



รายงานการวิจัย

เรื่อง

การพัฒนาารูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

The Development of Public Relation Model in Information Technology

Management's Major Faculty of Information Technology

Rajabhat Mahasarakham University

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

กิริติ ทองเนตร

สำนักวิทยบริการฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
วันที่รับ.....
วันลงทะเบียน..... 19 พ.ค. 2560
เลขทะเบียน..... 250404
เลขเรียกหนังสือ..... 378.3 ก374ก

2559

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ด. 2

ปี พ.ศ. 2559

ลิขสิทธิ์ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ปีงบประมาณ 2559)

## กิตติกรรมประกาศ

รายงานฉบับนี้ ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัย  
ราชภัฏมหาสารคาม ในงบประมาณปี พ.ศ. 2559 ผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ คณะผู้ทรงคุณวุฒิ ตลอดจนคณะผู้เชี่ยวชาญในการประชุมกลุ่มย่อย  
ตรวจสอบ ทาคณภาพ และประเมินความเหมาะสมของเครื่องมือในการวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้บริหาร คณาจารย์และเจ้าหน้าที่ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศทุกคน  
ที่ให้ความช่วยเหลือในงานวิจัยจนเป็นผลให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วง

กิริติ ทองเนตร

2559



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ชื่อเรื่อง           รูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยี  
สารสนเทศ  
ชื่อผู้วิจัย         กิริติ ทองเนตร  
หน่วยงาน           คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
ปี พ.ศ.             2559

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ และ 2) เพื่อศึกษาผลการทดลองใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มี 2 กลุ่ม ดังนี้ 1) ผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือในการวิจัยและรูปแบบจำนวน 3 คน และ 2) นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดมหาสารคาม ร้อยเอ็ดและกาฬสินธุ์ จำนวน 60 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้ 1) รูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ 2) แบบประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ และ 3) แบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า 1) ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อความเหมาะสมของรูปแบบที่พัฒนาขึ้น โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.72$  และ  $S.D. = 0.46$ ) และ 2) กลุ่มทดลองมีความพึงพอใจต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ( $\bar{X} = 4.53$  และ  $S.D. = 0.60$ )

<b>Research Title</b>	The Development of Public Relation Model in Information Technology Management's Major Faculty of Information Technology Rajabhat Mahasarakham University
<b>Researcher</b>	Keerati Tongnate
<b>Organization</b>	Faculty of Information Technology Rajabhat Maha Sarakham University
<b>Year</b>	2016

### ABSTRACT

This research aims to 1) to develop a model release Management, Information Technology. Faculty and 2) to study the effects of using a form of PR Management Technology. Faculty The sample used in this study were two groups: 1) experts in evaluation research tools and models of 3 and 2) students at six in Maha Sarakham. Roi Et, Kalasin and 60 were used in this research are: 1) form of PR Management Technology. Faculty 2) assessing the form of PR Management Technology. Faculty and 3) satisfaction statistics used were percentage, average, and standard deviation.

Findings of the study revealed that 1) the opinion of the experts on the suitability of the model developed by combining the highest level (= 4.72 and SD = 0.46) 2) and 2) the experimental group were satisfied. model release management technology. Faculty Overall, the highest level (= 4.53 and S.D. = 0.60).



## สารบัญ

เรื่อง	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทคัดย่อ .....	ข
Abstract .....	ค
สารบัญ .....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ช
<b>บทที่ 1 บทนำ .....</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามการวิจัย.....	3
วัตถุประสงค์ .....	3
ขอบเขตการวิจัย .....	3
กรอบแนวคิดในการการวิจัย .....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	4
ประโยชน์ที่ได้รับ .....	5
<b>บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....</b>	<b>6</b>
พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ.....	6
แผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564.....	7
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	10
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	20
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....</b>	<b>22</b>
ระยะที่ 1.....	22
ระยะที่ 2.....	26

## สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	28
ตอนที่ 1 ผลการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี	
สารสนเทศ.....	28
ตอนที่ 2 ผลการศึกษาผลการทดลองใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการ	
เทคโนโลยีสารสนเทศ.....	29
บทที่ 5 สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ .....	31
สรุปผลการวิจัย .....	31
อภิปรายผลการวิจัย .....	31
ข้อเสนอแนะ .....	32
บรรณานุกรม .....	34
ภาคผนวก .....	37
ภาคผนวก ก .....	38
ภาคผนวก ข .....	41
ภาคผนวก ค .....	44
ประวัติผู้วิจัย .....	47

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ.....	27
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นและความพึงพอใจของกลุ่มทดลองมีต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ.....	28
ค.1 ผลการประเมินความสอดคล้องของรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ.....	45
ค.2 ผลการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถามความพึงพอใจ.....	46



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีการดำเนินงานตามภารกิจตามแผนพัฒนา การศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) และภารกิจที่สำคัญ ประการหนึ่ง คือการผลิตบัณฑิต โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีคณะวิชาที่รับผิดชอบในการ จัดการเรียนการสอนทั้งสิ้นจำนวน 9 คณะ ประกอบด้วย คณะครุศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะวิทยาการจัดการ คณะเทคโนโลยีการเกษตร คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ นิติศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ และคณะ วิศวกรรมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัย มีสาขาวิชาที่เปิดสอนในปีการศึกษา 2556 เป็นจำนวนทั้งสิ้น 103 สาขา ในแต่ละปีการศึกษา นักเรียนจะสมัครเข้าศึกษาต่อ ตามความสนใจในจำนวนที่แตกต่างกัน ออกไปในแต่ละสาขา การประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยจึงมีความจำเป็นเพื่อให้นักเรียนได้รับทราบ ข้อมูลที่ครบถ้วน ดังนั้น การมีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม สร้างการมีส่วนร่วมกับ กลุ่มเป้าหมายและใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเป็นเครื่องมือ จะส่งผลให้เข้าถึง กลุ่มเป้าหมายและดึงดูดความสนใจได้มากกว่า

สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นสาขาวิชาที่จัดการเปิดหลักสูตรขึ้น ใหม่ ภายใต้คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เพื่อรองรับภารกิจของ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ซึ่งต้องดำเนินการตามภารกิจตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราช ภัฏ พ.ศ. 2547 และดำเนินการตาม วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ ตามตัวชี้วัดและกลยุทธ์ของ มหาวิทยาลัย ในการดำเนินงานของหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นใหม่นี้ พบปัญหาสำหรับหน่วยงานที่ทำหน้าที่ ผลิตบัณฑิต กล่าวคือ ในระยะเริ่มต้น นักเรียน นักศึกษา ครูบุคลากรทางการศึกษา ผู้ปกครองและ ชุมชน ยังไม่รู้จักหน่วยงาน ส่งผลต่อจำนวนนักศึกษาที่สนใจสมัครเข้ามาเพื่อศึกษาต่อในคณะที่จัดตั้ง ขึ้นใหม่ดังกล่าว มีจำนวนน้อย (สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาสารคาม, 2554) สภาพปัญหาที่นักเรียนสมัครเข้าศึกษาต่อในคณะต่าง ๆ ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ส่งผลให้จำนวนนักศึกษาที่รับสมัครเข้ามามีจำนวนน้อยกว่าที่สาขาวิชาและคณะตั้งเป้าไว้ จาก สภาพการณ์ที่พบ เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัย ราชภัฏมหาสารคาม พบว่า การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามยังไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง (มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 2550 : 14) โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีการจัดการ ประชาสัมพันธ์โดยการเชิญครูแนะแนวของโรงเรียนต่าง ๆ ในจังหวัดมหาสารคามและเขตจังหวัด

ใกล้เคียงเข้าประชุม ในช่วงเช้าของวันที่จัดการประชุม โดยจัดให้ตัวแทนคณะแต่ละคณะ แนะนำหลักสูตรของคณะตนเอง และในส่วนของการประชุมสัมพันธ์นักเรียนในโรงเรียน ก็จะเป็นเป็นหน้าที่ของครูแนะแนวของแต่ละโรงเรียน ให้เป็นผู้ให้รายละเอียดแก่นักเรียนของตน ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นได้แก่ นักเรียน อาจจะไม่ได้รับรายละเอียดในการเข้าศึกษาต่อที่ครบถ้วน อย่างไรก็ตาม ในส่วนของคณะต่าง ๆ มีการประชุมสัมพันธ์ตามสภาพระยะเวลาและงบประมาณที่มี แต่ก็ยังประสบปัญหาในการประชุมสัมพันธ์ โดยคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ประสบปัญหาในด้านความร่วมมือของโรงเรียน และนักเรียนขาดความสนใจในกิจกรรมการประชุมสัมพันธ์

จากปัญหาที่พบ การปรับกลยุทธ์การประชุมสัมพันธ์ของคณะต่าง ๆ โดยใช้การตลาดเป็นตัวนำจึงเป็นสิ่งจำเป็น การประชุมสัมพันธ์เชิงการตลาด หรือเอ็มพีอาร์ (MPR) หมายถึง ขั้นตอนการวางแผนการปฏิบัติดำเนินงานและการประเมินผลในกระบวนการกระตุ้นให้เกิดการซื้อและความพึงพอใจโดยอาศัยการให้ข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือ ผ่านรูปแบบการนำเสนอเกี่ยวกับสินค้าและองค์กร เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและต้องการซื้อสินค้าในที่สุด และในปัจจุบันการประชุมสัมพันธ์มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาเป็นเครื่องมือในการนำเสนอข้อมูล มัลติมีเดียหรือสื่อประสม ไม่ใช่เทคโนโลยีเดียว ๆ เพียงลำพัง แต่มัลติมีเดียเป็นการนำเอาเทคโนโลยีหลาย ๆ อย่างมาบูรณาการเข้าด้วยกัน เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในการออกแบบและใช้งาน เทคโนโลยีต่าง ๆ ได้แก่ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีจอภาพ เทคโนโลยีนำเข้าและแสดงผลข้อมูลเทคโนโลยีในการเก็บบันทึกข้อมูล เทคโนโลยีการย่อขนาดข้อมูลเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เครือข่าย เทคโนโลยีซอฟต์แวร์ และเทคนิคและวิธีการนำเสนอข้อมูล ลักษณะของมัลติมีเดียเกี่ยวข้องกับสื่อชนิดต่างๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการใช้งาน เช่น สื่อมัลติมีเดียที่ผลิตเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการ สำหรับการโฆษณาในแวดวงธุรกิจ หรือสื่อมัลติมีเดียที่ผลิตเป็นบทเรียนสำเร็จรูป สำหรับใช้ในวงการศึกษาและฝึกอบรม เป็นต้น และสามารถจำแนกประโยชน์ที่จะได้รับจากการนำมัลติมีเดียมาประยุกต์ใช้ได้หลายประการ ได้แก่ 1) ง่ายต่อการใช้งาน 2) สัมผัสได้ถึงความรู้สึก 3) เสริมสร้างประสบการณ์ 4) เข้าใจเนื้อหาและข้อมูลมากยิ่งขึ้น และ 5) คุ่มค่าในการลงทุน

จากสภาพปัญหาและเหตุผลที่กล่าวมานั้น ทำให้ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เกี่ยวข้องกับการประชุมสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการนำมาซึ่งการเป็นที่รู้จัก เป็นที่ยอมรับของนักเรียน นักศึกษา ครู บุคลากรทางการศึกษา ผู้ปกครองและชุมชน โดยมุ่งศึกษารูปแบบการประชุมสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร อันจะส่งผลให้มหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จัก และเป็นที่ยอมรับต่อสาธารณชน ดังนั้นมหาวิทยาลัยจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องประชุมสัมพันธ์มหาวิทยาลัยในเชิงรุก ที่เน้นการสร้างความสนใจของและการมีส่วนร่วมของนักเรียน นักศึกษาที่จะเข้ารับการศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม



