ภายในมหาวิทยาลัยเป็นประจำ

2) ท่านรับรู้เรื่องราวข่าวสารของมหาวิทยาลัยจากคนภายนอกมหาวิทยาลัย
ก่อนเสมอ

3) ท่านทราบวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ นโยบายของมหาวิทยาลัยอย่าง
ชัดเจน

5) มหาวิทยาลัยของท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนโดยรอบ

6) มหาวิทยาลัยมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารกับท่านได้รวดเร็วจับใจใน

สถานการณ์เร่งด่วน

7) ข้อมูลข่าวสารที่มหาวิทยาลัยสื่อสารกับท่าน มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ

8) ท่านเคยร่วมประเมินผลการบริหารงานของมหาวิทยาลัยทั้งด้วย
ตนเอง หรือผ่านการเสนอแนะผ่านผู้นำนิสิตนักศึกษา บุคลากร อาจารย์

9) ท่านพึงพอใจกับการจัดการการสื่อสารโดยภาพรวมของมหาวิทยาลัย

4.1.6 ส่วนที่ 6 คำถามปลายเปิดและข้อเสนอแนะ มีข้อคำถามดังนี้

1) ท่านคิดว่าในแต่ละช่วงชั้นปีที่เข้ารับการศึกษาศิษย์เก่าควรเข้ามามีบทบาทในการจัดกิจกรรมให้กับศิษย์ปัจจุบันเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อย่างไร (แยกประเด็นการตอบตามจำนวนปีในหลักสูตรที่ท่านศึกษาโดยยกตัวอย่างเป็นชั้นปี ให้ใส่คำตอบตามความเห็นของท่าน)

2) ข้อเสนอแนะที่ท่านต้องการให้มหาวิทยาลัยดำเนินการเพื่อสร้างความผูกพันระหว่างท่านกับศิษย์เก่า และท่านกับมหาวิทยาลัย ทั้งในรูปแบบของช่องทางการสื่อสารและกิจกรรม

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบความเชื่อถือของข้อมูลเพื่อให้เกิดความถูกต้องแม่นยำด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) โดยการยืนยันข้อมูลที่ได้จาก 3 วิธีการจัดเก็บข้อมูลประกอบไปด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth Interviews) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และการรวบรวมเอกสาร

การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) นั้น ผู้วิจัยได้มีการนำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ของข้อคำถาม และหาค่า IOC โดยตั้งผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ เพื่อบอกความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์ อาจารย์ประจำภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร.อ.หญิง วชิรา พันธุ์ไพโรจน์ อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา ศรีพันธ์ อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารและพัฒนาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์

โดยมีข้อคำถามส่วนที่ 5 การจัดการการสื่อสาร ข้อที่ 8 ท่านพึงพอใจกับการจัดการการสื่อสารโดยภาพรวมของมหาวิทยาลัย ค่า IOC = 0.33 (ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้) จึงไม่นำข้อคำถามดังกล่าวไปใช้เก็บข้อมูลในแบบสอบถาม

จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทำการแจกแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด แล้วจึงนำมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นข้อคำถาม โดยใช้สูตรของวิธีสัมประสิทธิ์แบบอัลฟา (Alpha-Coefficient) ของ Combach's Alpha = 0.898 โดยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth Interviews) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้ข้อมูล (Key Informants) จากผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายดูแลรับผิดชอบในระดับบริหารด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ จากทั้ง 5 มหาวิทยาลัยนั้น ตามประเด็นคำถามที่ได้เสนอไว้ข้างต้น ผู้วิจัยจะขออนุญาตเพื่อสัมภาษณ์ด้วยตนเอง ตามวันเวลาและสถานที่ที่ผู้ให้ข้อมูลสะดวก หลังการติดต่อทราบตามด้วยหนังสือขออนุญาตที่ส่งถึงโดยตรง ซึ่งผู้วิจัยนำวิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งมาตรฐาน (Semi standardized Interviews) โดยมีแนวคำถามไว้เบื้องต้นจากแบบสัมภาษณ์ที่เตรียมมา แต่ในขณะทำการสัมภาษณ์ผู้วิจัยมีโอกาสดังกล่าวนอกเหนือจากแนวคำถามที่กำหนดไว้ หากประเด็นนั้นๆ มีความสนใจและเกี่ยวข้องกับการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างความผูกพันศิษย์เก่า ในขณะเดียวกันผู้วิจัยจะทำการจดบันทึก (Field note Taking) ประกอบกับการขออนุญาตบันทึกเสียงคำสัมภาษณ์ตลอดการเก็บข้อมูล เพื่อถอดเทปคำสัมภาษณ์อย่างละเอียด เพื่อความแม่นยำในข้อมูล และเพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

2. การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ภายในมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่บุคลากรที่ดำเนินงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ ทั้งจากส่วนกลางและคณะ/สาขาวิชาและกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ภายนอกมหาวิทยาลัยคือ ศิษย์เก่า ซึ่งแบ่งเป็นศิษย์เก่าที่มีบทบาทเป็นคณะกรรมการในกิจการของศิษย์เก่าทั้งจากส่วนกลางและคณะ/สาขาวิชา และศิษย์เก่ารุ่นใหม่ (Young Alumni) โดยกำหนดคนร่วมสนทนาประมาณ 8 – 15 คน ในแต่ละกลุ่ม แต่ละมหาวิทยาลัย กำหนดจัดทั้ง 5 มหาวิทยาลัยนั้น ตามประเด็นคำถามที่ได้เสนอไว้ข้างต้น ผู้วิจัยจะขออนุญาตเพื่อนำการสนทนาด้วยตนเอง ตามวันเวลาและสถานที่ที่ผู้ให้ข้อมูลสะดวก หลังการติดต่อทราบตามด้วยหนังสือขออนุญาตที่ส่งถึงโดยตรงทำการจดบันทึก (Field note Taking) ประกอบกับการขออนุญาตบันทึกเสียงคำสัมภาษณ์ตลอดการเก็บข้อมูล เพื่อถอดเทปคำสัมภาษณ์อย่างละเอียด เพื่อความแม่นยำในข้อมูล และเพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป เช่นเดียวกับการสัมภาษณ์เชิงลึก

3. การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กับศิษย์ปัจจุบัน จำนวน 500 ชุด (มหาวิทยาลัยละ 100 ชุด) ในการวิจัยเชิงสำรวจโดยมุ่งศึกษาเพื่อนำผลจากการสอบถามในประเด็นที่เกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารแบบองค์รวมที่เสริมสร้างให้ศิษย์ปัจจุบันรู้สึกผูกพันต่อมหาวิทยาลัย

ทั้งนี้ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยจะพิจารณาเรื่องการรักษาความลับของอาสาสมัครเป็นสำคัญ ตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยจะไม่มีการระบุชื่อบุคคลผู้ให้ข้อมูลเพื่อไม่ให้เกิดกรณีที่อาจเสี่ยงต่อการเสียชื่อเสียงของอาสาสมัครได้ โดยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะทำการบันทึกเทปและถอดเทปเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยจะเก็บรักษาไฟล์เทปบันทึกเสียงทั้งหมดในเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัวซึ่งใช้รหัส Log in ส่วนตัวในการเข้าถึงข้อมูล นอกจากนั้นยังเก็บรักษาเป็นไฟล์เสียงสำรองในจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ส่วนตัว (E-mail) ของผู้วิจัยเอง และเมื่อผู้วิจัยจัดพิมพ์เอกสารการถอดเทปเพื่อความสะดวกในการนำข้อมูลมาวิเคราะห์เสร็จสิ้นแล้ว ผู้วิจัยจะดำเนินการทำลายเอกสารนั้น เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย ในภายหลัง หากมีข้อมูลด้านลบ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มคือ การวิเคราะห์ข้อมูลที่ดำเนินการควบคู่ไปพร้อมๆ กับการจัดเก็บข้อมูล ซึ่งก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นผู้วิจัยจะตรวจสอบความพร้อม ความถูกต้องและความเพียงพอของข้อมูลเป็นเบื้องต้น หากยังไม่สามารถตอบคำถามการวิจัยได้ครบทุกมิติผู้วิจัยจำเป็นต้องดำเนินการจัดเก็บหรือรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติม หากมีความครบถ้วนสมบูรณ์แล้วผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลในลำดับต่อไป

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามในการวิจัยเชิงสำรวจนั้น ผู้วิจัยจะใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการพรรณนาข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารกับศิษย์ปัจจุบันเพื่อสร้างความผูกพันของมหาวิทยาลัย

การนำเสนอข้อมูลจากการวิเคราะห์ มีการแบ่งออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ 1 การจัดการการสื่อสารที่ใช้ในการพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย

ส่วนที่ 2 การจัดการการสื่อสารกับศิษย์ปัจจุบันในการสร้างความผูกพันศิษย์เก่าของ
มหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย

ส่วนที่ 3 แบบจำลองการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของ
มหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย



ผลการวิจัย

จากการที่ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และใช้แบบสอบถามในการวิจัยเชิงสำรวจ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยกำหนดผู้ให้ข้อมูลทั้งจากภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย นั้น ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

การจัดการการสื่อสารที่ใช้ในการพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย

ผู้วิจัยได้ทำการการสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้ข้อมูล (Key Informants) จากผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายดูแลรับผิดชอบในระดับบริหารด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ จากทั้ง 5 มหาวิทยาลัย และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ภายในมหาวิทยาลัยซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่บุคลากรที่ดำเนินงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ ทั้งจากส่วนกลางและคณะ/สาขาวิชาและกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ภายนอกมหาวิทยาลัย คือ ศิษย์เก่า ซึ่งแบ่งเป็นศิษย์เก่าที่มีบทบาทเป็นคณะกรรมการในกิจการของศิษย์เก่าทั้งจากส่วนกลางและคณะ/สาขาวิชา และศิษย์เก่ารุ่นใหม่ (Young Alumni)

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth Interview)

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth Interview) จากผู้บริหารมหาวิทยาลัยหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายดูแลรับผิดชอบในระดับบริหารด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ ทั้ง 5 มหาวิทยาลัย พบว่า

ประเด็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เรื่องความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัย นั้น ผู้บริหารมหาวิทยาลัยได้ให้บทสัมภาษณ์ที่คล้ายคลึงกันจากทั้ง 5 มหาวิทยาลัย ไว้ดังนี้

จุดแข็งด้านความผูกพันศิษย์เก่า เกิดขึ้นตั้งแต่เป็นนิสิต นักศึกษา ชีวิตความเป็นอยู่ในมหาวิทยาลัย (Campus Life) มีส่วนสำคัญในการโน้มน้าวใจและน่าจดจำ หอพักที่รวมหลายๆ คณะ เพื่อนๆ คณะต่างๆ รุ่นพี่ที่ดูแล กิจกรรมรับน้องและกิจกรรมประเพณีของมหาวิทยาลัย ที่สืบทอดกันมาการสร้างสัญลักษณ์ที่ต้องดูแลกันแบบรุ่นสู่รุ่น เช่น พี่จังหวัด พี่รหัส ต้นไม้สายรหัส พี่ชมรม พี่กิจกรรม เป็นต้น ดังผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งกล่าวว่า

...ความผูกพันของศิษย์เก่า มันจะต้องเกิดขึ้นตั้งแต่เขาเป็นนักศึกษา เราโชคดีที่
เราเป็นมหาวิทยาลัยภูมิภาค เพราะฉะนั้นชีวิตในแคมปัสที่อยู่หอพักแบบคณะคณะกัน
พอมายู่รวมกัน เพื่อนก็เชื่อมไปสู่เพื่อน แล้วก็มีเรื่องราวที่ประทับใจให้จดจำกัน เท่าที่เรา
ได้ฟังเสียงสะท้อนก็คือว่า สิ่งหนึ่งที่สร้างความผูกพันได้ ก็คือ แคมปัสไลฟ์

(ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ 1, ผู้ให้สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

นอกจากนั้น อาจารย์ผู้สอน ตัวเชื่อมสำคัญระหว่างศิษย์เก่ากับมหาวิทยาลัย
ที่สมัยก่อนก็พักในมหาวิทยาลัยเช่นเดียวกับนิสิตนักศึกษา ซึ่งดูแลเหมือนกับเป็นครอบครัวเดียวกัน
โดยเฉพาะอาจารย์ที่มีหน้าที่ควบคุมดูแลด้านกิจการนิสิตนักศึกษาด้วย เช่น เป็นอาจารย์ประจำ
หอพัก เป็นอาจารย์ผู้ควบคุมกีฬา เป็นต้น ดังผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้สะท้อนไว้ว่า

...ความผูกพันของศิษย์เก่ารุ่นแรกๆ อาจารย์มาก่อน เนื่องจากว่าตอนนั้นอาจารย์
ก็พักในมหาวิทยาลัย นักศึกษาก็พักในมหาวิทยาลัย ก็กินอยู่ด้วยกัน ความผูกพันจะแนบ
แน่น โดยเฉพาะอาจารย์ที่มีหน้าที่ดูแลกิจการนักศึกษาด้วย เป็นผู้คุมกีฬา อยู่กันเหมือน
ครอบครัว

(ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2558)

ระบบการเรียนการสอน โดยเฉพาะในรายวิชาพื้นฐานที่เรียนรวมกัน ทำให้ได้รู้จัก
เพื่อนจากหลากหลายคณะ มีการทำงานร่วมกัน รู้จักกันก็ผูกพันกันในหมู่ผู้เรียน

ความรัก ความเหนียวแน่น ความภาคภูมิใจในสถาบัน ความห่วงใย ความระลึกถึงใน
สิ่งที่เกิดขึ้นกับมหาวิทยาลัย การกลับมาช่วยเหลือ มาเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย
มาสนับสนุน มามอบทุนการศึกษา ก็เป็นจุดแข็งที่ทุกมหาวิทยาลัยได้กล่าวถึง

มีผู้ให้สัมภาษณ์บางท่าน กล่าวถึงจุดแข็งเพื่อเติมที่เชื่อมโยงไปยังการดำเนินกิจการ
ของสมาคมศิษย์เก่าว่า ความเข้มแข็งของสมาคมฯ ที่เข้ามามีส่วนร่วมสนับสนุนกับกิจกรรมรับน้อง
กิจกรรมค่ายอาสา กิจกรรมพัฒนานิสิตนักศึกษา เป็นการแสดงออกถึงความเอาใจใส่ของรุ่นพี่ศิษย์
เก่าที่มีต่อรุ่นน้องศิษย์ปัจจุบัน ดังนี้

...ผมคิดว่า ความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยเรามีมานาน มีความเหนียวแน่น หล่อหลอมกันมา และมีการให้ความร่วมมือจากศิษย์เก่าที่จะมาช่วยเหลือมหาวิทยาลัยสูง การแสดงออกมีทั้งส่วนของความรู้สึก และส่วนที่ Action มีเยอะ แม้กระทั่งช่วยในระดับคณะ ช่วยระดับ Individual การรวมตัวกันกลับมาช่วยมหาวิทยาลัย ตรงนี้เห็นเป็นรูปธรรม ความห่วงใย ความระลึกถึง ความภูมิใจที่สะท้อนออกมาที่ศิษย์เก่าประสบความสำเร็จในธุรกิจการงานต่างๆ ก็ชัดเจน

(ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ 4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 23 พฤศจิกายน 2558)

จุดอ่อน พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นเหมือนกันในประเด็นเกี่ยวกับ ความผูกพันของศิษย์เก่าที่มีต่อสาขาวิชา คณะ มีมากกว่าในภาพของมหาวิทยาลัย ซึ่งอธิบายได้เพิ่มเติมว่า นิสิตนักศึกษาถูกหล่อหลอมในความเป็นคณะ สาขาวิชา มากเป็นพิเศษ นอกจากนั้นผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้กล่าวถึงจุดอ่อนอีกประเด็นที่น่าสนใจ คือ การขับเคลื่อนที่มีความลำบากขึ้นเนื่องจากจำนวนศิษย์เก่าที่เพิ่มขึ้นในทุกปี และได้พยายามหาช่องทาง รูปแบบในการสื่อสาร ที่จะทำให้เป็นระบบในการสร้างความผูกพันต่อไป ดังที่กล่าวไว้ว่า

...จุดอ่อน เริ่มมีมาเป็นยุคเป็นสมัย พอเริ่มมีเงินมีอยู่รุ่นนี้ก็รู้สึกสบาย ไม่ต้องขวนขวาย มีคนที่มากขึ้น รักในมหาวิทยาลัยก็น้อยลง แต่หันไปมีความผูกพันกับภาควิชามากขึ้น คิดว่าเป็นอะไรที่ต้องปรับปรุง

(ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ 5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 ตุลาคม 2558)

ประเด็นการให้ความสำคัญของกลุ่มผู้บริหาร บุคลากร หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ในการสร้างความผูกพันศิษย์เก่า นั้น พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึงการสร้างระบบเชื่อมโยงระหว่างมหาวิทยาลัย คณะ กับศิษย์เก่า และสมาคม ชมรม ฐานข้อมูลเป็นหัวใจสำคัญที่มหาวิทยาลัยต้องมีหน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการ ซึ่งมีหน้าที่ในการสื่อสารไปยังศิษย์เก่าได้ในหลากหลายรูปแบบทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น วารสาร รายการวิทยุ คลิปวิดีโอ อีเมลล์ กิจกรรม เป็นต้น มหาวิทยาลัยผลักดันให้คณะมีส่วนของสำนักงานให้กับทางชมรมหรือสมาคมศิษย์เก่าอย่างชัดเจนและมีคนพื้นที่ที่สามารถอาสาเป็นผู้ประสานงานในแต่ละคณะประจำอยู่ที่สำนักงาน

การกำหนดนโยบายจากผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่เน้นสร้างความภาคภูมิใจในสถาบันให้กับนิสิตนักศึกษาโดยการตั้งศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จหรือศิษย์เก่าที่มีประสบการณ์ความรู้ในอาชีพนั้นๆ เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เช่น ปฐมนิเทศ มัชฌิมนิเทศ ปัจฉิมนิเทศ เป็นต้น นอกจากนั้น การผลักดันให้ศิษย์เก่าเข้ามาเป็นคณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัยอย่างเป็นทางการ เช่น กรรมการสภามหาวิทยาลัย กรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย กรรมการหอพัก เป็นต้น ยังเป็นการให้ความสำคัญอีกช่องทางหนึ่ง

ผู้ให้สัมภาษณ์มหาวิทยาลัยหนึ่ง กล่าวถึง การที่บุคลากรผู้รับผิดชอบงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ เข้าไปเป็นกรรมการของสมาคมศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยนั้น ถือว่าเป็นการให้ความสำคัญที่เชื่อมทั้งความสัมพันธ์และการทำงานได้ระหว่างมหาวิทยาลัยกับสมาคมได้เป็นอย่างดี (2 บทบาทในหนึ่งคน) ดังที่สะท้อนไว้ว่า

...ที่ทำงานด้านศิษย์เก่ามาตั้งแต่บรรจุ เพราะมีความผูกพันกับรุ่นพี่ที่ทำสมาคมฯ เขาก็ชวนไปทำ พอมหาวิทยาลัยตั้งหน่วยศิษย์เก่าสัมพันธ์ขึ้นมาก็เลยมีบทบาทว่าเป็นทั้งเลขานุการสมาคมฯ และเป็นตัวแทนในนามมหาวิทยาลัยในคนเดียวกัน เพื่อที่งานมันจะประสานได้ง่ายขึ้น

(ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2558)

มีผู้ให้สัมภาษณ์จากมหาวิทยาลัยหนึ่ง กล่าวถึง การที่มหาวิทยาลัยสนับสนุนการจัดงานคืนสู่เหย้า ทั้งในระดับมหาวิทยาลัยและส่วนของคณะ หรือแม้กระทั่งกลุ่มต่างๆ เช่น ศิษย์เก่าตามแต่ละภูมิภาค ศิษย์เก่าในแต่ละจังหวัด ศิษย์เก่าในต่างประเทศ เป็นต้น ซึ่งจะพบในมหาวิทยาลัยที่ก่อตั้งมาเป็นเวลานาน มีจำนวนศิษย์เก่าที่มาก ผู้บริหารมหาวิทยาลัยจะเข้าร่วมงานในลักษณะเยี่ยมเยียนในกำลังใจ เล่าความก้าวหน้าของมหาวิทยาลัย เชิดชูศิษย์เก่าดีเด่น พร้อมทั้งผลักดันสมาคมชมรมศิษย์เก่าในบางกลุ่มที่ยังไม่เข้มแข็งให้พัฒนาและสร้างกิจกรรมสานสัมพันธ์ให้มากขึ้น ในกรณีผู้บริหารติดภารกิจอื่นๆ ซึ่งไม่สามารถเข้าร่วมได้นั้น มหาวิทยาลัยจะทำคลิปวิดีโอเพื่อเปิดในงานแทน

มหาวิทยาลัยเก่าแก่ที่มีศิษย์เก่าจำนวนมาก มีการก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ได้รับตำแหน่งในระดับสูงขององค์กร ผู้บริหารมหาวิทยาลัยและบุคลากรงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์จะต้องทำงานเชิงรุก ร่วมแสดงความยินดีกับศิษย์เก่าท่านนั้น ซึ่งบางมหาวิทยาลัยพิจารณาผู้เข้าร่วมแสดงความยินดีรวมไปถึงว่าอาจารย์เก่าที่เคยสอน คณบดีคณะที่ศิษย์เก่าท่านนั้นสำเร็จการศึกษา

เพื่อสร้างความระลึกถึง ความประทับใจแก่ศิษย์เก่า ในทางเดียวกัน มีบางมหาวิทยาลัยที่ให้ความสำคัญศิษย์เก่าอย่างยิ่ง และการเดินทางไม่เป็นอุปสรรค มีความตั้งใจจะเข้าร่วมงานของศิษย์เก่าทั้งงานมงคลร่วมแสดงความยินดี และงานอวมงคลเพื่อแสดงความเสียใจ

ผู้ให้สัมภาษณ์จากมหาวิทยาลัยหนึ่ง ได้กล่าวถึงการให้ความสำคัญของมหาวิทยาลัยกับศิษย์เก่าในด้านวิชาการไว้ว่า

...เราไม่ได้จะสร้างความผูกพันกับศิษย์เก่าแต่อย่างเดียว แต่เมื่อเรามีเรื่องของความรู้ มีเทคโนโลยีใหม่ๆ มีศาสตร์ใหม่ๆ มีองค์ความรู้ใหม่ๆ ก็มีหลายหลักสูตรที่ให้โอกาสศิษย์เก่าเข้ามาเรียนรู้ ร่วมมือกับคณาจารย์บวกรับประสบการณ์ศิษย์เก่าในภาคอุตสาหกรรม เพราะฉะนั้นจะได้ 2 มิติ คือ ศิษย์เก่ากลับมาเพิ่มความรู้ อีกมิติหนึ่งคือกลับมาให้ความรู้จากประสบการณ์ให้กับรุ่นน้อง

(ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ 4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 23 พฤศจิกายน 2558)

ประเด็นความสำเร็จของการสร้างความผูกพันศิษย์เก่ากับมหาวิทยาลัยที่เป็นรูปธรรมนั้น พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มหาวิทยาลัยหนึ่งได้กล่าวถึงการที่ศิษย์เก่ากลับมาสร้างประโยชน์แก่มหาวิทยาลัย เช่น การรวบรวมระดมทุนจากศิษย์เก่าในแต่ละรุ่นสร้างอาคารมูลค่าหลายร้อยล้านให้กับคณะที่ตนเคยศึกษา การสมทบทุนการศึกษาให้กับนิสิตนักศึกษาในปัจจุบันทั้งในลักษณะบริจาคส่วนตัวและบริจาคเข้ากองทุน การมอบทุนอาหารกลางวัน การบริจาคยานพาหนะให้กับกิจการในมหาวิทยาลัย การบูรณะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของมหาวิทยาลัยการสนับสนุนอำนวยความสะดวกในกิจกรรมออกค่ายอาสา ค่ายแนะแนว ทัพนักกีฬาตามจังหวัดต่างๆ เป็นต้น

ผู้ให้สัมภาษณ์จากมหาวิทยาลัยหนึ่ง กล่าวถึง การที่ศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยได้จัดกิจกรรมที่สะท้อนออกมาจากความภาคภูมิใจในสถาบันในวันสำคัญหรือวาระพิเศษต่างๆ ของมหาวิทยาลัย ทั้งในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และต่างประเทศ เช่น วันคล้ายวันสถาปนามหาวิทยาลัย วันที่เกี่ยวเนื่องกับบุคคลสำคัญของมหาวิทยาลัย วันที่มีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นในมหาวิทยาลัย กิจกรรมประเพณีที่ทำกันมาอย่างต่อเนื่อง เป็นต้น ถือว่าเป็นการแสดงออกถึงความผูกพันของศิษย์เก่าได้อย่างชัดเจนเช่นกัน

ผู้วิจัย พบว่า มีหนึ่งมหาวิทยาลัยที่ได้กล่าวถึงความสำเร็จในด้านเครือข่ายศิษย์เก่าในรูปแบบสังคมออนไลน์เพื่อใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร ซึ่งสามารถเชื่อมโยงไปยังการระดมทุน การขอความร่วมมือในลักษณะจิตอาสา ผู้บริหารมหาวิทยาลัยนี้ได้เข้าเป็นสมาชิกในกลุ่ม

สนทนาของศิษย์เก่าถึง 64 กลุ่ม ซึ่งแบ่งตามลักษณะเฉพาะเช่น ปีที่จบการศึกษา สาขาที่เรียน กลุ่มสมาคม ชมรมต่างๆ เป็นต้น ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ได้แบ่งช่วงของศิษย์เก่าไว้ดังนี้

...ศิษย์เก่าเรา จะมีการแบ่งตามระยะเวลาการจบจากสถาบันไป เพื่อใช้ติดต่อสัมพันธ์และจัดกิจกรรมเป็น 3 กลุ่ม คือ ศิษย์เก่าที่จบการศึกษาไปไม่เกิน 5 ปี ศิษย์เก่าที่จบการศึกษาไปช่วง 6-10 ปี และพวกศิษย์เก่าที่จบไปมากกว่า 10 ปีขึ้นไป

(ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ 5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 ตุลาคม 2558)

นอกจากนั้น ความสำเร็จที่เป็นรูปธรรมอีกอย่างหนึ่งของมหาวิทยาลัยแห่งนี้ คือ ฐานข้อมูลศิษย์เก่าที่รวบรวมเป็นจังหวัด สถานที่ทำงาน การร่วมบริจาคในแต่ละปีที่แสดงวันเดือนปีและจำนวนเงินที่บริจาค ซึ่งมีประโยชน์ต่อการติดต่อศิษย์เก่าเพื่อเยี่ยมเยียนและสานสัมพันธ์ไปสู่ความร่วมมือในด้านอื่นๆ เช่น การรับเป็นสถานที่ศึกษาดูงานของนิสิตนักศึกษา การเป็นสถานประกอบการสหกิจศึกษา เป็นต้น

ประเด็นเกี่ยวกับเทคนิค วิธีการทำงานในเรื่องการสร้างความสัมพันธ์ศิษย์เก่า นั้น พบว่า ผู้ให้ข้อมูลจากมหาวิทยาลัยหนึ่ง ได้ให้ความสำคัญในวิธีการทำงานแบบสนับสนุนให้บุคลากรดำเนินงานศิษย์เก่าสัมพันธ์สามารถทำงานตามหน้าที่ได้ลุล่วง โดยเป็นเพียงเสนอวิธีการใหม่ๆ ในการจะติดต่อสื่อสารกับศิษย์เก่าให้ได้ไปดำเนินการ เช่น การปรับปรุงเว็บไซต์ การทำเฟซบุ๊ก การทำไลน์ การทำคลิป การทำรายการวิทยุ เป็นต้น

นอกจากนั้น พบว่า การทำงานด้านศิษย์เก่านี้มีผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งกล่าวเป็นลำดับว่า การทำงานนั้นใช้ความเป็นพี่น้องแต่มุ่งเป้าหมายที่ต้องช่วยเหลือกัน และคอยนำหลักการทำงานที่ต้องอาศัยคณะกรรมการด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ที่มีความเป็นมืออาชีพมาร่วมบริหาร ซึ่งต้องไม่เน้นการได้มาซึ่งการตั้งเป้าระดมทุน เพราะจะทำให้การทำงานด้านศิษย์เก่าออกไปในเชิงธุรกิจ และลำดับสุดท้ายการให้ความสำคัญกับการทำงานที่ต้องสร้างความสัมพันธ์กับศิษย์เก่า สร้างความภาคภูมิใจในสถาบัน และเชิญศิษย์เก่าที่มีศักยภาพกลับมาช่วยเหลือมหาวิทยาลัยในรูปแบบต่างๆ ทั้งวิทยากร หรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์ก็ได้

มีผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่ง กล่าวถึงเทคนิคการทำงานของท่านคือ คงเดิมไว้ในแนวทางที่งานศิษย์เก่าสัมพันธ์ได้ทำอยู่ก่อน เพียงแต่เข้ามาบริหารเป็นวาระ หน้าที่สำคัญที่ต้องทำให้ดีคือการเป็นผู้ประสาน ฐานข้อมูลต้องมี ส่วนงานอื่นมาขอต้องสามารถจัดเตรียมให้เขาได้ ดังสะท้อนไว้ว่า

...เรามาเป็นผู้บริหารแค่ 4 ปี ฉะนั้นจะไปเปลี่ยนแปลงสิ่งใดนั้นอาจจะไม่เหมาะเท่ากับการที่เรายึดตามนโยบายหลักๆ ไว้ หน้าที่หลักเราคือ ประสาน และสิ่งสำคัญคือฐานข้อมูลต้องแข็ง ใครจะมาขอ ต้องให้ได้

(ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ 3, ผู้ให้สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม 2558)

ซึ่งสอดคล้องกับเทคนิควิธีการทำงานของผู้ให้สัมภาษณ์จากมหาวิทยาลัยหนึ่งที่กล่าวว่า

...การทำงานด้านศิษย์เก่า อธิการต้องการเห็นภาพรวมของศิษย์เก่าทั้งหมดว่าศิษย์เก่าเราอยู่ที่ไหนบ้าง ทำงานอะไร จะช่วยเหลือสังคมได้อย่างไร และจะมีความผูกพันต่อเรื่องกับศิษย์เก่านั้นอย่างไร ซึ่งต้องกลับไปดูว่า โครงการหรือกิจกรรมใดที่ทำแล้วสำเร็จ ความสำเร็จเป็นอย่างไร จากนั้นตรวจสอบและวิเคราะห์ ก็คือใช้กระบวนการทำงานแบบ PDCA มาใช้ให้เป็นไปตามการประกันคุณภาพ

(ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ 5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2558)

ประเด็นเกี่ยวกับกรอบยุทธศาสตร์การบริหารมหาวิทยาลัย นโยบาย กลยุทธ์ต่าง ๆ นั้น พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งกล่าวถึงระบบประกันคุณภาพการศึกษาว่ามีการกำหนดตัวบ่งชี้ที่งานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์จะต้องเน้นในเรื่องการสร้าง ความผูกพันมากขึ้น เช่นมหาวิทยาลัยมีช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงศิษย์เก่าหรือไม่ แล้วศิษย์เก่าจะสามารถเข้ามามีส่วนร่วมอย่างไร เป็นต้น ซึ่งแตกต่างจากเมื่อก่อนที่มหาวิทยาลัยให้ความสำคัญต่อการมีหน่วยงานรับผิดชอบในการทำหน้าที่ประสานระหว่างศิษย์เก่ากับมหาวิทยาลัยโดยตรงมากกว่า อย่างเช่น ศูนย์นักศึกษาเก่าสัมพันธ์ งานศิษย์เก่าสัมพันธ์ กองกิจการนิสิต สำนักงานศิษย์เก่าสัมพันธ์ เป็นต้น

นอกจากนั้น กลยุทธ์ที่มหาวิทยาลัยถือว่าเป็นตัวชี้ความสำคัญในเรื่องความผูกพันศิษย์เก่าอีกอย่างหนึ่งคือ การที่ลูกหลานหรือคนในครอบครัวของศิษย์เก่า ได้เข้ามาศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเดียวกับศิษย์เก่านั้น ซึ่งความรู้สึกที่ดีที่มีต่อมหาวิทยาลัยได้รับการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น อย่างที่กล่าวข้างต้นว่า กิจกรรม การใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย คณาจารย์ ระบบการเรียนการสอน ส่งผลต่อความประทับใจ ผู้ให้สัมภาษณ์ยังกล่าวเชื่อมโยงไปยังฝ่ายกิจการนิสิตนักศึกษาทั้งส่วนของคณะและมหาวิทยาลัย ที่เป็นคนสำคัญเช่นกันในการช่วยเหลือ ให้คำปรึกษาได้เข้าถึงกว่าผู้บริหารหรือคณาจารย์ หากได้คนที่มีจิตวิญญาณเข้ามาทำงานด้านนี้จะช่วยเสริมกันอย่างยิ่ง สอดคล้องไปยังผู้ให้สัมภาษณ์อีกท่านหนึ่งที่

...มหาวิทยาลัย โดยผู้บริหารเลย ได้กำหนดนโยบายให้แผนพัฒนานักศึกษาต้องนำศิษย์เก่ามาสร้างเสริมความสัมพันธ์ในทุกกิจกรรม ในแผนเก่าก็มี ในแผนใหม่ก็ยังให้มีซึ่งจะอยู่ในแผนของหน่วยศิษย์เก่าสัมพันธ์โดยตรง

(ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2558)

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่ง กล่าวถึงยุทธศาสตร์ นโยบายในการทำงานด้านการสร้างความผูกพันศิษย์เก่าไว้ว่า

...ทางมหาวิทยาลัยค่อนข้างชัดเจนกับคำว่า การตอบแทนบุญคุณ ไม่ได้มีการกำหนดชัดเจนนัก แต่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ของนักศึกษาในบางประเด็น เช่น การผลิตบัณฑิตที่ดี ที่เน้นถึงค่านิยมการตอบแทนบุญคุณซึ่งไม่ได้เน้นว่าต้องกลับมาตอบแทนมหาวิทยาลัย แต่เน้นไปยังการตอบแทนบุญคุณแผ่นดิน เพราะการทำคุณความดีตอบแทนแผ่นดินนั้นก็เป็น การตอบแทนมาที่มหาวิทยาลัยเช่นกัน เวลาที่มีชื่อเสียงแล้วก็จะมีการสืบข้อมูลว่าจบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยใดมา นั่นคือ ผลพลอยได้

(ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ 5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 ตุลาคม 2558)

นอกจากนั้น มหาวิทยาลัยได้มีนโยบายในการผลิตบัณฑิต โดยเชิญผู้ใช้นบัณฑิตที่เป็นศิษย์เก่าในสายอาชีพต่างๆ เข้าร่วมในการวิพากษ์หลักสูตรให้เป็นไปตามที่ตลาดต้องการ เพื่อให้ได้บัณฑิตที่ตอบสนองและเป็นไปตามที่ผู้ใช้งานต้องการโดยการวางแผนตั้งแต่ต้น

แนวคิดในการเสริมสร้างความผูกพันศิษย์เก่าต่อมหาวิทยาลัยในอนาคต ทั้งระยะสั้น ระยะยาว พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มหาวิทยาลัยหนึ่งกล่าวถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศิษย์เก่าที่ไม่ต้องรอราระพิเศษเพียงอย่างเดียวไว้ว่า

...ตอนนี้ ยังคิดว่า ในส่วนของศิษย์เก่าแต่ละจังหวัด แต่ละที่เนี่ย เราจะเสริมสร้างความเข้มแข็งอย่างไร แล้วก็ไปหารือกับทางสมาคมฯ ว่า ในแต่ละปีเราน่าจะลองคิดกิจกรรมขึ้นมา ที่ไม่ต้องรอ 50 ปี 55 ปี เท่านั้นถึงจะมีงานใหญ่ ซึ่งเรายังสลับผลัดเปลี่ยนตามจังหวัดต่างๆ เป็นแม่งานได้ ที่ไม่ใช่เฉพาะมหาวิทยาลัยเท่านั้น

(ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ 1, ผู้ให้สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านนี้ยังกล่าวถึงแนวคิดการนับรุ่นด้วยปีที่เข้าศึกษา เพื่อให้เกิดจุดร่วมเดียวกัน ลดการแบ่งแยกเป็นคณะ สื่อถึงเพื่อนรุ่นเดียวกัน เช่น เข้าศึกษาปี 2522 ก็ถือว่ารุ่น 22 ไปเลย หากใช้แบบนี้ต่อไปเรื่อยๆ จะทำให้ทุกคนถือเอาเลขรุ่นเป็นสำคัญ

นอกจากนั้น ยังให้ความเห็นถึงจุดเชื่อมระหว่างศิษย์ปัจจุบันกับศิษย์เก่าว่ามีการจัดการประกวดร้องเพลงสถาบันโดยวงดนตรีของบรรดาศิษย์เก่าเล่น และศิษย์ปัจจุบันเป็นคนร้อง ซึ่งทำให้เกิดผลผลิตออกมาคือการรวบรวมเพลงสถาบันจัดทำจำหน่าย จากนั้นเพลงที่ได้ในครั้งนี้นี้ยังสามารถนำไปทำเป็นรายการโทรทัศน์ได้อีกด้วย

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่ง ให้ความสำคัญกับการปรับฐานข้อมูล เพราะปัญหาที่พบคือบัณฑิตไม่เข้ามากรอกข้อมูล และถ้าไม่ติดตามข้อมูลที่กรอกก็ไม่เป็นปัจจุบัน ซึ่งแนวทางแก้ไขที่ชัดเจนอาจยังไม่มี แต่ได้แค่บอกกล่าวในหมู่ศิษย์เก่าเป็นระยะๆ ส่วนทางมหาวิทยาลัยก็ดำเนินการปรับปรุงระบบฐานข้อมูลให้เข้าถึงได้ง่ายขึ้น ซึ่งในระยะแรกได้ให้ศิษย์ปัจจุบันมาช่วยสอบถามข้อมูลศิษย์เก่าในงานคืนสู่เหย้า ซึ่งจะเชื่อมโยงต่อไปยังระยะต่อไปที่จะนำข้อมูลนั้นมอบให้ภาควิชาได้ดูแลรับผิดชอบและทำการปรับให้เป็นปัจจุบันทุกครั้งที่ศิษย์เก่ามาติดต่อที่ภาควิชา เนื่องจากศิษย์เก่าที่กลับเข้ามามหาวิทยาลัยแล้ว ส่วนใหญ่จะเข้าไปติดต่อที่ภาควิชา ในระยะยาวนั้นข้อมูลจากฐานจะเกิดประโยชน์เมื่อมีการนำมาจัดประเภทอาชีพ แบ่งตามสายงาน ซึ่งจะเห็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจำนวนบัณฑิตที่ประกอบอาชีพในสถานที่ต่างๆ เห็นความถนัดของบัณฑิตส่งผลต่อเนื่องไปถึงการกลับมามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องในการปรับปรุงหลักสูตร การเชิญกลับมาถ่ายทอดองค์ความรู้ มาแนะนำสายงานอาชีพนั่นเอง

ประเด็นเกี่ยวกับแนวทางการจัดการการสื่อสารกับศิษย์ปัจจุบันเพื่อสร้างความผูกพันกับมหาวิทยาลัยตั้งแต่ปีแรกจนปีสุดท้าย พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีความหลากหลายในคำตอบดังนี้

...ถ้าเป็นในรูปแบบคณะเนี่ย มันจะง่าย แต่ถ้าในภาพของมหาวิทยาลัยนั้นมีการมอบรางวัลศิษย์เก่าดีเด่นในวันซ้อมรับพระราชทานปริญญาบัตรอยู่แล้ว และให้ผู้ได้รับรางวัลได้มาพูดสั้นๆ ต่อหน้าว่าที่บัณฑิตทุกคน เพื่อให้เห็นถึงการกลับมาตอบแทนมหาวิทยาลัย การออกไปสร้างชื่อเสียงและความภาคภูมิใจให้กับสถาบัน โดยก็จะเลือกศิษย์เก่าดีเด่นนั้นจะเลือกทั้งรุ่นใหญ่ (อาวุโส) รุ่นกลาง และรุ่นใหม่ที่มียศชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ เช่น ดารานักร้อง นักแสดง ที่มีความวิริยะ เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงกันในแต่ละรุ่นแต่ละสมัย และก็ใช้โอกาสในวันปัจฉิมนิเทศเชิญศิษย์เก่ามาเป็นประจำ

(ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ 1, ผู้ให้สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

ผู้ให้สัมภาษณ์จากอีกมหาวิทยาลัยหนึ่ง ได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับประเด็นนี้คือ ส่วนของปีแรกที่เข้ามาในมหาวิทยาลัยนั้น ถือเป็นหน้าที่ของฝ่ายกิจการนิสิตนักศึกษา ที่จะจัดกิจกรรมให้เขาได้รู้สึกภาคภูมิใจใน รักในสถาบัน และพอปีต่อไปก็จะเป็นของแต่ละคณะไปดูแลรับผิดชอบกันเอง เช่น เชิญมาเป็นวิทยากรบรรยายพิเศษในงานมัชฌิมนิเทศ ปัจฉิมนิเทศ เป็นวิทยากรในรายวิชาที่ศิษย์เก่ามีประสบการณ์การทำงานมาแลกเปลี่ยนได้ ซึ่งศิษย์เก่าเหล่านี้จะมีส่วนเข้ามาแสดงความเห็นต่อการพัฒนาหลักสูตรได้อีกด้วย เพิ่มเติมการพิจารณาช่วงวัยที่เหมาะสมกับการทำกิจกรรมกับรุ่นปัจจุบัน

ความเห็นต่อประเด็นนี้ จากผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่ง กล่าวถึงการแบ่งออกเป็น 2 ช่วงชั้น ไว้ดังนี้

...เด็กใหม่ช่วงปี 1-2 ให้เน้นศิษย์เก่าเข้ามาทำกิจกรรมกับนิสิตปัจจุบัน ส่วนพอปี 3-4 มหาวิทยาลัยต้องหาเครือข่ายจากศิษย์เก่าเพื่อมาให้นิสิตเห็นแนวทางในการออกไปประกอบอาชีพในสายงานต่างๆ และควรเพิ่มวิธีการสื่อสารที่ทำให้นิสิตเขาได้รู้จักตนเอง วิเคราะห์ตนเองให้ได้ และเข้าใจสิ่งต่างๆ ได้ในหลายๆ มุมมอง อย่างเช่นเอาศิษย์เก่าที่เคยหลงผิดในชีวิต มาเล่าสู่กันฟังถึงจุดเปลี่ยนทางความคิด แล้วสามารถไปกระตุกความคิดของศิษย์ปัจจุบันได้ในแนวทางที่แตกต่างจากเดิมที่ต้องเชิญแต่ศิษย์เก่าที่ดังเข้ามาโดยตลอด

(ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ 3, ผู้ให้สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม 2558)

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่ง ได้แสดงความเห็นต่อการเชื่อมโยงในแต่ละชั้นปีที่ชัดเจนอยู่แล้ว แต่อาจจะต่างเพียงระดับหรือจังหวะมากกว่า ดังสะท้อนไว้ว่า

...เมื่อน้องเข้ามาในปีแรกนั้นภาพที่ดูจะเป็นระดับมหาวิทยาลัย แต่พอเสร็จสิ้นจากส่วนของมหาวิทยาลัยแล้ว การส่งต่อสู่คณะสู่ภาควิชาแล้ว ความรับผิดชอบก็จะลงไปอีกระดับหนึ่ง ขอยกตัวอย่างกิจกรรมงานคืนสู่เหย้าที่ทุกชั้นปีสามารถมีส่วนเกี่ยวข้องให้เกิดความผูกพันได้ตั้งแต่ปีหนึ่งอาจจะเป็นฝ่ายต้อนรับ ปีสูงขึ้นมาก็จะเป็นฝ่ายจัดหาทุนสมทบกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น มิติของกาลเวลาเป็นเรื่องที่ควรพิจารณาด้วย เช่น รุ่นที่อาจุโลก็สามารถจะสนับสนุนในเรื่องทุนได้ แต่ถ้ารุ่นที่จบไปไม่นานเท่าไร การสนับสนุนด้วยการเข้าร่วมหรือช่วยดำเนินการประสานจะเป็นสิ่งที่สามารถทำได้

มากกว่า มิติของกาลเวลานั้นมีอีกสิ่งหนึ่งที่สามารถสลายให้เหลือเพียงความผูกพันที่พี่น้องสถาบันเดียวกันมีอยู่คือ เพลงสถาบัน ไม่ว่าจะเป็นรุ่นก็สามารถร้องได้
(ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ 4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 23 พฤศจิกายน 2558)

ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่ง กล่าวถึงประเด็นไว้เป็นแต่ละชั้นปีว่า แนวทางการจัดการสื่อสารที่จะทำให้ศิษย์ปัจจุบันผูกพันกับมหาวิทยาลัยนั้นควรดำเนินการดังนี้ ปีแรกต้องนำเสนอแนวทางภาพอนาคตหลังจบการศึกษาให้เห็น ให้เป็นแรงบันดาลใจ ปีถัดไปให้วิเคราะห์เนื้อหาวิชาที่เรียนนั้นเป็นไปตามการผลิตบัณฑิตที่ตรงตามสาขา ปีที่สามมหาวิทยาลัยต้องเน้นภาคปฏิบัติให้ได้ไปศึกษาดูงานตามแต่ละภาควิชาเป็นผู้จัด และปีสุดท้ายเริ่มให้รู้จักสังคมมากขึ้น เพิ่มการเรียนรู้ด้านการใช้สื่อในการทำงาน ซึ่งความร่วมมือจากศิษย์เก่าจะเกิดในทุกปีที่จะเข้ามาเป็นรุ่นพี่แนะนำน้อง มาเตรียมความพร้อมให้น้องก่อนออกไปทำงาน เช่น การลงข้อมูล การสมัครงาน การสร้างบุคลิกภาพ การทำรายงานประสบการณ์กิจกรรม การเขียนประวัติ เป็นต้น ทั้งนี้ได้คิดวางแผนระยะยาวไว้ว่าจะสร้างเว็บไซต์ของศิษย์เก่าที่มีการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสายอาชีพต่างๆ ให้น้องๆ ได้เข้าไปสอบถาม แล้วให้รุ่นพี่เป็นคนตอบคำถาม

...ขอยกตัวอย่างภาควิชาหนึ่งในมหาวิทยาลัย คือ ศิษย์เก่าเขาจะเข้ามาบอกถึงการเตรียมตัว แนะนำว่าถ้าน้องชอบวิชาอะไร แล้ววิชานั้นมันจะไปทำอาชีพในบริษัทไหน คิดไว้ว่าจะทำเป็นระยะยาวคือจะทำเว็บไซต์ของศิษย์เก่า จะมีข้อมูลว่าสายอาชีพนี้มีอยู่ในบริษัทไหนบ้าง เป็นข้อมูลที่ให้รุ่นพี่ได้ตามไปตอบคำถามน้องๆ ได้
(ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ 5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 ตุลาคม 2558)

ผู้วิจัยยังได้ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ท่านนี้ถึงการที่มหาวิทยาลัยกำลังพยายามสร้างความเป็นตัวตนของสถาบันให้ทุกคนตระหนักถึงการบริการสังคม การมีจิตสาธารณะ โดยให้ถือเป็นสปิริตของสถาบันเป็นสำคัญ

ประเด็นสำคัญในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ถึง ระดับการสื่อสาร วิธีการ ช่องทาง รูปแบบการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงศิษย์เก่าได้ รวมทั้งประเด็นเร่งด่วนที่ผู้บริหารมหาวิทยาลัยให้ความสำคัญเพื่อสร้างความผูกพันศิษย์เก่า และสิ่งที่บ่งบอกความสำเร็จของการสร้างความผูกพัน ซึ่งพบว่า

ผู้ให้สัมภาษณ์จากมหาวิทยาลัยหนึ่ง แสดงความเห็นไว้ว่า เกี่ยวกับระดับการสื่อสาร วิธีการ ช่องทาง รูปแบบการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงศิษย์เก่าไว้ว่า

...จะนิยมใช้การสื่อสารกับกลุ่มย่อยมากกว่ากลุ่มใหญ่ เพราะจำนวนคนไม่เยอะเท่าไร สามารถพูดคุยกันได้อย่างทั่วถึง เช่น การพบปะสมาคมชมรมตามแต่ละจังหวัด เป็นต้น ซึ่งสิ่งที่ศิษย์เก่าอยากทราบจากมหาวิทยาลัยคือ ความก้าวหน้าของมหาวิทยาลัย เช่น การจัดอันดับ ผลงานที่มีชื่อเสียง นอกจากการพบปะอย่างที่ได้กล่าวแล้ว การสื่อสารแบบออนไลน์สมัยนี้คือ ไลน์กลุ่ม ที่สามารถส่งต่อกันได้แพร่สะพัดอย่างรวดเร็ว เช่น ในมหาวิทยาลัยมีการพัฒนาระบบขนส่งใหม่ การเตรียมความพร้อมในการจัดงานคืนสู่เหย้า เป็นต้น ซึ่งสามารถนำเสนอได้ทั้งแบบข้อความทั่วไป หรือเป็นคลิปสั้นๆ สรุปคือมหาวิทยาลัยนำเสนอความก้าวหน้า เสนอวิถีชีวิตในมหาวิทยาลัย ณ ปัจจุบัน (Campus Life) และเสนอบุคคลต้นแบบ บุคคลตัวอย่าง ที่เหลือจะใช้เป็นตัวกิจกรรมในการสร้างความผูกพัน และตอนนี้ได้เสนอแนวทางเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารไว้เพิ่มเติม พอที่มหาวิทยาลัยมีงบประมาณด้านประชาสัมพันธ์ ก็เลยเอาตัวนี้มาทำเป็น E-magazine ให้ศิษย์เก่าได้ดาวน์โหลด ซึ่งได้รวมไว้เป็น Book Shelf ของมหาวิทยาลัยเลย ก็จะมีทุกวารสารรวมอยู่ ซึ่งข้อดีคือก็อยู่ที่ใดก็สามารถดูได้ ประหยัดการตีพิมพ์ และไม่ใช้ศิษย์เก่าอย่างเดียวที่สามารถเข้าถึงได้ ใครๆ ก็เข้าได้ สะดวกในการเข้าถึงซึ่งได้คำตอบมาจากแบบสอบถามศิษย์เก่าที่เพิ่งจบไปไม่นาน

(ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ 1, ผู้ให้สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2558)

ประเด็นเร่งด่วนนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านนี้ได้กล่าวถึงกิจกรรม เพราะกิจกรรมจะสามารถดึงดูดคนให้เข้ามา แต่มหาวิทยาลัยจะสื่อสารกิจกรรมนั้นอย่างไรให้เกิดอารมณ์อยากเข้าร่วม เกิดความรู้สึกอยากกลับมาพบเจอบรรยากาศเก่าๆ เช่น ในวาระพิเศษที่ผ่านมา มหาวิทยาลัยได้ร่วมกันทำให้งานคืนสู่เหย้าจากปกติเป็นภาคพิสดาร ใส่เรื่องราวที่มากกว่าในแต่ละปี ซึ่งได้รับความสนใจ

ศิษย์เก่าที่มหาวิทยาลัยนี้มีจำนวนมาก และมีจำนวนไม่น้อยที่ให้ความสนใจกับการเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัย ฉะนั้นเมื่อมหาวิทยาลัยมีประเด็นที่เกี่ยวกับชื่อเสียงเมื่อไหร่ ศิษย์เก่าจะทำหน้าที่สะท้อนกลับมาทันที ซึ่งเรียกว่าเป็น Safe guard ที่ดีให้กับสถาบัน

สิ่งที่บ่งบอกความสำเร็จในการสร้างความผูกพันคือ การเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ที่ศิษย์เก่าสามารถรับรู้ได้รวดเร็ว ซึ่งจะทำให้ความสนใจในสื่อออนไลน์ที่มีจำนวนผู้ชม จำนวนกดไลก์ กดแชร์ ที่แสดงให้เห็นถึงความถี่ที่เข้าถึงผู้ชมได้ตลอดเวลา ซึ่งมหาวิทยาลัยจะพิจารณาช่วงเวลาในการ

ดำเนินงานด้านนี้ด้วย คือ ต้องเป็นช่วงหัวค่ำที่ศิษย์เก่าส่วนใหญ่จะเลิกงานและสามารถมีช่วงเวลา
ที่รับทราบข้อมูลข่าวสารได้

ผู้ให้สัมภาษณ์จากมหาวิทยาลัยหนึ่ง ได้กล่าวถึงรูปแบบ วิธีการสื่อสารที่ผู้บริหาร
มหาวิทยาลัยสามารถเข้าถึงศิษย์เก่าได้ดีว่า

...ผู้บริหารให้ความสำคัญต่อการเข้าร่วมงานคืนสู่เหย้าศิษย์เก่า จะไปทุกปี ปีละ
ครั้งที่สมาคมจัด ในส่วนของแต่ละจังหวัด ท่านอธิการบดีและที่มรองอธิการบดี ก็จะมี
เดินทางไปตามจังหวัดต่างๆ ตามภูมิภาคก็ไปด้วยตัวเอง หาดใหญ่ก็มี เชียงใหม่ก็มี
เพราะการไปหาที่จังหวัดมันได้ใกล้ชิดสุด คนจำนวนน้อยกว่า ส่วนการส่งวารสารก็มี
ความจำเป็น ได้วันนี้ยังไม่ได้อ่าน พงษ์นี้ยังสามารถหยิบมาอ่านได้ และศิษย์เก่าบางคนก็
ไม่ได้ใช้สื่อออนไลน์ วารสารยังต้องมีความสม่ำเสมอเพื่อให้ศิษย์เก่าได้รู้สึกว่
มหาวิทยาลัยยังให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง แต่ที่จริงแล้วเป็นสิ่งที่มหาวิทยาลัยควร
ลงทุนเพื่อให้ศิษย์เก่าได้รับรู้ข่าวสารต่างๆ ไม่ควรแสดงออกเฉพาะช่วงที่ต้องการขอทุน
ทรัพยากรจากศิษย์เก่า เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของคนไทยนั้นสำคัญที่สุด สำหรับ
สิ่งที่แสดงความสำเร็จในการสร้างความผูกพันศิษย์เก่า คือ ความพึงพอใจของศิษย์
เก่าต่อการบริหารงานมหาวิทยาลัย ที่ได้รับทราบจากตัวแทนศิษย์เก่าในคณะกรรมการ
ต่างๆ ของมหาวิทยาลัย

(ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ 2, ผู้ให้สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน 2558)

ผู้ให้สัมภาษณ์อีกท่านหนึ่ง กล่าวถึง วิธีการสื่อสารที่ใช้ในการสื่อสารกับศิษย์เก่า
ซึ่งเน้นไปยังช่องทางที่ศิษย์เก่ามีความคุ้นเคยตั้งแต่สมัยเรียน ดังที่สะท้อนไว้ว่า

...คือ สื่อออนไลน์ ทั้งเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย เราเน้นประชาสัมพันธ์
ข่าวสารกิจกรรมเป็นประจำตั้งแต่สมัยที่ยังศึกษาอยู่ ซึ่งเป็นเว็บไซต์หลักของมหาวิทยาลัย
สิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จในการสร้างความผูกพันศิษย์เก่าคือ การยินดีช่วยเหลือ
ของศิษย์เก่า และการแสดงตัวตนในความเป็นศิษย์เก่าของสถาบันนี้ เวลาที่มหาวิทยาลัย
มีข่าวในสังคม การแสดงตนปกป้อง หรือการแสดงผลของศิษย์เก่า ถือเป็น KPI ของ
ความสำเร็จในเรื่องนี้เหมือนกัน

(ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ 4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม 2558)

ผู้ให้สัมภาษณ์ของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง ได้กล่าวถึงวิธีการสื่อสารที่มีความเฉพาะกลุ่มของศิษย์เก่า และได้รับความสนใจจากศิษย์เก่าเป็นอย่างดี กล่าวคือ

...วิธีการสื่อสารและช่องทางที่มหาวิทยาลัยใช้เนี่ย มีหลายเล่มที่สื่อไปถึงศิษย์เก่า หนังสือก็มีการแบ่ง Level ซึ่งแยกระดับไว้ คือ ระดับ High quality จะเป็นวารสารที่ศิษย์เก่าบางท่านถือเป็นของสะสมเลย มีเนื้อหาที่คุณภาพมาก และอีกระดับหนึ่งก็จะเป็นจดหมายข่าวรายสัปดาห์ รายเดือน รายโอกาสพิเศษ เป็นต้น นอกนั้นก็จะเป็นการใช้สื่อออนไลน์ตามการเปลี่ยนไปของโลกในยุคปัจจุบันเช่นกัน ทั้งเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ คือมหาวิทยาลัยนี้อายุเก่าแก่มากจึงต้องใช้ทั้งสื่อเก่าสื่อใหม่ควบคู่กันไป ไม่สามารถใช้เพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่งได้ บางคนยังชอบกระดาษ บางคนก็ Electronic ไปแล้ว

(ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ 4, ผู้ให้สัมภาษณ์, 23 พฤศจิกายน 2558)

ผู้ให้ข้อมูลท่านนี้ ยังได้แสดงความเห็นถึงการพิจารณาบริบทของการสื่อสาร หากบริบทต่างกัน วิธีการก็ต้องแตกต่างกันไป เช่น หากต้องการสื่อสารในเรื่องจำเป็นเร่งด่วนก็ต้องใช้โทรศัพท์ ถ้าจะสื่อสารกับคนหมู่มาก ก็ต้องใช้ไลน์หรือว่าเฟซบุ๊ก ถ้าเป็นการติดต่อกับคนที่อยู่ไกลๆ รุ่นเก่าๆ ก็ต้องใช้อีเมล บางครั้งมหาวิทยาลัยก็ต้องลงทุนในการสื่อสารไปยังศิษย์เก่าทางสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ซึ่งส่วนใหญ่จะลงเนื้อหาเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัย ซึ่งได้ผลในภาพกว้างทั้งตัวศิษย์เก่าเอง และคนที่รู้จักตัวศิษย์เก่า รวมทั้งสังคมโดยรวมที่อาจจะกล่าวถึงข่าวสารที่รับรู้มาเมื่อได้พบพูดคุยกับศิษย์เก่า สำหรับประเด็นเร่งด่วนที่จะดำเนินการในการสร้างความผูกพันนั้น ได้ให้ความเห็นว่า แนนอนคือเรื่องของการสื่อสาร แต่ไม่มีทางจะส่งถึงศิษย์เก่าได้เลย ถ้าไม่รู้ว่าจะส่งให้ใคร ส่งไปที่ไหน ด้วยวิธีการใด ฉะนั้น ระบบฐานข้อมูลต้องเป็นปัจจุบันที่สุด ซึ่งมีความยากไม่ใช่น้อยเพราะด้วยการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนงานบ่อยขึ้น เปลี่ยนที่อยู่จากคอนโดไปอยู่บ้าน ย้ายภูมิลำเนา เมื่อพิจารณาถึงระบบฐานข้อมูลศิษย์เก่าแล้ว เราควรเพิ่มเติมความก้าวหน้าของศิษย์เก่าด้วยว่าตอนนี้ทำอะไรอยู่ที่ไหน เพื่อที่มหาวิทยาลัยจะได้ส่งองค์ความรู้หรือเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ศิษย์เก่าควรจะได้รับไปทางอีเมลล์

สิ่งที่แสดงความสำเร็จในการสร้างความผูกพันศิษย์เก่าต่อมหาวิทยาลัยนี้ คือ ความร่วมแรงร่วมใจของศิษย์เก่าที่ไปพัฒนาประเทศ ไปเป็นบุคลากรที่ช่วยเหลือพัฒนาสังคม ช่วยขับเคลื่อนประเทศด้วยพลังของศิษย์เก่าในยามที่เกิดวิกฤต เช่น ภัยธรรมชาติ หรือความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องได้รับการช่วยเหลือ จะเห็นบรรดาศิษย์เก่าออกมาช่วยกันขึ้นน้ำสังคม

ผู้ให้สัมภาษณ์อีกท่านหนึ่ง ได้กล่าวถึงการที่มหาวิทยาลัยมีการแบ่งการสื่อสารกับศิษย์เก่าออกเป็น 4 กลุ่มหลักๆ ซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีความสนใจต่างกัน มหาวิทยาลัยต้องพิจารณาจุดที่สามารถดึงความสนใจและจุดยึดโยงให้ได้ ดังสะท้อนไว้ว่า

...กลุ่มศิษย์เก่าปลดเกษียณแล้ว ซึ่งกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มอาวุโส ที่ต้องให้เกียรติในงานต่างๆ เช่น งานคืนสู่เหย้า งานจัดค่าย เป็นต้น กลุ่มถัดมาก็คือ กลุ่มศิษย์เก่าที่มีอายุ 46 – 60 ปี เป็นกลุ่มที่พร้อมให้การช่วยเหลือทั้งทุนหรือการอุปถัมภ์ด้วยความเต็มใจ กลุ่มต่อมาคือ กลุ่มศิษย์เก่าที่มีอายุตั้งแต่ 30 – 45 ปี เป็นกลุ่มที่กำลังสร้างตัว ต้องคอยให้กำลังใจ ถามไถ่ทุกข์สุข และรักษาความสัมพันธ์ไว้มากกว่า กลุ่มสุดท้ายคือ กลุ่มศิษย์เก่าที่มีอายุตั้งแต่ 22 – 30 ปี เป็นกลุ่มที่มีจุดสนใจเพื่อรวมกลุ่มกันเที่ยว มีการเปลี่ยนงาน เพราะฉะนั้นฐานข้อมูลด้านที่พัก ที่รับประทานอาหาร รถเช่า ที่เป็นของศิษย์เก่า ก็มีความน่าสนใจในการเตรียมไว้ให้กลุ่มนี้ได้เข้าถึง

(ผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่ 5, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 ตุลาคม 2558)

ประเด็นเร่งด่วนที่ผู้ให้ข้อมูลท่านนี้ได้ให้สัมภาษณ์ คือ ฐานข้อมูล ที่จะทำอย่างไรให้ศิษย์เก่าเข้ามาใช้ให้มากที่สุด เพื่อให้เห็นความเคลื่อนไหวของตัวเองและคนอื่นๆ เช่น การบริจาคเงิน การเห็นรายชื่อตัวเองในการบริจาคก็จะเกิดความภูมิใจและอยากบริจาคต่อไป ซึ่งหน้าที่ของมหาวิทยาลัยคือต้องสร้างความสนิทสนม การติดตามดูแลศิษย์เก่าที่ตอบแทนสถาบันด้วย สำหรับสิ่งที่แสดงความสำเร็จเกี่ยวกับความผูกพันศิษย์เก่าต่อมหาวิทยาลัยนั้น คือ ความสัมพันธ์ของศิษย์เก่าที่กลับมาติดต่อมหาวิทยาลัยอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสามารถแยกได้หลายประเด็นที่มาติดต่อเช่น เรื่องส่วนตัว เรื่องขอรับคำปรึกษา เรื่องสวัสดิการการเป็นศิษย์เก่า หางานพิเศษ ศึกษาต่อ เป็นต้น

2. การสนทนากลุ่ม (Focus group)

กลุ่มเจ้าหน้าที่บุคลากรที่ดำเนินงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์

การสนทนากลุ่ม (Focus group) กับเจ้าหน้าที่บุคลากรที่ดำเนินงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์
ทั้งจากส่วนกลางของมหาวิทยาลัยและคณะ จำนวน 5 มหาวิทยาลัย

กลุ่มมหาวิทยาลัยที่ 1 จำนวน 9 คน เป็นเจ้าหน้าที่จากส่วนกลาง 2 คน จากคณะ 7 คน

กลุ่มมหาวิทยาลัยที่ 2 จำนวน 5 คน เป็นเจ้าหน้าที่จากส่วนกลาง 4 คน จากคณะ 1 คน

กลุ่มมหาวิทยาลัยที่ 3 จำนวน 4 คน เป็นเจ้าหน้าที่จากส่วนกลางทั้งหมด

กลุ่มมหาวิทยาลัยที่ 4 จำนวน 5 คน เป็นเจ้าหน้าที่จากส่วนกลางทั้งหมด

กลุ่มมหาวิทยาลัยที่ 5 จำนวน 5 คน เป็นเจ้าหน้าที่จากส่วนกลาง 3 คน จากคณะ 2 คน

ผลการสนทนากลุ่ม พบว่า

ประเด็นเกี่ยวกับการสร้างบรรยากาศที่เสริมสร้างความผูกพันศิษย์เก่า นั้น ผู้ร่วมสนทนาได้ให้ข้อมูลที่สามารถอธิบายได้ ดังนี้ สถานที่ต่างๆ ในมหาวิทยาลัย เช่น ป้ายมหาวิทยาลัย สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ อนุสาวรีย์ อ่างเก็บน้ำ อาคารเรียน หอพัก สถานที่จัดกิจกรรม จัดพิธีกรรม ต้นไม้ประจำมหาวิทยาลัย ต้นไม้สายรหัส จุดพักผ่อน จุดนัดพบ สัญลักษณ์ที่โดดเด่น มีเรื่องเล่า เป็นต้น ถึงจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามเวลา แต่ยังคงมีเค้าโครงเดิมก็ยังทำให้ศิษย์เก่าที่เข้ามามหาวิทยาลัยได้ระลึกนึกถึง

มีผู้ให้ข้อมูลในวงสนทนาจากมหาวิทยาลัยหนึ่ง แสดงความเห็นเกี่ยวกับบรรยากาศที่ศิษย์เก่ารู้สึกถึงความผูกพันกับมหาวิทยาลัยไว้ว่า

...ครูบาอาจารย์เก่าๆ ที่ท่านมาร่วมในกิจกรรมสำคัญๆ ประจำปี เช่น รดน้ำดำหัว ทำบุญคณะ งานเลี้ยงเกษียณอายุราชการ งานมุทิตาจิต งานวันคล้ายวันสถาปนามหาวิทยาลัย เป็นการสร้างบรรยากาศด้วยตัวบุคคลที่เป็นจุดเชื่อมโยงสำคัญระหว่างศิษย์กับอาจารย์ที่เคยเกิดความประทับใจในมหาวิทยาลัยเมื่อสมัยที่อาจารย์ท่านเคยสอนพวกศิษย์เก่า

(ผู้ร่วมสนทนากลุ่มจากมหาวิทยาลัยที่ 1, ผู้ให้ข้อมูล, 16 ตุลาคม 2558)

ประเด็นด้านวัฒนธรรมองค์กรที่สื่อได้ชัดเจนถึงความผูกพันศิษย์เก่า นั้น พบว่ามหาวิทยาลัยที่อยู่ในภูมิภาคแห่งหนึ่ง ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมรับน้องที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะมหาวิทยาลัยเป็นอันดับแรก และกล่าวเสริมว่าเป็นกิจกรรมที่สมาคมศิษย์เก่าได้กำหนดลงในปฏิทินประจำปี แสดงถึงการที่ศิษย์เก่าให้ความสำคัญต่อการเข้าร่วมและสนับสนุนกิจกรรมนี้ เมื่อได้สนทนากับบุคลากรตามคณะแล้ว พบว่า วัฒนธรรมที่แสดงออกถึงความผูกพันศิษย์เก่า นั้น จะพบในกิจกรรมช่วงรับน้อง กิจกรรมเชียร์ ที่ศิษย์เก่าจะกลับมามีส่วนร่วมเป็นประจำ นอกจากนั้น การดำเนินกิจกรรมของสมาคมหรือชมรมศิษย์เก่าที่เป็นงานประจำปี เช่น งานทำบุญงานคืนสู่เหย้า ก็เป็นสิ่งที่สืบทอดกันมารุ่นสู่รุ่น บางคณะแบ่งจัดกิจกรรมตามความสะดวกของศิษย์เก่าคือจัดทั้งที่มหาวิทยาลัย และจัดที่กรุงเทพมหานคร

กลุ่มสนทนาจากมหาวิทยาลัยภูมิภาคอีกแห่งหนึ่ง ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความสำคัญต่อศิษย์เก่าเชิญเข้าร่วมในทุกๆ กิจกรรมที่องค์กรนักศึกษาจัด เพื่อกลับมาแสดงตัวตนให้รุ่นน้องปัจจุบันได้ทราบและร่วมภาคภูมิใจในรุ่นพี่ของเขา ดังสะท้อนไว้ว่า

...หลายปีมา องค์การนักศึกษาเขาก็จะเชิญรุ่นพี่ศิษย์เก่าเข้ามาไซโคน้องในลักษณะการกระตุ้นสปีริตของน้องในกิจกรรมรับน้อง กิจกรรมร้องเพลงมหาวิทยาลัย บางปีรุ่นพี่รุ่นแรกถือธงประจำรุ่นเข้ามาร่วมในพิธี เด็กก็จะฮือฮาเพราะต่างกันตั้ง 50 ปี คณะผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่เขาเป็นศิษย์เก่าก็มาร่วมกิจกรรม พวกพิธีกรก็ทำงานด้วยกัน รับลูกว่า พี่ๆ ยอมรับน้องหรือยัง เพลงนี้ให้ผ่านยัง เอาใหม่ใหม่ บางปีน้องไม่รอด พวกพี่ก็ลงไปช่วยน้องร้องเพลง น้องเขาจะรู้สึกมีกำลังใจว่ามีพี่ๆ กลับมา

(ผู้ร่วมสนทนากลุ่มจากมหาวิทยาลัยที่ 2, ผู้ให้ข้อมูล, 2 พฤศจิกายน 2558)

ผู้วิจัยพบว่า มหาวิทยาลัยในส่วนกลาง ต่างมีคำตอบที่เป็นไปในแนวทางคล้ายคลึงกัน คือ การกลับมาร่วมงานสำคัญๆ ของมหาวิทยาลัย เช่น วันสถาปนามหาวิทยาลัย วันเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในมหาวิทยาลัย วันเหตุการณ์สำคัญที่เกี่ยวข้องกับราชวงศ์ เป็นต้น โดยส่วนใหญ่จะเป็นการที่ศิษย์เก่าเข้าร่วมกิจกรรมทั้งการทำบุญ การเลือกตั้งคณะกรรมการสมาคม การชมนิทรรศการ การแข่งขันกีฬา จนกระทั่งงานคืนสู่เหย้าในช่วงกลางคืน

มีผู้ให้ข้อมูลจากมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง กล่าวเพิ่มเติมเกี่ยวกับวัฒนธรรมที่แสดงความผูกพันของศิษย์เก่าในลักษณะของความเหนียวแน่นของกลุ่มศิษย์เก่าที่รวมตัวกันเป็นสมาคม ชมรม ทั้งในระดับจังหวัด ระดับภูมิภาค และตัวแทนจากกลุ่มศิษย์เก่านี้จะได้มีส่วนร่วมเข้ามาเป็นคณะกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย มีหน้าที่ให้คำปรึกษา ให้แนวทางการพัฒนามหาวิทยาลัยได้ ไว้ว่า

...ในการบริหารมหาวิทยาลัย คณะกรรมการส่งเสริมจะเป็นกลุ่มศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จเข้ามาส่งเสริมพัฒนามหาวิทยาลัย ให้คำปรึกษาในแนวทางการบริหาร ศิษย์เก่าตามแต่ละภูมิภาค ก็จะมีการจัดงานกันทุกปี เช่น ศิษย์เก่าในภูมิภาคอีสาน เดือนธันวาคมก็จัดเป็นครั้งที่ 45 แล้ว มีการสร้างกลุ่มศิษย์เก่าประจำจังหวัด มีประโยชน์ในการออกค่ายไปจังหวัดต่างๆ กลุ่มศิษย์เก่าจังหวัดนั้นๆ ก็จะคอยช่วยเหลือลงไปเยี่ยมค่าย

(ผู้ร่วมสนทนากลุ่มจากมหาวิทยาลัยที่ 5, ผู้ให้ข้อมูล, 21 ตุลาคม 2558)

ประเด็นเกี่ยวกับการสื่อสาร ภาษา ระดับ วิธีการ ช่องทาง ที่ใช้ในการสื่อสาร เพื่อสร้างความผูกพัน ว่ามีลักษณะอย่างไร พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่จะกล่าวถึงการใช้สื่อออนไลน์ทั้งเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ของกลุ่มสมาคม ชมรมของศิษย์เก่า หรือไลน์กลุ่มรุ่น ซึ่งเมื่อมีไลน์เข้า

มานั้นพบว่า การกลับมาพบกันของเพื่อนๆ ศิษย์เก่ารุ่นอาวโสเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว นำไปสู่การนัดสังสรรค์ เช่น พบกันเพื่อร้องเพลงสังสรรค์ทุกศุกร์สิ้นเดือน เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลยังใช้วิธีการโทรศัพท์ประสานติดต่องานอยู่ โดยเฉพาะกับตัวแทนรุ่น ตัวแทนสาขา ที่สามารถประสานต่อได้

ผู้ให้ข้อมูลอีกท่าน กล่าวว่า วารสารของสาขาหรือของคณะยังมีความสำคัญต่อการรับรู้เรื่องราวความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัย ของศิษย์เก่าได้เป็นอย่างดี อาจจะไม่ทันการณ์เท่ากับสื่อออนไลน์แต่สามารถทำให้เกิดความรู้สึกว่ามหาวิทยาลัยไม่ได้ลืมนึกถึงศิษย์เก่า

ประเด็นการสื่อสารนั้น ผู้วิจัยพบความเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงบางประการว่า ศิษย์เก่าที่เคยทำกิจกรรมมักจะยังมีการติดต่อสื่อสารกันอย่างเหนียวแน่น และยังเป็นกิจกรรมนอกโครงสร้าง เช่น ตามความถนัด ตามภูมิลำเนา ศิษย์เก่าจะมีการติดต่อสื่อสารที่เหนียวแน่นและไม่เป็นทางการมากกว่า

สมาคมศิษย์เก่ายังใช้วิธีการสื่อสารหลายช่องทางเช่นที่กล่าวข้างต้น แต่การส่งอีเมลล์การวันเกิดไปยังศิษย์เก่า นั้น เป็นวิธีการสื่อสารหนึ่งที่สมาคมได้กล่าวว่า ทำให้ศิษย์เก่ารู้สึกประทับใจ และส่งผลต่อการตอบแทนมหาวิทยาลัยด้วยการบริจาคได้อีกทางหนึ่งด้วย

ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งซึ่งทำหน้าที่นักกิจกรรมนักศึกษาด้วย ได้ถึงความสำคัญของสื่อที่มีพลังต่อความผูกพันไว้ดังนี้

...สื่อที่เป็นผลที่สุดในการสร้างความผูกพัน คือ สื่อกิจกรรม ซึ่งกิจกรรมที่ศิษย์เก่ากลับมาและให้ความสำคัญอย่างมาก จะมี 2 อีเว้นท์หลักๆ คือ ประเพณีรับน้อง และวันแสดงสปีริต ในงานประเพณีรับน้องนั้นศิษย์เก่าวัยใกล้เคียงจะมารวมตัวกันเยอะมากกับศิษย์เก่าที่เพิ่งจบไป 5 ปี 10 ปี ศิษย์เก่ากลางๆ เขาเรียกว่ากำลังเอาตัวรอดจากการทำมหากิน บางรุ่นก็ทำเสื้อรุ่นของตนเองแล้วยืนให้กำลังใจน้องใหม่ในสาขาของตนเอง ส่วนศิษย์เก่ารุ่นใหม่ๆ จบไปปีสองปี จะมาร่วมเชียร์น้องในวันแสดงสปีริตเพราะความสะดวกในการเข้าร่วมที่เป็นวันศุกร์เสาร์อาทิตย์ ประกอบกับมาพบปะเพื่อนๆ แล้วก็หาคู่ในงานด้วยใจ

(ผู้ร่วมสนทนากลุ่มจากมหาวิทยาลัยที่ 1, ผู้ให้ข้อมูล, 16 ตุลาคม 2558)

ผู้ให้ข้อมูลจากมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารกับศิษย์เก่าที่เชื่อว่าเป็นการสร้าง ความผูกพัน และเห็นได้ชัด คือ การส่งหนังสือแสดงความยินดี เมื่อศิษย์เก่าได้รับความเจริญก้าวหน้าในงาน ซึ่งวิธีการทราบข่าวมีมาจากหลากหลายช่องทาง เช่น จากเฟ

ชู้กกลุ่มของศิษย์เก่าในคณะสาขารุ่นนั้นๆ การออกโทรทัศน์ ลงข่าวหนังสือพิมพ์ เป็นต้น โดยมหาวิทยาลัยได้จัดทำโล่รางวัลพร้อมกระเช้าของขวัญส่งตัวแทนผู้บริหารเป็นผู้มอบ