## คำถามการวิจัย

1 รูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นอย่างไร

2 ผลการทดลองใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นอย่างไร

## วัตถุประสงค์

1 เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

2 เพื่อศึกษาผลการทดลองใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

## ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งระยะการวิจัยออกเป็น 2 ระยะ ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

### 1. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ มี 2 กลุ่ม ดังนี้

#### ระยะที่ 1

##### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร เป็น อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีประสบการณ์ในการประชาสัมพันธ์หรือการแนะแนวหรือมีความชำนาญด้านเทคนิค วิธีการประชาสัมพันธ์และการตลาด จำนวน 200 คน

กลุ่มตัวอย่าง อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีประสบการณ์ในการประชาสัมพันธ์หรือการแนะแนวหรือมีความชำนาญด้านเทคนิค วิธีการประชาสัมพันธ์และการตลาด คัดเลือกด้วยวิธีเจาะจง จำนวน 5 คน

##### เนื้อหาหรือตัวแปรที่ศึกษา

เป็นการศึกษาข้อมูล เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์แบบต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้ประกอบการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ

ระยะเวลา กันยายน 2558 ถึง ตุลาคม 2558

#### ระยะที่ 2

##### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร เป็น นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนในจังหวัด

มหาสารคาม ร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์ จำนวน 300 คน

กลุ่มตัวอย่าง เป็น นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนในจังหวัด

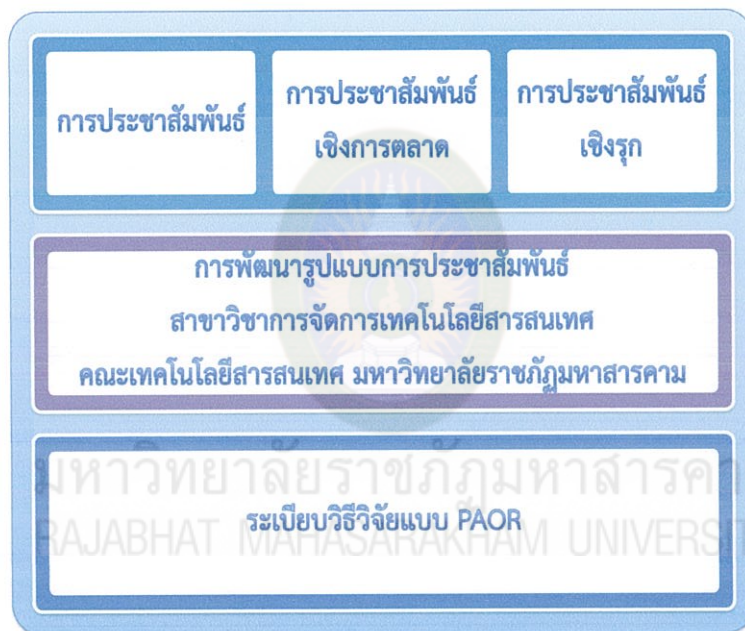
มหาสารคาม ร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์ คัดเลือกด้วยวิธีเจาะจง จำนวน 60 คน

เนื้อหาหรือตัวแปรที่ศึกษา

เป็นการศึกษาการทดลองใช้รูปแบบของการประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาขึ้น

ระยะเวลา ตุลาคม 2558 ถึง สิงหาคม 2559

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. รูปแบบ หมายถึง ขั้นตอนหรือวิธีการดำเนินการ
2. รูปแบบการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ขั้นตอนหรือวิธีการดำเนินการสร้างความรู้จักโดยเน้นให้เกิดความสัมพันธ์กันทั้งสองฝ่ายระหว่างผู้ประกอบการและกลุ่มเป้าหมาย
3. สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง หลักสูตรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม



#### 4. การประเมิน หมายถึง การแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญกับรูปแบบที่พัฒนาขึ้น

##### ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ประโยชน์ในเชิงวิชาการผลในการวิจัยในครั้งนี้ ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ คือ ได้รูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

2. ประโยชน์ในเชิงปฏิบัติ ผลในการวิจัยในครั้งนี้ ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการปฏิบัติ ดังนี้

2.1 สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ได้รูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

1.2 เป็นประโยชน์หน่วยงานอื่น ในด้านการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารดังนี้

1. พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ
2. แผนยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564
3. การประชาสัมพันธ์
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พุทธศักราช 2547

พระราชบัญญัติ มหาวิทยาลัยราชภัฏ พุทธศักราช 2547 เป็นกฎหมายที่กำหนด ภาระหน้าที่ของมหาวิทยาลัย เพื่อให้ดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน กำหนดให้มีหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างเต็มศักยภาพ โดยได้กำหนดหมวดหมู่ของมาตราต่าง ๆ ไว้ 7 หมวด โดยกำหนดภาระหน้าที่ในการบริหารงานไว้ ดังนี้

1.1 หมวด 1 มาตรา 7 ให้มหาวิทยาลัยเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนา ท้องถิ่นที่เสริมสร้างพลังปัญญาของแผ่นดิน พัฒนาพลังการเรียนรู้ เชิดชูภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างสรรค์ ศิลปวิทยา เพื่อความเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนของปวงชน มีส่วนร่วมในการจัดการ บำรุงรักษา การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน โดยมี วัตถุประสงค์ให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง ทำการสอน วิจัย ให้บริการทางวิชาการ แก่สังคม ปรับปรุง ถ่ายทอด และพัฒนาเทคโนโลยี ทะนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม ผลิตครูและ ส่งเสริมวิद्यฐานะครู

1.2 หมวด 1 มาตรา 8 ในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตาม มาตรา 7 ให้กำหนดภาระหน้าที่ของมหาวิทยาลัยดังต่อไปนี้

- 1) แสวงหาความจริงเพื่อสู่ความเป็นเลิศทางวิชาการ บนพื้นฐานของ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาไทย และภูมิปัญญาสากล
- 2) ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้คู่คุณธรรม สำนึกในความเป็นไทย มีความรัก และผูกพันต่อท้องถิ่น อีกทั้งส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตในชุมชน เพื่อช่วยให้คนในท้องถิ่นรู้เท่าทัน การเปลี่ยนแปลง การผลิตบัณฑิตดังกล่าว จะต้องให้มีจำนวนคุณภาพสอดคล้องกับแผนการผลิต บัณฑิต
- 3) เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในคุณค่า ความสำนึก และความภูมิใจ

ในวัฒนธรรมท้องถิ่นและของชาติ

- 4) เรียนรู้และเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนาและนักการเมืองท้องถิ่นให้มีจิตสำนึกประชาธิปไตย คุณธรรม จริยธรรม และความสามารถในการบริหารงานพัฒนาชุมชนและท้องถิ่นเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม
- 5) เสริมสร้างความเข้มแข็งของวิชาชีพครู ผลิตและพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เหมาะสมกับการเป็นวิชาชีพชั้นสูง
- 6) ประสานความร่วมมือและช่วยเหลือเกื้อกูลกันระหว่างมหาวิทยาลัย ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและองค์กรอื่นทั้งในและต่างประเทศ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น
- 7) ศึกษาและแสวงหาแนวทางการพัฒนาเทคโนโลยีพื้นบ้านและเทคโนโลยีสมัยใหม่ให้เหมาะสมกับการดำรงชีวิตและการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่น รวมถึงการแสวงหาแนวทางเพื่อส่งเสริมให้เกิดการจัดการ การบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน
- 8) ศึกษา วิจัย ส่งเสริมและสืบสานโครงการอันเนื่องมาจากแนวพระราชดำริในการปฏิบัติภารกิจของมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

จากการศึกษาพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ สรุปได้ว่า มหาวิทยาลัยราชภัฏ จะต้องเป็นสถานศึกษาที่บูรณาการ ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาไทย ภูมิปัญญาสากล เข้าด้วยกัน ต้องเสริมสร้างบัณฑิตให้มีความรู้ควบคู่กันกับคุณธรรม จริยธรรม ภูมิใจในความเป็นไทย ต้องสร้างความเข้มแข็งของชุมชน เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก มีความทันสมัยทันต่อยุคต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ต้องประสานความร่วมมือกันระหว่างมหาวิทยาลัยด้วยกัน ชุมชน ท้องถิ่น ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้เกิดการพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง แสวงหาแนวทาง เทคโนโลยีพื้นบ้านและเทคโนโลยีสมัยใหม่ และสามารถนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับตนเองและคนในท้องถิ่น มีการวิจัย การส่งเสริมการวิจัย เพื่อส่งเสริมและสืบสานโครงการพระราชดำริ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ท้องถิ่น ทะนุบำรุงชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ทั้งยังต้องส่งเสริมให้อาชีพครูและบุคลากรทางการศึกษามีความเข้มแข็ง สร้างภาพลักษณ์ที่ดีในอาชีพครูและบุคลากรทางการศึกษา ยกย่องความเป็นครูให้เป็นอาชีพที่น่ายกย่อง สมกับที่เป็นแม่พิมพ์ของชาติ

## 2. แผนยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เป็นมหาวิทยาลัยที่ให้ความรู้ควบคู่กับคุณธรรม เพื่อให้บัณฑิต มหาบัณฑิต และดุษฎีบัณฑิต ที่จบการศึกษาออกมา เป็นอนาคตที่สำคัญของชาติ เป็นคนของพระราชอา ข้าของแผ่นดิน โดยการดำเนินการด้านต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย ได้ดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559 ดังนี้



### วิสัยทัศน์

“เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำ เน้นการมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างพลังปัญญาของแผ่นดินเพื่อพัฒนาท้องถิ่นและภูมิภาคตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง”

- 1) เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำ world class university.
- 2) พัฒนาการองค์ความรู้ Knowledge development.
- 3) มีคุณภาพระดับสากล International quality.
- 4) เป็นคลังปัญญาและที่พึ่งของสังคม A related and social needs.
- 5) ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง Along the sufficiency economy

philosophy.

### คำนิยาม

1) เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำ หมายถึง การมีอาจารย์คุณภาพสูง มีสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่ทัดเทียมกับมหาวิทยาลัยชั้นนำในประเทศอาเซียน และสากล และมีผลงานทางวิชาการไม่ด้อยไปกว่าเกณฑ์ ที่มหาวิทยาลัยสากลใช้ประเมิน

2) พัฒนาการองค์ความรู้ หมายถึง มีการสอนองค์ความรู้ที่เป็นสากล ทันสมัย ใช้ประโยชน์ได้ คือมีวิทยาการที่ไม่ต่างไปจากมหาวิทยาลัยสำคัญในโลก และสามารถผลิตองค์ความรู้ใหม่ได้เอง สามารถปรับใช้องค์ความรู้ให้เกิดประโยชน์ และสามารถเผยแพร่องค์ความรู้ใหม่ในเวทีสากล

3) มีคุณภาพระดับสากล หมายถึง การผลักดันให้นักศึกษาและคณาจารย์รับรู้รับทราบมาตรฐานการศึกษาระดับสากล มีทักษะในการใช้ภาษา วิจัย เผยแพร่ และคิดแบบสากล แต่สามารถประยุกต์ใช้ประโยชน์ได้ในชุมชน หรือประเทศ

4) เป็นคลังปัญญาและที่พึ่งของสังคม หมายถึง การเป็นแหล่งค้นคว้า รวบรวม รักษา จัดเก็บวิเคราะห์ เผยแพร่ ใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาทั้งทางภาคอีสาน ประเทศ ภูมิภาค และสากล

5) ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อการมีผลกระทบใดๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน ที่ต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการต่างๆ มาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอน และขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในท้องถิ่น

### พันธกิจ

1) แสวงหาความจริงเพื่อความเป็นเลิศทางวิชาการ บนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นภูมิปัญญาไทยและภูมิปัญญาสากล



2) ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้คู่คุณธรรม สานึกในความเป็นไทย มีความรัก และผูกพันต่อท้องถิ่นอีกทั้งส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตในชุมชน เพื่อช่วยให้คนในท้องถิ่นรู้เท่าทัน การเปลี่ยนแปลง การผลิตบัณฑิตดังกล่าว จะต้องให้มีจำนวนและคุณภาพสอดคล้องกับแผนการผลิต บัณฑิตของประเทศไทย

3) เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในคุณค่า ความสำนึก และความภูมิใจใน วัฒนธรรมของท้องถิ่นและของชาติ

4) เรียนรู้และเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนาและ นักการเมืองท้องถิ่นให้มีจิตสำนึกประชาธิปไตย คุณธรรม จริยธรรม และความสามารถในการ บริหารงานพัฒนาชุมชน และท้องถิ่นเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม

5) เสริมสร้างการแข่งขันของวิชาชีพครู ผลิตและพัฒนาครูและบุคลากร ทางการศึกษา ให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เหมาะสมกับการเป็นวิชาชีพชั้นสูง

6) ประสานความร่วมมือและช่วยเหลือเกื้อกูลกันระหว่างมหาวิทยาลัย ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและองค์กรอื่นทั้งในและต่างประเทศ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

7) ศึกษาและแสวงหาแนวทางพัฒนาเทคโนโลยีพื้นบ้านและเทคโนโลยี สมัยใหม่ ให้เหมาะสมกับการดำรงชีวิตและการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่น รวมถึงการแสวงหา แนวทาง เพื่อส่งเสริมให้เกิดการจัดการ การบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน

8) ศึกษา วิจัย ส่งเสริมและสืบสานโครงการอันเนื่องมาจากแนว พระราชดำริ ในการปฏิบัติการกิจของมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

9) จัดระบบบริหารจัดการที่ดีมีคุณภาพได้มาตรฐาน  
เป้าประสงค์

1) ผลิตบัณฑิตของมหาวิทยาลัยให้ตรงตามคุณลักษณะบัณฑิต ที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยได้รับการยอมรับจากสังคมและมีมาตรฐานระดับสากล

2) สร้างโอกาสทางการศึกษาและการเรียนรู้ที่หลากหลาย ให้แก่เยาวชน และประชาชนทั่วไป

3) มีงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ที่ตอบสนองต่อสังคมและสอดคล้องกับ การพัฒนาและการแข่งขันของประเทศได้อย่างยั่งยืน และเผยแพร่สู่สากล

4) มหาวิทยาลัยเป็นคลังปัญญาของสังคม เพื่อพัฒนาชุมชนให้สามารถ พึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

5) ส่งเสริมการจัดการศึกษาและวิจัยเพื่อเป็น แหล่งเรียนรู้และข้อมูล ทางด้านศิลปะและวัฒนธรรม พร้อมทั้งเสริมสร้างจิตสำนึกและค่านิยมที่ดีงามในการอนุรักษ์และ ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

6) เป็นมหาวิทยาลัยที่ได้รับการยอมรับในระดับมาตรฐานสากล

7) พัฒนาคุณภาพและประสิทธิภาพการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัย

โดยยึดหลักธรรมาภิบาล มีความโปร่งใส และรับผิดชอบต่อสังคม

### ประเด็นยุทธศาสตร์

1) การสร้างโอกาสทางการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ยกระดับ

คุณภาพและมาตรฐานการศึกษา

2) การวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อเพิ่มความเข้มแข็งทางวิชาการ

3) การพัฒนาชุมชนให้มียุทธศาสตร์ในการแข่งขันและสามารถพึ่งพาตนเอง

ได้อย่างยั่งยืนโดยใช้ความรู้เป็นฐาน

4) การศึกษาวิจัยเพื่อทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม

5) การพัฒนามหาวิทยาลัยสู่ความเป็นสากล

6) การพัฒนาระบบบริหารจัดการ

### 3. การประชาสัมพันธ์

ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ จากนักวิจัยหลายท่าน โดยได้ศึกษาเกี่ยวกับ ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้

กนกทิพย์ สิทธิวงศ์ (2555 : 15-26) ได้ให้ความหมายของการการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกันระหว่าง หน่วยงานและบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกัน ทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน เป็นการสร้างความรู้ ความเข้าใจระหว่างหน่วยงานกับกลุ่มประชาชน และเป็นรูปแบบหนึ่งของการติดต่อสื่อสาร อีกทั้งยังเป็นกระบวนการสื่อสารที่ผู้สื่อสารดำเนินการในทางสร้างสรรค์ตามแผนกาสื่อสารที่ได้กำหนดไว้อย่างต่อเนื่องและเป็นการดำเนินงานระดับบริหารที่ทำหน้าที่ในการประเมินทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน และได้กล่าวถึงหลักการของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า เป็นการดำเนินวิธีค้นหาข้อเท็จจริงเพื่อนำข้อมูลไปกำหนดวางแผนที่จะให้องค์กรหรือสถาบันเกิด ภาพพจน์ที่ดีในทุกด้าน อันเป็นผลให้ประชาชนที่เกี่ยวข้องมีการยอมรับในองค์กรอย่างมั่นคง และ ดำเนินงานทุกครั้งต้องมีการประเมินผลเพื่อหาข้อดีและจุดบกพร่องนำไปสู่การวางแผนเพื่อดำเนินงาน ในครั้งต่อไป



เกศริน รัตนพรรณทอง (2555 : 28-47) ได้ให้ความหมายของการการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การวางแผนดำเนินงาน การบริหารงาน และการประเมินผล โดยใช้กระบวนการกระตุ้นให้เกิดการซื้อและความพึงพอใจผ่านช่องทาง การนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ น่าเชื่อถือและน่าสนใจขององค์กร เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดประทับใจและเกิดความต้องการในตัวสินค้าและบริการนั้น

ปฐม สุทธิโรจน์ (2555 : 12-29) ได้ให้ความหมายของการการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การแสวงหาความสัมพันธ์ ความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน ตลอดจนการดำรงไว้ซึ่งทัศนคติที่ดี ของประชาชนต่อองค์กรให้คงอยู่ต่อไป เพื่อให้ประชาชนยอมรับ สนับสนุน ให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามกระบวนการ นโยบาย วัตถุประสงค์และความ เคลื่อนไหวขององค์กร

พลอยนรินทร์ คำภาพันท์. (2555 : 10-18) ได้ให้ความหมายของการการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้มีทัศนคติที่ดีต่อ องค์กรและสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริโภคกับองค์กรให้มีความเข้าใจและทำให้การ ติดต่อสื่อสารเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

วรวงษ์ พิรอด. (2555 : 24-28) ได้ให้ความหมายของการการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การ ประชาสัมพันธ์ หมายถึง การบริหารการสื่อสารระหว่างองค์กรกับกลุ่มสาธารณชน กระบวนการ สื่อสารมีหลากหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับองค์กรว่ามีเป้าหมายอย่างไรในการประชาสัมพันธ์กับ สาธารณชน

สกุณี โคมลิตพิงศ์ (2555 : 19-30) ได้ให้ความหมายของการการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การ ประชาสัมพันธ์ หมายถึง วิธีการขององค์กรที่มีการวางแผนและมีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องในการสร้าง ความสัมพันธ์กับผู้รับสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้และความ เข้าใจได้ตรงกับที่องค์กรสื่อสารออกไป เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดี ทำให้ได้รับการยอมรับ ได้ผลการตอบ กลับ และได้รับความร่วมมือต่าง ๆ นำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารขององค์กรอย่างมี ประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ชญาดา ไชยศิลป์ (2556 : 6-12) ได้ให้ความหมายของการการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การ ประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสื่อสาร การส่งข้อมูล ข่าวสาร ข้อเท็จจริงต่าง ๆ ไปสู่ประชาชน เป็นการ สร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เพื่อหวังผลให้ เกิดความร่วมมือ สนับสนุนจากประชาชน รวมถึงเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน ทำให้ เกิดความเลื่อมใส ศรัทธา ต่อหน่วยงาน รวมถึงการป้องกันการเข้าใจผิด ช่วยแก้ไขและลดปัญหาที่ อาจเกิดขึ้น และสร้างความสำเร็จในการดำเนินงานของหน่วยงาน

ณัฏพร วรคุณพิเศษ (2556 : 43-50) ได้ให้ความหมายของการการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง วิธีการดำเนินงานในการจัดการบริหารข้อมูลขององค์กรเพื่อสร้างเสริมเจตคติที่ดี เป็นที่รับรู้ของประชาชนทั้งในและนอกองค์กร นำมาซึ่งการให้ความร่วมมือและสนับสนุนในกิจกรรม ต่าง ๆ จากประชาชนทั้งในและนอกองค์กร

สุวิมล สุวรรณณี (2556 : 14-21) ได้ให้ความหมายของการการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่กระทำขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารไปยังประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อทำให้เกิดความสนใจ ดึงดูดใจ สร้างความเข้าใจในสิ่งที่องค์กรต้องการแจ้งให้ทราบ โดยอาศัยการให้ข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือ รวมถึงกิจกรรมต่างๆ ที่องค์กรเข้าไปมีส่วนร่วมหรือให้การสนับสนุน เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความประทับใจ

กฤติมา เกรียงขจรพันธ์ (2557 : 15-25) ได้ให้ความหมายของการการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง วิธีการหรือกิจกรรมสื่อสารของสถาบันซึ่งมุ่งเสริมสร้างความสัมพันธ์ อันจะเป็นประโยชน์ต่อความร่วมมือและการสนับสนุนที่มีต่อกัน โดยอาศัยประชาคมติที่เกิดจากการศึกษาวิจัย แล้วนำมาจัดทำเป็นแบบแผนและทำความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่องกันไป ซึ่งการดำเนินการ ดังกล่าวนี้เพื่อหวังผลระยะยาวในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสถาบัน ให้อยู่ในค่านิยมเลื่อมใสศรัทธาของประชาชน และได้ให้แนวทางและหลักการของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการหรือกิจกรรมในการสื่อสารระหว่างหน่วยงานกับกลุ่มประชาชน เป้าหมายเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดี ซึ่งการดำเนินการประชาสัมพันธ์จะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพได้นั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงหลัก 3 ประการ เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงานอันได้แก่ การให้ข้อมูลหรือเผยแพร่ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง การติดต่อสื่อสารสองทาง การส่งเสริมความเข้าใจอันดี ดังนี้

1) การให้ข้อมูลหรือเผยแพร่ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง เป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริงและถูกต้องของหน่วยงานเพื่อให้กลุ่มประชาชนได้รู้เช่นนโยบาย วัตถุประสงค์การดำเนินงาน ผลงาน กิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งแนวโน้มที่คาดว่าจะดำเนินการ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความ เข้าใจ เลื่อมใส ศรัทธา หรือมีความรู้สึกที่ดีต่อหน่วยงาน โดยไม่ควรถูกจะปกปิดอำพรางหรือบิดเบือนข้อเท็จจริง ซึ่งอาจนำไปสู่ความเข้าใจผิดและก่อให้เกิดผลเสียหายในภายหลัง ดังนั้น การให้ข้อมูลหรือการเผยแพร่ข่าวสาร อย่างต่อเนื่องจึงถือเป็นหัวใจสำคัญของการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะต้องตระหนักว่า การสื่อสารนี้เป็นการให้ ข้อมูลข่าวสารเพื่อมุ่งหมายความเข้าใจที่ถูกต้อง เพื่อการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีงาม เพื่อการแก้ไขความเข้าใจผิดหรือเรียกอย่างสรุปว่า 3 ก. ได้แก่ กั้น ก่อ แก่