มหาวิทยาลัยแห่งนี้ ผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึงการสื่อสารกับศิษย์เก่าในรูปแบบสื่อออนไลน์ว่า ใช้ไลน์กลุ่มในการประสานงานกับศิษย์เก่าโดยจะตั้งประธานและรองประธานรุ่นเท่านั้น เข้ามาเป็นสมาชิกในกลุ่ม เพื่อแจ้งข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆ ของมหาวิทยาลัยให้ทราบเป็นระยะๆ

ผู้ให้ข้อมูลอีกท่านหนึ่ง ให้ความเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการจัดทำวารสารสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยที่จัดทำทุก 2 เดือนนั้น ผลดีครั้งละหนึ่งฉบับ แต่ศิษย์เก่าทั้งหมดมีแสนคน ฉะนั้นจึงประสานกับหน่วยงานด้านประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย จัดทำ E- Magazine ควบคู่ไปด้วย เพื่อให้เข้าถึงศิษย์เก่ามากที่สุด

ผู้วิจัย พบว่า มีความเกี่ยวข้องเรื่องความผูกพันศิษย์เก่า จากการจัดศูนย์การศึกษาตามจังหวัดต่างๆ ของมหาวิทยาลัยแห่งนี้ด้วย กล่าวคือ ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งได้แสดงความคิดเห็นว่า ศิษย์เก่าที่จบการศึกษาจากศูนย์การศึกษาตามแต่ละจังหวัดนั้น ได้เติบโตในหน้าที่การงานทั้งทางราชการและการเมือง จึงส่งผลต่อการรวมกลุ่ม รวมพลังของศิษย์เก่าในพื้นที่นั้นๆ ได้เป็นอย่างดี จนเป็นแม่ข่ายในการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้กับศิษย์เก่า

นอกจากนั้น ผู้ให้ข้อมูล ยังกล่าวย้อนไปยังความผูกพันศิษย์เก่าที่เกิดขึ้นตั้งแต่สมัยเรียน เช่น กีฬาน้องใหม่ที่พวกเขาเล่นก็ฟาสชนิดเดียวกันแต่อาจจะต่างคณะ จะรักกันมากและจะมีการติดต่อสื่อสารกันอย่างเหนียวแน่น แต่ไม่เป็นทางการ ถ้าหากเป็นกิจกรรมทางการก็เข้าร่วมแต่ไม่ได้ให้ความสำคัญมากเท่าการนัดพบปะกันเอง

ผู้ให้ข้อมูลจากอีกมหาวิทยาลัยหนึ่ง แสดงความเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารที่น่าสนใจไว้ว่า

...ที่มหาวิทยาลัยก็ใช้สื่อออนไลน์ทุกชนิด ซึ่งไม่แตกต่างจากมหาวิทยาลัยอื่น มีแค่จุลสารศิษย์เก่าที่จะผลิต 3 เดือนครั้ง แล้วจะส่งให้กับพวกอดีตผู้อำนวยการคณาจารย์เท่านั้น รวมถึงอาสาสมัครผู้แทนเครือข่ายประจำจังหวัดที่เป็นผู้ที่สามารถประสานศิษย์เก่าได้ เพราะเชื่อว่าพวกผู้นำ เมื่อรับรู้ข้อมูลข่าวสารอะไรแล้วจากมหาวิทยาลัย ก็จะเป็นคนที่บอกต่อไปยังกลุ่มเพื่อนๆ เขา ในช่องทางสื่ออื่นๆ ที่กลุ่มเขาใช้กัน

(ผู้ร่วมสนทนากลุ่มจากมหาวิทยาลัยที่ 3, ผู้ให้ข้อมูล, 14 ธันวาคม 2558)

ผู้วิจัย พบว่า มีมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง มีการใช้ช่องทางการสื่อสารที่พิจารณาเกี่ยวกับบริบทในการสื่อสารว่า หากเป็นการสนทนาโดยทั่วไป จะใช้โทรศัพท์และไลน์ แต่ถ้าเป็นเฟชบุ๊กและเว็บไซต์จะใช้ในการประชาสัมพันธ์ นอกจากนั้นมหาวิทยาลัยแห่งนี้ยังมีสื่อสิ่งพิมพ์ที่ส่งไปยังศิษย์เก่าโดยจัดแบ่งเป็นจดหมายข่าวที่ผลิตจำนวน 4 ฉบับต่อปี ผลิตจำนวนมากเพื่อแจ้งข่าวกิจกรรมรางวัล โครงการวิจัยต่างๆ และมีนิตยสารอีกหนึ่งฉบับที่ผลิตปีละ 3 เล่มซึ่งเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีศิษย์เก่าให้คุณค่าด้วยการสะสม เพราะเป็นนิตยสารที่น่าเสนอเรื่องราวของมหาวิทยาลัยกับประวัติศาสตร์หรือเหตุการณ์และบุคคลสำคัญ ซึ่งผู้ที่ได้รับนิตยสารฉบับนี้จะต้องชำระค่าสมาชิก 500 บาทต่อปี

มหาวิทยาลัยอีกแห่งหนึ่ง มีการสื่อสารเพื่อสร้างความผูกพันกับศิษย์เก่าบางประการที่แตกต่างไปจากที่ผู้วิจัยพบ กล่าวคือ มีการจัดทำคำคมข้อคิดจากศิษย์เก่าเป็นป้ายประกาศติดตามสถานที่ต่างๆ ในมหาวิทยาลัย เช่น ลิฟท์ ห้องน้ำ ทางเดิน เพื่อเป็นการสร้างแรงบันดาลใจให้ศิษย์ปัจจุบันทางหนึ่ง และอีกทางหนึ่งคือเพื่อให้ศิษย์เก่าที่กลับมามหาวิทยาลัยได้เกิดความภาคภูมิใจต่อสถาบัน นอกจากนั้นผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งได้กล่าวถึงช่องทางการสื่อสารกับศิษย์เก่าที่สร้างความผูกพันนั้นในวิธีการที่เหนือความคาดหมายคือ การสื่อสารกับกลุ่มคู่สมรสของศิษย์เก่า ซึ่งมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนกิจกรรมของศิษย์เก่าตามจังหวัด ตามภูมิภาคเป็นอย่างยิ่ง กลุ่มคู่สมรสของศิษย์เก่าก็มีไลน์กลุ่มในการติดต่อสื่อสารกันเองเพื่อจะนัดพบปะสังสรรค์กันเป็นประจำ

ผู้วิจัย พบว่า วยต่างกัน วิธีการสื่อสารต่างกัน แต่อาจจะใช้สื่อออนไลน์เช่นกัน หรือยังต้องใช้ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ควบคู่กันไป เช่น ศิษย์เก่าต้องการร่วมบริจาคเข้ากองทุน ซึ่งเมื่อบริจาคแล้วต้องแสดงหลักฐานการโอนเงิน หากเป็นศิษย์เก่าอาวุโสอาจจะสะดวกในการส่งแฟ้มข้อส่งจดหมาย หากเป็นศิษย์เก่าที่ใช้เทคโนโลยีเป็นก็จะขอถ่ายรูปส่งไลน์ เป็นต้น

ประเด็นที่บุคลากรได้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสนับสนุนนโยบายด้านการสร้างความผูกพันศิษย์เก่า อย่างไรนั้น พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมหาวิทยาลัยหนึ่งกล่าวถึงการผลักดันให้กลุ่มก้อนของศิษย์เก่าที่รวมกันแบบไม่เป็นทางการให้เป็นชมรมสมาคมเพื่อจะได้มีตัวตน มีที่ตั้ง ตามกฎระเบียบ แต่ผู้ให้ข้อมูลอีกท่านหนึ่งกล่าวถึงคณะของตนเองว่า ชมรมศิษย์เก่าที่คณะนั้นเกิดขึ้นเองโดยที่ไม่ได้มีส่วนผลักดันอย่างใด แต่เป็นกลุ่มสโมสรนักศึกษาเก่าที่เคยทำงาน ทำกิจกรรมด้วยกันสมัยเรียน จัดตั้งขึ้น แต่จะมีการนัดพบปะกันแบบไม่เป็นทางการมากกว่า

ในมหาวิทยาลัยถัดมา กล่าวถึงการได้รับนโยบายจากมหาวิทยาลัยมาอย่างแรก คือฐานข้อมูลต้องมีความสมบูรณ์เป็นปัจจุบัน เพื่อจะเป็นฐานสำคัญในการดำเนินการโครงการต่างๆ เช่น โครงการเชิญชวนศิษย์เก่าร่วมบริจาคเนื่องในวันเกิด โครงการเชิญเป็นวิทยากรเล่า

ประสบการณ์ให้น้องๆ การแสดงความยินดีกับความสำเร็จของศิษย์เก่า เป็นต้น นอกจากนั้น ผู้ให้ข้อมูลอีกท่านหนึ่ง ได้กล่าวว่า

...ตนเองมีหน้าที่รับผิดชอบในการประสานแกนนำของแต่ละจังหวัดในการผลักดันให้จัดตั้งชมรมหรือสมาคมศิษย์เก่าตามจังหวัดต่างๆ

ตนเองได้มีส่วนสนับสนุนนโยบายด้านสร้างความผูกพันศิษย์เก่าด้วยการติดต่อศิษย์เก่าให้กับภาคคณะเพื่อพบน้องๆ แต่สิ่งที่น่าสนใจคือ จะเชิญศิษย์เก่าทั้งที่ประสบความสำเร็จในชีวิตและไม่ประสบความสำเร็จมาอย่างละ 1 คน เพื่อให้น้องได้พบมุมที่แตกต่าง นอกนั้นก็ยังทำหน้าที่ประสานศิษย์เก่าในการจัดกิจกรรมกอล์ฟการกุศล คอนเสิร์ต

(ผู้ร่วมสนทนากลุ่มจากมหาวิทยาลัยที่ 2, ผู้ให้ข้อมูล, 2 พฤศจิกายน 2558)

ผู้ให้ข้อมูลท่านอื่นๆ ได้กล่าวถึงหน้าที่รับผิดชอบต่างๆ เช่น ได้มีส่วนพิจารณารางวัลศิษย์เก่าดีเด่นมหาวิทยาลัยประจำคณะ ประจำปี และประสานกับสมาคมในการมอบรางวัลนี้ในงานคืนสู่เหย้าที่สมาคมจัดเป็นประจำทุกปีในมหาวิทยาลัย ได้ช่วยทำวารสาร เป็นกองบรรณาธิการ และหลายครั้งที่เป็นผู้บอกกล่าวกิจกรรมของมหาวิทยาลัยไปยังศิษย์เก่าผ่านเฟซบุ๊กของตนเอง แต่มีสิ่งหนึ่งที่ทำเป็นปกติวิสัยคือการมีสิ่งของที่เป็นสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เช่น วัตถุมงคลต่างๆ ที่ถือว่าเป็นสมบัติแทนใจเอาไว้มอบให้ศิษย์เก่าที่ได้พบเจอตามต่างจังหวัด

ผู้ให้ข้อมูลจากมหาวิทยาลัยหนึ่ง กล่าวสั้นๆ ว่า

...การสนับสนุนนโยบายด้านการสร้างความผูกพันศิษย์เก่า นั้นเพียงแต่ทุกอย่างทุกกิจกรรม ต้องเกิดขึ้นจากความต้องการของศิษย์เก่า

(ผู้ร่วมสนทนากลุ่มจากมหาวิทยาลัยที่ 3, ผู้ให้ข้อมูล, 14 ธันวาคม 2558)

อีกด้านมหาวิทยาลัยหนึ่ง กล่าวถึงสิ่งที่ได้สนับสนุนนโยบายอย่างมากมาย กล่าวคือ ในหน่วยงานจะมีผู้รับผิดชอบในการดูแลด้านประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะ ดูความเคลื่อนไหวของข่าวสารจากเฟซบุ๊กสมาคมศิษย์เก่าคณะต่างๆ จังหวัดต่างๆ นำข่าวศิษย์เก่ามาแชร์ อีกส่วนหนึ่งจะมีหน้าที่ระดมทุนซึ่งจะได้จากการขายสินค้า จัดกิจกรรมการกุศล รับบริจาคจากศิษย์เก่ากลุ่มต่างๆ ที่ไปจัดกิจกรรมกันเองตามอัยยาศัย

ผู้ให้ข้อมูลจากมหาวิทยาลัยอีกแห่งหนึ่ง ได้เล่าถึงภาระหน้าที่ของแต่ละคน ซึ่งครอบคลุมคล้ายกับมหาวิทยาลัยอื่นๆ เช่น งานประชาสัมพันธ์ งานฐานข้อมูล งานระดมทุน งานธุรการ งานกิจการทั่วไป เห็นจะมีเพิ่มเติมก็เป็นงานด้านนโยบายและแผน ที่ต้องคิดโครงการจากการบูรณาการงานด้านความสัมพันธ์กับงานฐานข้อมูล และคิดวิธีการให้ศิษย์เก่ากลับเข้ามา มหาวิทยาลัยและวิธีการพัฒนาศิษย์ปัจจุบัน พิจารณาแนวทางที่จะเป็นประโยชน์แก่ศิษย์เก่า และพิจารณาสิ่งที่ศิษย์เก่าสามารถเอื้อประโยชน์แก่มหาวิทยาลัยได้

ประเด็นเกี่ยวกับกิจกรรมที่สามารถสร้างความผูกพันศิษย์เก่าได้มากขึ้น พบว่า กิจกรรมการพบปะสังสรรค์ งานคืนสู่เหย้า เป็นคำตอบที่เป็นไปในทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่ผู้วิจัยได้กล่าวข้างต้น เกี่ยวกับการนัดพบกันแบบไม่เป็นทางการของแต่ละกลุ่มชมรมสมาคม เพราะเป็นโอกาสที่ศิษย์เก่าได้แลกเปลี่ยนเรื่องราวชีวิตซึ่งกันและกัน ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับช่องทางการสื่อสารที่ศิษย์เก่าใช้กันเป็นประจำคือ ไลน์กลุ่ม ที่สามารถสนทนากันได้ในจำนวนเป็นร้อยคน สะดวกและรวดเร็ว นำไปสู่การนัดหมายในกิจกรรมต่างๆ

ประเด็นเกี่ยวกับสื่อที่เกิดประโยชน์ เข้าถึง และศิษย์เก่าเลือกรับสื่อ นั้น คือ เฟซบุ๊กและไลน์ โดยเฟซบุ๊กนั้นมีผู้ให้ข้อมูลจากมหาวิทยาลัยหนึ่งกล่าวว่า

...เราจะแบ่งศิษย์เก่าออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ในการสื่อสาร ซึ่งกลุ่มอาวุโส กลุ่มคนทำงาน กลุ่มรุ่นใหม่ จะใช้ถ้อยคำเดียวกันไม่ได้เพราะจะไม่เข้าใจ ต้องหากลยุทธ์การสื่อสารเข้าไป ซึ่งจะเห็นการโพสรูปสถานที่ต่างๆ ในมหาวิทยาลัย แต่ถ้าโพสโดยหวังให้ศิษย์เก่ารุ่นอาวุโสได้รับทราบต้องต้องใช้ภาษาทางการ และอธิบายรายละเอียด แต่ถ้าเป็นกลุ่มทำงานกลุ่มรุ่นใหม่อาจใช้ภาษาที่วัยรุ่นใช้กัน หรือใช้ภาพที่สมัยเขาศึกษาอยู่ยังได้พบเห็นเพื่อระลึกความหลัง ซึ่งเฟซบุ๊กมหาวิทยาลัยจะนำเสนอภาพเก่าในหัวข้อ มองมอผ่านเลนส์

(ผู้ร่วมสนทนากลุ่มจากมหาวิทยาลัยที่ 2, ผู้ให้ข้อมูล, 2 พฤศจิกายน 2558)

ผู้ให้ข้อมูลจากมหาวิทยาลัยหนึ่ง ได้แสดงความเห็นถึงการพูดต่อปากต่อปาก อาจเป็นวิธีการที่เสริมต่อจากสื่อออนไลน์ด้วยเช่นกัน

ประเด็นปัญหาที่พบเกี่ยวกับการสื่อสารกับศิษย์เก่า พบว่า การจัดทำสิ่งพิมพ์ที่มีงบประมาณจำกัด ไม่เพียงพอต่อศิษย์เก่า แต่มีการแก้ไขด้วยวิธีการทำเป็น E – Magazine ซึ่งศิษย์เก่าที่อยู่ต่างประเทศก็สามารถเข้าถึงได้ ปัญหาด้านวัยที่ต่างกัน จะพบในส่วนของสมาคมศิษย์เก่า

ในตำแหน่งบริหารที่มีความอาวุโสมาก ซึ่งจะต่างกับศิษย์เก่าที่เพิ่งจบ การเสนอแนวคิดการยอมรับ และการเปิดใจจึงเป็นปัญหาหนึ่งในการบริหารจัดการ มหาวิทยาลัยมีศิษย์เก่าจำนวนมากกระจาย อยู่ตามแต่ละภูมิภาคและส่วนกลาง จึงทำให้บางกิจกรรมจะจัด 2 สถานที่เพื่ออำนวยความสะดวก ในการเข้าร่วม มหาวิทยาลัยเคยพบปัญหาการลงคะแนนคัดเลือคนายกสมาคมศิษย์เก่า แต่ปัจจุบันได้นำระบบเลือกตั้งออนไลน์มาใช้ ซึ่งได้รับการเข้าร่วมลงคะแนนได้มากขึ้นทั้งศิษย์เก่า ในประเทศและต่างประเทศ

จากอีกมหาวิทยาลัยหนึ่ง ผู้ให้ข้อมูล ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่องระบบฐานข้อมูล ไว้ว่า

...ฐานข้อมูล ที่ไม่เป็นปัจจุบันคือปัญหาที่พบเวลาที่ต้องติดต่อกับศิษย์เก่าแล้ว ศิษย์เก่าเปลี่ยนที่อยู่ เปลี่ยนที่ทำงาน ซึ่งเคยดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้ศิษย์เก่าเข้ามา ปรับให้เป็นปัจจุบัน แต่ก็ได้รับความร่วมมือไม่มากเท่าที่ควร ซึ่งควรมีวิธีที่จะจูงใจ หรือวิธีที่ จะได้ข้อมูลแบบไม่เป็นทางการ เช่น ให้กรอกแบบฟอร์มที่ไม่เยอะมากมาตอนเข้าร่วม กิจกรรม ให้ศิษย์ปัจจุบันเป็นผู้เข้าไปติดต่อสอบถาม ก็เป็นการเพิ่มความสัมพันธ์ระหว่าง รุ่นพี่รุ่นน้องได้ด้วย

(ผู้ร่วมสนทนากลุ่มจากมหาวิทยาลัยที่ 1, ผู้ให้ข้อมูล, 14 ตุลาคม 2558)

นอกจากปัญหาด้านฐานข้อมูลที่แสดงที่อยู่ของศิษย์เก่าแล้ว ยังพบปัญหาในการส่ง สื่อสิ่งพิมพ์ไปยังศิษย์เก่าแต่ศิษย์เก่าได้เสียชีวิตแล้ว ผู้เป็นคนในครอบครัวก็จะดำเนินการแจ้งให้ มหาวิทยาลัยทราบเพื่อไม่ต้องส่งข่าวสารมาในครั้งต่อไป นอกจากนั้นยังพบว่าพ่อแม่ลูกจบจาก มหาวิทยาลัยเดียวกัน จึงทำให้ได้รับการส่งข่าวสารสื่อสิ่งพิมพ์จากมหาวิทยาลัยซ้ำซ้อน ศิษย์เก่าจะ เป็นผู้แจ้งกลับมายังมหาวิทยาลัยเพื่อให้ลดจำนวนการส่งในครั้งต่อไป ซึ่งส่วนใหญ่แล้วมาจาก ระบบฐานข้อมูลที่ผู้ปฏิบัติไม่ได้จัดการให้เป็นปัจจุบันหรือไม่ได้วิเคราะห์ที่อยู่ซ้ำซ้อน

ประเด็นเกี่ยวกับความคิดในการเสริมสร้างความผูกพันศิษย์เก่าในอนาคต พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมหาวิทยาลัยหนึ่งกล่าวถึงกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ศิษย์เก่าโดยคณะเป็นผู้จัด โครงการ โดยเป็นลักษณะชวนศิษย์เก่าไปปลูกป่าชายเลนแถวๆ กรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ต้อง เดินทางมายังมหาวิทยาลัย แต่ปรับวิธีการที่มหาวิทยาลัยลงไปหาเขา ซึ่งนำพวกนักศึกษาปัจจุบัน ไปร่วมในกิจกรรมด้วย เช่น กรรมการสโมสร ผู้ให้ข้อมูลอีกท่านกล่าวว่า คิดอยากทำกิจกรรมที่ บูรณาการระหว่างกิจการนักศึกษาและกิจกรรมศิษย์เก่า เช่น เชิญศิษย์เก่ามาในกิจกรรมปัจฉิม ศิษย์เก่ามาจัดสอนเสริมเพื่อเตรียมสอบสายวิชาชีพ ศิษย์เก่ามาเพิ่มพูนเทคนิคการเรียนในวิชา ภาษาอังกฤษ เป็นต้น

ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งกล่าวถึง การจัดกิจกรรมประเพณีประจำปี หรือเป็นวาระๆ เช่น การแสดงดนตรีที่ได้นำเสนอความสามารถของศิษย์ปัจจุบันร่วมกับศิษย์เก่า การเชิญศิษย์เก่าเข้ามาร่วมงานคืนสู่เหย้าก่อนงานจริงเหมือนเป็นการใช้ทรัพยากรที่ลงทุนไปให้คุ้มค่าที่สุดขึ้น

มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง ผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึงความผูกพันระดับคณะที่มากกว่าความผูกพันระดับมหาวิทยาลัยว่า

...กิจกรรมที่เสริมสร้างความผูกพันในระดับคณะนั้นเพียงพอแล้ว แต่ในภาพรวมของมหาวิทยาลัย ยังไม่เพียงพอที่ได้รับความใส่ใจ ถึงมหาวิทยาลัยจะให้ความสำคัญในกิจกรรมระดับมหาวิทยาลัยหรือกิจกรรมส่วนกลางในช่วงปีแรกก็ตาม แต่พอเด็กขึ้นปีสองปีสามก็จะมีภาพใหญ่โดยรวมให้เห็นแล้ว มันก็ส่งผลไปต่อนักจัดงานคืนสู่เหย้าของมหาวิทยาลัยที่ศิษย์เก่าไม่มามากเท่ากับงานคืนสู่เหย้าที่คณะจัด

(ผู้ร่วมสนทนากลุ่มจากมหาวิทยาลัยที่ 3, ผู้ให้ข้อมูล, 14 ธันวาคม 2558)

มีผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่ง กล่าวแย้งในประเด็นปัญหาดังกล่าว ซึ่งมีความน่าสนใจเพื่อพิจารณาเป็นแนวทางที่ดีได้ในอนาคต ว่า

...เราควรเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาสด้วยการสร้างกลยุทธ์การจัดงานคืนสู่เหย้าให้เป็นรุ่นๆ รับผิดชอบเป็นแม่งานไป และก็เวียนกันไปเรื่อยๆ หากศิษย์เก่าที่จบไปอยู่ตามภูมิภาคหรือจังหวัดอื่นๆ ที่ไม่ใช่ที่ตั้งของมหาวิทยาลัยก็ตาม ให้กำหนดวันจัดงานคืนสู่เหย้าพร้อมกันทั่วประเทศไปเลย เหมือนได้แสดงพลังศิษย์เก่าของสถาบันเดียวกัน เราก็ทำการถ่ายทอดในแต่ละจังหวัดๆ มาที่จัดงาน ได้กระตุ้นบรรยากาศของพลังศิษย์เก่าด้วย

(ผู้ร่วมสนทนากลุ่มจากมหาวิทยาลัยที่ 2, ผู้ให้ข้อมูล, 2 พฤศจิกายน 2558)

ผู้ให้ข้อมูลจากมหาวิทยาลัยหนึ่ง กล่าวถึงแนวทางการบริหารจัดการเรื่องช่วยเหลือศิษย์เก่าได้อย่างทั่วถึงและทันถ่วงที เช่น หากศิษย์เก่าได้รับความเดือดร้อนจากภัยธรรมชาติ เมื่อแจ้งเข้ามาที่หน่วยงานเราแล้ว เราสามารถประสานไปยังสมาคมชมรมหรือผู้แทนเครือข่ายศิษย์เก่าในบริเวณนั้นเข้าให้การช่วยเหลือ เป็นต้น

จากมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องไว้อย่างน่าสนใจ คือ

...อยากจัดโครงการสอนอาชีพเสริมให้กับกลุ่มศิษย์เก่า กลุ่มคู่สมรสศิษย์เก่า และกลุ่มศิษย์เก่าที่ทำงานอยู่บ้าน เช่น เข้ามาเรียนทำขนมที่มหาวิทยาลัย แล้วนำไปประกอบอาชีพได้ นอกนั้นก็อยากจะจัดโครงการชวนศิษย์เก่าท่องเที่ยว เราก็จะรวบรวมเจ้าของกิจการในธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งที่พัก ร้านอาหาร รถเช่า ไว้เป็นข้อมูลให้ศิษย์เก่าสถาบันเดียวกันได้รับสิทธิพิเศษส่วนลดในการใช้บริการ หรือจะเป็นการสนับสนุนธุรกิจศิษย์เก่าให้เจริญรุ่งเรืองในการพานักศึกษาไปทัศนศึกษาตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ก็ได้ อุณหภูมิหนาวเย็นรายได้ ส่วนศิษย์เก่าพวกกลุ่มอุตสาหกรรม มีความคิดที่จะรวบรวมกลุ่มธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกัน สร้างพื้นที่การเจรจาธุรกิจต่างๆ ร่วมกัน เช่น ธุรกิจก่อสร้าง ที่ต้องเกี่ยวข้องกับวิศวกร สถาปนิก ร้านค้าวัสดุ อุปกรณ์โครงสร้าง เป็นต้น

(ผู้ร่วมสนทนากลุ่มจากมหาวิทยาลัยที่ 5, ผู้ให้ข้อมูล, 21 ตุลาคม 2558)

ประเด็นการจัดการสื่อสารกับศิษย์ปัจจุบันเพื่อสร้างความผูกพันกับมหาวิทยาลัยตั้งแต่ปีแรก จนถึงสุดท้าย นั้น พบว่า ผู้ให้ข้อมูลจากมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง กล่าวถึงการสื่อสารกับศิษย์ปัจจุบันด้วยศิษย์เก่าเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม โดยปีแรกและปีสุดท้ายจะเป็นการเชิญศิษย์เก่าเข้ามาพูดคุยกับน้อง ซึ่งปีแรกจะได้พูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการเรียนเพื่อที่จะเห็นภาพและเข้าใจสาขาวิชาที่เลือกเข้ามาศึกษามากขึ้น ส่วนในปีสุดท้ายเป็นการมาพูดคุยถึงโลกของการทำงานที่จะได้พบในสายอาชีพนั้นๆ ผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มสนทนายังได้แสดงความเห็นต่อการสื่อสารเพื่อสร้างความผูกพันกับมหาวิทยาลัยในมุมมองของศิษย์เก่าที่เข้ามาเช่นนี้ คือการเป็นต้นแบบให้กับรุ่นน้องเห็นว่าการกลับมาตอบแทนสถาบัน การออกไปเป็นศิษย์ที่ได้นำมาสังคม เป็นการสร้างชื่อเสียงและไม่ทำให้เกียรติสถาบันเสียหาย ส่วนปีสองปีสามนั้น ผู้ให้ข้อมูลแสดงความเห็นว่าการจะนำศิษย์ปัจจุบันได้ไปศึกษาดูงานในธุรกิจ สถานประกอบการของศิษย์เก่า หรือที่ศิษย์เก่าประกอบอาชีพอยู่ก็เป็นแนวทางที่น่าสนใจ เช่น คณะทางด้านศิลปะ จะมีการจัดโครงการเสวนาศิลปิน ณ บ้านหรือที่แสดงผลงานของศิษย์เก่าท่านนั้น หรือคณะทางด้านสังคมศาสตร์ จะมีกิจกรรมให้น้องปีสองปีสาม ได้พบพี่ศิษย์เก่าตามจังหวัดต่างๆ เพื่อเยี่ยมและเล่ากิจกรรมอาสาที่จะทำในปีนี้อย่างพร้อมขอรับการสนับสนุน เป็นต้น

มหาวิทยาลัยอีกแห่งหนึ่ง มีผู้ให้ข้อมูลที่แตกต่างไปจากที่กล่าวไว้ข้างต้น คือ อยากให้มหาวิทยาลัยมีการจัดโครงการรับสมัครงานโดยกลุ่มธุรกิจศิษย์เก่าหรือหน่วยงานที่ศิษย์เก่าทำงาน มหาวิทยาลัยควรมีการอบรมด้านบุคลิกภาพก่อนจบการศึกษาไปทำงานโดยสมาคมศิษย์เก่าเป็นผู้ร่วมสนับสนุนและเชิญศิษย์เก่าที่มีความสามารถด้านนี้เป็นวิทยากร ซึ่งควรดำเนินการในช่วงปีสามปีสี่ ส่วนปีแรกนั้นการจัดกิจกรรมให้ศิษย์เก่ามาเล่าประสบการณ์โดยส่วนกลางของมหาวิทยาลัยก็

เห็นควรเช่นนั้น นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลท่านหนึ่งได้กล่าวถึงการสื่อสารกับศิษย์ปัจจุบันด้วยศิษย์เก่าระดับบัณฑิตศึกษา และศิษย์ต่างชาติก็ไม่ควรละเลย

มีผู้ให้ข้อมูลจากมหาวิทยาลัยหนึ่ง กล่าวเกี่ยวกับ การจัดรับน้อง ไว้ว่า

...การรับน้อง เป็นการสื่อสารกับศิษย์ปัจจุบันที่ดีที่สุดเพื่อให้เขาผูกพันกับมหาวิทยาลัย แต่ในปีถัดๆ ไป ก็จะมีการส่งต่อรุ่นต่อรุ่นเองโดยอัตโนมัติในการทำหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมรับน้องซึ่งเปลี่ยนจากผู้เข้าร่วมเป็นผู้จัดกิจกรรม ส่วนการเชิญศิษย์เก่าเข้ามาให้แนวทาง ให้แรงบันดาลใจก็ควรมีสอดแทรกอยู่ในกิจกรรม

(ผู้ร่วมสนทนากลุ่มจากมหาวิทยาลัยที่ 4, ผู้ให้ข้อมูล, 14 ตุลาคม 2558)

ผู้ให้ข้อมูลอีกมหาวิทยาลัยหนึ่งได้กล่าวเกี่ยวกับความผูกพันของศิษย์ปัจจุบันต่อมหาวิทยาลัยไว้ว่า

...หลายครั้งที่ศิษย์ปัจจุบันรู้สึกผูกพันกับมหาวิทยาลัยตั้งแต่รุ่นพี่ไปจัดกิจกรรมในสมัยที่เขาเรียนระดับมัธยม เช่น การไปติวน้อง พร้อมแนะแนวการศึกษา แนะนำมหาวิทยาลัย สร้างความภาคภูมิใจในสถาบัน จนกระทั่งน้องได้เข้ามาเรียนต่อ

(ผู้ร่วมสนทนากลุ่มจากมหาวิทยาลัยที่ 3, ผู้ให้ข้อมูล, 14 ธันวาคม 2558)

ผู้ให้ข้อมูลจากมหาวิทยาลัยหนึ่ง แสดงแนวทางคือ ปีแรกต้องให้รู้จักแนวทางวิชาชีพ และมีแรงบันดาลใจ ปีสองเน้นเข้มข้นในเชิงทฤษฎี ปีสามเข้มข้นในเชิงปฏิบัติ พาไปศึกษาดูงาน เยี่ยมชมบริษัท ปีสุดท้ายต้องประเมินศักยภาพก่อนไปทำงาน ปรับบุคลิกภาพ แล้วเชิญศิษย์เก่าเข้ามาเป็นวิทยากร เป็นผู้รับสมัครงาน เป็นสิ่งที่มหาวิทยาลัยสามารถจัดให้ศิษย์ปัจจุบันได้ เพื่อให้เขา มีความสมบูรณ์พร้อมที่จะเป็นศิษย์เก่าของสถาบัน

ประเด็นศิษย์เก่ามีความผูกพันกับมหาวิทยาลัยแบบใด นั้น พบว่า ผู้ให้ข้อมูลได้กล่าวถึงความผูกพันทั้งสามแบบ คือ ความผูกพันแบบความรู้สึกนั้นศิษย์เก่าได้มีความทรงจำที่ดีต่อกิจกรรมและการที่เคยใช้ชีวิตเมื่อสมัยเรียน ส่วนความผูกพันแบบต่อเนื่องนั้นจะพบมากเพราะการที่ศิษย์เก่ายังกลับมาร่วมกิจกรรมสำคัญๆ เป็นประจำในทุกปี และความผูกพันในบรรทัดฐานที่ต้องกลับมาตอบแทนบุญคุณนั้น จะพบได้ชัดเจนในบางคณะจากศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จแล้ว สามารถบริจาคในการก่อสร้างอาคารเรียน สมทบทุนการศึกษาตามกองทุนต่างๆ เป็นต้น

ผู้ให้ข้อมูลจากมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง กล่าวสอดคล้องเช่นกัน คือ ศิษย์เก่ามีความผูกพันกับมหาวิทยาลัยทั้งสามแบบ เพียงแต่แบ่งเป็นช่วง คือ ในรุ่นศิษย์เก่าอาวุโสแล้วจะมีความผูกพันในบรรทัดฐานที่ได้ตอบแทนบุญคุณมหาวิทยาลัย ทั้งในลักษณะการบริจาคทุนทรัพย์หรือสิ่งของ เพื่อให้มหาวิทยาลัยได้ไปดำเนินในกิจการต่างๆ แต่โดยส่วนมากแล้วความผูกพันแบบต่อเนื่องในการเข้าร่วมกิจกรรมศิษย์เก่าจะมากที่สุดแต่ศิษย์เการุ่นใหม่ๆ ก็จะมีมีความผูกพันแบบความรู้สึกที่ดีที่มีต่อมหาวิทยาลัย ในกลุ่มสนทนาเดียวกัน มีผู้ให้ข้อมูลได้กล่าวอธิบายตามความเห็นของตนเองว่า

...ความผูกพันในบรรทัดฐานที่ศิษย์เก่ารู้สึกสำนึกในบุญคุณนั้น หากไม่ได้มองในเรื่องของการบริจาคแต่มองในเรื่องการตอบแทนที่ไปทำสิ่งดีๆ หรือกลับมาช่วยเหลือกิจกรรมของมหาวิทยาลัยก็เป็นแนวทางการตอบแทนเช่นกัน

(ผู้ร่วมสนทนากลุ่มจากมหาวิทยาลัยที่ 2, ผู้ให้ข้อมูล, 2 พฤศจิกายน 2558)

มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง ผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึงเหตุผลที่ตนมีความเห็นว่าศิษย์เก่ามีความผูกพันด้านความรู้สึกว่า

...ความผูกพันด้านความรู้สึก เป็นความผูกพันที่โดดเด่นที่สุด เพราะศิษย์เก่าศิษย์ปัจจุบันมีความรู้สึกภาคภูมิใจในสถาบัน และการได้ยอมรับจากสังคมยิ่งทำให้มีความรู้สึกที่ดีต่อสถาบันมากขึ้น แต่ความผูกพันด้านอื่นๆ ก็พบเห็นได้จากการที่ศิษย์เก่าเข้าร่วมกิจกรรมและกลับมาสถาบันในวันสำคัญต่างๆ เป็นประจำ

(ผู้ร่วมสนทนากลุ่มจากมหาวิทยาลัยที่ 4, ผู้ให้ข้อมูล, 14 ตุลาคม 2558)

ผู้ให้ข้อมูลจากมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง ได้แสดงความเห็นว่าส่วนใหญ่ศิษย์เก่าที่กลับมาติดต่อปฏิสัมพันธ์กับมหาวิทยาลัย จะเป็นศิษย์เก่าอาวุโส ฉะนั้นความผูกพันจะเป็นในแบบบรรทัดฐานที่ได้กลับมาตอบแทนสถาบันด้วยการให้ ร่วมบริจาค แบ่งปัน

อีกมหาวิทยาลัยหนึ่ง ได้กล่าวถึงรูปแบบความผูกพันถึงสามลักษณะ แต่อธิบายตามเหตุการณ์ เช่น เมื่อมหาวิทยาลัยไม่มีน้ำประปาใช้ ศิษย์เก่าที่สามารถช่วยเหลือได้ ก็จะประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งดำเนินการให้ความช่วยเหลือ หรือเมื่อศิษย์เก่าประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน ก็จะกลับมาตอบแทนด้วยการมีส่วนร่วมพัฒนามหาวิทยาลัย

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการแสดงออกในเชิงพฤติกรรมของความผูกพันศิษย์
เก่านั้น พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมหาวิทยาลัยต่างๆ กล่าวว่า

...ความประทับใจในสมัยเรียน ทั้งการใช้ชีวิต การอยู่หอพัก การเข้าร่วมทำ
กิจกรรม การเรียน แม้กระทั่งครูอาจารย์ก็มีส่วนสำคัญที่ศิษย์เก่าจะรู้สึกผูกพันกับมหา
วิทยาลัย รวมไปถึงผู้ปกครองที่เป็นศิษย์เก่าและลูกหลานก็เป็นศิษย์สถาบันเดียวกัน
กล่าวคือ เป็นสถาบันการศึกษาของครอบครัว

(ผู้ร่วมสนทนากลุ่มจากมหาวิทยาลัยที่ 1, ผู้ให้ข้อมูล, 16 ตุลาคม 2558)

...การที่มหาวิทยาลัยได้ให้ความสำคัญกับศิษย์เก่า เป็นปัจจัยสำคัญที่ศิษย์เก่า
จะแสดงออกต่อความผูกพันกับมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับนโยบาย และ
ลงไปถึงการสร้างกิจกรรมตั้งแต่สมัยเรียน เช่น รับน้อง ไซดัส มันคือมิติการส่งต่อ
อุดมการณ์ มุทิตาสถาบัน เป็นต้น การเปิดโอกาสให้ศิษย์เก่าได้มีส่วนเข้ามาเกี่ยวข้องกับ
มหาวิทยาลัย

(ผู้ร่วมสนทนากลุ่มจากมหาวิทยาลัยที่ 2, ผู้ให้ข้อมูล, 2 พฤศจิกายน 2558)