2.1) การให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อมุ่งหมายความเข้าใจที่ถูกต้อง ถือเป็นจุดมุ่งหมายสำคัญยิ่งของ การประชาสัมพันธ์ เพราะเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นการบอกกล่าวหรือชี้แจงข้อเท็จจริงอย่างต่อเนื่อง ดุจ ดังการให้ปุ๋ยอินทรีย์แก่พืชซึ่งเป็นการยังความเจริญเติบโตและการหยั่ง





อาจทำได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อสดับ รับฟังความคิดเห็นและรับรู้ความรู้สึกของกลุ่มประชาชน เป้าหมาย แล้วมาดำเนินการวางแผนและกลยุทธ์การ ประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มประชาชนและนโยบายหรือวัตถุประสงค์ของสถาบัน และ 3) การส่งเสริมความเข้าใจอันดี การสร้างความเข้าใจอันดีเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ เพราะความร่วมมือและการสนับสนุนที่จะส่งผลต่อการดำเนินให้ราบรื่นเพียงไรนั้น ขึ้นอยู่กับ ความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดีของกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่มีต่อสถาบัน โดยเริ่มจากการให้ข้อมูลข่าวสาร ที่เป็นจริง เพื่อส่งเสริมให้ผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ ร่วมมือร่วมใจในการผลักดันให้การดำเนินงานเป็นไปโดยราบรื่น และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งได้รับความเข้าใจที่ถูกต้องและความสนับสนุนต่อไป

จินตวีร์ เกษมศุข (2559:1-5) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์(Public Relations) เป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่เป็นนิยมในแวดวงธุรกิจในปัจจุบัน เนื่องจากองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจเอกชน หรือ แม้แต่องค์กรสาธารณกุศลล้วนแล้วแต่ให้ความสำคัญกับวิธีการประชาสัมพันธ์เพื่อช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ ให้แก่องค์กรมากขึ้น การประชาสัมพันธ์ในอดีตนั้น เป็นเพียงการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจในข่าวสารข้อมูลและเรื่องราวต่าง ๆ ขององค์กร ไปสู่ประชาชน กล่าวได้ว่า เป็นการสื่อสารทางเดียว แต่ในปัจจุบัน การประชาสัมพันธ์ยังจำเป็นต้องสร้าง ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับประชาชน โดยที่องค์กรจำเป็นต้องตระหนักในความคิดเห็น ความต้องการ และพฤติกรรมของประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องมากขึ้น ซึ่งยังผลให้การประชาสัมพันธ์มีลักษณะของการสื่อสารแบบบุคคลวิถีหรือการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) และด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์ นี้เองที่ยังสามารถช่วยสร้างภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กรได้ด้วยวิธีการเสนอข้อมูลข่าวสารขององค์กรที่เป็น ข้อเท็จจริงเชิงบวก จนทำให้กลายเป็นจุดแข็งที่ เสริมสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจแก่กลุ่มเป้าหมายได้ในระยะยาว จึงกล่าวได้ว่า การประชาสัมพันธ์นั้นนับว่าเป็นเครื่องมือหลักของการสื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กร โดยการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ขององค์กรผ่านทางกิจกรรมพิเศษและสื่อประเภทต่างๆ เพื่อบ่งบอกถึงประสิทธิภาพและความเจริญก้าวหน้าขององค์กร ทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบที่องค์กรมีต่อสังคม ซึ่งได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์เอาไว้ว่า การสร้างความเกี่ยวข้อง สัมพันธ์กับหมู่คน ด้วยการเผยแพร่ชี้แจงให้ประชาชนทราบ ชักชวนให้ประชาชนมีส่วนร่วม ตลอดจนเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์และวิธีดำเนินงานขององค์กร และร่วมประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่มีความเกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมายและวิธีการดำเนินงานขององค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจในข่าวสาร ข้อมูลและเรื่องราวต่าง ๆ ขององค์กรไปสู่กลุ่มเป้าหมาย 2) ส่งเสริมกิจการด้านการตลาด การโฆษณา ด้วยการสร้างค่านิยมและคุณค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ 3) สร้าง รักษา และแก้ไขภาพลักษณ์ให้แก่องค์กร และ 4) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรและกลุ่มเป้าหมาย



จากความหมายของการประชาสัมพันธ์ที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การสื่อความหมายด้วยการดำเนินกิจกรรมใด ๆ ไปสู่ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อทำให้เกิด ความรู้ความเข้าใจ สร้างความสนใจและดึงดูดใจทำให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรและ ประชาชน

### ลักษณะของการประชาสัมพันธ์

พลอยนรินทร์ คำภาพันธ์. (2555 : 10-18) ได้กล่าวถึงลักษณะของการประชาสัมพันธ์ดังนี้

1) การประชาสัมพันธ์เพื่อก่อ เป็นการสร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มประชาชนทั้งในและ นอกองค์กร เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความราบรื่น 2) การประชาสัมพันธ์เพื่อกัน เป็นการ ป้องกันและรักษาชื่อเสียงขององค์กร เพื่อมิให้ประชาชนที่เกี่ยวข้อง เข้าใจผิด หมกครุทธาและขาด ความนิยม ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการทำงาน เพื่อชำระไว้ซึ่งความเชื่อมั่นต่อองค์กรตลอดไป และ 3) การประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ เป็นการดำเนินงานเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดหรือแก้ไขภาพลักษณ์ของ องค์กรให้ถูกต้องและเป็นไปได้ด้วยดี เพราะในการดำเนินงานขององค์กรบางครั้ง อาจเกิดความเข้าใจ ผิดต่อกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อองค์กรได้ ดังนั้น จึงต้องมีการประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ไขให้ เกิดความเข้าใจกัน

ปฐม สุทธิโรจน์ (2555 : 12-29) ได้กล่าวถึงลักษณะของการประชาสัมพันธ์ดังนี้ 1) เป็นการ ทำงานที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันกับกลุ่มชน 2) เป็นการทำงานที่มี การวางแผนการปฏิบัติงานอย่างรอบคอบและมีการติดตามประเมินผล 3) เป็นการทำงานในรูปแบบ ของการติดต่อสื่อสาร ซึ่งเป็นการสื่อสารสองทางและเป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ 4) เป็นการทำงาน ที่ต้องมีการให้อิทธิพลทางความคิดและทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย 5) เป็นการทำงานที่ต่อเนื่องและ หวังผลในระยะยาว

สกุณี โคมลิตพิพงศ์ (2555 : 19-30) ได้กล่าวถึงลักษณะของการประชาสัมพันธ์ว่า ประกอบด้วย 1) การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การ ดำเนินงาน ผลงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนความเคลื่อนไหวขององค์กร 2) การป้องกันและแก้ไข ความเข้าใจผิด ซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะการป้องกันไว้ก่อน ย่อมมีผลดีกว่าที่จะมาทำการแก้ไขใน ภายหลัง และ 3) การสำรวจประชามติ เพราะองค์กรสถาบัน จะดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้อย่างมี ประสิทธิภาพนั้น จำเป็นต้องรู้ซึ่งถึงความนึกคิดของประชาชน

สุวิมล สุวรรณ (2556 : 14-21) ได้ให้ลักษณะของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า เป็นการให้ข้อมูล ข่าวสารของการประชาสัมพันธ์แบบเพิ่มคุณค่า เป็นการสร้างภาพพจน์ขององค์กร เป็นการให้ การศึกษา และเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ

จินตวีร์ เกษมสุข (2559:1-5) ได้ให้ลักษณะของการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า 1) มีการวางแผน การวางแผนการประชาสัมพันธ์โดยทั่วไปแล้วมี 2 แบบ คือ การวางแผนประชาสัมพันธ์แบบล่วงหน้า

หรือการวางแผนประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Pro-active PR) และการวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหาหรือ ภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้น หรือการวางแผนประชาสัมพันธ์เชิงรับ (Re-active PR) 2) มีความต่อเนื่องในการดำเนินงาน เพื่อหวังผลระยะยาว การวางแผนงานประชาสัมพันธ์จะทำให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และนโยบายได้อย่างมี ทิศทาง ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว มักจะวางแผนงานเพื่อหวังผลในระยะยาว และ 3) มีอิทธิพลต่อความคิดและการกระทำของกลุ่มเป้าหมาย การเผยแพร่ความคิดเห็นและข่าวสารจากองค์กรของรัฐและเอกชนไปสู่กลุ่มต่างๆ เพื่อสนับสนุนให้ เกิดการระดมความคิดที่เหมาะสม และเป็นวิธิต่างหนึ่งที่จะกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดี

จากความหมายของลักษณะของการประชาสัมพันธ์ที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ลักษณะของการประชาสัมพันธ์ คือ การให้ข้อมูลข่าวสารที่มีการเตรียมการวางแผนไว้เป็นอย่างดี เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดต่อองค์กร

#### กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

พลอยนรินทร์ คำภาพันธ์. (2555 : 10-18) ได้ให้ความหมายของกระบวนการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นการกำหนดทิศทาง วิถีทาง หรือแนวทางการปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด ทำให้การติดต่อสื่อสาร การสร้างสรรค์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ การทำให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันระหว่างกลุ่มเป้าหมายกับองค์กร เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและศรัทธา

สกุณี โภมลิตพิพงศ์ (2555 : 19-30) ได้ให้ความหมายของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไว้ว่าเป็นการประสานความเข้าใจและการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อสร้างทัศนคติและภาพพจน์อันดีแก่องค์กร โดยการประชาสัมพันธ์นั้น จะต้องมีการดำเนินงานอย่างเป็นขั้นเป็นตอน เพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายขององค์กร สามารถแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การศึกษาข้อมูล เพื่อเป็นการหยั่งความคิด เจตคติและปฏิกิริยาของประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาความจริงว่าอะไรคือปัญหาขององค์กรอย่างแท้จริง 2) การวางแผน เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากขั้นที่ 1 มาพิจารณาว่าควรกำหนดนโยบายขององค์กรอย่างไรจึงจะได้ประโยชน์สูงสุด 3) การปฏิบัติงานและการสื่อสาร จะเป็นการอธิบายให้ผู้ที่เกี่ยวข้องจะได้รับผลกระทบหรือผู้ที่เราต้องการสนับสนุนว่าเรากระทำการต่าง ๆ ไปเพื่ออะไร และ 4) การประเมินผล เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่จะดูว่างานที่ทำได้นั้น ได้ผลมากน้อยเพียงใด

เกศริน รัตนพรณทอง (2555 : 28-47) ได้ให้ความหมายของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไว้ว่าเป็น ขั้นตอนของการประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การวิเคราะห์สถานการณ์ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้บริโภค จากนั้นจะมีการวิเคราะห์ SWOT กล่าวคือ เป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค 2) การกำหนดวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ เป็นการบ่งบอกเป้าหมายหรือผลลัพธ์ที่องค์กรต้องการโดยเป็นการหวังผลระยะยาว 3) พัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ เป็นการสร้างแนวปฏิบัติ



เพื่อให้แผนการดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้นควรคำนึงถึงการเลือกใช้สื่อ กลุ่มเป้าหมาย สถานการณ์ของคู่แข่ง ระยะเวลา อีกทั้งควรตั้งอยู่บนหลักการของการวางแผนโดยใช้ ฐานศูนย์ ซึ่งเป็นการวางแผนที่ไม่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้าว่าใจใช้เครื่องมือใดเป็นหลัก แต่การจะเลือก เครื่องมือขึ้นอยู่กับสถานะของตลาดและกลุ่มเป้าหมายในขณะนั้น และจะต้องเป็นเครื่องมือที่ เหมาะสมที่สุดด้วย 4) กำหนดกลวิธีการประชาสัมพันธ์ เป็นการกำหนด กิจกรรม วิธีการ การกระทำ ที่จะใช้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยเป็นการแปลงกลยุทธ์ให้เป็นแผนการที่เฉพาะเจาะจง ที่ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปหรืออาจเกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้ การเลือกใช้ กลวิธีต่าง ๆ ต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การสื่อสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด และ 5) การ วัดและการประเมินโครงการ เป็นขั้นตอนการสนับสนุนการตลาดขั้นสุดท้ายและถือเป็นองค์ประกอบที่ สำคัญของแผนการประชาสัมพันธ์ เพราะจะทำให้ทราบถึงผลสำเร็จของโครงการ ว่าเป็นไปตาม วัตถุประสงค์หรือไม่ อย่างไร อีกทั้งยังสามารถนำไปช่วยปรับปรุงแก้ไขแผนงานในครั้งต่อไปได้อีกด้วย