...ความภาคภูมิใจในสถาบันที่เป็นที่ยอมรับในสังคม ทำให้เป็นการการันตีตนเอง
ให้มีความสำเร็จในชีวิตการงาน

(ผู้ร่วมสนทนากลุ่มจากมหาวิทยาลัยที่ 4, ผู้ให้ข้อมูล, 14 ตุลาคม 2558)

...ความผูกพันระหว่างอาจารย์กับศิษย์ เพราะเป็นคู่ความผูกพันที่ดูแลมาใน
ฐานะที่ให้ความรักแบบลูก และให้ความรู้แบบศิษย์ และเมื่อมหาวิทยาลัยเติบโตก้าวหน้า
ศิษย์เก่าภาคภูมิใจก็จะกลับมาพัฒนามหาวิทยาลัย แต่มหาวิทยาลัยก็ต้องเปิดโอกาสให้
ศิษย์เก่ากลับมาเช่นกัน

(ผู้ร่วมสนทนากลุ่มจากมหาวิทยาลัยที่ 5, ผู้ให้ข้อมูล, 21 ตุลาคม 2558)

กลุ่มศิษย์เก่าที่มีบทบาทเป็นคณะกรรมการในกิจการของศิษย์เก่า และศิษย์เก่ารุ่นใหม่
การสนทนากลุ่ม (Focus group) กับศิษย์เก่าที่มีบทบาทเป็นคณะกรรมการในกิจการ
ของศิษย์เก่า เช่น สมาคม ชมรม และการสนทนากลุ่มกับศิษย์เก่ารุ่นใหม่ ซึ่งให้แนวคำถามเดียวกัน
เพื่อเปรียบเทียบทัศนะที่แตกต่างกัน จาก 5 มหาวิทยาลัย ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 7 ผลการสนทนากลุ่มของศิษย์เก่าที่เป็นคณะกรรมการฯ และกลุ่มศิษย์เก่ารุ่นใหม่

ประเด็น	คณะกรรมการในกิจการของศิษย์เก่า	ศิษย์เก่ารุ่นใหม่
การให้ความสำคัญต่อความผูกพันศิษย์เก่ากับมหาวิทยาลัย	1. ความสำเร็จในอาชีพการงานมาจากการได้ศึกษาในสถาบัน 2. ความผูกพัน เกิดขึ้นตั้งแต่การใช้ชีวิตหอพักกับเพื่อน รุ่นพี่รุ่นน้อง การเรียน กิจกรรม สถานที่ 3. กิจกรรมต่างๆ จะเป็นสิ่งที่จดจำของรุ่น 4. เปรียบเป็นบ้านหลังที่สองของชีวิต 5. มีความผูกพันในระดับคณะมากกว่า มาจากระบบสายรหัส ระบบการรับน้อง	1. เป็นเรื่องของจิตใจ เป็นเรื่องราวของการใช้ชีวิตเมื่อสมัยเรียนทั้งสุข เศร้า เหงา มัน 2. รู้สึกผูกพันกันในเชิงสัญลักษณ์ สถาบันว่าจบมาจากที่เดียวกัน
สิ่งที่ทำให้ศิษย์เก่าอยากกลับมาเยี่ยม มาเข้าร่วมกิจกรรม กลับมามีส่วนร่วมกับมหาวิทยาลัย	1. อยากกลับมาเจอเพื่อนเก่าที่เก่า 2. อยากมีส่วนร่วมในกิจกรรมช่วยเหลือสังคม ในนามสมาคม 3. อยากกลับมาพูดคุยกันในเรื่องวันวาน	1. อยากกลับมาทดแทนบุญคุณมหาวิทยาลัย 2. อยากเป็นพลเมืองที่ดีในฐานะศิษย์เก่า 3. อยากกลับมาซื้อฟื้นความทรงจำเก่าๆ ไปเยี่ยมชมสถานที่ที่เคยทำกิจกรรมต่างๆ
ความประทับใจพิเศษ ความประทับใจต่อวัฒนธรรมประเพณี	1. การรับน้อง กิจกรรมเชียร์ กีฬาน้องใหม่ 2. ชีวิตหอพัก 3. กิจกรรมค่ายอาสา	1. ประเพณีการรับน้อง 2. พิธีพระราชทานปริญญาบัตร 3. เครือข่ายเพื่อนพี่น้องกิจกรรม 4. พิธีกรรมต่างๆ เช่น มูทิดา ถวายสัตย์ ถวายบังคม เป็นต้น
การรับรู้ความเคลื่อนไหวต่างๆ ของมหาวิทยาลัย ผ่านรูปแบบ วิธีการสื่อสารใดมากที่สุด	1. สื่อออนไลน์ เฟซบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์ มหาวิทยาลัย 2. โทรศัพท์จากเพื่อนร่วมสถาบัน 3. การสนทนาในงานพบปะสังสรรค์ 4. สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ 5. การเข้าร่วมประชุมกับคณะกรรมการ	1. สื่อออนไลน์ เฟซบุ๊ก ไลน์ เว็บไซต์มหาวิทยาลัย 2. สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ 3. E – Magazine, E – Mail 4. การสนทนาพบปะกัน 5. รายการวิทยุ โทรทัศน์ 6. SMS

ตาราง 7 (ต่อ)

ประเด็น	คณะกรรมการในกิจการของศิษย์เก่า	ศิษย์เก่ารุ่นใหม่
ความพึงพอใจในการจัดการการสื่อสารกับศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัย	พึงพอใจมาก	พึงพอใจในระดับหนึ่ง เพราะยังไม่มีแรงจูงใจในการให้เข้าถึงช่องทางออนไลน์ ควรทำเป็นเนื้อหาที่น่าติดตาม
การเปิดโอกาสให้ศิษย์เก่ามีส่วนร่วมในเรื่องต่างๆ	1. การมีส่วนร่วมในการบริหารมหาวิทยาลัยในฐานะกรรมการสภามหาวิทยาลัย กรรมการสรรหาอธิการบดี กรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย 2. การมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ตามการเชิญเข้าร่วม เช่น วันสถาปนา วันสำคัญต่างๆ เป็นต้น 3. การได้รับโอกาสหรือได้รับเชิญให้เป็นวิทยากร เป็นผู้วิพากษ์หลักสูตรในฐานะศิษย์เก่า เป็นผู้ให้ข้อมูลในการประกันคุณภาพการศึกษา เป็นต้น	1. การให้โอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรมประเพณีต่างๆ 2. การใช้ศักยภาพของศิษย์เก่าเป็นวิทยากรตามความถนัดในการพัฒนาศิษย์ปัจจุบัน เช่น การพัฒนานุคลิกภาพ การเป็นพิธีกร เป็นต้น 3. มีโอกาสรับรู้และแสดงความเห็นต่อการพัฒนามหาวิทยาลัย เช่น การปรับปรุงสถานที่ การลดพื้นที่สีเขียวเพื่อเพิ่มสิ่งปลูกสร้าง เป็นต้น 4. มหาวิทยาลัยรวบรวมเครือข่ายของศิษย์เก่าเข้ามาแนะแนวอาชีพ ให้ประสบการณ์วิชาชีพแก่ศิษย์ปัจจุบัน และให้เกิดการจ้างงานศิษย์ปัจจุบันจากศิษย์เก่า
วิธีการเสริมสร้างความผูกพันศิษย์เก่า	1. การให้ความสำคัญของผู้บริหารมหาวิทยาลัยในระดับยุทธศาสตร์และนโยบายที่เห็นความสำคัญของศิษย์เก่าอย่างจริงจัง 2. การเชิญเกียรติให้รางวัลแก่ศิษย์เก่าเป็นการมอบคุณค่าที่มีค่ามากที่สุด ผลักดันให้เกิดรางวัลศิษย์เก่าดีเด่นประจำคณะประจำปี	1. ปรับกระบวนการคิดให้เป็นเชิงการตลาดเพื่อสังคม เช่น การจัดคอนเสิร์ตการกุศล การสร้างรูปแบบงานที่น่าเสนอความเป็นสถาบัน เช่น สี เพลง บุคคลสำคัญแห่งยุค ภาพประทับใจในความทรงจำ เป็นต้น

ตาราง 7 (ต่อ)

ประเด็น	คณะกรรมการในกิจการของศิษย์เก่า	ศิษย์เก่ารุ่นใหม่
	3. การให้ความสำคัญในการเข้าร่วมงาน สังสรรค์สมาคมชมรมศิษย์เก่าในแต่ละ ภูมิภาค จังหวัด ของผู้บริหาร มหาวิทยาลัย	2. การให้ศิษย์เก่าที่มาก ประสบการณ์เป็นผู้ถ่ายทอด อารมณ์ขันเคล้าศิษย์ปัจจุบัน
	4. การผลักดันให้เกิดชมรมสมาคมศิษย์ เก่าตามท้องที่ต่างๆ โดยเน้นจังหวัดใน ภูมิภาคเดียวกับที่ตั้งมหาวิทยาลัยให้ ครบ และตามภูมิภาคอื่นๆ การจัด กิจกรรมส่งเสริมการสร้างเครือข่ายศิษย์ เก่าเป็นประจำตามแต่กำหนด	3. การให้ความรู้กับศิษย์เก่าหลัง เกษียณหรือว่างงาน
	5. มหาวิทยาลัยจัดตั้งหน่วยงานที่เป็น หน่วยประสานระหว่างศิษย์เก่ากับ มหาวิทยาลัย	4. การพิจารณาขยายศิษย์เก่า เข้ารับการศึกษาคือต่อตาม ขั้นตอนที่เหมาะสม
การจัดการสื่อสาร กับศิษย์ปัจจุบันเพื่อ สร้างความผูกพันกับ มหาวิทยาลัยเป็นชั้นปี	ปีแรก ต้องเสริมความสัมพันธ์ในรุ่น การจัด กิจกรรมปฐมนิเทศ กิจกรรมเชียร์ กิจกรรม กีฬา กิจกรรมสร้างแรงบันดาลใจ ปีสอง ต้อง แนะแนวเส้นทางอาชีพให้ชัดเจนซึ่งศิษย์เก่า สามารถเป็นวิทยากรที่มาชี้แนะพร้อมปลูกฝัง ความรัก ความภาคภูมิใจในสถาบันได้ ใน ลักษณะกิจกรรมมัชฌิมนิเทศ ปีสามและปีสี่ ควรเน้นเรื่องสถานที่ฝึกวิชาชีพ การพัฒนาศักยภาพพร้อมสู่การทำงาน	ปีแรก ต้องสร้างแรงบันดาลใจใน การเรียนรู้ให้เกิด ปรับทัศนคติต่อ การใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย อาจมี พิธีกรรมที่สร้างศรัทธา สร้างความ ศรัทธาที่ดีต่อความเป็นสิริมงคลบ้าง ปีสอง ควรมียุทธศาสตร์ชีวิตหรือ มีการอบรมพัฒนาทักษะจำเป็น ของวิชาชีพนั้นๆ ปีสาม เป็นการ เพิ่มพูนประสบการณ์ทางวิชาชีพ หรือศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จ ในการทำงาน ปีสุดท้าย ควร เตรียมพร้อมไปปรับใช้สังคม เรียนรู้ ความแตกต่างระหว่างหน่วยงาน ภาครัฐ/เอกชน ความหลากหลาย ในอาชีพ การทำอาชีพอิสระต่างๆ ที่สามารถหาเลี้ยงชีพได้

ตาราง 7 (ต่อ)

ประเด็น	คณะกรรมการในกิจการของศิษย์เก่า	ศิษย์เก่ารุ่นใหม่
การแสดงออกถึงความภาคภูมิใจในความเป็นศิษย์เก่า	1. การแต่งกายด้วยสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เช่น เนคไท เสื้อ ในการเป็นวิทยากรงานต่างๆ 2. การแสดงตนเมื่อทราบว่าผู้ร่วมสนทนาเป็นศิษย์เก่าสถาบันเดียวกัน	1. การมีของที่ระลึกของมหาวิทยาลัย 2. การแสดงออกผ่านสื่อออนไลน์ ในวันสำคัญที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัย เช่น การเปลี่ยนรูปโปรไฟล์ในเฟซบุ๊ก การโพสภาพเกี่ยวกับเหตุการณ์สำคัญของมหาวิทยาลัย เป็นต้น 3. การคิดดีกับมหาวิทยาลัยก็เป็น การแสดงออกที่แสดงถึงความภูมิใจในสถาบัน
การกลับมาทำประโยชน์ให้กับมหาวิทยาลัย และการชักชวนศิษย์เก่าท่านอื่น	1. การกลับมาเป็นคณะกรรมการในกรรมการชุดต่างๆ 2. การร่วมระดมทุนในกองทุนต่างๆ 3. การอุทิศตนต่อการทำงานให้สมาคมโดยไม่มีค่าตอบแทนใดๆ 4. การเสียสละเวลา มาสร้างความร่วมมืออย่างต่อเนื่อง การชักชวนเกิดจากเพื่อนหรือคนสนิทในกลุ่มต่างๆ เช่น กลุ่มเพื่อนสมัยเรียน กลุ่มคนรู้จักเมื่อสมัยทำงาน กลุ่มสโมสรชมรมสังคมสงเคราะห์ต่างๆ	1. การกลับมาให้ความรู้ มาเป็นวิทยากร การเป็นผู้คุมกีฬา เป็นที่ปรึกษาชมรม 2. การมาร่วมสมทบในกองทุน 3. การมาร่วมงานคืนสู่เหย้า การเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย 4. การทำประโยชน์ในพื้นที่ที่ตนเองทำงาน ที่อาศัย ตามความเหมาะสม เป็นการชักนำสังคมโดยภาพรวม การชักชวน 1. การพิจารณาความน่าสนใจตามวัยตามยุค ความแตกต่างในวิธีการนำเสนอ เช่น การเพิ่มมิติของการท่องเที่ยวตามรูปแบบการดำเนินชีวิตไปด้วยเชิงผจญภัย เชิงอนุรักษ์ ธรรมชาติ เป็นต้น

ตาราง 7 (ต่อ)

ประเด็น	คณะกรรมการในกิจการของศิษย์เก่า	ศิษย์เก่ารุ่นใหม่
		2. การสร้างระบบฐานข้อมูล เพิ่มพูนความผูกพันศิษย์เก่าที่ สามารถแสดงข้อมูลด้านการ ทำงาน ความสามารถพิเศษ ศักยภาพตามความถนัด เพื่อเป็นการรวบรวมและเกิด ประโยชน์แก่ศิษย์ปัจจุบันในการ ค้นหาพี่ศิษย์เก่าที่สามารถ สอบถาม ปรีกษา หรือเป็นผู้ ชี้แนะแนวทางได้ ซึ่งสามารถ พัฒนาไปสู่การจ้างงานได้ เช่นกัน

กล่าวโดยสรุป ผู้วิจัยพบว่า การจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย ในแต่ละมหาวิทยาลัยมีมิติด้านองค์ประกอบการสื่อสาร ด้านนโยบายและระบบสื่อสาร และด้านการประเมินการจัดการ ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 8 มิติของการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐ

มหาวิทยาลัย	ด้านองค์ประกอบ การสื่อสาร	ด้านนโยบายและ ระบบสื่อสาร	ด้านการประเมิน การจัดการ
มหาวิทยาลัยที่ 1	1. มีการกำหนดค่านิยม สภิริตมหาวิทยาลัย 2. นิยมการสื่อสารกลุ่ม ย่อย 3. จัดทำคลิปเสนอ ความก้าวหน้าของ มหาวิทยาลัยมาเป็น เครื่องมือที่ดึงดูด ความสนใจจากศิษย์ เก่า 4. จัดทำเป็น E-Magazine 5. การจัดบรรยายภาค ด้านสถานที่สำคัญๆ ที่มีความเป็นมา ความทรงจำที่เคยใช้ ชีวิตในสมัยเรียน ยังคงได้รับการดูแล และปรับปรุง 6. บรรยายภาคกิจกรรม สำคัญเช่น รับน้อง ทำบุญดำหัว คณาจารย์เก่าๆ การ เชียร์ กีฬาน้องใหม่	1. กำหนดโครงสร้าง หน่วยงานที่ดูแลงานด้าน ศิษย์เก่าสัมพันธ์ไว้ชัดเจน 2. มีสมาคม ชมรมศิษย์เก่า ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ และตามเมืองใหญ่ๆ ใน ต่างประเทศ 3. มีฐานข้อมูลศิษย์เก่าใน การสร้างความสัมพันธ์ ด้วยการสื่อสารในวาระ พิเศษ 4. แจ้งข่าวสารผ่านทาง อีเมลล์ 5. มีกิจกรรมการสื่อสาร ทั้งกิจกรรมประเพณี และ กิจกรรมการตลาดเชิง สังคม เช่น คอนเสิร์ตระดม ทุนเพื่อการกุศล	1. จุดแข็งคือวิถีชีวิตใน มหาวิทยาลัย (University life) การอยู่ หอพัก กิจกรรมรับน้อง ระดับความผูกพันใน คณะสูง 2. จุดอ่อนคือการพัฒนา ช่องทางการสื่อสารให้ เข้าถึงจำนวนศิษย์เก่าที่ มากขึ้น 3. ส่วนกลางเป็น ผู้ดำเนินการจัดเตรียม ความพร้อมของ ฐานข้อมูลให้คณะ สามารถใช้ร่วมกันได้ 4. มีแผนการรวมทุกสมาคม ชมรมศิษย์เก่าจัดการ ประชุมใหญ่ปีละครั้ง เพื่อวางแผนทางการจัด กิจกรรมเสริมความ ผูกพันศิษย์เก่า 5. มีการบูรณาการกิจกรรม พัฒนานักศึกษากับ กิจกรรมศิษย์เก่าสัมพันธ์

ตาราง 8 (ต่อ)

มหาวิทยาลัย	ด้านองค์ประกอบ การสื่อสาร	ด้านนโยบายและ ระบบสื่อสาร	ด้านการประเมิน การจัดการ
มหาวิทยาลัยที่ 2	1. มีวัฒนธรรมการเชียร์ การเล่นกีฬา ที่โดดเด่น 2. นิยมระดับการสื่อสาร กลุ่มใหญ่ ในงานคืน สู่เหย้า 3. บรรยากาศที่เสริม ความผูกพันคือ สถานที่ กิจกรรม และพิธีกรรม 4. ให้ความสำคัญกับ การเชิญศิษย์เก่าเข้า ร่วมในทุกกิจกรรม 5. มีวิธีการสื่อสารที่เป็น ทางการกับศิษย์เก่า ทั้งหนังสือราชการ การแสดงความยินดี กับศิษย์เก่าอาวุโส 6. มีช่องทางการสื่อสาร ออนไลน์กับศิษย์เก่า เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์กลุ่ม ตัวแทนรุ่นเข้าร่วม เป็นสมาชิก	1. มีการกำหนดแผนพัฒนา นักศึกษาด้วยการมีส่วนร่วม ของศิษย์เก่า 2. มีการจัดโครงการศิษย์เก่า เล่าประสบการณ์ 3. ผลักดันให้มีการจัดตั้ง ชมรม สมาคมศิษย์เก่า โดยเน้นให้มีทุกจังหวัดใน ภูมิภาคที่ตั้งมหาวิทยาลัย และทุกภูมิภาคของ ประเทศ 4. มีการให้ความสำคัญกับ ศิษย์เก่าต่างชาติจาก ประเทศเพื่อนบ้านที่เข้ามา ศึกษา 5. มอบรางวัลแก่ศิษย์เก่าที่ หลากหลาย เช่น ศิษย์เก่า เกียรติยศ ศิษย์เก่าแห่ง ความภูมิใจ ศิษย์เก่าดีเด่น คณะ 6. สื่อออนไลน์เป็นสื่อที่เข้าถึง มากที่สุด 7. มีการสร้างสรรค์เนื้อหา ในเฟซบุ๊ก เช่น มอชมอผ่าน เลนส์ และใช้ระดับภาษาที่ แตกต่างกันไปตามกลุ่ม	1. จุดแข็งคือความผูกพัน กับอาจารย์เก่า การพัก อาศัยในมหาวิทยาลัย ความรู้สึกเหมือน ครอบครัว กิจกรรมสาย รหัส และกิจกรรมเชียร์ ของมหาวิทยาลัย 2. ระดับความผูกพันกับ มหาวิทยาลัยไม่มากเท่า ระดับคณะ 3. กำหนดนโยบายสร้าง ความภาคภูมิใจใน สถาบันโดยศิษย์เก่ามี ส่วนร่วม ศิษย์เก่าเป็น คณะกรรมการต่างๆ 4. มีวิธีการทำงานที่ไม่มุ่ง เป้าที่การระดมทุน 5. มีปัญหาพื้นฐานข้อมูล ที่ต้องได้รับการพัฒนาเพื่อ การใช้งาน 6. สนับสนุนการจัดกิจกรรม เสริมความผูกพันทั้ง ปฐมนิเทศ มัชฌิมนิเทศ และปัจฉิมนิเทศ

ตาราง 8 (ต่อ)

มหาวิทยาลัย	ด้านองค์ประกอบ การสื่อสาร	ด้านนโยบายและ ระบบสื่อสาร	ด้านการประเมิน การจัดการ
มหาวิทยาลัยที่ 3	1. นิยมการสื่อสารในกลุ่มสาธารณะผ่านสื่อออนไลน์ ทั้ง เฟซบุ๊กหลักของมหาวิทยาลัยที่ใช้รับข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ตั้งแต่สมัยเรียน ต่อเนื่องถึงการเป็นศิษย์เก่า 2. ใช้อีเมลในการสื่อสารวาระสำคัญ วันเกิดและการเชิญเข้าร่วมงานคืนสู่เหย้า สื่อสิ่งพิมพ์จะพิจารณาส่งให้กับอดีตผู้นำนิสิตองค์กร กิจกรรมต่างๆ และอาสาสมัครผู้แทนเครือข่ายประจำจังหวัด 4 ครั้งต่อปี 3. ศิษย์เก่าอยากกลับมาพบอาจารย์เก่า กลับมาเข้าร่วมกิจกรรม ร่วมบริจาค และให้การช่วยเหลือ	1. มีกลุ่มงานรับผิดชอบด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ 2. มีการกำหนดยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยที่ให้สร้างความเข้มแข็งและความสัมพันธ์กับศิษย์เก่า 3. กิจกรรมทุกอย่างต้องเกิดจากความต้องการของศิษย์เก่า เช่น การจัดแรลลี่โบว์ลิ่ง ซึ่งมหาวิทยาลัยมีการจัดประชุมเครือข่ายศิษย์เก่าเพื่อร่วมวางแผนและรับฟังความต้องการ 4. มีความประทับใจกิจกรรมระดับคณะที่ทำให้เกิดความผูกพันชัดเจนกว่า 5. ศิษย์เก่ารับรู้ข่าวสารจากสื่อออนไลน์	1. จุดแข็ง คือ ความผูกพันในระดับคณะสูง ศิษย์เก่าเป็นกระบอกเสียงในการดึงดูดศิษย์ปัจจุบันเข้ามาเรียน กิจกรรมเชิงวิชาการสร้างชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ 2. จุดอ่อนคือการกระจายตัวของศิษย์เก่าที่ไม่ได้เป็นรูปธรรมการกลางของมหาวิทยาลัย 3. ผู้บริหารให้ความสำคัญกับศิษย์เก่าโดยดึงศิษย์เก่าเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมค่ายสร้างแรงบันดาลใจ 4. มีแนวความคิดเพิ่มความสัมพันธ์ศิษย์เก่ากับศิษย์ปัจจุบันในปีแรกและปีสอง และเพิ่มการหาเครือข่ายเชิงวิชาชีพในช่วงปีสามปีสี่ มีการเปิดรายวิชา ความเป็นคนดี เพื่อปลูกฝังจิตอาสาให้กับศิษย์ปัจจุบัน

ตาราง 8 (ต่อ)

มหาวิทยาลัย	ด้านองค์ประกอบ การสื่อสาร	ด้านนโยบายและ ระบบสื่อสาร	ด้านการประเมิน การจัดการ
มหาวิทยาลัยที่ 4	1. สื่อของสถาบัน การจัด งานวันสำคัญๆ เป็น วัฒนธรรมของศิษย์ เก่าที่มีต่อ มหาวิทยาลัย 2. มีการสื่อสารที่แบ่ง ระดับไว้ชัดเจน เช่น การจัดทำวารสาร 2 รูปแบบ การข่าวสาร รายสัปดาห์ ราย เดือน ฉบับพิเศษ 3. มีการใช้สื่อออนไลน์ ทั่วไป ยังใช้การ สื่อสารแบบทางการ กับศิษย์เก่าอาวุโส เพราะเป็น มหาวิทยาลัยที่มี ศิษย์เก่าจำนวนมาก หลากหลายวัย 4. บรรยายภาพของ สถานที่ หอพัก การ ร้องเพลงสถาบัน และสายสัมพันธ์น้อง พี่ เป็นสิ่งที่เสริมสร้าง ความผูกพันศิษย์เก่า	1. มีหน่วยงานรับผิดชอบด้าน ศิษย์เก่าสัมพันธ์ที่ชัดเจน 2. มีนโยบายการให้ความรู้ เพิ่มเติมกับศิษย์เก่าทั้งเชิง องค์ความรู้ใหม่ เทคโนโลยี ใหม่ มุ่งสู่ความร่วมมือทาง วิชาการ งานวิจัยกับศิษย์ เก่า 3. มีการสนับสนุน กิจกรรมเสริมสร้างความ ผูกพันศิษย์เก่าหลาย รูปแบบ เช่น ทอล์คโชว์ วัง การกุศล ซึ่งมีความเข้มแข็ง ของศิษย์เก่าที่หลังจากจัด กิจกรรมหักค่าใช้จ่ายแล้ว มอบกำไรให้มหาวิทยาลัย เป็นประจำ 4. มีระบบการเชื่อมโยงข้อมูล ข่าวสารจากทุกแฟนเพจ เฟชบุ๊กของสมาคมชมรม ศิษย์เก่าแต่ละคณะ รุ่น จังหวัด มีสมาคมชมรม เกือบ 60 จังหวัด	1. จุดแข็ง คือ ความ ยาวนานของ มหาวิทยาลัย ความ เหนียวแน่น การให้ความ ช่วยเหลือของศิษย์เก่า ความรักความภาคภูมิใจ ในสถาบัน 2. ให้ความสำคัญกับศิษย์ เก่าในการสร้างชื่อเสียง ตามหน่วยงานต่างๆ 3. มีการจัดกิจกรรมวัน สำคัญของมหาวิทยาลัย ตามพื้นที่ต่างๆ ทั้งใน และต่างประเทศ 4. มีสมาคมศิษย์เก่าที่ เข้มแข็ง สามารถดำเนิน กิจการได้อย่างต่อเนื่อง 5. มีการตรวจสอบและให้ ศิษย์เก่ารับข้อมูลใน ระบบฐานข้อมูลศิษย์เก่า ให้เป็นปัจจุบัน 6. สื่อกิจกรรมสร้างความ ผูกพันในแต่ละชั้นปีนั้น เชื่อว่า มีการส่งต่อกัน อย่างเป็นระบบ เน้น การ รับน้อง ในปีแรก และเน้น ความพร้อมก่อนทำงาน ในปีสุดท้าย

ตาราง 8 (ต่อ)

มหาวิทยาลัย	ด้านองค์ประกอบ การสื่อสาร	ด้านนโยบายและ ระบบสื่อสาร	ด้านการประเมิน การจัดการ
มหาวิทยาลัยที่ 5	1. ให้ความสำคัญกับระบบรุ่นพี่รุ่นน้องที่มาจากระบบเซตัสส่งผลต่อวิธีการสื่อสาร 2. กิจกรรมสานสัมพันธ์ศิษย์เก่าระดับภูมิภาค เป็นวัฒนธรรมศิษย์เก่าที่เด่นชัด 3. ใช้ระดับการสื่อสารกลุ่มเล็ก กลุ่มใหญ่พิจารณาตามรูปแบบกิจกรรม 4. ความผูกพันกับอาจารย์ บรรยาภาศเก่าๆ และสถานที่สำคัญของมหาวิทยาลัย มีผลต่อความผูกพัน 5. ช่องทางการสื่อสารทั้งสื่อสิ่งพิมพ์วารสาร ป้ายคำคมของศิษย์เก่า และสื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก ไลน์กลุ่มที่แบ่งหลายรูปแบบ ใช้เชื่อมความสัมพันธ์และบอกกล่าวข่าวสาร	1. มีการกำหนดชัดเจนกับการตอบแทนคุณแผ่นดิน ไม่จำเป็นต้องกลับมามหาวิทยาลัย 2. มีกลุ่มงานที่ดูแลด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ ทำหน้าที่เชื่อมประสานสัมพันธ์กับศิษย์เก่า ประชาสัมพันธ์ฐานข้อมูล ระดมทุนวางแผนพัฒนาโครงการกิจกรรม 3. มีการจัดกิจกรรมพบปะสัมพันธ์ทั้งกลุ่มศิษย์เก่าและกลุ่มคู่สมรสศิษย์เก่า มีการจัดกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการกลุ่มศิษย์เก่าที่ชอบท่องเที่ยว 4. สื่อกิจกรรมและสื่อพิธีกรรมเป็นรูปแบบสื่อที่ศิษย์เก่าเข้าถึงและให้ความสนใจมาก	1. จุดแข็ง คือ การมีรุ่นพี่ที่รักสถาบัน 2. จุดอ่อน คือ การมีศิษย์เก่าที่มากขึ้น รักภาควิชาคณะมากกว่ามหาวิทยาลัย 3. ผู้บริหารให้ความสำคัญกับระบบฐานข้อมูลเพื่อเชื่อมโยงไปสู่การติดต่อสัมพันธ์ 4. มีแนวทางการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลศิษย์เก่า การแยกเป็นสายอาชีพ เพื่อประโยชน์ของศิษย์ปัจจุบันในการขอคำปรึกษา ฝึกงานและจ้างงานต่อไป 5. มีคณะกรรมการส่งเสริมมหาวิทยาลัยเป็นความสำเร็จในการระดมทุน 6. ชั้นปีแรก เน้นการสร้างแรงบันดาลใจ ปีสองให้ตรวจสอบตนเองตามภาควิชาต้องการ ปีสามศึกษาดูงาน เน้นภาคปฏิบัติ ปีสุดท้ายเพิ่มพูนความรู้ทักษะจำเป็นก่อนทำงาน

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่มจากผู้ให้ข้อมูลภายในมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริหารมหาวิทยาลัย และกลุ่มเจ้าหน้าที่บุคลากรในงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ พบว่า

การจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทยสามารถสรุปได้ใน 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านองค์ประกอบการสื่อสาร

มหาวิทยาลัยควรมีการกำหนดค่านิยมร่วม วัฒนธรรม ประเพณีของสถาบัน ใช้การสื่อสารกลุ่มย่อยระดับเครือข่าย กลุ่มใหญ่ระดับสถาบัน ใช้สื่อใหม่ สื่อมัลติมีเดีย ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ดูแลรักษาสถานที่สำคัญ และสร้างบรรยากาศในกิจกรรม ให้ความสำคัญกับการเชิญศิษย์เก่าเข้าร่วมกิจกรรม มีการสื่อสารแบบเป็นทางการกับศิษย์เก่าอาวุโส ใช้ช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัยกับกลุ่มเครือข่าย (Line, fb)

2. ด้านนโยบายและระบบสื่อสาร

มหาวิทยาลัยควรกำหนดโครงสร้างหน่วยงานดูแลชัดเจน มีสมาคม ชมรม ผู้ประสานงาน ประจำจังหวัด ภูมิภาค และ ต่างประเทศ พร้อมผลักดันให้จัดตั้ง มีฐานข้อมูลศิษย์เก่า เพื่อสร้างความสัมพันธ์ จัดกิจกรรมประเพณี กิจกรรมการตลาดเชิงสังคม กำหนดยุทธศาสตร์ แผนพัฒนานักศึกษา เน้นศิษย์เก่าเข้ามามีส่วนร่วม (วิชาการ วิจัย กิจกรรม การบริหาร มหาวิทยาลัย) ให้ความสำคัญกับศิษย์เก่าต่างชาติ (ประเทศเพื่อนบ้าน) ยกย่องเชิดชูศิษย์เก่าด้วยรางวัลที่หลากหลาย กิจกรรมต้องเกิดจากความต้องการของศิษย์เก่า พัฒนาความสัมพันธ์ไปยังผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (คู่สมรส, บุตรธิดา, กิจกรรมส่วนตัว)

3. ด้านการประเมินการจัดการ

จุดแข็งของสถาบันคือ การสร้างรูปแบบชีวิตในมหาวิทยาลัย University Life (หอพัก กิจกรรมรับน้อง การเรียน กีฬา ชมรม ครูเก่า) ศิษย์เก่าเป็นกระบอกเสียงให้ศิษย์ปัจจุบันเข้ามาเรียน ความยาวนานของมหาวิทยาลัย การให้ความช่วยเหลือของศิษย์เก่า จุดอ่อน คือ ความผูกพันระดับคณะมีมากกว่าระดับมหาวิทยาลัย การพัฒนาช่องทางการสื่อสารให้เข้าถึงศิษย์เก่าที่มากขึ้น ส่วนกลางสามารถอำนวยความสะดวกฐานข้อมูลได้ พัฒนาให้เป็นปัจจุบัน และเชื่อมโยงสู่การจัดหมวดอาชีพ แผนการจัดประชุมใหญ่ รวมทุกสมาคม ชมรม ประจำปี เพื่อวางแผนทางการจัดกิจกรรมบูรณาการกิจกรรมพัฒนานักศึกษากับ ศิษย์เก่าสัมพันธ์ ไม่ควรมุ่งเน้นการระดมทุนจากศิษย์เก่า

การจัดการการสื่อสารกับศิษย์ปัจจุบันที่สร้างความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากศิษย์ปัจจุบันที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยนั้นๆ (ใช้แบบสอบถาม) กับนิสิตนักศึกษาจากทุกกลุ่มสาขาวิชา มหาวิทยาลัยละ 100 คน จำนวน 5 มหาวิทยาลัย เป็นจำนวนทั้งสิ้น 500 คน เพื่อยืนยันผลการศึกษาโดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ มีผลดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	197	39.4
หญิง	303	60.6
รวม	500	100
2. กลุ่มสาขาวิชา		
สังคมศาสตร์	253	50.6
วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี	217	43.4
วิทยาศาสตร์สุขภาพ	30	6
รวม	500	100
3. ชั้นปี		
ปี 1	160	32
ปี 2	134	26.8
ปี 3	137	27.4
ปี 4	61	12.2
ปี 5	7	1.4
ปี 6	1	0.2
รวม	500	100

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 500 คน พบว่า เพศ ศิษย์ปัจจุบัน จาก 5 มหาวิทยาลัย เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย สอดคล้องกับสถิติจำนวนประชากร จำแนกตามเพศ ที่สำนักงานสถิติแห่งชาติ (สำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ. 2523 2533 2542 และ

2553) ได้ทำการสำรวจไว้ กลุ่มสาขาวิชา ของศิษย์ปัจจุบันจาก 5 มหาวิทยาลัย ศึกษาในคณะ
กลุ่มสาขาวิชาสังคมศาสตร์มากที่สุด รองลงมาศึกษาในคณะกลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี
และศิษย์ปัจจุบันที่ศึกษาในคณะกลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ เนื่องจากมหาวิทยาลัยตัวแทนที่ผู้วิจัย
ทำการศึกษานั้น ไม่ได้เป็นมหาวิทยาลัยสมบูรณ์แบบ (Comprehensive University) ทั้งหมด จึงทำ
ให้บางมหาวิทยาลัยไม่มีศิษย์ในทั้งสามกลุ่มสาขาวิชา และจะพบว่า ชั้นปี ของศิษย์ปัจจุบันจาก 5
มหาวิทยาลัย ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 มากที่สุด รองลงมาศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 3 ชั้นปีที่ 2 ชั้นปีที่ 4 ชั้นปีที่ 5
ตามลำดับ โดยชั้นปีที่ 6 มีจำนวนน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความผูกพันในประเด็นความผูกพันศิษย์ปัจจุบันต่อมหาวิทยาลัย

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความผูกพันในประเด็นความผูกพันของศิษย์ปัจจุบันต่อ
มหาวิทยาลัยตามความผูกพันด้านความรู้สึก ความผูกพันแบบต่อเนื่อง ความผูกพันในบรรทัดฐาน
และความคาดหวังต่อความผูกพันในอนาคตเมื่อเป็นศิษย์เก่า โดยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์และแปล
ข้อมูล ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับความผูกพันมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความผูกพันมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับความผูกพันปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความผูกพันน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับความผูกพันน้อยที่สุด

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความผูกพันในประเด็นความผูกพันศิษย์ปัจจุบันต่อมหาวิทยาลัย

ข้อ	ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความผูกพัน
1	ท่านรู้สึกภูมิใจที่ได้ศึกษาในมหาวิทยาลัยแห่งนี้	4.55	0.027	มากที่สุด
2	ท่านรู้สึกถึงการเป็นสมาชิกของมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง	4.22	0.030	มากที่สุด
3	ท่านรู้สึกภูมิใจในชื่อเสียงเกียรติยศของมหาวิทยาลัยที่สั่งสมมา	4.45	0.032	มากที่สุด
4	ท่านอยากที่จะปกป้องศักดิ์ศรีของมหาวิทยาลัย หากมีใครกล่าวถึงในทางที่ไม่ดี	4.32	0.033	มากที่สุด
5	ท่านเชื่อมั่นในคุณภาพการจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย	4.17	0.031	มาก
6	ท่านภูมิใจในประวัติความเป็นมาของมหาวิทยาลัย	4.33	0.032	มากที่สุด
7	ท่านรับรู้ข้อมูลความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัยอย่างสม่ำเสมอ	3.71	0.036	มาก
8	ท่านพอใจกับบริการและสวัสดิการต่างๆ ที่มหาวิทยาลัยจัดสรรให้	3.74	0.037	มาก
9	ท่านได้ช่วยเหลือมหาวิทยาลัยด้วยการอุทิศตนเพื่อสร้างชื่อเสียงและประโยชน์ให้กับมหาวิทยาลัย	3.58	0.039	มาก
10	ท่านเต็มใจทุกครั้งที่มหาวิทยาลัยขอความช่วยเหลือจากท่าน	3.92	0.034	มาก
11	ท่านได้แสดงความเห็นหรือเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนามหาวิทยาลัยให้ดีขึ้น	3.57	0.042	มาก
12	ท่านได้เข้าร่วมกิจกรรมสำคัญๆ ของมหาวิทยาลัยเป็นประจำ เช่น วันสถาปนา วันรับปริญญาบัตร เป็นต้น	4.01	0.038	มาก
13	ท่านปฏิบัติตามกฎระเบียบของมหาวิทยาลัยอย่างเคร่งครัด	3.87	0.038	มาก
14	ท่านรู้สึกสำนึกในบุญคุณที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของมหาวิทยาลัย	4.10	0.036	มาก
15	ท่านคิดว่าหากมีคนรู้จักหรือญาติมิตร จะแนะนำให้เข้ารับการศึกษามหาวิทยาลัยนี้	4.26	0.035	มากที่สุด
16	ท่านคิดว่าจะศึกษาต่อ หรือเข้ารับการอบรมในหลักสูตรต่างๆ ณ มหาวิทยาลัยนี้	3.89	0.035	มาก
17	ท่านเคยได้พบปะ สานสัมพันธ์ เข้าร่วมกิจกรรมกับศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัย	3.15	0.046	ปานกลาง

ตาราง 10 (ต่อ)

ข้อ	ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความผูกพัน
18	ท่านคิดว่าท่านจะเป็นศิษย์เก่าที่มหาวิทยาลัยภาคภูมิใจในอนาคต เกี่ยวกับความสำเร็จในอาชีพการงาน	4.07	0.034	มาก
19	หากท่านเป็นศิษย์เก่า ท่านจะกลับมาเยี่ยมเยียนมหาวิทยาลัยแห่งนี้	4.19	0.034	มาก
20	หากท่านจบการศึกษาแล้ว ท่านจะกลับมาทำประโยชน์แก่มหาวิทยาลัยทั้งในด้านการพัฒนา วิชาการ	3.98	0.034	มาก
รวม		4.00	0.004	มาก

จากตาราง 10 ผลการสอบถามระดับความผูกพันในประเด็นความผูกพันศิษย์ปัจจุบันต่อมหาวิทยาลัย พบว่า

ศิษย์ปัจจุบัน มีระดับความผูกพันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก พบว่า ประเด็นความรู้สึกภูมิใจที่ได้ศึกษาในมหาวิทยาลัยแห่งนี้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ประเด็นความรู้สึกภูมิใจในชื่อเสียงเกียรติยศของมหาวิทยาลัยที่ส่งสมมา ประเด็นความภูมิใจในประวัติความเป็นมาของมหาวิทยาลัย ประเด็นอยากที่จะปกป้องศักดิ์ศรีของมหาวิทยาลัย หากมีใครกล่าวถึงในทางที่ไม่ดี ประเด็นความคิดว่าหากมีคนรู้จักหรือญาติมิตร จะแนะนำให้เข้ารับการศึกษที่มหาวิทยาลัยนี้ ประเด็นความรู้สึกถึงการเป็นสมาชิกของมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง ประเด็นความเชื่อมั่นในคุณภาพการจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย ตามลำดับ ซึ่งประเด็นข้างต้นนี้เป็นประเด็นที่สอดคล้องตามมิติของความผูกพันด้านความรู้สึก ส่วนใหญ่มีระดับความผูกพันในระดับมากที่สุด

ความผูกพันด้านความรู้สึก เป็นความผูกพันที่เกิดจากทัศนคติที่ดีต่อสถาบัน ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลด้านการจัดการการสื่อสารของมหาวิทยาลัย ที่ทำการสื่อสารกับศิษย์ปัจจุบันในแต่ละชั้นปีอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความรัก ความภาคภูมิใจในสถาบัน ด้วยการปลูกฝังค่านิยมร่วมสถาบัน การให้ความร่วมมือจากศิษย์เก่าทั้งในด้านวิชาการและกิจกรรม เสริมสร้างความภาคภูมิใจในสถาบันด้วยประเพณีและพิธีกรรม เป็นต้น

ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด แต่ยังมีระดับความผูกพันปานกลาง ได้แก่ ประเด็นการเคยได้พบปะ สานสัมพันธ์ เข้าร่วมกิจกรรมกับศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัย ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มที่พบว่า ศิษย์เก่าได้เข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัยนั้น อาจเป็นกิจกรรมที่ศิษย์เก่าได้เข้าร่วมกับผู้บริหารมหาวิทยาลัย คณาจารย์ หรือบุคลากรของมหาวิทยาลัยมากกว่าการได้พบปะกับศิษย์ปัจจุบันอย่างทั่วถึง หากพิจารณาถึงความ

ทั่วถึงและความสม่ำเสมอในการที่ศิษย์เก่าได้พบปะกับศิษย์ปัจจุบันมากขึ้น จะส่งผลต่อระดับความผูกพันของศิษย์เก่าในอนาคตได้ เป็นตัวอย่างที่ดีแก่ศิษย์เก่ารุ่นถัดไปได้ดำเนินการเป็นเยี่ยงอย่าง และมีแนวโน้มที่ดีเมื่อพิจารณาจากประเด็นที่ว่า หากท่านเป็นศิษย์เก่า ท่านจะกลับมาเยี่ยมเยียนมหาวิทยาลัยแห่งนี้อีก ซึ่งมีระดับความผูกพันในระดับมาก

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญในประเด็นการจัดการสื่อสารของมหาวิทยาลัยต่อศิษย์ปัจจุบัน

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความเห็นในประเด็นการจัดการสื่อสารของมหาวิทยาลัยต่อศิษย์ปัจจุบัน โดยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์และแปลข้อมูล ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับความสำคัญมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความสำคัญมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับความสำคัญปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญในประเด็นการจัดการสื่อสาร ของมหาวิทยาลัยต่อศิษย์ปัจจุบัน

ข้อ	รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1	ท่านรับทราบความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัยจากบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ หรือสื่อออนไลน์	3.90	0.034	มาก
2	ท่านรับรู้เรื่องราวข่าวสารของมหาวิทยาลัยจากคนภายนอก มหาวิทยาลัยก่อนเสมอ	2.88	0.047	ปานกลาง
3	ท่านทราบวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ นโยบายของมหาวิทยาลัย อย่างชัดเจน	3.43	0.037	มาก
4	มหาวิทยาลัยของท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนโดยรอบ	3.80	0.038	มาก
5	มหาวิทยาลัยมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารกับท่านได้รวดเร็วจับใจ ในสถานการณ์เร่งด่วน	3.81	0.036	มาก
6	ข้อมูลข่าวสารที่มหาวิทยาลัยสื่อสารกับท่าน มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ	3.98	0.030	มาก
7	ท่านเคยร่วมประเมินผลการบริหารงานของมหาวิทยาลัยทั้ง ด้วยตนเอง	3.46	0.045	มาก
รวม		3.74	0.005	มาก

จากตาราง 11 ผลการสอบถามระดับความสำคัญในประเด็นการจัดการสื่อสารของมหาวิทยาลัยต่อศิษย์ปัจจุบัน พบว่า

ศิษย์ปัจจุบัน มีระดับความสำคัญโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายประเด็นแล้ว พบว่า ประเด็นข้อมูลข่าวสารที่มหาวิทยาลัยสื่อสารกับท่าน มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ประเด็นการรับทราบความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัยจากบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ หรือสื่อออนไลน์ ประเด็นมหาวิทยาลัยมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารกับท่านได้ รวดเร็วจับใจ ในสถานการณ์เร่งด่วน ตามลำดับ ซึ่งเป็นประเด็นอันดับต้นๆ ที่ศิษย์ปัจจุบันได้ให้ความสำคัญในการจัดการสื่อสารของมหาวิทยาลัย สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มที่พบว่า มหาวิทยาลัยใช้รูปแบบและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการสื่อสารไปยังศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน

ประเด็นมหาวิทยาลัยของท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนโดยรอบ ประเด็นท่านเคยร่วมประเมินผลการบริหารงานของมหาวิทยาลัยทั้งด้วยตนเอง ประเด็นท่านทราบวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ นโยบายของมหาวิทยาลัยอย่างชัดเจน ยังอยู่ในระดับความสำคัญมาก แสดงให้เห็นว่ามหาวิทยาลัยได้เปิดโอกาสและให้ความสำคัญกับศิษย์ปัจจุบัน ในฐานะผู้เกี่ยวข้อง เป็นไปตามผลการศึกษาที่พบว่า การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงาน การจัดการ กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ ศิษย์ปัจจุบันสามารถรับรู้ได้โดยทั่วไป และประเด็นที่ท่านรับรู้เรื่องราวข่าวสารของมหาวิทยาลัยจากคนภายนอกมหาวิทยาลัยก่อนเสมอ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดนั้น เป็นมิติที่ดีที่แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารภายในมหาวิทยาลัยนั้นมีความครอบคลุม รวดเร็ว และทันต่อเหตุการณ์ ที่ทำให้คนภายในองค์กรสามารถรับรู้ข่าวสารได้ดี มากกว่าการที่คนในองค์กรได้รับรู้ข่าวสารของสถาบันตนเองจากบุคคลภายนอกก่อน

คำถามปลายเปิดและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้สอบถามความคิดเห็นของศิษย์ปัจจุบัน ในประเด็นที่ศิษย์เก่าควรเข้ามามีบทบาทในการจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อย่างไร โดยแยกเป็นชั้นปี พบว่า

ชั้นปีที่ 1 ศิษย์เก่าควรมีบทบาท ดังนี้

มหาวิทยาลัยที่ 1

ศิษย์เก่าควรสร้างความรัก ความสามัคคี ให้กำลังใจและเสริมสร้างแรงบันดาลใจ ควรสานสัมพันธ์ให้น้องภูมิใจที่ได้เรียนที่นี่ พบปะพูดคุย ทักทาย ทำความรู้จัก แนะนำกฎระเบียบ การแต่งกาย แนะนำการเรียนให้ประสบผลสำเร็จ และการใช้ชีวิตในรั้วมหาวิทยาลัยการจัดรูปแบบเวลาในการเรียน เทคนิคการสรุปเนื้อหาสาระที่สำคัญ ควรมีบทบาทในการรับน้องสร้างสรรค์ เป็น

ตัวอย่างที่ดีให้กับรุ่นน้องให้คำปรึกษาในการจัดกิจกรรมและเข้าร่วมกิจกรรมที่รุ่นน้องจัด ควรให้ทุนการศึกษา และแนะนำการลงทะเบียนวิชาเรียนของน้อง

มหาวิทยาลัยที่ 2

ศิษย์เก่าควรเสริมสร้างความรัก ความสามัคคี ให้กำลังใจและเสริมสร้างแรงบันดาลใจ สถานสัมพันธ์ให้น้องภูมิใจที่ได้เรียน พุดคุยทำความรู้จัก แนะนำกฎระเบียบการแต่งกาย แนะนำการเรียนให้ประสบผลสำเร็จ และการใช้ชีวิตในรั้วมหาวิทยาลัย การจัดรูปแบบเวลาในการเรียน เทคนิคการสรุปเนื้อหาสาระที่สำคัญ จัดรับน้อง เป็นตัวอย่างที่ดี ให้คำปรึกษาในการจัดกิจกรรมและเข้าร่วมกิจกรรมที่รุ่นน้องจัด

มหาวิทยาลัยที่ 3

ศิษย์เก่าควรทำความรู้จักกัน แนะนำมหาวิทยาลัย แนะนำปรึกษาการปฏิบัติตัวเป็นน้องใหม่แนะนำการเรียน การทำกิจกรรม ร่วมยินดีต้อนรับน้องใหม่และควรทำกิจกรรมร่วมกับรุ่นน้อง

มหาวิทยาลัยที่ 4

ศิษย์เก่าควรเป็นศิษย์เก่าที่มีคุณภาพ สืบสานวัฒนธรรม เป็นแบบอย่างที่ดีให้กับรุ่นน้อง แนะนำการใช้ชีวิต เล่าประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยในแรกเริ่มและในภาพรวมกิจกรรมแนะนำชมรม คณะ สาขา การประกอบอาชีพ และให้เงินทุน

มหาวิทยาลัยที่ 5

ศิษย์เก่าควรได้มาพุดคุย แนะนำแนวการศึกษา คณะ สาขาวิชาที่เรียน วิธีเรียน วิธีใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย แนะนำอาชีพที่ตรงกับสายงาน ควรสนับสนุนน้องในการทำกิจกรรม มาร่วมทำค่าย ทำกิจกรรมร่วมกับน้อง เพื่อสานสัมพันธ์ และมอบทุนการศึกษา

ชั้นปีที่ 2 ศิษย์เก่าควรมีบทบาท

มหาวิทยาลัยที่ 1

ศิษย์เก่าควรแนะนำแนวการประกอบอาชีพ สร้างแรงบันดาลใจ ในการตัดสินใจเพื่อที่จะได้เลือกเรียนสาขาและวิชาเรียนถูกต้องแนะนำการเรียน เอกสารการเรียน วิธีการเรียนการใช้ชีวิตในความเป็นพี่เป็นน้อง ควรรับน้องสร้างสรรค์ เป็นตัวอย่างที่ดีให้กับรุ่นน้อง และให้ทุนการศึกษา

มหาวิทยาลัยที่ 2

ศิษย์เก่าควรแนะนำแนวการประกอบอาชีพ สร้างแรงบันดาลใจ ในการตัดสินใจ เพื่อที่จะได้เลือกเรียนสาขาและวิชาเรียนถูกต้อง แนะนำการเรียน เอกสารการเรียน วิธีการเรียน การใช้ชีวิตในความเป็นพี่เป็นน้อง ควรรับน้องสร้างสรรค์ เป็นตัวอย่างที่ดีให้กับรุ่นน้อง

มหาวิทยาลัยที่ 3

ศิษย์เก่าควรให้คำปรึกษาในการทำงานการเรียน ทำงานช่วยคณะ ควรออกค่ายอาสา ทำกิจกรรม กีฬาสัมพันธ์ ให้คำปรึกษากับน้องๆ และให้ทุนการศึกษา

มหาวิทยาลัยที่ 4

ศิษย์เก่าควรถ่ายทอดความรู้ กิจกรรมและการเรียน แบ่งปันประสบการณ์การเรียน การทำงานปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรมและวัฒนธรรมให้แก่น้องๆ แนะนำแนวทางในการปฏิบัติตนในการเรียน สนับสนุนเงินทุนการศึกษา ให้ความช่วยเหลือเกี่ยวกับการเรียน เช่น เอกสาร สื่อการเรียน และร่วมกิจกรรมรับน้อง

มหาวิทยาลัยที่ 5

ศิษย์เก่าควรพูดคุย ให้คำปรึกษาเรื่องเรียน การแยกสาขาวิชา ประสบการณ์ในการทำงาน ศิษย์เก่าควรสนับสนุนรุ่นน้องในการทำกิจกรรม สร้างกิจกรรมเพิ่มความสัมพันธ์ ให้ทุนการศึกษา และมีติวเตอร์ก่อนการสอบ

ชั้นปีก่อนสุดท้าย ศิษย์เก่าควรมีบทบาท

มหาวิทยาลัยที่ 1

ศิษย์เก่าควรแนะแนวทางการเรียน การประกอบอาชีพ การฝึกงานปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรมเพื่อให้ความมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงานเตรียมความพร้อมก่อนฝึกงาน ควรเข้าร่วมรับน้อง สร้างสรรค์ เป็นตัวอย่างที่ดีให้กับรุ่นน้อง และควรให้ทุนการศึกษา

มหาวิทยาลัยที่ 2

ศิษย์เก่าควรแนะแนวทางการเรียน การประกอบอาชีพ การฝึกงาน ปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม เพื่อให้ความมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงาน เตรียมความพร้อมก่อนฝึกงาน

มหาวิทยาลัยที่ 3

ศิษย์เก่าควรแนะนำการฝึกงาน แนะนำการทำงานที่ใช้ได้จริง แนะนำสถานที่จริงในการทำงานและช่วยจัดกิจกรรม

มหาวิทยาลัยที่ 4

ศิษย์เก่าควรแนะนำ ชี้แนวทางในการฝึกงาน ทำงาน เรียนต่อไป ในสายงานของแต่ละสาขา ให้คำแนะนำ และเตรียมความพร้อมให้กับรุ่นน้องวิธีการเรียน ให้ทุนการศึกษา ตักเตือนนิสิตที่ทำผิดพลาด และพร้อมให้คำปรึกษา แก้ไข และ ทศนศึกษาที่ต่างๆ ที่เป็นประโยชน์

มหาวิทยาลัยที่ 5

ศิษย์เก่าควรแนะแนวทางในการศึกษาต่อ ประสบการณ์ในการทำงาน การวางแผนก่อนเรียนจบ แนะนำแนวทางในการทำโปรเจกต์ที่จะช่วยให้ประสบผลสำเร็จ การเตรียมความพร้อมของ

นักศึกษาแนะนำสถานที่ฝึกงานว่าบริษัทไหนตรงกับสาขาไหนบ้าง ควรมอบทุนการศึกษา และควรสนับสนุนน้องในการทำกิจกรรม

ชั้นปีสุดท้าย ศิษย์เก่าควรมีบทบาท

มหาวิทยาลัยที่ 1

ศิษย์เก่าควรแนะนำสถานที่ทำงาน ประสบการณ์ในการทำงานฝึกงาน และช่องทางในการทำงาน เรียนต่อบุคลิกภาพ มารยาทที่ดี รวมถึงการวางตัวในการทำงานแนะนำการทำอีชีสหรือโปรเจกการวางแผนในอนาคต พร้อมทั้งให้คำแนะนำในการรับมือกับปัญหานั้นๆ เข้าร่วมกิจกรรมที่รุ่นน้องจัด พร้อมทั้งเป็นที่ปรึกษาเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับรุ่นน้อง

มหาวิทยาลัยที่ 2

ศิษย์เก่าควรแนะนำสถานที่ทำงาน ประสบการณ์ในการทำงานฝึกงาน และช่องทางในการทำงาน เรียนต่อ บุคลิกภาพมารยาทที่ดี รวมถึงการวางตัวในการทำงานแนะนำการทำอีชีสหรือโปรเจก การวางแผนในอนาคต พร้อมทั้งให้คำแนะนำในการรับมือกับปัญหานั้นๆ

มหาวิทยาลัยที่ 3

ศิษย์เก่าควรร่วมแสดงความยินดีกับบัณฑิต ให้คำปรึกษาและคำแนะนำแก่น้องๆ ที่ใกล้จบแล้ว แนะนำการทำงาน การทำโปรเจก

มหาวิทยาลัยที่ 4

ศิษย์เก่าควรแนะแนวทางการศึกษาต่อหรือสู่ทางในการทำงานสามารถนำไปต่อยอดและใช้ได้จริงในอนาคต แนะนำอาชีพในชีวิตจริง ควรให้ทุนการศึกษา และเป็นที่ปรึกษาอย่างใกล้ชิดคอยให้ความช่วยเหลือน้องๆ

มหาวิทยาลัยที่ 5

ศิษย์เก่าควรแนะนำสถานที่ฝึกงาน สถานที่ทำงานในอนาคต แשרประสบการณ์ในการทำงานการใช้ชีวิตในสังคมของคนวัยทำงาน แนะนำการหางาน หรือการศึกษาต่อปริญญาโท-เอกอบรมเกี่ยวกับวิชาชีพที่สามารถนำไปทำงานได้ พาไปทัศนศึกษา เช่น ดูโรงงาน พารุ่นน้องเข้าทำงานด้วย (ร้อยละ 17.53) และมอบทุนการศึกษา

ผู้วิจัยยังได้สอบถามถึงข้อเสนอแนะที่ต้องการให้มหาวิทยาลัยดำเนินการเพื่อสร้างความผูกพันระหว่างศิษย์ปัจจุบันกับศิษย์เก่า และศิษย์ปัจจุบันกับมหาวิทยาลัย ทั้งในรูปแบบของช่องทางการสื่อสารและกิจกรรม พบว่า

มหาวิทยาลัยที่ 1

ช่องทางการสื่อสารที่ศิษย์ปัจจุบันกับศิษย์เก่าใช้ในการสื่อสาร คือ มาพบที่คณะมหาวิทยาลัย สื่อสังคมออนไลน์ ป้ายประกาศบอร์ดประชาสัมพันธ์

กิจกรรมที่ให้ศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบันได้สร้างความสัมพันธ์กันในกิจกรรมต่างๆ กลับมาเยี่ยมเยือนศิษย์เก่า เช่น รับน้อง ทำค่าย กีฬาศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบันเลี้ยงสาย รวมรุ่นบายเนียร์ การแนะแนวการศึกษาต่อ และการประกอบอาชีพ

ช่องทางการสื่อสารระหว่างศิษย์ปัจจุบันกับมหาวิทยาลัย คือ สื่อสังคมออนไลน์ และข่าวสารทางป้ายประกาศ บอร์ด ใบปลิว ไปรษณีย์

กิจกรรมที่สร้างความผูกพันระหว่างศิษย์ปัจจุบันกับมหาวิทยาลัย คือ เข้าร่วมกิจกรรมหรือเทศกาลต่างๆ ที่มหาวิทยาลัยจัดขึ้น บำเพ็ญประโยชน์ กิจกรรมอาสา เพื่อสังคมและส่วนรวม อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของมหาวิทยาลัย และให้ทุนการศึกษา

มหาวิทยาลัยที่ 2

ช่องทางการสื่อสารระหว่างศิษย์ปัจจุบันกับศิษย์เก่า คือ มาพบที่คณะ มหาวิทยาลัย สื่อสังคมออนไลน์

กิจกรรมที่ศิษย์ปัจจุบันกับศิษย์เก่าได้สร้างความผูกพันกัน คือ ให้ศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบันได้สร้างความสัมพันธ์กันในกิจกรรมต่างๆ กลับมาเยี่ยมเยือนศิษย์เก่า เช่น รับน้อง ทำค่าย กีฬาศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบันเลี้ยงสาย รวมรุ่นบายเนียร์

ช่องทางการสื่อสารระหว่างศิษย์ปัจจุบันกับมหาวิทยาลัย คือ สื่อสังคมออนไลน์

กิจกรรมที่สร้างความผูกพันระหว่างศิษย์ปัจจุบันกับมหาวิทยาลัย คือ การเข้าร่วมกิจกรรมหรือเทศกาลต่างๆ ของทางมหาวิทยาลัยจัดขึ้น บำเพ็ญประโยชน์ กิจกรรมอาสา เพื่อสังคมและส่วนรวม

มหาวิทยาลัยที่ 3

ช่องทางการสื่อสารระหว่างศิษย์ปัจจุบันกับศิษย์เก่า คือ สื่อสังคมออนไลน์ ติดต่อกับสมาคมศิษย์เก่า

กิจกรรมที่ศิษย์ปัจจุบันกับศิษย์เก่าได้สร้างความผูกพันกัน คือ กิจกรรมสานสัมพันธ์ แทร่ประสบการณ์การทำงานการเรียน เลี้ยงรุ่น

ช่องทางการสื่อสารระหว่างศิษย์ปัจจุบันกับมหาวิทยาลัย คือ สื่อสังคมออนไลน์ เพจต่างๆ ของคณะ มหาวิทยาลัย กลุ่มเปิดบนเฟซบุ๊กสำหรับนิสิต

กิจกรรมที่สร้างความผูกพันระหว่างศิษย์ปัจจุบันกับมหาวิทยาลัย คือ เข้าร่วมกิจกรรมที่ทางมหาวิทยาลัยจัดขึ้น เช่น ส่งเสริมบุคลิกภาพ คีนส์ยูเฝ้า

มหาวิทยาลัยที่ 4

ช่องทางการสื่อสารระหว่างศิษย์ปัจจุบันกับศิษย์เก่า คือ พบเจอที่คณะ มหาวิทยาลัย สื่อสังคมออนไลน์ ป้ายประกาศ บอร์ดประชาสัมพันธ์

กิจกรรมที่ศิษย์ปัจจุบันกับศิษย์เก่าได้สร้างความผูกพันกัน คือ สัมพันธ์กันในกิจกรรมต่างๆ กลับมาเยี่ยมเยือนศิษย์เก่า เช่น เสวนา ทอล์คโชว์แชร์ประสบการณ์กับน้อง เลี้ยงรุ่น

ช่องทางการสื่อสารระหว่างศิษย์ปัจจุบันกับมหาวิทยาลัย คือที่คณะ มหาวิทยาลัย สื่อสังคมออนไลน์ แลกข่าวสารทางป้ายประกาศ บอร์ด ใบปลิว

กิจกรรมที่สร้างความผูกพันระหว่างศิษย์ปัจจุบันกับมหาวิทยาลัย คือ เข้าร่วมกิจกรรมหรือเทศกาลต่างๆ ของทางมหาวิทยาลัยจัดขึ้น บำเพ็ญประโยชน์ กิจกรรมอาสา เพื่อส่วนรวม เข้าร่วมกิจกรรมของทางมหาวิทยาลัยที่เสริมสร้างชื่อเสียงที่ดีงามให้กับมหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยที่ 5

ช่องทางการสื่อสารระหว่างศิษย์ปัจจุบันกับศิษย์เก่า คือ พบเจอที่คณะ มหาวิทยาลัย สื่อสังคมออนไลน์ โทรศัพท์

กิจกรรมที่ศิษย์ปัจจุบันกับศิษย์เก่าได้สร้างความผูกพันกัน คือ กิจกรรมที่ให้ศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบันได้สร้างความสัมพันธ์กันในกิจกรรมต่างๆ กลับมาเยี่ยมเยือนศิษย์เก่า เช่น ราษฎร์คืนสู่เหย้า อบรมค่ายต่างๆ ค่ายอาสา กีฬาสาขา

ช่องทางการสื่อสารระหว่างศิษย์ปัจจุบันกับมหาวิทยาลัย คือที่คณะ มหาวิทยาลัย สื่อสังคมออนไลน์ โทรศัพท์

กิจกรรมที่สร้างความผูกพันระหว่างศิษย์ปัจจุบันกับมหาวิทยาลัย คือ เข้าร่วมกิจกรรมหรือเทศกาลต่างๆ ของทางมหาวิทยาลัยจัดขึ้น บำเพ็ญประโยชน์ กิจกรรมอาสา เพื่อสังคมและส่วนรวม เน้นกิจกรรมที่เกี่ยวกับคณะที่เรียน เล่าประวัติความเป็นมาของมหาวิทยาลัย และมอบทุนการศึกษา

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบสอบถามในการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารกับศิษย์ปัจจุบันที่สร้างความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย พบว่าศิษย์ปัจจุบัน มีระดับความผูกพันต่อมหาวิทยาลัยโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก และมีระดับการให้ความสำคัญกับการจัดการการสื่อสารของมหาวิทยาลัยโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก

ศิษย์ปัจจุบัน มีความคิดเห็นในประเด็นที่ศิษย์เก่าควรเข้ามามีบทบาทในการจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ โดยแยกเป็นขั้นๆ ดังนี้

ขั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยควรจัดกิจกรรมสร้างแรงบันดาลใจและแนวทางอาชีพ กิจกรรมปฐมนิเทศ โดยเชิญศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงาน มีชื่อเสียง เป็นตัวอย่างที่ดี มาร่วมกิจกรรม

ชั้นปีที่ 2 มหาวิทยาลัยควรกิจกรรมเสริมเทคนิคการเรียนรู้พัฒนาทักษะที่จำเป็น โดยเชิญศิษย์เก่าที่มีความรู้ความสามารถมาเป็นวิทยากร ซึ่งสามารถจัดร่วมกับกิจกรรมมัชฌิมนิเทศ

ชั้นปีก่อนสุดท้าย มหาวิทยาลัยควรจัดกิจกรรมศึกษาดูงาน ตามสถานประกอบการต่างๆ ที่ศิษย์เก่าเป็นเจ้าของกิจการ หรือเป็นผู้บริหาร บุคลากรในองค์กรนั้นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการขอรับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพได้ด้วย เห็นแนวทางการประกอบอาชีพในอนาคตที่ชัดเจนยิ่งขึ้น และควรจัดกิจกรรมพัฒนาบุคลิกภาพ ซึ่งสามารถเชิญศิษย์เก่าที่เป็นต้นแบบผู้ที่มีบุคลิกภาพดีมาเป็นวิทยากร หรือสมาคมศิษย์เก่าให้ทุนสนับสนุนในการจัดกิจกรรม โดยเชิญวิทยากร ผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในระดับประเทศ มาอบรมให้กับศิษย์ปัจจุบัน

ชั้นปีสุดท้าย มหาวิทยาลัยควรกิจกรรมเตรียมความพร้อมก่อนการทำงาน ซึ่งศิษย์เก่าสามารถเข้าร่วมในลักษณะเป็นผู้แทนองค์กรในงานตลาดนัดจัดหางาน ร่วมบรรยายให้ความรู้วิธีการเตรียมตัวสมัครงาน การเขียนใบสมัครงาน การจัดทำประวัติโดยย่อ Resume เทคนิคการสัมภาษณ์งาน เป็นต้น จัดกิจกรรมแนะนำสถานที่ทำงานที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรที่จบการศึกษา และการแนะแนวการศึกษาต่อ ซึ่งสามารถจัดร่วมกับกิจกรรมมัชฌิมนิเทศ

รูปแบบและช่องทางการสื่อสารที่ศิษย์ปัจจุบันได้แสดงความเห็นไว้ พบว่า พึงพอใจกับการที่ศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบันได้พบปะ พูดคุยกันในลักษณะรุ่นพี่พบรุ่นน้อง และการให้คำปรึกษาเลือกการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารกิจกรรมต่างๆ ด้วยสื่อออนไลน์ทั่วไป ป้ายประชาสัมพันธ์ และป้ายประกาศ ตามสถานที่ต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัย เช่น อาคารเรียน โถงทางเดิน อาคารกิจกรรม เป็นต้น

แบบจำลองการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐ

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลทั้งส่วนของการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสำรวจแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มารวบรวมและนำเสนอตามประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ โดยยึดตามแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการสื่อสาร และความผูกพันองค์กร สามารถได้แผนผังความคิดการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่า ดังนี้

ให้ความสำคัญกับการมีระบบฐานข้อมูลที่สามารถเชื่อมโยงประโยชน์ในการใช้งานกับทุกฝ่าย สร้างสรรค์กลยุทธ์การจัดกิจกรรม และแนวกิจกรรมการตลาดเพื่อสังคม มีกิจกรรมเสริมสร้างความผูกพันหลายรูปแบบและต่อเนื่อง เพื่อสอดคล้องกับความหลากหลายวัย อาชีพ ฐานะทางสังคม ของ ศิษย์เก่า

1.3 ด้านการประเมินการจัดการ

มีการใช้เทคนิควิธีการทำงานที่มุ่งเป้าหมายและให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง วิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งเพื่อวางแผนการทำงานทั้งเชิงรับและเชิงรุก ทั้งระยะสั้นและระยะยาว มีการพัฒนางานโดยคำนึงถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและเครือข่าย ประเมินกระบวนการทำงาน และปรับปรุงอยู่เสมอ

2. ภาควิชาเกี่ยวข้อง ประกอบไปด้วย 3 ส่วน ดังนี้

2.1 มหาวิทยาลัย มีเป้าหมาย คือ สร้างความรักความภาคภูมิใจในสถาบัน โดยมีระบบและกลไก กิจกรรม และรูปแบบและช่องทางการสื่อสารดังนี้

2.1.1 ระบบและกลไก

มีหน่วยงานรับผิดชอบด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ ทั้งส่วนกลาง คณะ และสาขาวิชา มีระบบฐานข้อมูล มีการเชิดชูศิษย์เก่าที่ภาคภูมิใจ เกียรติยศของศิษย์เก่า

2.1.2 กิจกรรม

กำหนดกิจกรรมกลาง เช่น กิจกรรมรับน้อง กิจกรรมเชียร์ กิจกรรมกีฬากำหนดกิจกรรมคณะ เช่น พิธีไหว้ครู พิธีมุทิตา พิธีกรรมต่างๆ และกิจกรรมคณะและสาขาวิชา

2.1.3 รูปแบบและช่องทางการสื่อสาร

สร้างการมีส่วนร่วมของศิษย์เก่า เช่น การเป็นคณะกรรมการ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ใช้ระดับการสื่อสารทั้งกลุ่มใหญ่และกลุ่มย่อย สื่อศิษย์เก่าสัมพันธ์ ทั้งสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์

2.2 ศิษย์ปัจจุบัน มีเป้าหมาย คือ มีความผูกพันกับมหาวิทยาลัย โดยมีระบบและกลไก กิจกรรม และรูปแบบและช่องทางการสื่อสารดังนี้

2.2.1 ระบบและกลไก

ให้ความสำคัญกับการจัดการเรียนการสอน อาจารย์ผู้สอน รายวิชาศึกษาทั่วไป รายวิชาเลือกเสรี การใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย การอยู่หอพัก การคบเพื่อน การมีรุ่นพี่รุ่นน้อง และกิจกรรมพัฒนานิสิตนักศึกษา

2.2.2 กิจกรรม

ปีที่ 1 กิจกรรมสร้างแรงบันดาลใจแนะแนวทางอาชีพ กิจกรรม ปฐมนิเทศ

ปีที่ 2 กิจกรรมเสริมเทคนิคการเรียนรู้พัฒนาทักษะที่จำเป็น กิจกรรม

มัชฌิมนิเทศ

ปีก่อนสุดท้าย กิจกรรมศึกษาดูงาน กิจกรรมพัฒนานุคลิกภาพ

ปีสุดท้าย กิจกรรมเตรียมความพร้อมก่อนการทำงาน กิจกรรม แนะนำ
สถานที่ทำงาน และศึกษาต่อ กิจกรรมปัจฉิมนิเทศ

2.2.3 รูปแบบและช่องทางการสื่อสาร

เน้นการพบปะ พูดคุย และให้คำปรึกษา การใช้สื่อออนไลน์ บ้าย
ประชาสัมพันธ์ บ้ายประกาศ

2.3 ศิษย์เก่า มีเป้าหมาย คือ การตอบแทนคุณมหาวิทยาลัย โดยมีระบบและกลไก
กิจกรรม และรูปแบบและช่องทางการสื่อสารดังนี้

2.3.1 ระบบและกลไก

มีจัดตั้งสมาคม ชมรม หรือผู้แทนเครือข่าย ทำงานประสานกับ
มหาวิทยาลัยและเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง มีการยกย่องเชิดชูศิษย์เก่าดีเด่น ศิษย์เก่าที่ประสบ
ความสำเร็จ

2.3.2 กิจกรรม

จัดกิจกรรมเพื่อมหาวิทยาลัยในวันสำคัญต่างๆ เช่น วันสถาปนา วันเฉลิม
ฉลองในวาระพิเศษ เป็นต้น กิจกรรมเพื่อศิษย์ปัจจุบัน เช่น การฝึกอบรม การบรรยายให้ความรู้
การเป็นวิทยากร การมอบทุนการศึกษา เป็นต้น และกิจกรรมเพื่อสังคม เช่น การระดมทุนสร้าง
สาธารณประโยชน์ การช่วยเหลือสาธารณภัยต่างๆ เป็นต้น

2.3.3 รูปแบบและช่องทางการสื่อสาร

ใช้รูปแบบทั้งแบบทางการและไม่เป็นทางการ พิจารณาตามบริบท
ใช้ระดับการสื่อสารทั้งแบบกลุ่มใหญ่และกลุ่มย่อย ใช้สื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ต่างๆ สื่อศิษย์เก่า
สัมพันธ์ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์

มิติความผูกพัน ทั้ง 3 ด้านนั้น มีความเชื่อมโยงกับภาคีต่างๆ ดังนี้

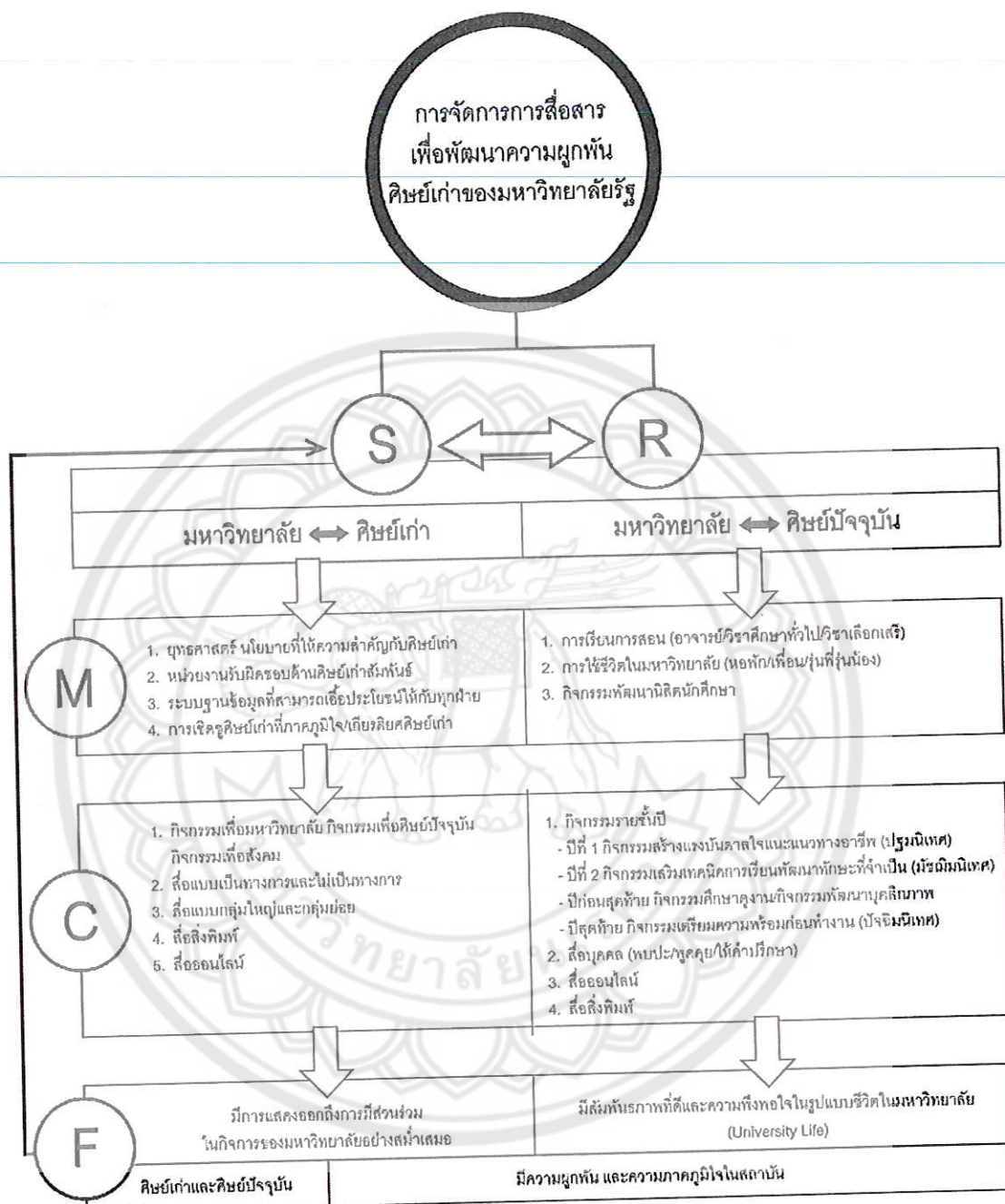
ความผูกพันแบบทัศนคติ เป็นความผูกพันที่สื่อความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสมาชิกภาพของมหาวิทยาลัย หากมีความผูกพันที่สูงจะมีทัศนคติที่ดีต่อมหาวิทยาลัย ฉะนั้นจึงเป็นความผูกพันเริ่มต้นสำคัญที่มหาวิทยาลัยต้องสร้างขึ้นให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการสร้างความรักความภาคภูมิใจในสถาบัน