ชญาดา ไชยศิลป์ (2556 : 6-12) ได้ให้ความหมายของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ไว้ว่าเป็น กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เป็นขั้นตอนวิธีการส่งข้อมูลข่าวสารไปสู่ กลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผ่านช่องทางการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ ซึ่ง ประกอบด้วย 1) ขั้นตอนการสำรวจและกำหนดปัญหา 2) ขั้นตอนการวางแผน 3) ขั้นตอนการ ปฏิบัติงานตามแผน และ 4) ขั้นตอนการประเมินผลการปฏิบัติงาน

สุวิมล สุวรรณิ (2556 : 14-21) ได้ให้ความหมายของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ไว้ว่า คือขั้นตอนการวางแผนการดำเนินงานและการประเมินผลในการบวนการกระตุ้นให้เกิดความ สนใจและความพึงพอใจ โดยอาศัยการให้ข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือ ผ่านรูปแบบการนำเสนอข้อมูล เกี่ยวกับองค์กรสินค้าและบริการ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจ ประทับใจและต้องการสินค้า และบริการในที่สุด โดยสามารถสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นวิธีการต่าง ๆ ที่กระทำขึ้น เพื่อใช้ เป็นเครื่องมือสำหรับติดต่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ให้รู้จัก เข้าใจ และสนใจในสิ่งที่องค์กรต้องการ ให้ทราบ ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ที่องค์กรเข้าไปมีส่วนร่วมหรือให้การสนับสนุน การประชาสัมพันธ์ที่ดี จะ นำมาซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของกลุ่มเป้าหมาย และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี จะทำให้องค์กรมี ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

กฤติมา เกரியงจรพันธ์ (2557 : 15-25) ได้ให้ความหมายของกระบวนการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์มีลักษณะเป็นกระบวนการ กล่าวคือมีการดำเนินการอย่างเป็น ขั้นตอนโดยแบ่งการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ การค้นคว้าข้อมูลและการ วิจัย การวางแผน การสื่อสาร และการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ โดยกระบวนการดังกล่าวมีการ เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยมีกระบวนการประชาสัมพันธ์ไว้เป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การแสวงหา ข้อมูล ดังได้กล่าวข้างต้นแล้วว่าการประชาสัมพันธ์จะเกิดขึ้นได้ต้องเริ่มจากการ ประเมินสถานการณ์

เพื่อค้นหาปัญหาที่สถาบันเผชิญอยู่หรือที่จะเผชิญ อันเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริง ซึ่งรวบรวมมาจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งภายในและนอกสถาบันแล้วนำมาวิเคราะห์ถึงความเหมาะสมและสอดคล้อง กับสถานการณ์ การค้นคว้าข้อมูลทำได้โดยการแสวงหาข้อมูลอย่างไม่เป็นทางการ เช่น การตรวจสอบจาก เอกสารและการตีพิมพ์ ไปจนกระทั่งแสวงหาข้อมูลอย่างเป็นทางการโดยอาศัยการวิจัย 2) การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ เป็นการกำหนดแนวทางการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อให้ การดำเนินงานมีความสอดคล้องต่อเนื่องและบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่ง การวางแผนงานประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องมีความยืดหยุ่น สามารถปฏิบัติได้เหมาะสมกับเวลา มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์และสามารถประเมินผลได้ โดยแผนการดำเนินงานดังกล่าวมีการกำหนดวิธีการปฏิบัติว่ามีกิจกรรม อะไร ใช้ทรัพยากรมากหรือน้อย เพียงไร มีกลยุทธ์อย่างไร และกิจกรรมทั้งหลายต้องมีความสอดคล้องต่อเนื่อง ซึ่งกันและกัน 3) การสื่อสารประชาสัมพันธ์ เป็นการให้ข้อมูลหรือเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อหรือกิจกรรมต่าง ๆ ไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมายเพื่อให้เกิดความเข้าใจ อันดีและมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน ทั้งนี้รวมถึงการสดับฟังความคิดเห็น หรือการป้อนกลับเพื่อนำมาสู่การปรับปรุงและแก้ไข ซึ่งการจะสื่อสารให้บังเกิดผลอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลจะต้องคำนึงถึงความเป็นธรรมชาติของมนุษย์ โดยมีการจัดสารและสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การวางแผนงาน การค้นคว้าข้อมูล และการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารประชาสัมพันธ์ 4) การประเมินผลประชาสัมพันธ์ เมื่อได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ไปแล้วจำเป็นต้องตรวจสอบติดตามและประเมินผลว่าบังเกิดประสิทธิผลและมีประสิทธิภาพหรือไม่เพียงใด ทั้งในช่วงก่อนเริ่มดำเนินการ ประชาสัมพันธ์เพื่อตรวจสอบความพร้อมช่วงระหว่างดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อหาทางแก้ไขประชาสัมพันธ์ เพื่อพิจารณาถึงความจำเป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่เพียงไร นอกจากนี้การ ประเมินผลการประชาสัมพันธ์ยังเป็นการพิจารณาตัดสินคุณค่าของประชาสัมพันธ์ที่ได้ดำเนินการไปแล้ว

จินตวีร์ เกษมศุข (2559:1-5) ได้ให้องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ มีรูปแบบองค์ประกอบหลัก (RACE) ดังนี้ 1) การวิจัย (Research) ถือเป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อค้นคว้าศึกษาข้อมูลที่ต้องการหรือ ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสภาพปัญหา และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนในการสื่อสารให้ประชาชน กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบและเข้าใจต่อไป 2) การวางแผนปฏิบัติการ (Action Planning) เป็นขั้นตอนของการวางแผนกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์เช่น กำหนดระยะเวลาของแผนงาน ระบุประชาชนกลุ่มเป้าหมาย รูปแบบการใช้สื่อและกิจกรรม งบประมาณ เป็นต้น 3)การสื่อสาร (Communication) เป็นขั้นตอนของการปฏิบัติตามแผนงานที่ได้กำหนดไว้โดยการใช้สื่อและกิจกรรมต่าง ๆ นำพาข่าวสาร ขององค์กรไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และ 4) การประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินงาน



ประชาสัมพันธ์ในแต่ละครั้ง เพื่อตรวจสอบประสิทธิผลของ แผนงานว่า ตรงตามวัตถุประสงค์ของการ ประชาสัมพันธ์ในแต่ละครั้งหรือไม่

จากความหมายของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า เป็น ขั้นตอนการปฏิบัติเพื่อเสนอให้ประชาชนทราบถึงภาพลักษณ์อันดีขององค์กร โดยมีองค์ประกอบหลัก (RACE) 4 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) การวิจัย (Research) ถือเป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ เพื่อค้นคว้าศึกษาข้อมูลที่ต้องการหรือ ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสภาพปัญหา และเพื่อเป็น ประโยชน์ต่อการวางแผนในการสื่อสารให้ประชาชน กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบและเข้าใจต่อไป 2) การวางแผนปฏิบัติการ (Action Planning) เป็นขั้นตอนของการวางแผนกลยุทธ์ทางการ ประชาสัมพันธ์เช่น กำหนดระยะเวลาของแผนงาน ระบุประชาชนกลุ่มเป้าหมาย รูปแบบการใช้สื่อ และกิจกรรม งบประมาณ เป็นต้น 3) การสื่อสาร (Communication) เป็นขั้นตอนของการปฏิบัติตาม แผนงานที่ได้กำหนดไว้โดยการใช้สื่อและกิจกรรมต่าง ๆ นำพาข่าวสาร ขององค์กรไปสู่ประชาชน กลุ่มเป้าหมาย และ 4) การประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ในแต่ละครั้ง เพื่อตรวจสอบประสิทธิผลของ แผนงานว่า ตรงตามวัตถุประสงค์ของการ ประชาสัมพันธ์ในแต่ละครั้งหรือไม่

#### คุณลักษณะของนักประชาสัมพันธ์

กฤติมา เกรียงขจรพันธ์ (2557 : 15-25) ได้ให้องค์ประกอบของนักประชาสัมพันธ์ ไว้ว่า ประกอบด้วย คุณสมบัติพื้นฐานของนักประชาสัมพันธ์ ดังนี้ 1) เป็นงานที่ต้องเริ่มจากความรักในงานนี้ 2) เป็นงานที่ต้องอาศัยความร่วมมือ 3) เป็นงานที่ทำอย่างต่อเนื่องไม่มีวันจบสิ้น 4) เป็นงานที่ต้องได้ การยอมรับจากทุกฝ่าย 5) เป็นงานที่ใช้การสื่อสารทั้งสองทาง 6) เป็นงานที่ต้องทำความเข้าใจกับ กลุ่มเป้าหมายและสิ่งแวดล้อม 7) เป็นงานที่เป็นเรื่องทางการบริหารและการจัดการขององค์กร 8) เป็นงานที่ต้องทำ ทั้งเชิงรุกและเชิงรับ 9) เป็นงานที่สร้างภาพลักษณ์ และ 10) เป็นงานที่ต้องใช้เวลา กว่าจะเกิดผล นอกจากนี้ ยังกล่าวว่า คนคือทรัพยากรที่มีคุณค่ายิ่งต่อการพัฒนา อีกทั้งการพัฒนา บุคลากรสามารถ ถ่ายทอด และสร้างทัศนคติแนวความคิดหลักที่ ค้นพบในธุรกิจที่เป็นเลิศ และ หน่วยงานมุ่งมั่นจะให้เกิดขึ้นอัน ได้แก่ การบริการที่เยี่ยมยอดการพัฒนาตนและ องค์กรให้เป็นเลิศคน และงานประสานกันเป็นหนึ่ง และหน่วยงาน คือ ครอบครัวของเราจะเห็นได้ว่า แรงผลักดันได้เกิดขึ้น และมีผลกระทบในทุกระดับทุกหน่วยงาน งานทางด้านประชาสัมพันธ์ก็เช่นเดียวกัน ต้องการบุคลากร ที่เป็นนักประชาสัมพันธ์ที่ดีกว่า หรือนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ นั่นเอง การเป็นนัก ประชาสัมพันธ์ที่ ดีกว่า หรือนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ หมายถึง บุคลากรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์โดยมี ลักษณะ พิเศษ ดังนี้คือ 1) เป็นผู้มีความรู้ความสามารถในปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดีเยี่ยม 2) เป็นผู้มีความสามารถทำงานร่วมกับบุคคลอื่นในทีมงานหรือกลุ่มเป้าหมายอย่างดีเลิศ 3) เป็นผู้มีการบริหารหรือการจัดงานอย่างเป็นระบบ 4) เป็นผู้มีความทุ่มเทตั้งใจในการปฏิบัติงาน และ 5)

เป็นคนเก่ง กล่าวคือ เก่งคน เก่งงาน เก่งคิด เก่งเรียน และการเป็นคนดี คุณลักษณะดังกล่าวข้างต้น จะทำให้นักประชาสัมพันธ์ที่ดีกว่าหรือเป็นนักประชาสัมพันธ์มือ อาชีพนั่นเอง