ความผูกพันแบบต่อเนื่อง เป็นความผูกพันที่เกิดจากพฤติกรรมที่กระทำอย่างสม่ำเสมอ ใช้การสั่งสมบ่มเพาะตลอดการเป็นนิสิต นักศึกษาของมหาวิทยาลัย กิจกรรมเสริมสร้างความผูกพันรายชั้นปี จึงเป็นจุดเชื่อมต่อกับความผูกพันแบบทัศนคติสู่ความผูกพันแบบต่อเนื่องของศิษย์ปัจจุบัน ที่มีเป้าหมายสำคัญในการสร้างความผูกพันศิษย์ปัจจุบันกับมหาวิทยาลัย

ความผูกพันแบบบรรทัดฐาน เป็นความรู้สึกสำนึกในบุญคุณที่เป็นศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยนั้นๆ การกลับมาตอบแทนคุณมหาวิทยาลัยในรูปแบบต่างๆ เป็นเป้าหมายสำคัญของความผูกพันด้านนี้ ศิษย์เก่าที่มีทัศนคติที่ดีต่อมหาวิทยาลัย มีโอกาสได้รับการดูแลเอาใจใส่ ทั้งการเรียน การอยู่อาศัย ให้ความสำคัญกับการเข้าร่วมกิจกรรมที่มีคุณค่าอย่างสม่ำเสมอ จึงส่งผลต่อการระลึกถึงบุญคุณความสำเร็จในปัจจุบันที่มีผลมาจากอดีต

สรุปผลการวิเคราะห์

จากการรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาการจัดการสื่อสารเพื่อสร้างความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐ ทั้งในส่วนของการจัดการสื่อสารที่มหาวิทยาลัยดำเนินการกับศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน รวมทั้งการศึกษาความเห็นต่อประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับจัดการสื่อสารและการพัฒนาความผูกพัน ผู้วิจัยได้นำเสนอเป็นแผนผังความคิดการจัดการสื่อสารฯ ดังกล่าวไว้ข้างต้น และเพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้ มีความเชื่อมโยงกับการสื่อสาร ผู้วิจัยจึงสังเคราะห์ผลการศึกษาในรูปแบบแบบจำลองการจัดการสื่อสารตามองค์ประกอบของ SMCR Model ดังนี้



ภาพ 6 แบบจำลองการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่า
ของมหาวิทยาลัยรัฐ

จากแบบจำลองการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัย
รัฐนั้น ผู้วิจัยนำเสนอตามองค์ประกอบของ SMCR Model ดังรายละเอียดต่อไปนี้

มหาวิทยาลัย คือ ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งประกอบไปด้วยศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน ในแต่ละกลุ่มนั้นมีวิธีการกำหนด การสร้างเนื้อหา วิธีการ ช่องทาง รูปแบบการสื่อสารที่แตกต่างกัน และมีปฏิกิริยาตอบกลับที่ผู้ส่งสารคาดหวังไว้ทั้งในลักษณะแยกส่วนและทั้งภาพรวมของความเป็นศิษย์ของมหาวิทยาลัยที่เหมือนกัน

มหาวิทยาลัย ในฐานะผู้ส่งสาร กับ ศิษย์เก่า ในฐานะผู้รับสาร

มหาวิทยาลัย ต้องดำเนินการด้านการจัดการ การกำหนดสาร (Message) โดยมหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญตั้งแต่การกำหนดยุทธศาสตร์ นโยบายที่ให้ศิษย์เก่ามีส่วนร่วม การมีหน่วยงานรับผิดชอบเพื่อขับเคลื่อนงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ การมีระบบฐานข้อมูลศิษย์เก่าเพื่อใช้ในการสร้างความสัมพันธ์ด้วยการส่งข้อมูลข่าวสาร ความก้าวหน้าของมหาวิทยาลัย การเชิญเข้าร่วมกิจกรรม เป็นต้น นอกจากนี้มหาวิทยาลัยต้องมีการวิเคราะห์ SWOT เพื่อการพัฒนาแผนงานการสื่อสาร และมีการประเมินผลการดำเนินงานด้านการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้มหาวิทยาลัยต้องกำหนดกระบวนการเชิญศิษย์เก่าให้เป็นที่ยอมรับ

ช่องทาง (Channel) ในการสื่อสารกับศิษย์เก่า นั้น มหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญกับการใช้สื่อกิจกรรม เพราะสื่อกิจกรรมนั้นสามารถออกแบบให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย ดังนี้ กิจกรรมศิษย์เก่าเพื่อมหาวิทยาลัย เช่น การเป็นคณะกรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย การเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในแต่ละหลักสูตร การเป็นตัวแทนศิษย์เก่าในคณะทำงานต่างๆ ของมหาวิทยาลัย เป็นต้น กิจกรรมศิษย์เก่าเพื่อศิษย์ปัจจุบัน เช่น การเป็นวิทยากรบรรยายพิเศษในรายวิชาหรือกิจกรรมเสริมหลักสูตร การบริจาคทุนเพื่อการศึกษาแก่ศิษย์ปัจจุบัน การรับเป็นสถานที่ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ การเป็นที่ปรึกษาด้านการประกอบอาชีพในอนาคต เป็นต้น กิจกรรมศิษย์เก่าเพื่อสังคม เช่น การจัดตั้งกองทุนช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติทางธรรมชาติ การดำเนินกิจกรรมจิตอาสาพัฒนาชุมชน การจัดกิจกรรมรักษาสีงแวดล้อมเนื่องในวันสำคัญต่างๆ เป็นต้น นอกจากสื่อกิจกรรมแล้ว การพิจารณารูปแบบสื่อที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการนั้น มหาวิทยาลัยต้องพิจารณาควบคู่กับบริบทของศิษย์เก่า เช่น การสื่อสารด้วยหนังสือราชการเพื่อแสดงความยินดีในความก้าวหน้าทางการประกอบอาชีพ การสื่อสารด้วยข้อความทางโทรศัพท์เพื่ออวยพรวันคล้ายวันเกิดกับคณะกรรมการสมาคมฯ การนำกระเช้าผลไม้ไปเยี่ยมศิษย์เก่า การเข้าร่วมงานมงคล และงานอวมงคลของศิษย์เก่า เป็นต้น มหาวิทยาลัยควรใช้การสื่อสารแบบกลุ่มใหญ่ในงานคืนสู่เหย้า การประชุมประจำปี เพื่อแสดงความก้าวหน้า ชื่อเสียง ของมหาวิทยาลัยให้ศิษย์เก่าร่วมภาคภูมิใจ และใช้การสื่อสารกลุ่มย่อยกับการพบปะอย่างไม่เป็นทางการตามวาระต่างๆ เพื่อกระชับความสัมพันธ์

การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น วารสาร จดหมายข่าว ยังมีความสำคัญกับศิษย์เก่า ซึ่งเป็นสื่อดั้งเดิมที่ผู้รับสารสามารถรับทราบข้อมูลข่าวสารได้จากการที่มหาวิทยาลัยจัดส่งไปยังสถานที่ทำงาน ที่บ้าน หรือเมื่อเข้ามาติดต่อในมหาวิทยาลัย แต่ในปัจจุบันสื่อออนไลน์กับกลุ่มศิษย์เก่ามีการใช้งานและเข้าถึงสื่อเป็นอย่างมาก รวดเร็ว เป็นปัจจุบันและสื่อสารได้กลุ่มใหญ่ ไม่จำกัดพื้นที่และเวลา มหาวิทยาลัยจึงควรให้ความสำคัญในการพัฒนาช่องทางการใช้สื่อออนไลน์กับศิษย์เก่า ทั้งเฟสบุ๊ค ไลน์ อีเมลล์ วารสารอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น

ศิษย์เก่า สามารถมีปฏิริยาตอบกลับ (Feedback) ไปยังมหาวิทยาลัยในลักษณะการแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมในกิจการต่างๆ ของมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง และสามารถจะสลับบทบาทของตนเองเป็นผู้ส่งสารกลับไปยังมหาวิทยาลัยได้ ซึ่งเป็นการสนับสนุนแนวทางการมีส่วนร่วมของศิษย์เก่าต่อมหาวิทยาลัยได้เป็นอย่างดี ศิษย์เก่าสามารถเป็นผู้ส่งสารในลักษณะการให้ความเห็นในที่ประชุม การแสดงความคิดเห็นในการพัฒนามหาวิทยาลัย การเป็นตัวเชื่อมในการสื่อสารไปยังศิษย์เก่าผู้อื่นที่ยังไม่ทราบความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัยเท่าที่ควร เป็นต้น

มหาวิทยาลัย ในฐานะผู้ส่งสาร กับ ศิษย์ปัจจุบัน ในฐานะผู้รับสาร

การพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่า นั้น มหาวิทยาลัยไม่สามารถจะดำเนินการได้หลังจากที่นักศึกษาสำเร็จการศึกษาไปจากมหาวิทยาลัย แต่มีความสำคัญอย่างยิ่งที่ต้องกำหนดแนวทางการสร้างรูปแบบการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย (University Life) ให้กับศิษย์ปัจจุบันตั้งแต่เริ่มเข้ารับการศึกษา

รูปแบบการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย จึงมีบทบาทความเป็น สาร (Message) ซึ่งประกอบไปด้วยการเรียนการสอน การใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย และกิจกรรมพัฒนานิสิตนักศึกษา รายละเอียดดังนี้ การเรียนการสอน สามารถสร้างความผูกพันให้กับศิษย์ปัจจุบันได้ตั้งแต่อาจารย์ผู้สอนที่เป็นที่จดจำ มีความประทับใจจากเนื้อหาวิชา ลักษณะการถ่ายทอด กิจกรรมในชั้นเรียน หรือการเรียนแบบคณะคณะสาขาวิชา ทำให้ได้พบปะและมีปฏิสัมพันธ์กันข้ามคณะ ได้ทำงานกลุ่มร่วมกัน การแสดงความคิดเห็น ความสามารถเฉพาะตนในกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น การใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย เช่น การอยู่หอพักร่วมกับเพื่อนๆ ทำให้เกิดสังคมใหม่ มีกิจกรรมชาวหอพัก เพื่อเชื่อมสัมพันธ์เพื่อนพี่น้องที่คณะคณะ ชั้นปี การมีพี่รหัสน้องรหัส พี่จังหวัด พี่โรงเรียน พี่หอ พี่เทค ซึ่งเป็นรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์ที่สามารถเอื้อให้การใช้ชีวิตของศิษย์ปัจจุบันมีการปรับตัวที่เร็วขึ้นและอบอุ่น นอกจากนั้นกิจกรรมพัฒนานิสิตนักศึกษาในรูปแบบต่างๆ ทั้ง ค่ายรับน้อง การประชุมเชียร์ กีฬาเชื่อมสัมพันธ์ กิจกรรมเสริมทักษะต่างๆ ยังเป็นสารที่สามารถเสริมทักษะทางสังคมในการอยู่ร่วมกัน มีทัศนคติที่ดีต่อการเรียน การใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย

ช่องทาง (Channel) ที่มหาวิทยาลัยควรดำเนินการกับศิษย์ปัจจุบันนั้น ผู้วิจัยได้พิจารณาจากความเห็นของศิษย์ปัจจุบันที่ได้แสดงไว้จากการวิจัยเชิงสำรวจกิจกรรมรายชั้นปี พบว่า ปีแรกมหาวิทยาลัยควรจัดกิจกรรมสร้างแรงบันดาลใจ แนะนำทางอาชีพ ในลักษณะการปฐมนิเทศนิสิตนักศึกษาใหม่ ให้เห็นจุดหมายหลังสำเร็จการศึกษาด้วยการนำเสนอผ่านศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จ หรือการนำเสนอด้วยกิจกรรมจากรุ่นพี่ที่สามารถเล่าประสบการณ์และเข้าถึงความต้องการของรุ่นน้อง กิจกรรมสำหรับปีสอง มหาวิทยาลัยควรจัดกิจกรรมเสริมเทคนิคการเรียนรู้พัฒนาทักษะที่จำเป็น เช่น การจัดอบรมหลักสูตรการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ การเสริมทักษะด้านภาษา ด้านเทคนิคการนำเสนอ เป็นต้น ปีก่อนสุดท้าย ควรจัดกิจกรรมศึกษาดูงาน ณ สถานประกอบการต่างๆ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ในสถานที่จริง จัดกิจกรรมพัฒนานุคลิกภาพ เพื่อเตรียมพร้อมสู่การฝึกประสบการณ์วิชาชีพและการประกอบอาชีพในอนาคต และปีสุดท้ายควรจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมก่อนทำงาน เช่น การเขียนสมัครงาน การสัมภาษณ์งาน แนวทางการศึกษาต่อ เป็นต้น ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยสามารถกำหนดเป็นกิจกรรมสอดคล้องไปกับการจัดปฐมนิเทศ มัธยมศึกษา ปริญญาตรี ได้ อย่างไรก็ตาม มหาวิทยาลัยยังต้องบูรณาการช่องทางการใช้สื่อกับศิษย์ปัจจุบัน ด้วยการใช้สื่อบุคคล ที่สามารถให้คำปรึกษา พุดคุยได้ อาจจะเป็นคณาจารย์หรือบุคลากรของมหาวิทยาลัย รุ่นพี่หรือศิษย์เก่าที่กลับมาร่วมกิจกรรมต่างๆ สื่อออนไลน์นั้นมหาวิทยาลัยสามารถใช้เป็นช่องทางเสริมในการให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ สร้างพื้นที่การรับฟังความเห็น ความต้องการ ข้อเสนอแนะจากศิษย์ปัจจุบันได้ และใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น ป้ายประกาศ โปสเตอร์ ตามสถานที่หลักๆ เช่น โถงอาคาร ศูนย์บริหารข้อมูล อาคารเรียนรวม เป็นต้น

ปฏิริยาตอบกลับ (Feedback) จากศิษย์ปัจจุบันนั้น มีความสำคัญที่ระดับความพึงพอใจในรูปแบบการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย ที่สามารถตอบสนองตามความต้องการ และสร้างทัศนคติที่ดีอย่างต่อเนื่องได้ เพราะเป็นช่วงของการก่อให้เกิดรูปแบบความผูกพันแบบต่อเนื่อง และอยากกลับมาตอบแทนคุณมหาวิทยาลัยในลักษณะต่างๆ เมื่อตนเป็นศิษย์เก่า

ทั้งศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน ควรมีปฏิริยาตอบกลับมายังมหาวิทยาลัย ซึ่งคาดหวังให้เกิดขึ้นหลังการจัดการสื่อสารไปกับทั้งสองกลุ่ม คือ มีความผูกพัน และความภาคภูมิใจในมหาวิทยาลัยของตนเอง เพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการแสดงออก การมีส่วนร่วมกับกิจการของมหาวิทยาลัยอย่างสม่ำเสมอ

แบบจำลองการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐนี้
เป็นการศึกษาจากทั้ง 5 มหาวิทยาลัยที่สามารถทำให้ผู้วิจัยพบข้อค้นพบหลายประการที่เป็น
ประโยชน์อย่างยิ่งในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ เพื่อนำมาอภิปรายต่อไป

ผู้วิจัย ได้นำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ทั้ง 3 ประการ ตามข้างต้นแล้ว ใน
ส่วนของบทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ จะนำเสนอในบทถัดไป



บทสรุป

บทสรุป

การวิจัยเรื่อง การจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย (The State-of-the-Art Communication Management for Developing Alumni's Engagement in Public Universities of Thailand) มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ

1. เพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารที่ใช้ในการพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาการจัดการการสื่อสารกับศิษย์ปัจจุบันที่สร้างความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย
3. เพื่อพัฒนาแบบจำลองการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยเลือกผู้ให้ข้อมูล (Informants) ตามวัตถุประสงค์แบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในส่วนของผู้บริหารมหาวิทยาลัย หรือผู้ที่ได้รับมอบหมายดูแลรับผิดชอบในระดับบริหารด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่บุคลากรที่ดำเนินงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ ทั้งจากส่วนกลางและคณะ/สาขาวิชาศิษย์เก่าที่มีบทบาทเป็นคณะกรรมการในกิจการของศิษย์เก่าทั้งจากส่วนกลางและคณะ/สาขาวิชาและศิษย์เการุ่นใหม่ (Young Alumni) ผู้ที่เพิ่งสำเร็จการศึกษา มีอายุไม่เกิน 35 ปี มีความสำเร็จในอาชีพการงาน และได้เข้าร่วมกิจกรรมสานสัมพันธ์ต่างๆ ของกลุ่มศิษย์เก่า โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และใช้การวิจัยเชิงสำรวจ กับศิษย์ปัจจุบันด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กับ 5 มหาวิทยาลัย ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การจัดการการสื่อสารที่ใช้ในการพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐ ในประเทศไทย

ข้อสรุปเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารที่ใช้ในการพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย ผู้วิจัยจะนำเสนอเป็นประเด็นความเห็นจากแต่ละกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

1. ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้บริหารมหาวิทยาลัย พบว่า

จุดแข็ง คือ ชีวิตความเป็นอยู่ในมหาวิทยาลัย (Campus Life) เรื่องราวประทับใจและน่าจดจำ หอพัก เพื่อนๆ คณะต่างๆ รุ่นพี่ อาจารย์ผู้สอน กิจกรรมรับน้องและกิจกรรมประเพณีของมหาวิทยาลัย การสร้างสัญลักษณ์ที่ต้องดูแลกันแบบรุ่นสู่รุ่น

จุดอ่อน พบว่า ความผูกพันของศิษย์เก่าที่มีต่อสาขาวิชา คณะ มีมากกว่าในภาพของมหาวิทยาลัย การขับเคลื่อนที่มีความล่าช้าขึ้นเนื่องจากจำนวนศิษย์เก่าที่เพิ่มขึ้นในทุกปี

การให้ความสำคัญของกลุ่มผู้บริหาร บุคลากร หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสร้างความผูกพันศิษย์เก่า นั้น พบว่า การสร้างระบบเชื่อมโยงระหว่างมหาวิทยาลัย คณะ กับศิษย์เก่า และสมาคม ชมรม ฐานข้อมูลเป็นหัวใจสำคัญที่มหาวิทยาลัยต้องมีหน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการ ซึ่งมีหน้าที่ในการสื่อสารไปยังศิษย์เก่าได้ในหลากหลายรูปแบบทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

การกำหนดนโยบายจากผู้บริหารมหาวิทยาลัยที่เน้นสร้างความภาคภูมิใจในสถาบันให้กับนิสิตนักศึกษาโดยการดึงศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จหรือศิษย์เก่าที่มีประสบการณ์ความรู้ในอาชีพนั้นๆ เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เช่น ปฐมนิเทศ มัชฌิมนิเทศ ปัจฉิมนิเทศ เป็นต้น นอกจากนั้น การผลักดันให้ศิษย์เก่าเข้ามาเป็นคณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัยอย่างเป็นทางการ เช่น กรรมการสภามหาวิทยาลัย กรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย กรรมการหอพัก เป็นต้น

การที่มหาวิทยาลัยสนับสนุนการจัดงานคืนสู่เหย้า เช่น ศิษย์เก่าตามแต่ละภูมิภาค ศิษย์เก่าในแต่ละจังหวัด ศิษย์เก่าในต่างประเทศ เป็นต้น ผู้บริหารมหาวิทยาลัยจะเข้าร่วมงานในลักษณะเยี่ยมเยียนในกำลังใจ เล่าความก้าวหน้าของมหาวิทยาลัย เชิดชูศิษย์เก่าดีเด่น

ความสำเร็จของการสร้างความผูกพันศิษย์เก่ากับมหาวิทยาลัยที่เป็นรูปธรรมนั้น พบว่า ศิษย์เก่ากลับมาสร้างประโยชน์แก่มหาวิทยาลัย เช่น การรวบรวมระดมทุนจากศิษย์เก่า การสมทบทุนการศึกษา การมอบทุนอาหารกลางวัน เป็นต้น

การที่ศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยได้จัดกิจกรรมที่สะท้อนออกมาจากความภาคภูมิใจในสถาบันในวันสำคัญหรือวาระพิเศษต่างๆ ของมหาวิทยาลัย ทั้งในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และต่างประเทศ เช่น วันคล้ายวันสถาปนามหาวิทยาลัย เป็นต้น

เทคนิค วิธีการทำงานในเรื่องการสร้างความรู้ความผูกพันศิษย์เก่า นั้น พบว่า ให้ความสำคัญ ในวิธีการทำงานแบบสนับสนุนให้บุคลากรด้านงานศิษย์เก่าสัมพันธ์สามารถทำงานตามหน้าที่ได้ ลุล่วง โดยเป็นเพียงเสนอวิธีการใหม่ๆ ในการจะติดต่อสื่อสารกับศิษย์เก่าให้ได้ไปดำเนินการ เช่น การปรับปรุงเว็บไซต์ การทำเฟสบุ๊ก การทำไลน์ การทำคลิบ การทำรายการวิทยุ เป็นต้น ต้องไม่เน้น การได้มาซึ่งการตั้งเป้าระดมทุน เพราะจะทำให้การทำงานด้านศิษย์เก่าออกไปในเชิงธุรกิจ และ ต้องสร้างความสัมพันธ์กับศิษย์เก่า สร้างความภาคภูมิใจในสถาบัน และเชิญศิษย์เก่าที่มีศักยภาพ กลับมาช่วยเหลือมหาวิทยาลัยในรูปแบบต่างๆ ทั้งวิทยากร หรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์ก็ได้

กรอบยุทธศาสตร์การบริหารมหาวิทยาลัย นโยบาย กลยุทธ์ต่างๆ นั้น พบว่า ระบบ ประกันคุณภาพการศึกษาว่ามีการกำหนดตัวบ่งชี้ที่งานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์จะต้องเน้นในเรื่อง การสร้างความผูกพันมากขึ้น กลยุทธ์ที่เป็นตัวชี้ความสำคัญในเรื่องความผูกพันศิษย์เก่า คือ การกำหนดนโยบายให้แผนพัฒนานิสิตนักศึกษาต้องนำศิษย์เก่ามาสร้างเสริมความสัมพันธ์ ในทุกกิจกรรม

นโยบายของผู้บริหารต้องเน้นการให้ความรู้เพิ่มเติมกับศิษย์เก่าที่นำไปสู่ความผูกพัน ต่อมหาวิทยาลัยในรูปแบบการกลับมาเพิ่มพูนความรู้ใหม่ การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) การเข้าร่วมสัมมนา

แนวคิดในการเสริมสร้างความผูกพันศิษย์เก่าต่อมหาวิทยาลัยในอนาคต ทั้งระยะสั้น ระยะยาว พบว่า จุดเชื่อมระหว่างศิษย์ปัจจุบันกับศิษย์เก่าว่ามีการจัดการประกวดร้องเพลงสถาบัน โดยวงดนตรีของบรรดาศิษย์เก่าเล่น และศิษย์ปัจจุบันเป็นคนร้อง

ความสำคัญกับการปรับฐานข้อมูล ทำการปรับให้เป็นปัจจุบันทุกครั้งที่ศิษย์เก่ามา ติดต่อ ในระยะยาว ข้อมูลจากฐานจะเกิดประโยชน์เมื่อมีการนำมาจัดประเภทอาชีพ แบ่งตามสาย งาน ซึ่งจะเห็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจำนวนบัณฑิตที่ประกอบอาชีพ

แนวทางการจัดการการสื่อสารกับศิษย์ปัจจุบันเพื่อสร้างความผูกพันกับมหาวิทยาลัย ตั้งแต่ปีแรกจนปีสุดท้าย พบว่า ปีแรกเป็นหน้าที่ของฝ่ายกิจการนิสิตนักศึกษา ที่จะจัดกิจกรรมให้ เขาได้รู้จักภาคภูมิใจใน รักในสถาบัน และปีต่อไปให้เป็นหน้าที่ของแต่ละคณะ เช่น เชิญมาเป็น วิทยากรบรรยายพิเศษในงานมัชฌิมนิเทศ บัณฑิตนิเทศ เป็นวิทยากรในรายวิชาที่ศิษย์เก่ามี ประสบการณ์การทำงานมาแลกเปลี่ยนได้

การแบ่งออกเป็น 2 ช่วงใหญ่ๆ คือ ปี 1-2 นั้น ให้นเน้นการให้ศิษย์เก่าเข้ามาทำกิจกรรม กับนิสิตนักศึกษาปัจจุบัน ส่วนปี 3-4 มหาวิทยาลัยต้องหาเครือข่ายจากศิษย์เก่าเพื่อมาให้นิสิต นักศึกษาเห็นแนวทางในการออกไปประกอบอาชีพในสายงานต่างๆ เตรียมความพร้อมให้น้องก่อน

ออกไปทำงาน ทั้งนี้ได้คิดวางแผนระยะยาวไว้ว่าจะสร้างเว็บไซต์ของศิษย์เก่าที่มีการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสายอาชีพต่างๆ ให้น้องๆ ได้เข้าไปสอบถาม แล้วรุ่นพี่ก็เข้ามาตอบ

ระดับการสื่อสาร วิธีการ ช่องทาง รูปแบบการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงศิษย์เก่าได้ นิยมใช้การสื่อสารกับกลุ่มย่อยมากกว่ากลุ่มใหญ่ สามารถพูดคุยกันได้อย่างทั่วถึง เช่น การพบปะสมาคมชมรมตามแต่ละจังหวัด เป็นต้น แนวทางเพิ่มเติม มหาวิทยาลัยได้ใช้ E-magazine เข้ามา ให้ศิษย์เก่าได้ดาวน์โหลด ซึ่งได้รวบรวมเป็น Book Shelf ของมหาวิทยาลัยเลยที่จะมีทุกวารสารรวมอยู่ ซึ่งข้อดีคืออยู่ที่ใดก็สามารถดูได้ ประหยัดการตีพิมพ์

วิธีการสื่อสารที่ใช้ในการสื่อสารกับศิษย์เก่าคือ สื่อออนไลน์ ทั้งเฟสบุ๊ก เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย ที่เน้นประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรมเป็นประจำตั้งแต่สมัยที่ยังศึกษาอยู่ ซึ่งเป็นเว็บไซต์หลักของมหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งแบ่งการสื่อสารกับศิษย์เก่าออกเป็น 4 กลุ่มหลักๆ คือ กลุ่มศิษย์เก่าเกษียณแล้ว ซึ่งกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มอาวุโส ที่ต้องให้เกียรติในงานต่างๆ เช่น งานคืนสู่เหย้า งานจัดค่าย เป็นต้น กลุ่มถัดมาคือ กลุ่มศิษย์เก่าที่มีอายุ 46 – 60 ปี เป็นกลุ่มที่พร้อมให้การช่วยเหลือทั้งทุนหรือการอุปถัมภ์ด้วยความเต็มใจ กลุ่มต่อมาคือ กลุ่มศิษย์เก่าที่มีอายุตั้งแต่ 30 – 45 ปี เป็นกลุ่มที่กำลังสร้างตัว ต้องคอยให้กำลังใจ ถามไถ่ทุกข์สุข และรักษาความสัมพันธ์ไว้มากกว่า กลุ่มสุดท้ายคือ กลุ่มศิษย์เก่าที่มีอายุตั้งแต่ 22 – 30 ปี เป็นกลุ่มที่มีจุดสนใจเพื่อรวมกลุ่มกันเที่ยว มีการเปลี่ยนงาน

ความสำเร็จในการสร้างความผูกพันคือ การเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ที่ศิษย์เก่าสามารถรับรู้ได้รวดเร็ว ซึ่งจะทำให้ความสนใจในสื่อออนไลน์ที่มีจำนวนผู้ชม จำนวนกดไลค์ กดแชร์ ที่แสดงให้เห็น ความพึงพอใจของศิษย์เก่าต่อการบริหารงานมหาวิทยาลัย การยินดีช่วยเหลือของศิษย์เก่า และการแสดงตัวตนในความเป็นศิษย์เก่าของสถาบัน ความร่วมแรงร่วมใจของศิษย์เก่าที่ไปพัฒนาประเทศ ไปเป็นบุคลากรที่ช่วยเหลือพัฒนาสังคม ช่วยขับเคลื่อนประเทศด้วยพลังของศิษย์เก่าในยามที่เกิดวิกฤต ความสัมพันธ์ของศิษย์เก่าที่กลับมาติดต่อมหาวิทยาลัยอย่างสม่ำเสมอ

2. ผลการสนทนากลุ่ม (Focus group) กับเจ้าหน้าที่บุคลากรที่ดำเนินงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ จำนวน 5 มหาวิทยาลัย พบว่า

มหาวิทยาลัยได้สร้างบรรยากาศที่เสริมสร้างความผูกพันศิษย์เก่าด้วยสถานที่ต่างๆ ในมหาวิทยาลัย เช่น ป้ายมหาวิทยาลัย สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ อนุสาวรีย์ อ่างเก็บน้ำ อาคารเรียน หอพัก สถานที่จัดกิจกรรม จัดพิธีกรรม ต้นไม้ประจำมหาวิทยาลัย ต้นไม้สายรหัส จุดพักผ่อน จุดนัดพบ สัญลักษณ์ที่โดดเด่น มีเรื่องเล่า เป็นต้น ครูบาอาจารย์เก่าๆ ที่เข้าร่วมในกิจกรรมสำคัญๆ ประจำปี เป็นการสร้างบรรยากาศด้วยตัวบุคคลที่เป็นจุดเชื่อมโยงสำคัญ

วัฒนธรรมองค์กรที่สื่อได้ชัดเจนถึงความผูกพันศิษย์เก่า นั้น พบว่า กิจกรรมรับน้องที่มี ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะมหาวิทยาลัยเป็นอันดับแรก กิจกรรมช่วงรับน้อง กิจกรรมเชียร์ กิจกรรม ของสมาคมหรือชมรมศิษย์เก่าที่เป็นงานประจำปี เช่น งานทำบุญ งานคืนสู่เหย้า การให้ ความสำคัญต่อศิษย์เก่าเชิญเข้าร่วมในทุกๆ กิจกรรมที่องค์กรนักศึกษาจัด

วิธีการสื่อสาร ภาษา ระดับ ช่องทาง ที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างความผูกพัน พบว่า การใช้สื่อออนไลน์ทั้งเว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ของกลุ่มสมาคม ชมรมของศิษย์เก่า หรือไลน์กลุ่มรุ่น วารสาร ของสาขาหรือของคณะ การส่งอีเมลล์การ์ดวันเกิดไปยังศิษย์เก่า นั้นทำให้ศิษย์เก่ารู้สึกประทับใจ และส่งผลต่อการตอบแทนมหาวิทยาลัยด้วยการบริจาค การส่งหนังสือแสดงความยินดี เมื่อศิษย์เก่าได้รับความเจริญก้าวหน้าในงาน

สื่อที่เป็นผลที่สุดในการสร้างความผูกพัน คือ สื่อกิจกรรม ซึ่งกิจกรรมที่ศิษย์เก่า กลับมาและให้ความสำคัญอย่างมากคือประเพณีการรับน้อง และวันแสดงสปิริต

การสื่อสารกับศิษย์เก่าที่สร้างความผูกพันนั้นในวิธีการที่เหนือความคาดหมาย คือ การสื่อสารกับกลุ่มคู่สมรสของศิษย์เก่า ซึ่งมีผลสำคัญในการสนับสนุนกิจกรรมของศิษย์เก่าตาม จังหวัด

บุคลากรได้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสนับสนุนนโยบายด้านการสร้างความผูกพันศิษย์เก่า ด้วยการให้ความสำคัญกับฐานข้อมูลต้องมีความสมบูรณ์เป็นปัจจุบัน เพื่อจะเป็นฐานสำคัญ ในการดำเนินการโครงการต่างๆ การประสานแกนนำของแต่ละจังหวัดในการผลักดันให้จัดตั้งชมรม หรือสมาคมศิษย์เก่าตามจังหวัดต่างๆ การสนับสนุนทุกอย่าง ทุกกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากความ ต้องการของศิษย์เก่า

กิจกรรมที่สามารถสร้างความผูกพันศิษย์เก่าได้มากขึ้น พบว่า กิจกรรมการพบปะ สังสรรค์ งานคืนสู่เหย้า เป็นคำตอบที่เป็นไปในทางเดียวกัน

สื่อที่เกิดประโยชน์ เข้าถึง และศิษย์เก่าเลือกรับสื่อ นั้น คือ เฟสบุ๊กและไลน์ โดยเฟสบุ๊ก นั้นมีผู้ให้ข้อมูลจากมหาวิทยาลัยหนึ่งกล่าวว่า ได้แบ่งศิษย์เก่าเป็น 3 กลุ่มใหญ่ในการสื่อสาร ซึ่ง กลุ่มอาวุโส กลุ่มคนทำงาน กลุ่มรุ่นใหม่ ต้องหากลยุทธ์การสื่อสารเข้าไป

ปัญหาที่พบเกี่ยวกับการสื่อสารกับศิษย์เก่า พบว่า การจัดทำสิ่งพิมพ์ที่มีงบประมาณ จำกัด ไม่เพียงพอต่อศิษย์เก่า แต่มีการแก้ไขด้วยวิธีการทำเป็น E – Magazine ปัญหาด้านวัยที่ ต่างกัน จะพบในส่วนของสมาคมศิษย์เก่าในตำแหน่งบริหารที่มีความอาวุโสมาก ฐานข้อมูล ที่ไม่ เป็นปัจจุบัน การเสริมสร้างความผูกพันศิษย์เก่าในอนาคต พบว่า กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ศิษย์เก่าโดยคณะเป็นผู้จัดโครงการ การจัดกิจกรรมที่บูรณาการระหว่างกิจการนักศึกษาและกิจกรรม

ศิษย์เก่า เช่น เชิญศิษย์เก่ามาในกิจกรรมปัจฉิม ศิษย์เก่ามาจัดสอนเสริมเพื่อเตรียมสอบสายอาชีพ ศิษย์เก่ามาเพิ่มพูนเทคนิคการเรียนในวิชาภาษาอังกฤษ เป็นต้น การจัดโครงการสอนอาชีพเสริมให้กับกลุ่มศิษย์เก่า กลุ่มคู่สมรสศิษย์เก่า และกลุ่มศิษย์เก่าที่ทำงานอยู่บ้าน โครงการชวนศิษย์เก่าท่องเที่ยว โดยการรวบรวมเจ้าของกิจการในธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งที่พัก ร้านอาหาร รถเช่า เพื่อเป็นข้อมูลให้ศิษย์เก่าสถาบันเดียวกันได้รับสิทธิพิเศษส่วนลดในการใช้บริการ ในส่วนศิษย์เก่ากลุ่มอุตสาหกรรม มีความคิดที่จะรวบรวมกลุ่มธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกัน เพื่อให้มีพื้นที่ในการเจรจาธุรกิจต่างๆ ร่วมกัน เช่น ธุรกิจก่อสร้าง ที่ต้องเกี่ยวข้องกับวิศวกร สถาปนิก ร้านค้าวัสดุ อุปกรณ์ โครงสร้าง เป็นต้น

การจัดการสื่อสารกับศิษย์ปัจจุบันเพื่อสร้างความผูกพันกับมหาวิทยาลัยตั้งแต่ปีแรกจนปีสุดท้ายนั้น พบว่า ปีแรกเป็นการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการเรียน ส่วนในปีสุดท้ายเป็นการมาพูดคุยถึงโลกของการทำงานที่จะได้พบในสายอาชีพนั้นๆ ปีสองปีสามนั้น การนำศิษย์ปัจจุบันได้ไปศึกษาดูงานในธุรกิจ สถานประกอบการของศิษย์เก่า หรือที่ศิษย์เก่าประกอบอาชีพอยู่ก็เป็นแนวทางที่น่าสนใจ การจัดโครงการรับสมัครงานโดยกลุ่มธุรกิจศิษย์เก่าหรือหน่วยงานที่ศิษย์เก่าทำงาน มหาวิทยาลัยควรมีการอบรมด้านบุคลิกภาพก่อนจบการศึกษา

ประเด็นศิษย์เก่ามีความผูกพันกับมหาวิทยาลัยแบบใดนั้น พบว่า ผู้ให้ข้อมูลได้กล่าวถึงความผูกพันทั้งสามแบบ คือ ความผูกพันแบบความรู้สึกนั้นศิษย์เก่าได้มีความทรงจำที่ดีต่อกิจกรรมและการที่เคยใช้ชีวิตเมื่อสมัยเรียน ส่วนความผูกพันแบบต่อเนื่องนั้นจะพบมากเพราะการที่ศิษย์เก่ายังกลับมาร่วมกิจกรรมสำคัญๆ เป็นประจำในทุกปี และความผูกพันในบรรทัดฐานที่ต้องกลับมาตอบแทนบุญคุณนั้น จะพบได้ชัดเจนในบางคณะจากศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จแล้ว สามารถบริจาคในการก่อสร้างอาคารเรียน สมทบทุนการศึกษาตามกองทุนต่างๆ เป็นต้น

ในรุ่นศิษย์เก่าอาวุโสแล้วจะมีความผูกพันในบรรทัดฐานที่ได้ตอบแทนบุญคุณมหาวิทยาลัย แต่โดยส่วนมากแล้วความผูกพันแบบต่อเนื่องในการเข้าร่วมกิจกรรมศิษย์เก่าจะมากที่สุด แต่ศิษย์เการุ่นใหม่ๆ ก็ยังมีความผูกพันแบบความรู้สึกที่ดีที่มีต่อมหาวิทยาลัย