จินตวีร์ เกษมศุข (2559:1-5) ได้ให้ความหมายและองค์ประกอบของนักประชาสัมพันธ์ ไว้ว่า คุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ สิ่งที่เป็นแก่นสารที่สำคัญของการประกอบอาชีพนี้ก็คือ การสื่อสาร เพราะฉะนั้นนักประชาสัมพันธ์ ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะในการสื่อสารที่เป็นเยี่ยม ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล หรือการสื่อสารให้เป็น ประโยชน์กับองค์กร โดยนักประชาสัมพันธ์ที่ดีควรมี จรรยาบรรณ ดังนี้ 1) ซื่อสัตย์จริงใจ ยึดมั่นในอุดมการณ์แห่งวิชาชีพตน 2) เสียสละ อดทน เพื่อรักษา มาตรฐานและพัฒนาการแห่งวิชาชีพอย่างสมศักดิ์ศรี 3) ศรัทธาในหน้าที่และมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร 4) สามัคคีเอื้ออาทร และเกื้อกูลระหว่างผู้ร่วมวิชาชีพเดียวกัน 5) ให้ความสำคัญในการรักษาความลับ และเคารพสิทธิส่วนบุคคล 6) คำมั่นถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตนและรับผิดชอบต่อสังคมเป็น นิज 7) นำเสนอเนื้อหาอย่างสุจริตใจและรักษาวัฒนธรรมในการใช้ภาษา 8) เคารพรักษากฎระเบียบ และบรรทัดฐานของสังคมไทย 9) ใช้ปัญญา มีมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพที่ดี

จากความหมายของคุณลักษณะของนักประชาสัมพันธ์ที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า เป็นงานที่ต้องเริ่มจากความรัก เป็นงานที่ต้องอาศัยความร่วมมือ เป็นงานที่ทำอย่างต่อเนื่องไม่มีวันจบสิ้น เป็นงานที่ต้องได้รับการยอมรับจากทุกฝ่าย เป็นงานที่ใช้การสื่อสารทั้งสองทาง เป็นงานที่ต้องทำความเข้าใจ กับกลุ่มเป้าหมายและสิ่งแวดล้อม เป็นงานที่เป็นเครื่องทางการบริหารและการจัดการขององค์กร เป็นงานที่ต้องทำทั้งเชิงรุกและเชิงรับ เป็นงานที่สร้างภาพลักษณ์ เป็นงานที่ต้องใช้เวลากว่าจะเกิดผล

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มาณิชาดา เกิดเกษ (2555 : 92-165) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้า ศึกษาต่อระดับปริญญาตรีหลักสูตรต่อเนื่องของนักศึกษาอาชีวศึกษา ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผล การ วิจัยพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ได้รับการชักชวนจากบุคคลหรือได้รับการแนะนำของรุ่นพี่ที่เป็น ศิษย์เก่า มีกระแสนิยมของสังคมคือมีความชื่นชอบเป็นการส่วนตัวกับมหาวิทยาลัย สาขาวิชาที่ ต้องการศึกษาคือชื่อเสียงของสถาบันที่เป็นที่ยอมรับทางสังคม ความมุ่งหวังในการศึกษาหาความรู้ ความสามารถที่ตนเองต้องการ ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการศึกษาตลอดหลักสูตร และด้านการ ประชาสัมพันธ์มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่ออยู่ในระดับมาก

เกศริน รัตนพรรณทอง (2555 : 75-132) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาการ ประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดของสินค้าอุปโภคบริโภคบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ ผลการวิจัยพบว่า การมีปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มเป้าหมาย เน้นการส่งเสริมการขายและการมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย อยู่ในระดับมากที่สุด

สุวิมล สุวรรณ (2556: 42-49) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการประชาสัมพันธ์การตลาดเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารเห็นด้วยกับการประชาสัมพันธ์การตลาดเชิงรุกอยู่ในระดับมาก การประชาสัมพันธ์และกิจกรรมที่สนับสนุน มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมาย



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเป็นขั้นตอนของวิธีการเชิงระบบ ตามรูปแบบ PAOR ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนคือ การวางแผน การดำเนินการ การติดตาม และการสะท้อนผล โดยแบ่งระยะการวิจัยออกเป็น 2 ระยะ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

**ระยะที่ 1** เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

**ระยะที่ 2** เพื่อศึกษาผลการทดลองใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

**ระยะที่ 1** เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ในการดำเนินการวิจัยระยะที่ 1 มีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การสร้างเครื่องมือในการวิจัย การหาคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

#### 1. ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร เป็น อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีประสบการณ์ในการประชาสัมพันธ์หรือการแนะแนวหรือมีความชำนาญด้านเทคนิค วิธีการประชาสัมพันธ์และการตลาด จำนวน 200 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามที่มีประสบการณ์ในการประชาสัมพันธ์หรือการแนะแนวหรือมีความชำนาญด้านเทคนิค วิธีการประชาสัมพันธ์และการตลาด จำนวน 5คน คัดเลือกด้วยวิธีเจาะจง

#### 2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล ร่วมกับผู้ช่วยวิจัย

#### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการพัฒนาเครื่องมือในการวิจัยและรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามไว้ในระยะที่ 1 ทั้งหมด ดังนี้



1. รูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

2. แบบสอบถามความพึงพอใจต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

#### 4. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

4.1 รูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มีขั้นตอนพัฒนา ดังนี้

4.1.1 ศึกษาเอกสาร ตำราและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ จากหนังสือการพัฒนาซอฟต์แวร์ทางการศึกษา ของพิสุทธา อารีราษฎร์จากหนังสือการวิจัยเบื้องต้นของบุญชม ศรีสะอาด จากหนังสือเทคนิคการวิจัยทางการศึกษาของล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ จากหนังสือระเบียบวิธีวิจัย ของสมบัติ ท้ายเรือคำ และจากหนังสือการสร้างและพัฒนาเครื่องมือวิจัยของ พิสนุ พงศ์ศรี เพื่อศึกษาวิธีการพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย การหาค่าประกอบและแนวทางในการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

4.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลและกำหนดเป้าหมายการพัฒนาประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

4.1.3 พัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

4.2 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

4.2.1 ศึกษาเอกสาร ตำราและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ จากหนังสือการพัฒนาซอฟต์แวร์ทางการศึกษา ของพิสุทธา อารีราษฎร์จากหนังสือการวิจัยเบื้องต้นของบุญชม ศรีสะอาด จากหนังสือเทคนิคการวิจัยทางการศึกษาของล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ จากหนังสือระเบียบวิธีวิจัย ของสมบัติ ท้ายเรือคำ และจากหนังสือการสร้างและพัฒนาเครื่องมือวิจัยของ พิสนุ พงศ์ศรี เพื่อศึกษาวิธีการพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย การหาค่าประกอบและแนวทางในการสร้างแบบสอบถามศึกษาเอกสาร ตำราและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับการสร้าง เพื่อหาค่าประกอบและแนวทางในการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ

4.2.2 วิเคราะห์ข้อมูลและกำหนดเป้าหมายการสร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ

4.2.3 สร้างแบบสอบถามความพึงพอใจ โดยใช้เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ชนิด 5 มาตราวัด ดังนี้

- 5 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับข้อความในระดับ มากที่สุด
- 4 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับข้อความในระดับ มาก
- 3 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับข้อความในระดับ ปานกลาง
- 2 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับข้อความในระดับ น้อย
- 1 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับข้อความในระดับ น้อยที่สุด

## 5. การหาคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย

5.1 รูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มีขั้นตอนการหาคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

5.1.1 นำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อประเมินรูปแบบโดยมีเกณฑ์ การให้คะแนน ดังนี้

ให้ +1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่า ข้อความนั้น มีความเหมาะสม

ให้ 0 คะแนน เมื่อไม่แน่ใจว่า ข้อความนั้น มีความเหมาะสม

ให้ -1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่า ข้อความนั้น ไม่มีความเหมาะสม

5.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลการหาความเหมาะสม โดยใช้สูตร IOC (สมบัติ ท้ายเรือคำ, 2553 : 107-108) เพื่อพิจารณาปรับปรุงแก้ไขรูปแบบ จากผลจากการประเมินค่าดัชนี IOC ที่คำนวณได้มีค่าต่ำกว่า 0.5 ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญหรือดำเนินการสร้างเพิ่มเติมแล้วนำไปเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญอีกครั้งหนึ่ง

5.1.3 จัดทำรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีโดยพิจารณาข้อมูลที่ค่าดัชนี IOC ที่คำนวณได้ มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 จะถือว่า ข้อมูลนั้นคือตัวแทนลักษณะของรูปแบบที่จะนำไปใช้จริง ส่วนที่มีค่าดัชนี IOC ต่ำกว่า 0.5 จะตัดออก

5.2 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี มีขั้นตอนการหาคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

5.2.1 นำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของข้อความกับจุดประสงค์ในการสอบถามโดยมีเกณฑ์ การให้คะแนน ดังนี้

ให้ +1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่า ข้อความนั้น มีความสอดคล้องตรงตามจุดประสงค์

ให้ 0 คะแนน เมื่อไม่แน่ใจว่า ข้อความนั้น มีความสอดคล้องตรงตามจุดประสงค์

ให้ -1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่า ข้อความนั้น ไม่มีความสอดคล้องตามจุดประสงค์

5.2.2 วิเคราะห์ข้อมูลการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับจุดประสงค์ โดยใช้สูตร IOC (สมบัติ ท้ายเรือคำ, 2553 : 107-108) เพื่อพิจารณาปรับปรุงแก้ไขข้อความ จากผลจากการประเมินค่าดัชนี IOC ที่คำนวณได้มีค่าต่ำกว่า 0.5 ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญหรือดำเนินการสร้างเพิ่มเติมแล้วนำไปเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญอีกครั้งหนึ่ง

5.2.3 จัดทำแบบสอบถาม โดยพิจารณาข้อคำถามที่ค่าดัชนี IOC ที่คำนวณได้ มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 จะถือว่า ข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนของลักษณะของสิ่งที่ต้องการจะวัด จะนำไปเป็นข้อคำถามจริง ส่วนที่มีค่าดัชนี IOC ต่ำกว่า 0.5 จะตัดออก

5.2.4 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม ก่อนจะนำมาปรับปรุงแก้ไขเป็นเอกสารฉบับสมบูรณ์ แล้วจัดพิมพ์เป็นเครื่องมือฉบับจริง ก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลในภาคสนามต่อไป

## 6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามรูปแบบการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์จากแบบสอบถามโดยใช้สถิติพื้นฐาน คือ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยนำค่าเฉลี่ยที่ได้เทียบกับเกณฑ์การประเมิน (พิสุทธา อารีราษฎร์. 2551 : 143-151) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย ตั้งแต่ 4.50 – 5.00 หมายความว่า เหมาะสมมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย ตั้งแต่ 3.50 – 4.49 หมายความว่า เหมาะสมมาก

ค่าเฉลี่ย ตั้งแต่ 2.50 – 3.49 หมายความว่า เหมาะสมปานกลาง

ค่าเฉลี่ย ตั้งแต่ 1.50 – 2.49 หมายความว่า เหมาะสมมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย ตั้งแต่ 1.00 – 1.49 หมายความว่า เหมาะสมน้อยที่สุด

6.2 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิด

## 7. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติพื้นฐาน

7.1 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) คำนวณจากสูตร (ล้วน และอังคณา สายยศ .2538)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{N}$$

เมื่อ  $\bar{x}$  แทน คะแนนเฉลี่ย

$\sum x$  แทน ผลรวมของคะแนนในกลุ่ม

N แทน จำนวนผู้เรียนในกลุ่มตัวอย่าง

7.2 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) คำนวณจากสูตร (ล้วน และอังคณา สายยศ. 2538)

$$S.D. = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$



เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนในกลุ่ม
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	N	แทน	จำนวนผู้เรียนในกลุ่มตัวอย่าง