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการแสดงออกในเชิงพฤติกรรมของความผูกพันศิษย์เก่านั้น พบว่า ความประทับใจในสมัยเรียน ทั้งการใช้ชีวิต การอยู่หอพัก การเข้าร่วมทำกิจกรรม การเรียน แม้กระทั่งครูอาจารย์ก็มีส่วนสำคัญที่ศิษย์เก่าจะรู้สึกผูกพันกับมหาวิทยาลัย รวมไปถึงผู้ปกครองที่เป็นศิษย์เก่าและลูกหลานก็เป็นศิษย์สถาบันเดียวกัน กล่าวคือ เป็นสถาบันการศึกษาของครอบครัว

3. ผลการสนทนากลุ่ม (Focus group) กับศิษย์เก่าที่มีบทบาทเป็นคณะกรรมการ
ในกิจการของศิษย์เก่า และการสนทนากลุ่มกับศิษย์เก่ารุ่นใหม่ ซึ่งใช้แนวคำถามเดียวกัน
เพื่อเปรียบเทียบทัศนะที่แตกต่างกัน จาก 5 มหาวิทยาลัย พบว่า

การให้ความสำคัญต่อ ความผูกพันศิษย์เก่ากับมหาวิทยาลัย นั้น คณะกรรมการ
กล่าวถึง ช่วงเวลาที่ได้ใช้ชีวิตกับเพื่อน อาศัยอยู่หอพัก การได้ทำกิจกรรมกับเพื่อนทั้งภายในและ
นอกมหาวิทยาลัย เช่น การรับน้อง กีฬาปีหนึ่ง กิจกรรมชมรม กิจกรรมคณะและสาขาวิชา กิจกรรม
จังหวัด กิจกรรมหอพัก เป็นต้น กิจกรรมที่เป็นที่จดจำเช่น การกระทำผิดกฎระเบียบ การล้อเลียน
พฤติกรรมอาจารย์ การสร้างเรื่องเฮฮาตามประสาวัยรุ่น การคิดฉายา เป็นต้น

ศิษย์เก่ารุ่นใหม่ มีความเห็นต่อประเด็นนี้ คือ เป็นเรื่องของจิตใจ เป็นเรื่องราวของการ
ใช้ชีวิตเมื่อสมัยเรียนทั้งสุข เศร้า เหงา มัน เป็นความรู้สึกพิเศษที่เมื่อมีมิติของตัวแทนสถาบันได้
ปรากฏต่อสาธารณะแล้ว เราจะมีความรู้สึกภูมิใจ ผูกพันกันในเชิงสัญลักษณ์สถาบันว่าจบมาจากที่
เดียวกัน สิ่งที่ทำให้ศิษย์เก่าอยากกลับมาเยี่ยม มาเข้าร่วมกิจกรรม กลับมามีส่วนร่วมกับ
มหาวิทยาลัย พบว่า คณะกรรมการ มีความเห็นว่า ความรู้สึกที่อยากกลับมาเจอเพื่อนเก่าที่เก่า
อยากมีส่วนร่วมในกิจกรรมช่วยเหลือสังคมในนามสมาคมศิษย์เก่ารุ่นใหม่ มีความเห็นต่อประเด็นนี้ คือ
อยากกลับมาทดแทนบุญคุณมหาวิทยาลัย อยากมาอุทิศทั้งกายใจให้สถาบัน

ความประทับใจพิเศษ ความประทับใจต่อวัฒนธรรมประเพณีในมหาวิทยาลัยที่ศิษย์
เการู้สึกประทับใจ คณะกรรมการ ได้กล่าวถึง การรับน้อง การเล่นกีฬาน้องใหม่ กิจกรรมเชียร์
มหาวิทยาลัย กิจกรรมค่ายอาสา ระบบไซตัสที่เน้นความสามัคคีกันของ

ศิษย์เก่ารุ่นใหม่ กล่าวว่า กิจกรรมประเพณีรับน้องที่เป็นเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัย
ภาพประทับใจในการรับพระราชทานปริญญาบัตร ความเป็นเครือข่ายเพื่อนเรียน เพื่อนทำงาน
ทำกิจกรรมทั้งส่วนกลาง ชมรม จังหวัด และคณะ เป็นความประทับใจ อีกทั้งการเรียนการสอนจาก
อาจารย์ การรับรู้ความเคลื่อนไหวต่างๆ ของมหาวิทยาลัย ผ่านรูปแบบ วิธีการสื่อสารใดมากที่สุด
พบว่า คณะกรรมการ กล่าวถึงไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารที่รับรู้กันได้มาก เฟสบุ๊กเป็นอีก
ช่องทางหนึ่งที่สมาคมฯ ได้รับความรู้ความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัยที่ผ่านการแชร์มาจากเฟสบุ๊กและ
เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย การสื่อสารอีกอย่างหนึ่งที่คณะกรรมการ กล่าวถึงคือ การสนทนาในงาน
พบปะสังสรรค์ในงานต่างๆ เช่น งานคืนสู่เหย้า งานเลี้ยงชมรมศิษย์เก่าจังหวัด เป็นต้น ช่องทาง
การสื่อสารที่คณะกรรมการ กล่าวถึงเป็นสิ่งสุดท้ายคือ สื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสาร วารสาร จุลสาร
จดหมายข่าว

ศิษย์เก่ารุ่นใหม่ กล่าวถึงประเด็นนี้ว่า เฟสบุ๊ก เป็นช่องทางการสื่อสารที่รับรู้ความเคลื่อนไหวได้อย่างรวดเร็วและแพร่หลายมากที่สุด รองลงมาคือ ไลน์กลุ่ม ที่จะมีความเฉพาะเช่น กลุ่มชั้นปี สาขา คณะ ชมรม สโมสร จังหวัด เป็นต้น เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเป็นช่องทางที่ศิษย์เก่ารุ่นใหม่ได้กล่าวถึงว่าถ้าศิษย์เก่ารักษสถาบันก็ต้องเข้าเว็บไซต์มหาวิทยาลัย ส่วนการสื่อสารในช่องทางออนไลน์เช่น E – Magazine, E – Mail นั้น ได้มีโอกาสรับบ้างในบางโอกาส แต่ไม่ต่อเนื่อง

ความพึงพอใจในการจัดการการสื่อสารกับศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัย พบว่า คณะกรรมการฯ มีความพึงพอใจมาก ซึ่งต่างจากศิษย์เก่ารุ่นใหม่ที่มีความพึงพอใจไม่มากเท่าที่ควร ไม่มีแรงจูงใจในการให้เข้าถึงช่องทางออนไลน์เช่น E – Magazine ยังรู้สึกเข้าถึงการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการเช่น การบอกต่อๆ กันจากกลุ่มเพื่อนๆ มากกว่า

มหาวิทยาลัยควรเปิดโอกาสให้ศิษย์เก่ามีส่วนร่วมในเรื่องใดบ้างนั้น พบว่า คณะกรรมการฯ กล่าวถึงโอกาสที่มหาวิทยาลัยให้ความสำคัญการมีส่วนร่วมในการบริหารมหาวิทยาลัยในฐานะกรรมการสภามหาวิทยาลัย กรรมการสรรหาอธิการบดี กรรมการส่งเสริมกิจการมหาวิทยาลัย นอกจากนั้น เป็นการได้รับโอกาสในการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ตามการเชิญเข้าร่วม เช่น วันสถาปนา วันสำคัญต่างๆ เป็นต้น หรือได้รับเชิญให้เป็นวิทยากร เป็นผู้พำนักหลักสูตรในฐานะศิษย์เก่า เป็นผู้ให้ข้อมูลในการประกันคุณภาพการศึกษา เป็นต้น

ศิษย์เก่ารุ่นใหม่ กล่าวว่า การให้โอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรมประเพณีต่างๆ จากมหาวิทยาลัย การใช้ศักยภาพของศิษย์เก่าเป็นวิทยากรตามความถนัดในการพัฒนาศิษย์ปัจจุบัน เช่น การพัฒนาบุคลิกภาพ การเป็นพิธีกร เป็นต้น

ประเด็นความเห็นต่อวิธีการเสริมสร้างความผูกพันศิษย์เก่า พบว่า คณะกรรมการฯ กล่าวถึงการให้ความสำคัญของผู้บริหารมหาวิทยาลัยในระดับยุทธศาสตร์ และนโยบายที่เห็นความสำคัญของศิษย์เก่าอย่างจริงจัง การเชิญเกียรติให้รางวัลแก่ศิษย์เก่าเป็นการมอบคุณค่าที่มีค่ามากที่สุด

ศิษย์เก่ารุ่นใหม่ ให้ความเห็นว่า ต้องปรับกระบวนการคิดให้เป็นเชิงการตลาดเพื่อสังคม เช่น การจัดคอนเสิร์ตการกุศล มีรูปแบบกิจกรรมที่ดารา นักแสดง ศิลปิน ที่เป็นศิษย์เก่าได้มีส่วนร่วมในการดึงดูดศิษย์เก่าและบุคคลทั่วไปเข้าร่วม

การจัดการการสื่อสารกับศิษย์ปัจจุบันเพื่อสร้างความผูกพันกับมหาวิทยาลัยเป็นชั้นปี พบว่า คณะกรรมการฯ จากมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง กล่าวถึงการจัดการการสื่อสารที่มหาวิทยาลัยควรดำเนินการว่า ปีแรก เป็นปีที่ต้องเสริมความสัมพันธ์ในรุ่น การจัดกิจกรรมปฐมนิเทศ กิจกรรมเชียร์ กิจกรรมกีฬา กิจกรรมสร้างแรงบันดาลใจ ปีสองเป็นปีที่ต้องแนะแนวเส้นทางอาชีพให้ชัดเจน

ซึ่งศิษย์เก่าสามารถเป็นวิทยากรที่มาชี้แนะพร้อมปลูกฝังความรัก ความภาคภูมิใจในสถาบันได้ในลักษณะกิจกรรมมัชฌิมนิเทศ ปีสามปีสี่ควรเน้นเรื่องสถานที่ฝึกวิชาชีพ การพัฒนาศักยภาพ พร้อมสู่การทำงาน

ศิษย์เก่ารุ่นใหม่ ให้ความเห็นว่า ปีแรกมหาวิทยาลัยต้องสร้างแรงบันดาลใจในการเรียนให้เกิด ปรับทัศนคติต่อการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย อาจมีพิธีกรรมที่สร้างศรัทธา สร้างความศักดิ์สิทธิ์ความเป็นสิริมงคลบ้าง ปีสองควรมีรายวิชาทักษะชีวิตหรือมีการอบรมพัฒนาทักษะจำเป็นของวิชาชีพนั้นๆ ปีสามเป็นการเพิ่มพูนประสบการณ์ทางวิชาชีพหรือศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จในการทำงาน ส่วนปีสุดท้ายก็เตรียมพร้อมไปรับใช้สังคม เรียนรู้ความแตกต่างระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน

การแสดงออกถึงความภาคภูมิใจในความเป็นศิษย์เก่านั้น พบว่า คณะกรรมการฯ มีความภูมิใจในการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เป็นประโยชน์แก่สมาคมศิษย์เก่า บางครั้งการแต่งกายด้วยสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

ศิษย์เก่ารุ่นใหม่ ได้ให้ความเห็นว่า การแสดงออกด้วยการกล่าวหาว่าจบสถาบันใดนั้น ต้องกระทำด้วยความเหมาะสม ไม่เป็นเชิงโอ้อวด การมีสัญลักษณ์ที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยวางไว้ที่โต๊ะทำงาน การมีของที่ระลึกของมหาวิทยาลัยไว้ใช้ การแสดงออกผ่านสื่อออนไลน์ในวันสำคัญที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัย เช่น การเปลี่ยนรูปโปรไฟล์ในเฟสบุ๊ก การโพสภาพเกี่ยวกับเหตุการณ์สำคัญของมหาวิทยาลัย เป็นต้น

การกลับมาทำประโยชน์ให้กับมหาวิทยาลัยด้วยวิธีการใด และมีการชักชวนศิษย์เก่าท่านอื่นอย่างไร พบว่า คณะกรรมการฯ ได้กล่าวว่า การกลับมาเป็นคณะกรรมการในกรรมการชุดต่างๆ การร่วมระดมทุนในกองทุนต่างๆ การอุทิศตนต่อการทำงานให้สมาคม

ศิษย์เก่ารุ่นใหม่ มีความเห็นว่า การกลับมาให้ความรู้ การมาร่วมสมทบในกองทุน การมาร่วมงานคืนสู่เหย้า การเข้าร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัย การมาเป็นวิทยากร การเป็นผู้คุมกีฬาก็เป็นที่ปรึกษาชมรม เป็นต้น นอกจากนั้นได้ให้ข้อสังเกตเกี่ยวกับการจะดึงดูดหรือเชิญชวนเพื่อนศิษย์เก่ากลับมาทำประโยชน์ให้กับมหาวิทยาลัยนั้น ต้องพิจารณาความน่าสนใจตามวัยตามยุค ความแตกต่างในวิธีการนำเสนอ

กล่าวโดยสรุป การจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย ในแต่ละมหาวิทยาลัยมีมิติด้านองค์ประกอบการสื่อสาร ด้านนโยบายและระบบสื่อสาร และด้านการประเมินการจัดการ มีทั้งประเด็นที่เหมือนและแตกต่างกัน

ประเด็นด้านการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัย
รัฐในประเทศไทย จึงสามารถสรุปได้ใน 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านองค์ประกอบการสื่อสาร

มหาวิทยาลัยควรมีการกำหนดค่านิยมร่วม วัฒนธรรม ประเพณีของสถาบัน
ใช้การสื่อสารกลุ่มย่อยระดับเครือข่าย กลุ่มใหญ่ระดับสถาบัน ใช้สื่อใหม่ สื่อมัลติมีเดีย ในการ
เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ดูแลรักษาสถานที่สำคัญ และสร้างบรรยากาศในกิจกรรม ให้ความสำคัญ
กับการเชิญศิษย์เก่าเข้าร่วมกิจกรรม มีการสื่อสารแบบเป็นทางการกับศิษย์เก่าอาวุโส ใช้ช่องทาง
การสื่อสารที่ทันสมัยกับกลุ่มเครือข่าย (Line, fb)

2. ด้านนโยบายและระบบสื่อสาร

มหาวิทยาลัยควรกำหนดโครงสร้างหน่วยงานดูแลชัดเจน มีสมาคม ชมรม
ผู้ประสานงาน ประจำจังหวัด ภูมิภาค และ ต่างประเทศ พร้อมผลักดันให้จัดตั้ง มีฐานข้อมูลศิษย์
เก่า เพื่อสร้างความสัมพันธ์ จัดกิจกรรมประเพณี กิจกรรมการตลาดเชิงสังคม กำหนดยุทธศาสตร์
แผนพัฒนานักศึกษา เน้นศิษย์เก่าเข้ามามีส่วนร่วม (วิชาการ วิจัย กิจกรรม การบริหาร
มหาวิทยาลัย) ให้ความสำคัญกับศิษย์เก่าต่างชาติ (ประเทศเพื่อนบ้าน) ยกย่องเชิดชูศิษย์เก่าด้วย
รางวัลที่หลากหลาย กิจกรรมต้องเกิดจากความต้องการของศิษย์เก่า พัฒนาความสัมพันธ์ไปยังผู้มี
ส่วนเกี่ยวข้อง (คู่สมรส, บุตรธิดา, กิจการส่วนตัว)

3. ด้านการประเมินการจัดการ

จุดแข็งของสถาบัน คือ การสร้างรูปแบบชีวิตในมหาวิทยาลัย University Life
(หอพัก กิจกรรมรับน้อง การเรียน กีฬา ชมรม ครูเก่า), ศิษย์เก่าเป็นกระบอกเสียงให้ศิษย์ปัจจุบัน
เข้ามาเรียน, ความยาวนานของมหาวิทยาลัย, การให้ความช่วยเหลือของศิษย์เก่า จุดอ่อน คือ
ความผูกพันระดับคณะมีมากกว่าระดับมหาวิทยาลัย การพัฒนาช่องทางการสื่อสารให้เข้าถึงศิษย์
เก่าที่มากขึ้น ส่วนกลางสามารถอำนวยความสะดวกฐานข้อมูลได้ พัฒนาให้เป็นปัจจุบัน และ
เชื่อมโยงสู่การจัดหมวดอาชีพ แผนการจัดประชุมใหญ่ รวมทุกสมาคม ชมรม ประจำปี เพื่อวางแผน
ทางการจัดกิจกรรมบูรณาการกิจกรรมพัฒนานักศึกษากับ ศิษย์เก่าสัมพันธ์ ไม่ควรมุ่งเน้นการระดม
ทุนจากศิษย์เก่า

การจัดการการสื่อสารกับศิษย์ปัจจุบันที่สร้างความผูกพันศิษย์เก่าของ
มหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย

1. ความผูกพันของศิษย์ปัจจุบันกับมหาวิทยาลัย

ศิษย์ปัจจุบัน มีระดับความผูกพันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก พบว่า ประเด็น
ความรู้สึกภูมิใจที่ได้ศึกษาในมหาวิทยาลัยแห่งนี้ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ประเด็น

ความรู้สึกภูมิใจในชื่อเสียงเกียรติยศของมหาวิทยาลัยที่สั่งสมมา ประเด็นความภูมิใจในประวัติความเป็นมาของมหาวิทยาลัย ประเด็นอยากที่จะปกป้องศักดิ์ศรีของมหาวิทยาลัย หากมีใครกล่าวถึงในทางที่ไม่ดี ประเด็นความคิดว่าหากมีคนรู้จักหรือญาติมิตร จะแนะนำให้เข้ารับการศึกษามหาวิทยาลัยนี้ ประเด็นความรู้สึกถึงการเป็นสมาชิกของมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง ประเด็นความเชื่อมั่นในคุณภาพการจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย ตามลำดับ ซึ่งประเด็นข้างต้นนี้เป็นประเด็นที่สอดคล้องตามมิติของความผูกพันด้านความรู้สึก ส่วนใหญ่มีระดับความผูกพันในระดับมากที่สุด

ความผูกพันด้านความรู้สึก เป็นความผูกพันที่เกิดจากทัศนคติที่ดีต่อสถาบัน ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลด้านการจัดการการสื่อสารของมหาวิทยาลัย ที่ทำการสื่อสารกับศิษย์ปัจจุบันในแต่ละชั้นปีอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความรัก ความภาคภูมิใจในสถาบัน ด้วยการปลูกฝังค่านิยมร่วมสถาบัน การให้ความร่วมมือจากศิษย์เก่าทั้งในด้านวิชาการและกิจกรรม เสริมสร้างความภาคภูมิใจในสถาบันด้วยประเพณีและพิธีกรรม เป็นต้น

ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด แต่ยังมีระดับความผูกพันปานกลาง ได้แก่ ประเด็นการเคยได้พบปะ สานสัมพันธ์ เข้าร่วมกิจกรรมกับศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัย ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มที่พบว่า ศิษย์เก่าได้เข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัยนั้น อาจเป็นกิจกรรมที่ศิษย์เก่าได้เข้าร่วมกับผู้บริหารมหาวิทยาลัย คณาจารย์ หรือบุคลากรของมหาวิทยาลัยมากกว่าการได้พบปะกับศิษย์ปัจจุบันอย่างทั่วถึง หากพิจารณาถึงความทั่วถึงและความสม่ำเสมอในการที่ศิษย์เก่าได้พบปะกับศิษย์ปัจจุบันมากขึ้น จะส่งผลต่อระดับความผูกพันของศิษย์เก่าในอนาคตได้ เป็นตัวอย่างที่ดีแก่ศิษย์เก่ารุ่นถัดไปได้ดำเนินการเป็นเยี่ยงอย่าง และมีแนวโน้มที่ดีเมื่อพิจารณาจากประเด็นที่ว่า หากท่านเป็นศิษย์เก่า ท่านจะกลับมาเยี่ยมเยียนมหาวิทยาลัยแห่งนี้อีก ซึ่งมีระดับความผูกพันในระดับมาก

2. การให้ความสำคัญด้านการจัดการการสื่อสารของมหาวิทยาลัยกับศิษย์ปัจจุบัน

ศิษย์ปัจจุบัน มีระดับความสำคัญโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายประเด็นแล้ว พบว่า ประเด็นข้อมูลข่าวสารที่มหาวิทยาลัยสื่อสารกับท่าน มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ประเด็นการรับทราบความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัยจากบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ หรือสื่อออนไลน์ ประเด็นมหาวิทยาลัยมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารกับท่านได้รวดเร็วฉับไว ในสถานการณ์เร่งด่วน ตามลำดับ ซึ่งเป็นประเด็นอันดับต้นๆ ที่ศิษย์ปัจจุบันได้ให้ความสำคัญในการจัดการการสื่อสารของมหาวิทยาลัย สอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มที่พบว่า มหาวิทยาลัยใช้รูปแบบและช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการสื่อสารไปยังศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน

ประเด็นมหาวิทยาลัยของท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนโดยรอบ ประเด็นท่านเคยร่วมประเมินผลการบริหารงานของมหาวิทยาลัยทั้งด้วยตนเอง ประเด็นท่านทราบวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ นโยบายของมหาวิทยาลัยอย่างชัดเจน ยังอยู่ในระดับความสำคัญมาก แสดงให้เห็นว่ามหาวิทยาลัยได้เปิดโอกาสและให้ความสำคัญกับศิษย์ปัจจุบัน ในฐานะผู้เกี่ยวข้อง เป็นไปตามผลการศึกษาที่พบว่า การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงาน การจัดการ กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ ศิษย์ปัจจุบันสามารถรับรู้ได้โดยทั่วไป และประเด็นที่ท่านรับรู้เรื่องราวข่าวสารของมหาวิทยาลัยจากคนภายนอกมหาวิทยาลัยก่อนเสมอ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดนั้น เป็นมิติที่ดีที่แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารภายในมหาวิทยาลัยนั้นมีความครอบคลุม รวดเร็ว และทันต่อเหตุการณ์ ที่ทำให้คนภายในองค์กรสามารถรับรู้ข่าวสารได้ดี มากกว่าการที่คนในองค์กรได้รับรู้ข่าวสารของสถาบันตนเองจากบุคคลภายนอกก่อน

นอกจากนั้น ศิษย์ปัจจุบัน ยังมีความคิดเห็นในประเด็นที่ศิษย์เก่าควรเข้ามามีบทบาทในการจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ โดยแยกเป็นชั้นปี ดังนี้

ชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยควรจัดกิจกรรมสร้างแรงบันดาลใจและแนวทางอาชีพ กิจกรรม ปฐมนิเทศ โดยเชิญศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงาน มีชื่อเสียง เป็นตัวอย่างที่ดี มาร่วมกิจกรรม

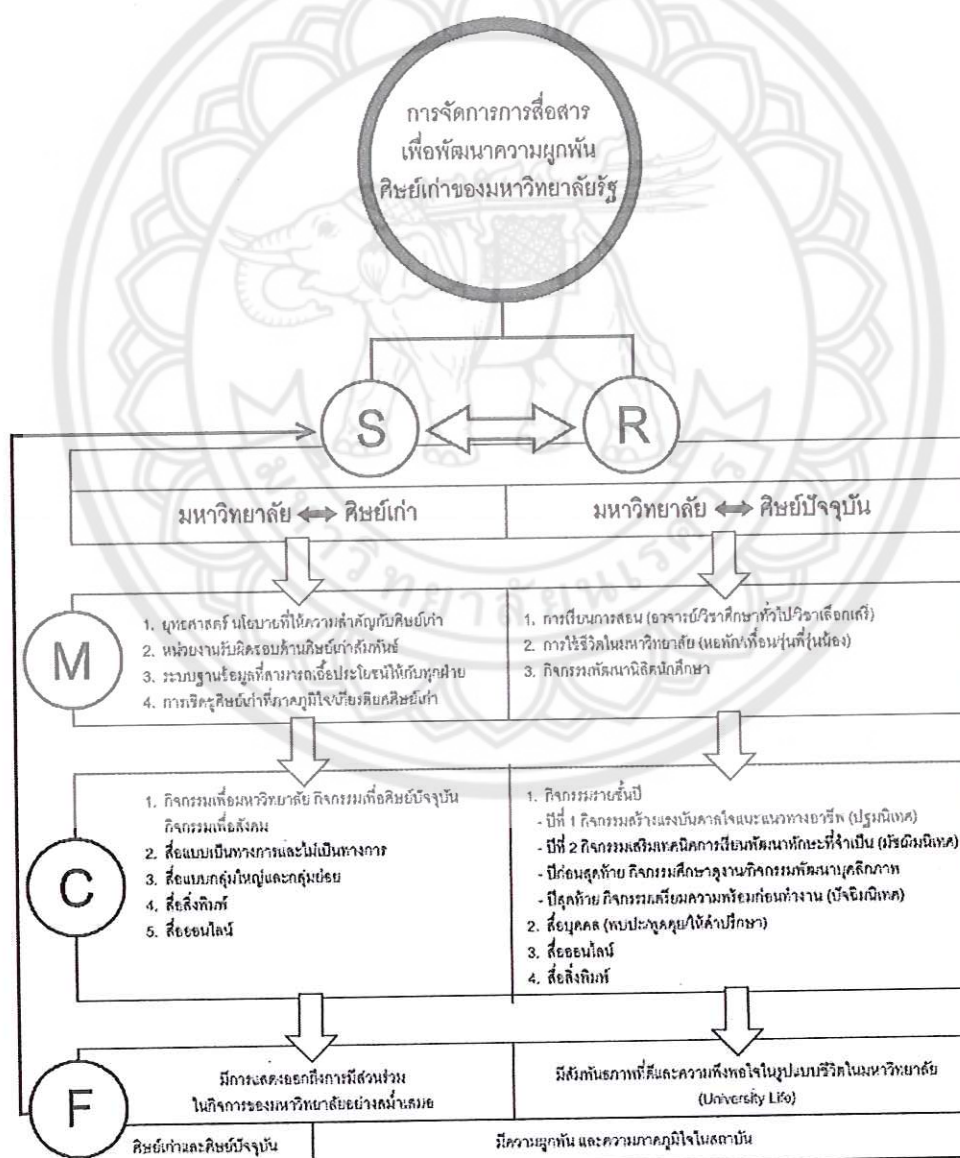
ชั้นปีที่ 2 มหาวิทยาลัยควรกิจกรรมเสริมเทคนิคการเรียนรู้พัฒนาทักษะที่จำเป็นโดยเชิญศิษย์เก่าที่มีความรู้ความสามารถมาเป็นวิทยากร ซึ่งสามารถจัดร่วมกับกิจกรรมมัชฌิมนิเทศ

ชั้นปีก่อนสุดท้าย มหาวิทยาลัยควรจัดกิจกรรมศึกษาดูงาน ตามสถานประกอบการต่างๆ ที่ศิษย์เก่าเป็นเจ้าของกิจการ หรือเป็นผู้บริหาร บุคลากรในองค์กรนั้นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการขอรับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพได้ด้วย เห็นแนวทางการประกอบอาชีพในอนาคตที่ชัดเจนยิ่งขึ้น และควรจัดกิจกรรมพัฒนาบุคลิกภาพ ซึ่งสามารถเชิญศิษย์เก่าที่เป็นต้นแบบผู้ที่มีบุคลิกภาพดีมาเป็นวิทยากร หรือสมาคมศิษย์เก่าให้ทุนสนับสนุนในการจัดกิจกรรม โดยเชิญวิทยากรผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในระดับประเทศ มาอบรมให้กับศิษย์ปัจจุบัน

ชั้นปีสุดท้าย มหาวิทยาลัยควรกิจกรรมเตรียมความพร้อมก่อนการทำงาน ซึ่งศิษย์เก่าสามารถเข้าร่วมในลักษณะเป็นผู้แทนองค์กรในงานตลาดนัดจัดหางาน ร่วมบรรยายให้ความรู้วิธีการเตรียมตัวสมัครงาน การเขียนใบสมัครงาน การจัดทำประวัติโดยย่อ Resume เทคนิคการสัมภาษณ์งาน เป็นต้น จัดกิจกรรมแนะนำสถานที่ทำงานที่เกี่ยวข้องกับหลักสูตรที่จบการศึกษา และการแนะแนวการศึกษาต่อ ซึ่งสามารถจัดร่วมกับกิจกรรมปัจฉิมนิเทศ

รูปแบบและช่องทางการสื่อสารที่ศิษย์ปัจจุบันได้แสดงความเห็นไว้ พบว่าพึงพอใจกับการที่ศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบันได้พบปะ พูดคุยกันในลักษณะรุ่นพี่พบรุ่นน้อง และการให้คำปรึกษา เลือกลงมาถึงข้อมูลข่าวสารกิจกรรมต่างๆ ด้วยสื่อออนไลน์ทั่วไป ป้ายประชาสัมพันธ์ และป้ายประกาศ ตามสถานที่ต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัย เช่น อาคารเรียน โถงอาคาร อาคารกิจกรรม เป็นต้น

แบบจำลองการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย



ภาพ 7 แบบจำลองการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย

จากแบบจำลองการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัย
รัฐนั้น ผู้วิจัยนำเสนอตามองค์ประกอบของ SMCR Model ดังรายละเอียดต่อไปนี้

มหาวิทยาลัย ในฐานะผู้ส่งสาร (Source) กับ ศิษย์เก่า ในฐานะผู้รับสาร (Receiver)

มหาวิทยาลัย ต้องดำเนินการด้านการจัดการ การกำหนดสาร (Message) โดยมหาวิทยาลัย
ควรให้ความสำคัญตั้งแต่การกำหนดยุทธศาสตร์ นโยบายที่ให้ศิษย์เก่ามีส่วนร่วม การมีหน่วยงาน
รับผิดชอบเพื่อขับเคลื่อนงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ การมีระบบฐานข้อมูลศิษย์เก่าเพื่อใช้ในการ
สร้างความสัมพันธ์ด้วยการส่งข้อมูลข่าวสาร ต้องมีการวิเคราะห์ SWOT เพื่อการพัฒนาแผนงาน
และมีการประเมินผลการทำงานอย่างสม่ำเสมอ ช่องทาง (Channel) มหาวิทยาลัยควรให้
ความสำคัญกับการใช้สื่อกิจกรรม ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อมหาวิทยาลัย เพื่อศิษย์ปัจจุบัน และเพื่อ
สังคม มหาวิทยาลัยต้องพิจารณาควบคู่กับบริบทของศิษย์เก่าในการใช้สื่อแบบเป็นทางการและไม่
เป็นทางการ การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ยังมีความสำคัญกับศิษย์เก่า แต่ในปัจจุบันสื่อออนไลน์กับกลุ่มศิษย์
เก่ามีการใช้งานและเข้าถึงสื่อเป็นอย่างมาก รวดเร็ว เป็นปัจจุบันและสื่อสารได้กลุ่มใหญ่ ไม่จำกัด
พื้นที่และเวลา มหาวิทยาลัยจึงควรให้ความสำคัญในการพัฒนาช่องทางการใช้สื่อออนไลน์กับศิษย์
เก่าทั้งเฟสบุ๊ค ไลน์ อีเมลล์ วารสารอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น และศิษย์เก่า สามารถมีปฏิริยาตอบ
กลับ (Feedback) ไปยังมหาวิทยาลัยในลักษณะการแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมในกิจการต่างๆ
ของมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง และสามารถจะสลับบทบาทของตนเองเป็นผู้ส่งสารกลับไปยัง
มหาวิทยาลัยได้ ซึ่งเป็นการสนับสนุนแนวทางการมีส่วนร่วมของศิษย์เก่าต่อมหาวิทยาลัยได้เป็น
อย่างดี

**มหาวิทยาลัย ในฐานะผู้ส่งสาร (Source) กับ ศิษย์ปัจจุบัน (Receiver) ในฐานะ
ผู้รับสาร**

รูปแบบการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย เป็น สาร (Message) ซึ่งประกอบไปด้วยการเรียนการ
สอน การใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย และกิจกรรมพัฒนานิสิตนักศึกษา ช่องทาง (Channel)
ศิษย์ปัจจุบันที่ได้แสดงไว้จากการวิจัยเชิงสำรวจกิจกรรมรายชั้นปี พบว่า ปีแรก มหาวิทยาลัยควร
จัดกิจกรรมสร้างแรงบันดาลใจ แนะนำแนวทางอาชีพ กิจกรรมสำหรับปีสอง มหาวิทยาลัยควรจัด
กิจกรรมเสริมเทคนิคการเรียน พัฒนาทักษะที่จำเป็น ปีก่อนสุดท้าย ควรจัดกิจกรรมศึกษาดูงาน จัด
กิจกรรมพัฒนาบุคลิกภาพ และปีสุดท้ายควรจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมก่อนทำงาน สื่อออนไลน์
นั้นมหาวิทยาลัยสามารถใช้เป็นช่องทางเสริมในการให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ
สร้างพื้นที่การรับฟังความเห็น ความต้องการ ข้อเสนอแนะจากศิษย์ปัจจุบันได้ และใช้สื่อสิ่งพิมพ์
เช่น ป้ายประกาศ โปสเตอร์ ตามสถานที่หลักๆ ปฏิริยาตอบกลับ (Feedback) มีความสำคัญที่
ระดับความพึงพอใจในรูปแบบการใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย ที่สามารถตอบสนองตามความต้องการ

และสร้างทัศนคติที่ดีอย่างต่อเนื่องได้ ทั้งศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน ควรมีปฏิกิริยาตอบกลับมายังมหาวิทยาลัย ซึ่งคาดหวังให้เกิดขึ้นหลังการจัดการสื่อสารไปกับทั้งสองกลุ่มคือ มีความผูกพันและความภาคภูมิใจในมหาวิทยาลัยของตนเอง

อภิปรายผล

ผลการวิจัย การจัดการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย ตามที่ได้ปรากฏข้างต้นนั้น ผู้วิจัยขอเสนอการอภิปรายผลตามประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ 3 ส่วน คือ การจัดการสื่อสารของมหาวิทยาลัย การสร้างความผูกพันของมหาวิทยาลัยกับศิษย์ปัจจุบัน และการสร้างความผูกพันของมหาวิทยาลัยกับศิษย์เก่า ซึ่งจะทำให้เห็นความสมบูรณ์ของงานมากขึ้น ดังนี้

1. การจัดการสื่อสารของมหาวิทยาลัย

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผู้บริหารมหาวิทยาลัย มีส่วนสำคัญตั้งแต่การกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความผูกพันศิษย์ปัจจุบัน และความผูกพันศิษย์เก่า สอดคล้องกับสุรพงษ์ ไสยนะเสถียร (2550) ที่ทำการศึกษาการจัดการสื่อสารในสถาบันทางการศึกษา พบว่าพฤติกรรมการจัดการสื่อสารของผู้บริหารระดับสูงมีบทบาทสำคัญต่อการบริหาร ซึ่งต้องทำการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน เพื่อเข้าใจบริบทของสถาบันตนเอง และเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีสำหรับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนให้นโยบายเกิดความสำเร็จ เช่น ผู้บริหารด้านพัฒนาการศึกษา นักศึกษา ศิษย์เก่าสัมพันธ์ บุคลากรเจ้าหน้าที่ด้านกิจการนิสิตนักศึกษา ด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ เป็นต้น เมื่อพิจารณาแล้วจะพบว่าผู้บริหารมหาวิทยาลัย มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการสื่อสารในมิติด้านการประเมินการจัดการมากกว่ามิติด้านอื่นๆ

การจัดการสื่อสารในมิติด้านองค์ประกอบการสื่อสาร จะพบว่า มหาวิทยาลัยควรมีการกำหนดค่านิยมร่วม วัฒนธรรม ประเพณีของสถาบัน ดูแลรักษาสถานที่สำคัญ และสร้างบรรยากาศในกิจกรรมต่างๆ นั้น สอดคล้องกับการศึกษาของ นิธิ บุญยรัตนานนท์ (2547) พบว่าค่านิยมในการทำงาน ลักษณะงาน และบรรยากาศในการทำงานขององค์การ เป็นปัจจัยที่มีอำนาจร่วมกันในการพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์การ ฉะนั้น มหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญกับประเด็นต่างๆ ทั้งเชิงนโยบายและเชิงกายภาพด้วย เพื่อการสร้างความผูกพันศิษย์เก่าในทุกมิติรอบด้าน

ผลการวิจัยตามตาราง 8 มิติของการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย จากทั้ง 5 มหาวิทยาลัย ได้เสนอประเด็นความเหมือน ความต่าง ที่แต่ละมหาวิทยาลัยได้ดำเนินการ ซึ่งพบประเด็นสำคัญๆ ที่ทุกมหาวิทยาลัยได้ให้ข้อมูลไว้ดังนี้

การมีเอกลักษณ์เฉพาะของความเป็นมหาวิทยาลัยนั้นๆ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความคิดกลุ่ม (Groupthink theory) ที่ได้กล่าวว่า การก่อเกิดลักษณะเฉพาะ (Stereotypes) ที่สามารถสื่อสารออกไปจนคนภายนอกรับรู้ได้ถึงเอกภาพและความแข็งแกร่งของกลุ่ม ทุกมหาวิทยาลัยย่อมมีอัตลักษณ์ที่บ่มเพาะให้กับศิษย์ จึงเป็นสิ่งที่ปรากฏแรกๆ ที่ได้จากการศึกษา เช่น การนับถือรุ่นพี่รุ่นน้อง การเข้าร่วมพิธีกรรม การตอบแทนบุญคุณสังคม เป็นต้น

สื่อออนไลน์ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสารของศิษย์เก่า ศิษย์ปัจจุบันที่มหาวิทยาลัยเลือกใช้ มหาวิทยาลัยหลายแห่งพิจารณารูปแบบการสื่อสาร ช่องทาง วิธีการที่ปรับตามวัยที่หลากหลายของศิษย์เก่า บางมหาวิทยาลัยใช้สื่อแบบเดียวกันกับทุกกลุ่มเป้าหมาย แต่มีบางมหาวิทยาลัยแบ่งกลุ่มอายุของศิษย์เก่า เพื่อพิจารณาความเหมาะสมและความน่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับ ชรามม์ (Schramm) ที่พบว่า ปัจเจกชนต่างหากที่เป็นตัวการสำคัญในการเลือกสื่อและสาร โดยมีฐานความคิดในการตัดสินใจจากความคาดหวังว่าตนจะได้รับประโยชน์อะไร กลุ่มศิษย์เก่าที่มีความหลากหลาย ย่อมมีความเป็นปัจเจกชนในแต่ละคนทั้งสิ้น มหาวิทยาลัยในฐานะผู้ส่งสารต้องพิจารณาสื่อและสารด้วยว่ากลุ่มศิษย์เก่านั้นๆ จะได้รับประโยชน์จากการสื่อสารในแต่ละครั้ง นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Eric Kowalik (2011) พบว่า การใช้สื่อทางสังคมเพื่อดึงดูดการมีส่วนร่วมของศิษย์เก่า ผ่านทางสื่อใหม่ เช่น การส่งข้อความแจ้งความเคลื่อนไหว ข่าวสารทางโทรศัพท์มือถือ การใช้วิดีโอ ไปจนกระทั่งการสร้างแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนที่สามารถเข้าถึงเหตุการณ์ต่างๆ ของศิษย์เก่าได้ ซึ่งมีผลที่ดีต่อการเข้าร่วมงานคืนสู่เหย้า หรือกิจกรรมของศิษย์เก่าด้วย และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Zenia Barnard, Chris Rensleigh (2008) พบว่า ชุมชนออนไลน์เป็นเครื่องมือที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพให้กับบุคลากรทางการศึกษาได้ ซึ่งต้องทำการศึกษาข้อมูลเชิงลึกจากศิษย์เก่าในด้านความต้องการและพฤติกรรม

กลุ่มศิษย์เก่า มีความเป็นเครือข่ายทางสังคม (Social Network) อย่างเห็นได้ชัด กล่าวคือ มีการรวมกลุ่มกันทั้งในระดับกลุ่มย่อย กลุ่มใหญ่ จนกระทั่งเป็นสมาคม ชมรม มีการจัดกิจกรรมร่วมกันทั้งเพื่อมหาวิทยาลัย เพื่อศิษย์ปัจจุบัน และเพื่อสังคม โดยที่แต่ละคนมีทั้งตำแหน่งหน้าที่รับผิดชอบ และที่มาด้วยจิตอาสา มีการสื่อสารในเครือข่ายกันเองทั้งสื่อออนไลน์ สื่อกิจกรรม สื่อดั้งเดิม มีการพบปะสังสรรค์กันอย่างต่อเนื่อง เป็นประจำ ซึ่งสอดคล้องกับ ภัทรพร พลพนาธรรม

(2553) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบของเครือข่ายทางสังคมว่า ประกอบไปด้วย สมาชิกของเครือข่าย จุดมุ่งหมายร่วมกัน การปฏิบัติหน้าที่ในเครือข่าย การสื่อสารภายใน และการมีปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน

ในทุกมหาวิทยาลัยมีการกำหนดหน่วยงานรับผิดชอบงานด้านศิษย์สัมพันธ์ไว้อย่างชัดเจน ซึ่งอาจจะมีความแตกต่างไปตามแนวนโยบายการบริหารที่ให้ความสำคัญหรือความเหมาะสมในระดับใด บางมหาวิทยาลัยเป็นองค์กรเอกเทศ บางมหาวิทยาลัยยังเป็นกลุ่มงานในส่วนงานอื่นๆ อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยนั้นสนับสนุนตามแนวคิดในฉบับร่างประชาพิจารณ์ของสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน) ที่มีการกำหนดตัวบ่งชี้เกี่ยวกับศิษย์เก่าทำประโยชน์ให้สถาบัน ซึ่งต้องมีความร่วมมือจากศิษย์เก่าทั้งด้านกิจกรรมพัฒนานิสิตนักศึกษา ด้านวิชาการ ด้านงานวิจัย ด้านกองทุน และด้านการได้รับยกย่องเชิดชู เพราะฉะนั้นความจำเป็นเร่งด่วนในการมีหน่วยงานรับผิดชอบที่ชัดเจน จึงมีความสำคัญอย่างมากในการขับเคลื่อนนโยบายด้านศิษย์เก่า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมสวาท เจริญฤทธิ์ (2522) ที่พบว่า มหาวิทยาลัยควรมีการดำเนินการให้ศิษย์เก่ามีส่วนร่วมที่มากขึ้นด้วยการจัดตั้งหน่วยงานให้กับศิษย์เก่า มีบริการศิษย์เก่าในด้านสวัสดิการต่างๆ เช่น บริการห้องสมุด บริการสถานที่จัดกิจกรรม ห้องประชุม ศูนย์กีฬา เป็นต้น

2. การสร้างความผูกพันของมหาวิทยาลัยกับศิษย์ปัจจุบัน

จากผลการศึกษา พบว่า ศิษย์ปัจจุบัน มีระดับความผูกพันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายประเด็นแล้ว พบว่า ประเด็นความรู้สึกภูมิใจที่ได้ศึกษาในมหาวิทยาลัยแห่งนี้ มีค่าเฉลี่ยมาก ประเด็นความรู้สึกภูมิใจในชื่อเสียงเกียรติยศของมหาวิทยาลัยที่ส่งสมมามีประเด็นความภูมิใจในประวัติความเป็นมาของมหาวิทยาลัย ประเด็นอยากที่จะปกป้องศักดิ์ศรีของมหาวิทยาลัย หากมีใครกล่าวถึงในทางที่ไม่ดี ประเด็นความคิดว่าหากมีคนรู้จักหรือญาติมิตรจะแนะนำให้เข้ารับการศึกษามหาวิทยาลัยนี้ ประเด็นความรู้สึกถึงการเป็นสมาชิกของมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง ประเด็นความเชื่อมั่นในคุณภาพการจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย ตามลำดับ ซึ่งประเด็นข้างต้นนี้เป็นประเด็นที่สอดคล้องตามมิติของความผูกพันด้านความรู้สึก ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็น ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีแนวโน้มที่สอดคล้องเป็นไปตามที่ เมเยอร์ และแอลเลน (Mayer and Allen, 1991) ว่า แนวคิดความผูกพันต่อองค์การในหลายมิติ (Multidimensional Construct) ซึ่งความผูกพันด้านความรู้สึก (Affective Commitment) พัฒนามาจากความผูกพันต่อองค์การด้านทัศนคติ (Attitudinal Commitment) ที่กล่าวว่า คือ อารมณ์ความรู้สึกของการมีส่วนร่วม ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของคนในองค์กร บุคคลที่มีความผูกพันด้านความรู้สึกสูงจะมีทัศนคติในเชิงบวก ซึ่งแสดงออกผ่านการปฏิบัติตัวในการพัฒนาประสิทธิภาพ

ประสิทธิผลให้องค์กร เนื่องจากมีความต้องการทำงานให้องค์กรต่อไป ฉะนั้น เมื่อพิจารณาในบริบทของศิษย์ปัจจุบัน การมีรูปแบบความผูกพันด้านความรู้สึกที่ดี จึงเป็นสัญญาณที่ดีว่า ศิษย์ปัจจุบันมีทัศนคติที่ดีต่อมหาวิทยาลัย รู้สึกมีความเป็นสมาชิกภาพของสถาบัน ซึ่งสามารถแสดงออกได้ผ่าน การเข้าร่วมกิจกรรม การตั้งใจศึกษาเล่าเรียน พัฒนาศักยภาพของตนเอง เพื่อโอกาสในการใช้ชีวิตในสถาบันจนสำเร็จการศึกษาตามที่มุ่งหวังไว้

ศิษย์ปัจจุบัน มีระดับการให้ความสำคัญโดยภาพรวมในการจัดการการสื่อสารของมหาวิทยาลัย อยู่ในระดับมากที่สุด โดยประเด็นข้อมูลข่าวสารที่มหาวิทยาลัยสื่อสารกับท่าน มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ เบอร์โล และคณะ (1966 อ้างอิงใน อรรถวรรณ ปิณฑนีโอวาท, 2554) ได้วิจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารว่า ปัจจัยที่เป็นคุณสมบัติของผู้ส่งสาร (Qualification Factor) ที่มีอำนาจหน้าที่ มีความชำนาญ จะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของสาร ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่มหาวิทยาลัยในฐานะผู้ส่งสารต้องสร้างสารที่มีความน่าเชื่อถือเพื่อภาพลักษณ์ที่ดีในการสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างศิษย์ปัจจุบันกับมหาวิทยาลัย ไปจนกระทั่งจบการศึกษาเป็นศิษย์เก่าในอนาคต

นอกจากนั้น ยังพบว่า ประเด็นที่ศิษย์ปัจจุบันทราบวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ นโยบายของมหาวิทยาลัยอย่างชัดเจน ยังอยู่ในระดับความสำคัญมาก แต่ไม่ได้มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเด็นอื่น มหาวิทยาลัยอาจจะเปิดโอกาสและให้ความสำคัญกับศิษย์ปัจจุบัน ในฐานะผู้เกี่ยวข้องเป็นไปตามผลการศึกษาที่พบว่า การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงาน การจัดการ กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ ศิษย์ปัจจุบันสามารถรับรู้ได้โดยทั่วไป ฉะนั้น มหาวิทยาลัยจึงควรเพิ่มการสื่อสารภายในองค์กร ด้วยตัวบุคคล และการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face to face Communication) โดยผู้บริหารมหาวิทยาลัยควรพิจารณาช่องทางการสื่อสารทั้งผ่านการประชุม ซึ่งถือว่านอกจากคำพูดแล้วยังปฏิบัติให้ดูเป็นตัวอย่าง เกิดความซึมซับทำตาม นอกจากนั้น ผู้บริหารมหาวิทยาลัยสามารถแสดงตนเองให้เกิดความเป็นกันเองกับศิษย์ปัจจุบัน มีความเป็นพี่เป็นน้องสถาบันเดียวกัน (หากผู้บริหารมหาวิทยาลัยจบจากสถาบันนั้นๆ) เพียงแต่ยังคงไว้ซึ่งการเป็นผู้กำหนดนโยบาย เป็นผู้บริหารองค์การ มีความเป็นผู้นำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลภัสนันท์ จิระพุดิพัฒน์ (2551) พบว่า การสื่อสารภายในองค์กรควรเน้นการใช้สื่อบุคคลและการสื่อสารแบบเผชิญหน้า

การสร้าง ความผูกพันกับศิษย์ปัจจุบัน ในงานวิจัยนี้พบว่า เป้าหมาย คือ ศิษย์ปัจจุบัน มีความผูกพันกับมหาวิทยาลัย โดยมีระบบและกลไกที่ให้ความสำคัญกับการจัดการเรียนการสอน อาจารย์ผู้สอน รายวิชาศึกษาทั่วไป รายวิชาเลือกเสรี การใช้ชีวิตในมหาวิทยาลัย การอยู่หอพัก

การคบเพื่อน การมีรุ่นพี่รุ่นน้อง และกิจกรรมพัฒนานิสิตนักศึกษา ในด้านกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความผูกพันเป็นรายชั้นปีนั้น พบว่า ปีที่ 1 ควรจัดกิจกรรมสร้างแรงบันดาลใจและแนวทางอาชีพ กิจกรรมปฐมนิเทศ ปีที่ 2 ควรจัดกิจกรรมเสริมเทคนิคการเรียนรู้พัฒนาทักษะที่จำเป็น กิจกรรมมัชฌิมนิเทศ ปีก่อนสุดท้าย ควรจัดกิจกรรมศึกษาดูงาน กิจกรรมพัฒนาบุคลิกภาพ และปีสุดท้าย ควรจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมก่อนการทำงาน กิจกรรม แนะนำสถานที่ทำงาน และศึกษาต่อ กิจกรรมปัจฉิมนิเทศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พชร อิมวิเศษ (2548) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อความผูกพันองค์กร ได้แก่ 6 ปัจจัยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือ คุณภาพชีวิตการทำงานด้านความมั่นคง คุณภาพชีวิตการทำงานด้านผลประโยชน์ตอบแทน แรงจูงใจในการทำงานด้านความคาดหวังเกี่ยวกับการพัฒนาตนเอง แรงจูงใจในการทำงานด้านคุณค่าของผลงานเกี่ยวกับการพัฒนาตนเอง คุณภาพชีวิตการทำงานด้านการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน และคุณภาพชีวิตการทำงานด้านความสมดุลของชีวิตและการทำงาน หากอภิปรายในบริบทของศิษย์ปัจจุบันคือ การดำรงชีวิตที่ได้อยู่ ได้เรียน มีเพื่อนมีรุ่นพี่รุ่นน้อง เป็นคุณภาพชีวิตพื้นฐานด้านความมั่นคง การได้รับแรงบันดาลใจ มองเห็นแนวทางในอนาคตเป็นคุณภาพชีวิตด้านผลประโยชน์ตอบแทนหากตั้งใจศึกษาเล่าเรียนเมื่อสำเร็จ การที่มหาวิทยาลัยมีการจัดกิจกรรมเสริมเทคนิคการเรียนรู้พัฒนาทักษะที่จำเป็นให้นั้น เป็นการเสริมแรงจูงใจในการทำงานด้านความคาดหวังเกี่ยวกับการพัฒนาตนเอง และการได้ศึกษาดูงาน กิจกรรมพัฒนาบุคลิกภาพ และได้เตรียมความพร้อมก่อนการทำงาน แนะนำสถานที่ทำงาน และศึกษาต่อ ถือเป็นการสร้างคุณภาพชีวิตการทำงานด้วยการพัฒนาศักยภาพของศิษย์ปัจจุบัน และคุณภาพชีวิตการทำงานด้านความสมดุลของชีวิตและการทำงานของศิษย์ปัจจุบันในอนาคต

นอกจากนั้น ยังสอดคล้องกับ การศึกษาของ Carla Guevara, Scott Stewart (2011) พบว่า การที่ได้งานตรงสายที่ได้รับการศึกษามา และการเจริญเติบโตในหน้าที่การงานของศิษย์เก่า มีผลต่อความรู้สึกคุ้มค่าที่เป็นไปตามความคาดหวัง ซึ่งมีผลมากกว่ากระบวนการเรียนการสอนในชั้นเรียน ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญที่ผู้สอนจะต้องสร้างโอกาสหรือเครื่องมือให้กับนักศึกษาปัจจุบัน ในการได้พบกับประสบการณ์จริงในระหว่างชั้นเรียน เพื่อให้นักศึกษาเห็นความชัดเจนในสายงาน การประกอบอาชีพ ยังจะทำให้ศิษย์เก่ามีความพึงพอใจต่อสถาบันการศึกษามากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อความผูกพันศิษย์เก่าในอนาคต ในมิติด้านความรู้สึกที่มากขึ้น ในมิติด้านการอยากกลับมาตอบแทนคุณสถาบัน

3. การสร้างความผูกพันของมหาวิทยาลัยกับศิษย์เก่า

จากผลการศึกษา พบว่า เป้าหมายของมหาวิทยาลัยที่คาดหวังในตัวของศิษย์เก่า คือ การตอบแทนคุณมหาวิทยาลัย ด้วยวิธีการต่างๆ ฉะนั้น การมีสมาคม ชมรม หรือผู้แทนเครือข่ายทำงานประสานกับมหาวิทยาลัยและเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง มีการยกย่องเชิดชูศิษย์เก่าดีเด่น ศิษย์เก่าที่ประสบความสำเร็จ จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่มหาวิทยาลัยต้องมีส่วนสำคัญในการสนับสนุน ผลักดัน และเอื้ออำนวยความสะดวกในการดำเนินการ ซึ่งการที่ศิษย์เก่าจะตอบแทนคุณสถาบันนั้น สอดคล้องกับแนวคิดความผูกพันองค์การในบรรทัดฐาน (Normative Commitment) หมายถึง ความรู้สึกสำนึกในบุญคุณที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรหรือได้มีโอกาสเข้ามาทำงานในองค์กรนี้

มหาวิทยาลัยจะสร้างให้ศิษย์เก่ามีความผูกพันกับมหาวิทยาลัยนั้น ไม่สามารถดำเนินการได้สำเร็จหากไม่ได้เตรียมการไว้ตั้งแต่ต้นเมื่อสมัยเป็นศิษย์ปัจจุบัน ฉะนั้นความสอดคล้องร้อยเรียงของการจัดการสื่อสารที่มหาวิทยาลัยต้องดำเนินการตามมิติต่างๆ ที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นแล้ว จึงเป็นลำดับขั้นตอนที่ต้องให้ความสำคัญเพื่อปลูกฝังให้เกิดความผูกพันด้านความรู้สึก มีทัศนคติที่ดีกับมหาวิทยาลัย เชื่อมโยงมายังศิษย์ปัจจุบันที่ต้องต่อยอดด้วยกลวิธีต่างๆ ทั้งการใช้ชีวิต การเรียน กิจกรรมที่ต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการสร้างความผูกพันแบบต่อเนื่อง (Continuous Commitment) มีพัฒนาการมาจากแนวคิดด้านพฤติกรรม (Behavioral Commitment) โดยพิจารณาจากพฤติกรรมที่กระทำสม่ำเสมอต่อเนื่องในองค์กร จนกระทั่งได้เป็นศิษย์เก่าที่มีความคิดอยากตอบแทนคุณของมหาวิทยาลัยในรูปแบบที่ต่างกัน ทั้งวัย ฐานะทางสังคม อาชีพ สอดคล้องกับการศึกษาของ Amber L. Stephenson and David B. Yerger (2014) ที่พบว่า การที่ศิษย์เก่าจะมีพฤติกรรมในการบริจาคทางช่องทางใด มูลค่าเท่าไร หรือมีความถี่มากน้อยนั้น ขึ้นอยู่กับความภาคภูมิใจ ศักดิ์ศรี และความสัมพันธ์อันดีระหว่างศิษย์เก่ากับกิจการนักศึกษา และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Robert Heckman and Audrey Guskey (1998) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างศิษย์เก่ากับมหาวิทยาลัยนั้น ถึงแม้ว่าศิษย์เก่าจะสำเร็จการศึกษาไปแล้วก็ตามแต่มหาวิทยาลัยก็ยังต้องใช้ความสัมพันธ์กับศิษย์เก่าทั้งในเชิงการรับบริจาคหรือการสนับสนุนในแนวทางต่างๆ ซึ่งการตัดสินใจที่จะร่วมแรงร่วมใจของศิษย์เก่าต่อมหาวิทยาลัยนั้น จะเกิดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์ หรือทำไปเพราะสิ่งทีนอกเหนือข้อกำหนดต่างๆ ก็ตาม แต่สาเหตุที่ทำให้ศิษย์เก่ามีความคิดที่จะร่วมแรงร่วมใจกับมหาวิทยาลัยนั้นคือ ความพึงพอใจต่อการแสดงออกพันธะผูกพันกับมหาวิทยาลัย และคุณลักษณะส่วนตัวของศิษย์เก่าแต่ละคน

ศิษย์เก่าจำนวนหนึ่งมีความภาคภูมิใจที่เป็นอาสาสมัครในการทำงานขับเคลื่อนให้กับมหาวิทยาลัย ให้กับสมาคม และภูมิใจที่ตนได้เข้ามามีส่วนร่วมกับกิจการของมหาวิทยาลัย เช่น การเป็นวิทยากรให้ความรู้ ให้คำปรึกษา แนะนำอาชีพ หรือแม้กระทั่งชักชวนให้ลูกหลานหรือคนที่

รู้จักได้ศึกษา ณ สถาบันเดียวกับตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ David J. Weerts, Alberto F. Carbrera and Thomas Sanford (2008) พบว่า มหาวิทยาลัยให้ความสำคัญกับพลังของศิษย์เก่าที่สามารถจะเข้ามาทดแทนการสนับสนุนของรัฐ ซึ่งจะมีพฤติกรรมจากทั้งนักการเมืองที่เข้ามาในลักษณะของผลประโยชน์ทางการเมือง แต่พฤติกรรมของศิษย์เก่าที่เป็นอาสาสมัครจะเข้ามาช่วยเหลือในลักษณะกิจการนักศึกษา เช่น การให้คำปรึกษา การรับสมัครนักศึกษา การเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัย ขอเสนอข้อเสนอแนะใน 2 ประเด็น ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

วิทยานิพนธ์นี้ ได้ทำการศึกษากับมหาวิทยาลัยรัฐในประเทศไทย ซึ่งด้วยเงื่อนไขของเวลาและทุนในการศึกษา จึงทำให้การศึกษากลุ่มตัวอย่างจาก 5 มหาวิทยาลัยตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนดนั้น อาจได้ข้อค้นพบจากมหาวิทยาลัยที่มีความเก่าแก่ในระดับต้นๆ ของประเทศ ซึ่งการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่า นั้น ไม่ได้จำกัดเฉพาะมหาวิทยาลัยเก่าแก่เท่านั้นที่จะดำเนินการได้ดี มีความน่าสนใจ ทันยุคทันสมัย หรือเข้าใจความต้องการของศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน แต่มหาวิทยาลัยในช่วงอายุอื่น ย่อมมีบริบทการดำเนินงานที่แตกต่างกันไปตามการเกิดของมหาวิทยาลัย แตกต่างไปตามความเฉพาะของคณะสาขาวิชาที่โดดเด่นในแต่ละมหาวิทยาลัย

การศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป จึงควรศึกษาเปรียบเทียบเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่า นั้น ระหว่างมหาวิทยาลัยที่มีอายุไม่ถึง 50 ปีกับมหาวิทยาลัยเก่าแก่ หรือระหว่างมหาวิทยาลัยรัฐกับมหาวิทยาลัยเอกชนชั้นนำของไทย หรือมหาวิทยาลัยเปิดกับมหาวิทยาลัยปิด หรือมหาวิทยาลัยสมบูรณ์แบบกับมหาวิทยาลัยสาขาเฉพาะ เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

งานวิจัยนี้มีความมุ่งหวังเพื่อให้สถาบันอุดมศึกษาที่มีการดำเนินงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์อยู่แล้ว ได้นำไปปรับปรุงพัฒนา เสริมสร้างความผูกพันศิษย์เก่าด้วยการจัดการการสื่อสารที่ดี และเพื่อให้สถาบันอุดมศึกษาทั่วไป ที่ยังไม่ได้ให้ความสำคัญของศิษย์เก่าสัมพันธ์เท่าที่ควร สามารถนำแผนผังความคิดการจัดการการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันของศิษย์เก่าไปเป็นแนวปฏิบัติที่ดีได้ในลำดับแรก โดยการนำไปใช้จึงต้องพิจารณาตามลำดับดังนี้ 1) ตรวจสอบการดำเนินงานที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการการสื่อสารเป็นลำดับแรก 2) พิจารณาระบบและกลไก กิจกรรม และรูปแบบและช่องทางการสื่อสารในภาคีเกี่ยวข้อง เริ่มจากมหาวิทยาลัย ศิษย์

ปัจจุบัน และศิษย์เก่า ตามลำดับ 3) ประเมินความสำเร็จตามเป้าหมายของแต่ละภาคเกี่ยวข้อง เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางการพัฒนาต่อไป จากนั้นจึงมาพิจารณาแนวทางการจัดการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันกับทั้งศิษย์เก่า และศิษย์ปัจจุบัน ตาม SMCR Model

สิ่งสำคัญประการหนึ่งที่มหาวิทยาลัยควรให้การสนับสนุนคือ ใช้สื่อกิจกรรมกับทั้งศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน เพื่อการสร้างและพัฒนาความผูกพัน แต่ใช้สื่อออนไลน์ สื่อใหม่ เป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ในการให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ การเผยแพร่ความก้าวหน้า ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย

ทั้งนี้ ผู้วิจัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าแบบจำลองการจัดการสื่อสารเพื่อพัฒนาความผูกพันศิษย์เก่านี้ จะเป็นเครื่องมือที่ดีในการดำเนินงานด้านศิษย์เก่าสัมพันธ์ต่อไปในอนาคต





บรรณานุกรม

กฤษฎมันธ์ วัฒนารงค์. (10 ตุลาคม 2554). พลังของศิษย์เก่ากับสถาบันนิยม.

ไทยรัฐออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 24 กันยายน 2557, จาก

<http://www.thairath.co.th/content/207979>

ไข่มุก รักชุมแก้ว. (2545). บทบาทของศิษย์เก่าต่อการจัดดำเนินงานของมหาวิทยาลัย

หอการค้าไทย. ปรินญาณิพนธ์. กศ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

ชาญณรงค์ พรุ่งโรจน์. (2 กันยายน 2557). สมศ.คงตัวบ่งชี้"ศิษย์เก่า"ประเมินรอบ 4 ยกเลิก

กำหนดวงเงินบริจาค. ไทยรัฐออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 24 กันยายน 2557, จาก

<http://www.thairath.co.th/content/447345>

ดลฤทัย พงศ์อัครวานิช. (2553). การจัดการสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคม: กรณีศึกษา

โครงการ CAT DNA. รายงานโครงการเฉพาะบุคคล วส.ม., มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ทองคำดี ภูศรีอ่อน. (2554). การประยุกต์ใช้ SPSS วิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 4).

มหาสารคาม: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

เทียมจันทร์ พานิชย์ผลินไชย. (ม.ป.ป.). ระเบียบวิธีวิจัย. พิษณุโลก: คณะศึกษาศาสตร์.

มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ธีรพงษ์ บุญรักษา. (2553). การเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กรแก่อาจารย์มหาวิทยาลัย:

กรณีศึกษามหาวิทยาลัยมหิดล. วารสารภาษาและวัฒนธรรม, 29(2), 44-68.

ธีรพล ภูรัต. (2556). การสื่อสารตราสินค้าไทยเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของประเทศและสินค้า

หรือบริการไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาและสำนักงาน

กองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ธีระ วีระธรรมสาริต. (2532). ความผูกพันต่อองค์กร: ศึกษาเฉพาะกรณีผู้บริหารระดับ

หัวหน้าแผนก/เทียบเท่าของเครือซีเมนต์ไทย. สารนิพนธ์ รัช.ม.,

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

นิธิ บุญยฤทธิฐานนท์. (2547). ปัจจัยที่พยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

องค์กรเอกชน. วิทยานิพนธ์ วศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

นันทกาญจน์ จันทวารา. (2554). ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เหมราชพัฒนา
ที่ดิน จำกัด (มหาชน) นิคมอุตสาหกรรมอีสเทิร์นซีบอร์ด จังหวัดระยอง.
วิทยานิพนธ์ รป.ม., มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.

นฤมล นิราทร. (2543). การสร้างเครือข่ายการทำงาน: ข้อควรพิจารณาบางประการ.
กรุงเทพฯ: โครงการระหว่างประเทศว่าด้วยการขจัดปัญหาการใช้แรงงานเด็ก.

ปาริชาติ บัวเป็ง. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ไดกิ้น
อินดัสทรีส์ (ประเทศไทย) จำกัด. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.

เพชร อิมวิเศษ. (2548). ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันต่อองค์กร ของบุคลากร
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. วิทยานิพนธ์ กศ.ม., มหาวิทยาลัยมหาสารคาม,
มหาสารคาม.

พระมหาสุทิพย์ อาภากรโ. (2547). เครือข่าย : ธรรมชาติ ความรู้ และการจัดการ. กรุงเทพฯ:
โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข.

ภัทรกร พลพนารธรรม. (2553). เครือข่ายทางสังคมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
ตลาดน้ำบางน้อย อำเภอบางคนทีจังหวัดสมุทรสงคราม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
ราชภัฏสวนสุนันทา.

มาลินี ธนากรณ. (2557). การเตรียมความพร้อมเพื่อรับการประเมินคุณภาพภายนอกรอบสี่ (2559 -
2563) ใน เอกสารประกอบการประชุมเครือข่ายการประกันคุณภาพการศึกษา
ระดับคณะในกลุ่มมหาวิทยาลัยในเขตภาคเหนือ ครั้งที่ 1/2557. พะเยา:
มหาวิทยาลัยพะเยา.

ลภัสนันท์ จิระพุดิพัฒน์. (2551). ศึกษาการจัดการสื่อสารของชุมพร คานานารีรีสอร์ท และ
ศูนย์กีฬาต้าน้ำ. วิทยานิพนธ์ วส.ม., มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ลิขิต สีแสงสุข. (2537). ผู้บริหารกับความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษาเฉพาะผู้บริหาร
ระดับต้นของ ธ.ก.ส.. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.

รชชงพร โกมลเสวิน. (2551). ปรัชญาในเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร (พิมพ์ครั้งที่ 2).
นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ระบบฐานข้อมูลด้านการประกันคุณภาพการศึกษา ระดับอุดมศึกษา (CHE QA Online System V.3). (2556). สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2558, จาก <http://www.cheqa.mua.go.th/che2556/>

รุ่งนภา พิตรปรีชา. (2554). ตัวชี้วัดชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย Indicator for Measuring University Reputation in Thailand. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมสวาท เจริญฤทธิ์. (2522). สัมพันธภาพระหว่างศิษย์เก่ากับมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ปรินญานิพนธ์ กศ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

สมิหรา จิตตลดากร. (2551). การเทียบเคียงระหว่างองค์การราชการและองค์การ รัฐวิสาหกิจ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ประสิทธิ์ภักดิ์แอนด์พริ้นติ้ง.

สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. (2550). การจัดการสื่อสารหลักและแนวทางการบริหารการสื่อสาร: มิติทั้งสามในด้านการจัดการทางกาสื่อสาร การจัดการทางการสื่อสาร และการบริหารงานสื่อสารมวลชน. ระยะที่ 2 การจัดการทางการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. (2556). ทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ระเบียงทอง.

สุวรรณณี วิริยะ. (2553). ความผูกพันต่อองค์การ ของพนักงานมหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.

โสภา ทวีพย์มากอุดม. (2533). ความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การ : กรณีศึกษาการไฟฟ้า ฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. สารนิพนธ์ วศ.ม., มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2554). คู่มือการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน สถานศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2553. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2558, จาก <http://www.mua.go.th>

สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์กรมหาชน). (2557). ร่างตัวบ่งชี้ และเกณฑ์การประเมินคุณภาพภายนอก ระดับอุดมศึกษา (รอบ 4 พ.ศ. 2559 - 2563). กรุงเทพฯ: สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์กรมหาชน).

สำนักมาตรฐานและคุณภาพอุดมศึกษา. (2557). คู่มือการประกันคุณภาพการศึกษามายใน
สถานศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2557. กรุงเทพฯ: สำนักมาตรฐานและคุณภาพ
อุดมศึกษา.

อรรธรณ ปิณฑน์โอวาท. (2554). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Amber L. Stephenson, David B. Yerger. (2014). Optimizing engagement: Brand
identification and alumni donation behaviors. *International Journal of
Educational Management*, 28(6), 765 – 778.

Bishhas Nakai and Corleigh Stixrud. (2014). Power of alumni engagement. Retrieved
September 24, 2014, from [http://www.slideshare.net/FuturEdOfficial/2-arc-india-
power-of-alumni-engagement-schools](http://www.slideshare.net/FuturEdOfficial/2-arc-india-power-of-alumni-engagement-schools)

Carla Guevara, Scott Stewart. (2011). Do student evaluations match alumni
expectations?. *Managerial Finance*, 37(7), 610 – 623.

Charlie Melichar. (2008). Measuring Alumni Engagement. Retrieved September 24, 2014,
from <http://intermedia.typepad.com>

David J. Weerts, Alberto F. Cabrera and Thomas Sanford. (2008). Beyond giving:
Political advocacy and volunteer behaviors of public university alumni.
Retrieved September 24, 2014, from [http://www.education.umd.edu/
Academics/ Faculty/Bios/facData/CHSE/cabrera/Beyondgiving.pdf](http://www.education.umd.edu/Academics/Faculty/Bios/facData/CHSE/cabrera/Beyondgiving.pdf)

Eric Kowalik. (2011). Engaging alumni and prospective students through social media.
In Laura A. Wankel and Charles Wankel (Eds.) *Higher Education Administration
with Social Media (Cutting-edge Technologies in Higher Education*
(pp. 211 – 227, Volume 2). N.P.: Emerald Group.

John Meyer and Natalie Allen. (1991). A three-component conceptualization of
organizational commitment. *Human Resource Management Review*,
1(1), 61- 89.

Monk and Lamport. (2012). New social and professional networking technologies.
Retrieved September 24, 2014, from <http://www.jiscinfonet.ac.uk>

Morawetz. (2012). Alumni. Retrieved September 24, 2014, from <http://www.jiscinfonet.ac.uk>

Robert A. Scott. (2013). The state of a university: A campus President's view. *The Horizon* vol, 21(4), 268-274.

Robert Heckman and Audrey Guskey. (1998). The relationship between alumni and university: Toward a theory of discretionary collaborative behavior. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 6(2), 97-112.

Ryan Catherwood. (2013). Three paradigms for a successful alumni engagement strategy: Higher Ed Live. Retrieved September 24, 2014, from <http://higheredlive.com>

S. Whittemore. (2011). HE alumni engagement. Retrieved September 24, 2014, from <http://www.jiscinfonet.ac.uk>

Zenia Barnard and Chris Rensleigh. (2008). Investigating online community portals for enhanced alumni networking. *The Electronic Library*, 26(4), 433 – 445.



ผลการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามการจัดการการสื่อสาร
และการสร้างให้ศิษย์ปัจจุบันเกิดความผูกพันต่อมหาวิทยาลัยของผู้เชี่ยวชาญ

ข้อ	รายการที่ประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล	ข้อเสนอแนะ
		1	2	3			
ตอนที่ 1 ความผูกพันองค์กร							
1	ท่านรู้สึกภูมิใจที่ได้ศึกษาในมหาวิทยาลัยแห่งนี้	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	
2	ท่านรู้สึกถึงการเป็นสมาชิกของมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	
3	ท่านรู้สึกภูมิใจในชื่อเสียงเกียรติยศของมหาวิทยาลัยที่สังกัดมา	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	
4	ท่านอยากที่จะปกป้องศักดิ์ศรีของมหาวิทยาลัย หากมีใครกล่าวถึงในทางที่ไม่ดี	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	
5	ท่านเชื่อมั่นในคุณภาพการจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	
6	ท่านภูมิใจในประวัติความเป็นมาของมหาวิทยาลัย	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	
7	ท่านรับรู้ข้อมูลความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัยอย่างสม่ำเสมอ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	
8	ท่านพอใจกับบริการและสวัสดิการต่างๆ ที่มหาวิทยาลัยจัดสรรให้	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	
9	ท่านได้ช่วยเหลือมหาวิทยาลัยด้วยการอุทิศตนเพื่อสร้างชื่อเสียงและประโยชน์ให้กับมหาวิทยาลัย	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	
10	ท่านเต็มใจทุกครั้งที่มหาวิทยาลัยขอความช่วยเหลือจากท่าน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	
11	ท่านได้แสดงความเห็นหรือเสนอแนะในการปรับปรุงพัฒนามหาวิทยาลัยให้ดีขึ้น	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	

ข้อ	รายการที่ประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปลผล	ข้อเสนอแนะ
		1	2	3			
12	ท่านได้เข้าร่วมกิจกรรมสำคัญๆ ของมหาวิทยาลัยเป็นประจำ เช่น วันสถาปนา วันรับปริญญาบัตร เป็นต้น	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	
13	ท่านปฏิบัติตามกฎระเบียบของมหาวิทยาลัยอย่างเคร่งครัด	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	
14	ท่านรู้สึกสำนึกในบุญคุณที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของมหาวิทยาลัย	+1	0	+1	0.66	ใช้ได้	
15	ท่านคิดว่าหากมีคนรู้จักหรือญาติมิตร จะแนะนำให้เข้ารับการศึกษาที่ มหาวิทยาลัยนี้	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	
16	ท่านคิดว่าจะศึกษาต่อ หรือเข้ารับ การอบรมในหลักสูตรต่างๆ ณ มหาวิทยาลัยนี้	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	
17	ท่านเคยได้พบปะ สานสัมพันธ์ เข้าร่วมกิจกรรมกับศิษย์เก่าของ มหาวิทยาลัย	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	
18	ท่านคิดว่าท่านจะเป็นศิษย์เก่าที่ มหาวิทยาลัยภาคภูมิใจในอนาคต เกี่ยวกับความสำเร็จในอาชีพการงาน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	
19	หากท่านเป็นศิษย์เก่าท่านจะกลับมา เยี่ยมเยียนมหาวิทยาลัยแห่งนี้อีก	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	
20	หากท่านจบการศึกษาแล้ว ท่านจะ กลับมาทำประโยชน์แก่มหาวิทยาลัย ทั้งในด้านการพัฒนา วิชาการ แนะแนววิชาชีพ หรือร่วมบริจาค	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	
ตอนที่ 2 การจัดการการสื่อสาร							
21	ท่านรับทราบความเคลื่อนไหวของ มหาวิทยาลัยจากบุคคล สื่อ สิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ หรือสื่อ ออนไลน์ ภายในมหาวิทยาลัยเป็นประจำ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	

ข้อ	รายการที่ประเมิน	ผู้เชี่ยวชาญ			ค่า IOC	แปรผล	ข้อเสนอแนะ
		1	2	3			
22	ท่านรับรู้เรื่องราวข่าวสารของมหาวิทยาลัยจากคนภายนอกมหาวิทยาลัยก่อนเสมอ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	
23	ท่านทราบวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ นโยบายของมหาวิทยาลัยอย่างชัดเจน	+1	0	+1	0.66	ใช้ได้	
24	มหาวิทยาลัยของท่านมีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนโดยรอบ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	
25	มหาวิทยาลัยมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารกับท่านได้รวดเร็วจับไว้ในสถานการณ์เร่งด่วน	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	
26	ข้อมูลข่าวสารที่มหาวิทยาลัยสื่อสารกับท่าน มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	
27	ท่านเคยร่วมประเมินผลการบริหารงานของมหาวิทยาลัยทั้งด้วยตนเอง หรือผ่านการเสนอแนะผ่านผู้นำิสิตนักศึกษา บุคลากร อาจารย์	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	
28	ท่านพึงพอใจกับการจัดการการสื่อสารโดยภาพรวมของมหาวิทยาลัย	-1	+1	+1	0.33	ต้องปรับปรุง	มีความเป็นนามธรรม ให้ตีความเป็นรูปธรรมออกมา
ตอนที่ 3 คำถามปลายเปิด และข้อเสนอแนะ							
1	ท่านคิดว่าในแต่ละช่วงชั้นปีที่เข้ารับการศึกษาศิษย์เก่าควรเข้ามามีบทบาทในการจัดกิจกรรมให้กับศิษย์ปัจจุบันเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อย่างไร (แยกประเด็นการตอบตามจำนวนในหลักสูตรที่ท่านศึกษา โดยยกตัวอย่างเป็นชั้นปี ให้ใส่คำตอบตามความคิดเห็นของท่าน)	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้	ควรแยกเป็นข้อย่อยตามประเด็น