## ระยะที่ 2 เพื่อศึกษาผลการทดลองใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ในดำเนินการวิจัยระยะที่ 2 มีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร เป็น นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนในจังหวัดมหาสารคาม ร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์ จำนวน 300 คน  
กลุ่มตัวอย่าง เป็น นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนในจังหวัดมหาสารคาม ร้อยเอ็ด กาฬสินธุ์ จำนวน 60 คน คัดเลือกด้วยวิธีเจาะจง

### 2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการทดลองใช้และเก็บรวบรวมข้อมูล ร่วมกับผู้ร่วมวิจัย

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. รูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
2. แบบสอบถามความพึงพอใจต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทดลองใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์จากเครื่องมือวิจัย ดังนี้

แบบสอบถามความพึงพอใจ โดยใช้สถิติพื้นฐาน คือ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยนำค่าเฉลี่ยที่ได้เทียบกับเกณฑ์การประเมิน (พิสุทธา อารีราษฎร์, 2551 : 143-151) ดังนี้



ค่าเฉลี่ย ตั้งแต่ 4.50 – 5.00 หมายความว่า เหมาะสมมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย ตั้งแต่ 3.50 – 4.49 หมายความว่า เหมาะสมมาก

ค่าเฉลี่ย ตั้งแต่ 2.50 – 3.49 หมายความว่า เหมาะสมปานกลาง

ค่าเฉลี่ย ตั้งแต่ 1.50 – 2.49 หมายความว่า เหมาะสมมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย ตั้งแต่ 1.00 – 1.49 หมายความว่า เหมาะสมน้อยที่สุด

4.2 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิด

## 5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

### 5.1 สถิติพื้นฐาน

5.1.1 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) คำนวณจากสูตร (ล้วน และอังคณา สายยศ .2538)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{N}$$

เมื่อ  $\bar{x}$  แทน คะแนนเฉลี่ย

$\sum X$  แทน ผลรวมของคะแนนในกลุ่ม

$N$  แทน จำนวนผู้เรียนในกลุ่มตัวอย่าง

5.1.2 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D) คำนวณจากสูตร (ล้วน และอังคณา สายยศ.

2538)

$$S.D. = \sqrt{\frac{N\sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum X$  แทน ผลรวมของคะแนนในกลุ่ม

$\sum X^2$  แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

$N$  แทน จำนวนผู้เรียนในกลุ่มตัวอย่าง

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนการวิจัย และปรากฏผลการวิจัย โดยนำเสนอเป็นลำดับตามวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ 2) เพื่อศึกษาผลการทดลองใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีผลของการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาผลการทดลองใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตอนที่ 1 ผลการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

ที่	ความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
1	องค์ประกอบด้านปัจจัยนำเข้า	4.67	0.58	มากที่สุด
2	องค์ประกอบด้านกระบวนการจัดกิจกรรม	4.67	0.58	มากที่สุด
3	องค์ประกอบด้านสื่อสารสนเทศ	4.67	0.58	มากที่สุด
4	องค์ประกอบด้านบุคลากร	5.00	0.00	มากที่สุด
5	องค์ประกอบด้านปัจจัยนำออก	4.67	0.58	มากที่สุด
6	ความเหมาะสมโดยรวมขององค์ประกอบทั้งหมด	4.67	0.58	มากที่สุด
	โดยรวม	4.72	0.46	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของอาจารย์ที่มีต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ความเหมาะสมโดยรวมของรูปแบบที่พัฒนาขึ้น อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.72 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

เท่ากับ 0.46) และเมื่อพิจารณาองค์ประกอบทั้งหมด พบว่า องค์ประกอบด้านบุคคลากร มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.00) และองค์ประกอบด้านปัจจัยนำเข้า องค์ประกอบด้านกระบวนการจัดกิจกรรม องค์ประกอบด้านสื่อสารสนเทศ และองค์ประกอบด้านตัวชี้วัด มีความเหมาะสมอยู่ในระดับ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.58)

## ตอนที่ 2 ศึกษาผลการทดลองใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นและความพึงพอใจของกลุ่มทดลองมีต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตอนที่ 1				
ที่	รายการ	ชาย	หญิง	
1	นักเรียนเป็นเพศ	19	41	
ตอนที่ 2				
ที่	รายการ	ใช่	ไม่ใช่	
1	ท่านรู้จักสาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามมาก่อนหรือไม่	60	0	
2	ทราบแนวทางการเรียนและอาชีพที่สามารถทำได้ในอนาคตของผู้ที่เรียนจบสาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศหรือไม่	45	15	
3	ท่านคิดว่า การจัดกิจกรรมในครั้งนี้ มีประโยชน์ต่อท่านและผู้ที่ต้องการจะเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีหรือไม่	49	11	
4	ท่านคิดว่า สาขาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความน่าสนใจในการศึกษาต่อหรือไม่	45	15	
ตอนที่ 3				
ที่	รายการ	ค่าเฉลี่ย	SD.	ระดับ
1	ความเหมาะสมของเนื้อหาในการจัดกิจกรรม	4.47	0.65	มาก
2	ความรู้และเข้าใจ เกี่ยวกับสาขาการจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่ท่านได้รับ	4.42	0.65	มาก
3	กิจกรรมที่จัดขึ้น มีประโยชน์ต่อท่าน	4.63	0.52	มากที่สุด
4	ข้อมูลที่ท่านได้รับ ตรงกับความต้องการของท่าน	4.52	0.62	มากที่สุด
5	ความเหมาะสมด้านระยะเวลาในการจัดกิจกรรม	4.60	0.56	มากที่สุด
6	ความพึงพอใจของท่านในการจัดกิจกรรมนี้โดยรวม	4.53	0.60	มากที่สุด
โดยรวม		4.53	0.60	มากที่สุด



จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 พบว่า มีนักเรียนเพศชายจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 31.67 และเป็นเพศหญิงจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 68.33 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 พบว่า 1) นักเรียนทุกคนรู้จักมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2) นักเรียนร้อยละ 75 ทราบแนวทางการเรียนและอาชีพในอนาคต 3) นักเรียนร้อยละ 81.67 คิดว่าการจัดกิจกรรมนี้มีประโยชน์ต่อตนเอง และ 4) นักเรียนร้อยละ 73.33 คิดว่าสาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศมีความน่าสนใจที่จะศึกษาต่อ และผลการวิเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 3 พบว่า โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจของกลุ่มทดลองที่มีต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ ในลำดับสูงสุด 3 ลำดับ คือ ความคิดเห็นต่อการจัดกิจกรรมที่จัดขึ้นมีประโยชน์ต่อตนเอง อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.52) ความคิดเห็นต่อความเหมาะสมด้านระยะเวลา อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.56) และความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของกิจกรรมทั้งหมด อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.60)



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยนำเสนอเป็นลำดับ ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัย สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ ดังนี้

5.1.1 เพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ผลการศึกษาความเหมาะสมของรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศที่พัฒนาขึ้น พบว่า ความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศที่พัฒนาขึ้น อยู่ในระดับ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.72 และ S.D. = 0.46)

5.1.2 เพื่อศึกษาผลการทดลองใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มทดลองที่มีต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ 1) นักเรียนทุกคนรู้จักมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2) นักเรียนร้อยละ 75 ทราบแนวทางการเรียนและอาชีพในอนาคต 3) นักเรียนร้อยละ 81.67 คิดว่าการจัดกิจกรรมนี้มีประโยชน์ต่อตนเอง และ 4) นักเรียนร้อยละ 73.33 คิดว่าสาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความน่าสนใจที่จะศึกษาต่อ และผลความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.53 และ S.D. = 0.60)

#### 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ได้ค้นพบประเด็นสำคัญ ที่สมควรนำมาพิจารณา ดังนี้

5.2.1 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มีต่อความเหมาะสมรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่พัฒนาขึ้น อยู่ในระดับ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.72 และ S.D. = 0.46) อาจเป็นเพราะ กิจกรรมที่จัดขึ้นนั้น มีประโยชน์ต่อนักเรียนโดยตรง มีความง่ายต่อการทำความเข้าใจของนักเรียน และเข้าถึงความต้องการของนักเรียน

5.2.2 การวิเคราะห์ผลการทดลองใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มทดลองที่มีต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ 1) นักเรียนทุกคนรู้จักมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม 2) นักเรียนร้อยละ 75 ทราบแนวทางการเรียนและอาชีพในอนาคต 3) นักเรียนร้อยละ 81.67 คิดว่าการจัดกิจกรรมนี้มีประโยชน์ต่อตนเอง และ 4) นักเรียนร้อยละ 73.33 คิดว่าสาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความน่าสนใจที่จะศึกษาต่อ และผลความพึงพอใจโดยรวม อยู่ในระดับ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.53 และ S.D. = 0.60) ทั้งนี้ อาจมีสาเหตุเนื่องจาก กิจกรรมที่จัดขึ้นมีความหลากหลายและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มาณิชาดา เกิดเกษ (2555 : 92-165) เกศริน รัตนพรพรทอง (2555 : 75-132) และสุวิมล สุวรรณณี (2556: 42-49)

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) รูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่พัฒนาขึ้นนี้ สามารถนำไปใช้กับสาขาวิชาอื่นในคณะหรือมหาวิทยาลัย เนื่องจาก เป็นการจัดกิจกรรมที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และเป็นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง

2) การนำรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ ไปใช้งาน ควรปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยอาจปรับตามถนัดของอาจารย์หรือนักศึกษา ก็ได้

3) การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศควรจัดให้มีความหลากหลายของกิจกรรมมากขึ้น อาจมีเกมการศึกษา การจัดกิจกรรมเปิดสาขาวิชาให้บุคคลทั่วไปได้สัมผัส จัดนิทรรศการของสาขาวิชา เป็นต้น

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

รูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นเพียงหนึ่งในหลายวิธีการในการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ ควรมีการหาเทคนิคการประชาสัมพันธ์ใหม่ ๆ การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ เพื่อนำมาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของสาขาวิชา มหาวิทยาลัยและกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจาก แต่ละสาขาวิชา มหาวิทยาลัยและกลุ่มเป้าหมาย มีบริบทที่แตกต่างกัน จึงควรมีการจัดกิจกรรมที่มีความหลากหลาย สามารถนำไปปรับใช้ หรือประยุกต์ใช้กับกลุ่มเป้าหมายได้หลายกลุ่ม ทั้งอาจเป็นนักเรียนสายสามัญ



สายอาชีพ และรวมถึงนักศึกษาแบบสองปีต่อเนื่อง เพื่อสังเกตความเหมือนหรือความแตกต่างว่า แต่ละกลุ่มเป้าหมายมีความต้องการเหมือนกันหรือไม่ แตกต่างกันอย่างไร

### 5.3.3 ข้อสังเกตจากงานวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเลือกกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ที่ง่ายและประหยัดและตนเองมีความถนัด เช่น การเข้าพบนักเรียนหน้าเสาธง การขอเข้าพบเฉพาะกลุ่มในห้องเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง และผู้วิจัยมีเครื่องมืออำนวยความสะดวกครบถ้วน อาทิ คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก แท็บเล็ต และได้รับความช่วยเหลือจากครูแนะแนวเป็นอย่างดี เป็นต้น ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการทดลองด้วยวิธีที่แตกต่างกันออกไป เพื่อให้การวิจัยได้ผลการทดลองที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

## บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2556). *แนวทางการจัดการเรียนรู้ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551*. กรุงเทพฯ.
- กนกทิพย์ สิทธิวงศ์. (2555). *กลยุทธ์การพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เทศบาลเมืองบัวใหญ่ อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา*. รายงานการศึกษาอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- กฤติมา เกียรติขจรพันธ์. (2557). *ความพึงพอใจของผู้รับฟังต่อการดำเนินรายการของสถานีวิทยุ อสมท. กระจายคลื่น FM 105.0 MHz จังหวัดกระบี่*. วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์, 4(2), 15-26.
- เกศริน รัตนพรหมทอง. (2555). *การวิเคราะห์เนื้อหาสารประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดของสินค้าอุปโภคบริโภคบนเฟซบุ๊กแฟนเพจ*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จินตวีร์ เกษมสุข. (2559, ตุลาคม 16). *การประชาสัมพันธ์เบื้องต้น*. [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก <http://www.edupol.org/eduOrganize/eLearning/generalStaff/doc/group10/08/01.pdf>
- ชญาดา ไชยศิลป์. (2556). *การประชาสัมพันธ์ของเทศบาลตำบล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ณัฏพร วรคุณพิเศษ. (2556). *การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. สารนิพนธ์การศึกษา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- \_\_\_\_\_. (2557, กุมภาพันธ์ 5) *การพัฒนาการวิจัยโดยใช้รูปแบบ* [ออนไลน์]. สืบค้นจาก [www.watpon.com/boonchom/08.doc](http://www.watpon.com/boonchom/08.doc)
- ปฐม สุทธิโรจน์. (2555). *การศึกษาและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต สาขาการศึกษามหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- พลอยนรินทร์ คำภีร์พันธ์. (2555). *ผลกระทบของการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการตลาดของธุรกิจเครื่องสำอางในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- พิสุทธา อารีราษฎร์. (2551). *การพัฒนาซอฟต์แวร์ทางการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 1. มหาสารคาม : หจก.

อภิชาติการพิมพ์.

พิสนุ พงศ์ศรี. (2554). *การสร้างและพัฒนาเครื่องมือวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : บริษัทด้านสุทธา  
การพิมพ์ จำกัด.

มนต์ชัย เทียนทอง. (2545). *การออกแบบและพัฒนาคอร์สแวร์สำหรับบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน*.

กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

\_\_\_\_\_. (2549). *สถิติและวิธีการวิจัยทางเทคโนโลยีสารสนเทศ*. กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์  
อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. (2554). *แผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ฉบับที่  
11 (พ.ศ. 2555-2559)*. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

\_\_\_\_\_. (2559). *แผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)*.  
มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

ล้วน สายยศและอังคณา สายยศ. (2538). *เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 5) กรุงเทพฯ :  
สุวีรียาสาส์น.

วรพงษ์ พิรอด. (2555). *การเข้าถึงเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ*.

วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สุวิมล สุวรรณิ. (2556). *ผลกระทบของการประชาสัมพันธ์การตลาดเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อภาพลักษณ์  
องค์กรของธุรกิจโรงแรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สกุณี โคมลธิพงษ์. (2555). *การใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อการพัฒนาเด็กและ  
เยาวชน*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2553). *ระเบียบวิธีวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 4. มหาสารคาม : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย  
มหาสารคาม.

สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2542). *ราชกิจจานุเบกษา*. กรุงเทพฯ:กระทรวงศึกษาธิการ.

สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2547). *ราชกิจจานุเบกษา*. กรุงเทพฯ:กระทรวงศึกษาธิการ.

Bernard, Chester I. (1953). *The Function of the Executive*. Cambridge, Massachusetts  
: Harvard University Prees.

Gilmer, Van Haller B. and Others. (1971). *Industrial and Organization Psychology*.  
New York : McGraw-Hill Book.

Herzberg, Frederik, Mausner, Bernard And Snyderman, Barbara B. (1959). *The*



*Motivation to New York.* New York : John Willay & sons.

Maslow. Abraham H. (1970). *Motivation and Personality.* 2d ed. ; New York : Harper & Row Publisher Inc.



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ภาคผนวก ก

- รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการประเมินความสอดคล้องของเครื่องมือ
- รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการประเมินรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการประเมินความสอดคล้องของเครื่องมือ

- |                            |                             |
|----------------------------|-----------------------------|
| 1. อาจารย์วรรณพร สารภักดี  | อาจารย์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ |
| 2. อาจารย์นราธิป ทองปาน    | อาจารย์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ |
| 3. อาจารย์อุมาภรณ์ เหล็กดี | อาจารย์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ |



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินรูปแบบการประชาสัมพันธ์  
สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ

1. อาจารย์ทรงพล นามคุณ อาจารย์คณะวิศวกรรมศาสตร์
2. อาจารย์ธเนศ ยืนสุข อาจารย์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
3. อาจารย์นฤมล อินทirkษ์ อาจารย์คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ภาคผนวก ข

1. แบบประเมินรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ
2. แบบสอบถามความพึงพอใจ



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY





**แบบประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการจัดการเรียนรู้ด้วยการบูรณาการ  
เทคนิค เค ดับเบิ้ลยู แอล พลัสกับการวิจัย**

**คำชี้แจง**

1. แบบประเมินฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อศึกษาความเหมาะสมของรูปแบบที่พัฒนาขึ้น โดยการตอบแบบประเมินเป็นการตอบเพื่อใช้ในงานวิจัยทางการศึกษาเท่านั้น

2. โปรดกรอกข้อความลงในช่องว่างหรือเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง และความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

**1. ระดับการศึกษาของท่าน**

1. ปริญญาตรี  2. ปริญญาโท  3. ปริญญาเอก  4. อื่น ๆ .....

2. ความเห็นของท่านเกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับกิจกรรมการเรียนการสอน โดยบูรณาการการจัดการเรียนรู้การจัดการเรียนรู้ แบบใช้ปัญหาเป็นฐานกับการบริการวิชาการ

ที่	รูปแบบการเรียนรู้	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	องค์ประกอบด้านปัจจัยนำเข้า					
2	องค์ประกอบด้านกระบวนการจัดกิจกรรม					
3	องค์ประกอบด้านสื่อสารสนเทศ					
4	องค์ประกอบด้านบุคลากร					
5	องค์ประกอบด้านปัจจัยนำออก					
6	ความเหมาะสมโดยรวมขององค์ประกอบทั้งหมด					

**3. ข้อเสนอแนะ**

.....

.....

.....

ขอขอบคุณเป็นอย่างสูง

กิริติ ทองเนตร

ผู้วิจัย



แบบสอบถามการรับรู้และความคิดเห็นในการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์  
แนวทางการศึกษาต่อ สาขา การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ

คำชี้แจง แบบสอบถามโปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้า  ที่ท่านคิดว่าตรงกับความคิดเห็นและความเป็นจริงมากที่สุด  
ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ  1) ชาย  2) หญิง

2. โรงเรียน/สถาบันการศึกษา.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลการรับรู้ผลการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์แนวทางการศึกษาต่อ สาขาการจัดการเทคโนโลยี

1. ท่านรู้จักสาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามมาก่อนหรือไม่  
 1) ใช่  2) ไม่ใช่

2. ท่านทราบแนวทางการเรียนและอาชีพที่สามารถทำได้ในอนาคตของผู้ที่เรียนจบสาขาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศหรือไม่  
 1) ใช่  2) ไม่ใช่

3. ท่านคิดว่า การจัดกิจกรรมในครั้งนี้ มีประโยชน์ต่อท่านและผู้ที่ต้องการจะเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีหรือไม่  
 1) ใช่  2) ไม่ใช่

4. ท่านคิดว่า สาขาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความน่าสนใจในการศึกษาต่อหรือไม่  
 1) ใช่  2) ไม่ใช่

5. ข้อเสนอแนะ(โปรดระบุ).....

ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่าน  
5 -มากที่สุด, 4-มาก, 3-ปานกลาง, 2-น้อย, 1-น้อยที่สุด

ที่	รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ				
		5	4	3	2	1
1	ความเหมาะสมของเนื้อหาในการจัดกิจกรรม					
2	ความรู้และเข้าใจ เกี่ยวกับสาขาการจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่ท่านได้รับ					
3	กิจกรรมที่จัดขึ้น มีประโยชน์ต่อท่าน					
4	ข้อมูลที่ท่านได้รับ ตรงกับความต้องการของท่าน					
5	ความเหมาะสมด้านระยะเวลาในการจัดกิจกรรม					
6	ความพึงพอใจของท่านในการจัดกิจกรรมนี้โดยรวม					

3.1 ข้อเสนอแนะ(โปรดระบุ).....

ภาคผนวก ค

1. ผลการประเมินความสอดคล้องของรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ
2. ผลการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถามความพึงพอใจ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY



ตารางที่ ค.1 ผลการประเมินความสอดคล้องของรูปแบบการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาการจัดการ  
เทคโนโลยีสารสนเทศ

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			IOC	สรุปผล
		1	2	3		
1	องค์ประกอบด้านปัจจัยนำเข้า	+1	+1	+1	1.00	เหมาะสม
2	องค์ประกอบด้านกระบวนการจัดกิจกรรม	+1	+1	+1	1.00	เหมาะสม
3	องค์ประกอบด้านสื่อสารสนเทศ	+1	+1	+1	1.00	เหมาะสม
4	องค์ประกอบด้านบุคลากร	+1	+1	+1	1.00	เหมาะสม
5	องค์ประกอบด้านปัจจัยนำออก	+1	+1	+1	1.00	เหมาะสม
6	ความเหมาะสมโดยรวมขององค์ประกอบทั้งหมด	+1	+1	+1	1.00	เหมาะสม



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ ค.2 ผลการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถามความพึงพอใจ

ข้อที่	ข้อความคำถาม	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			IOC	สรุปผล
		1	2	3		
1	ความเหมาะสมของเนื้อหาในการจัดกิจกรรม	+1	+1	+1	1.00	เหมาะสม
2	ความรู้และเข้าใจ เกี่ยวกับสาขาการจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่ท่านได้รับ	+1	+1	+1	1.00	เหมาะสม
3	กิจกรรมที่จัดขึ้น มีประโยชน์ต่อท่าน	+1	+1	+1	1.00	เหมาะสม
4	ข้อมูลที่ท่านได้รับ ตรงกับความต้องการของท่าน	+1	+1	+1	1.00	เหมาะสม
5	ความเหมาะสมด้านระยะเวลาในการจัดกิจกรรม	+1	+1	+1	1.00	เหมาะสม
6	ความพึงพอใจของท่านในการจัดกิจกรรมนี้โดยรวม	+1	+1	+1	1.00	เหมาะสม

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล

กীরติ ทองเนตร

วัน เดือน ปี เกิด 8 เมษายน 2525

ภูมิลำเนา

143/7 ถ.นาควิชัย ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม 44000

ที่อยู่ปัจจุบัน

242 ม. 12 ถ.สารคาม-วาปี ต.แวงน่าง อ.เมือง จ.มหาสารคาม 44000

## ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี สาขาวิชา วิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ปริญญาโท สาขาวิชา บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ปริญญาเอก สาขาวิชา การจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม (กำลังศึกษา)

## การทำงาน

อาจารย์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม พ.ศ. 2554-ปัจจุบัน

อาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬสินธุ์ พ.ศ. 2553

บุคลากรทางการศึกษา โรงเรียนผดุงนารี มหาสารคาม พ.ศ. 2551-2553

## งานวิจัย/ผลงานวิจัย

กীরติ ทองเนตร. (2553). การศึกษาผลการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญด้วยเทคนิค KWL+. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

กীরติ ทองเนตร. (2554). การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ด้วยเทคนิค KWL+ ผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

กীরติ ทองเนตร. (2555). การศึกษาผลการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญโดยการบูรณาการการเรียนการสอนเข้ากับการบริการวิชาการ รายวิชาสัมมนาเทคโนโลยีสารสนเทศ. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

กীরติ ทองเนตร. (2556). การสำรวจความพึงพอใจกองบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

กীরติ ทองเนตร. (2556). การพัฒนารูปแบบการเรียนรู้แบบผสมผสานผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

กীরติ ทองเนตร. (2557). การพัฒนาการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยบูรณาการการจัดการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐานกับการบริการวิชาการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.