

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์
ของนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงใหม่

USES AND GRATIFICATIONS IN PUBLIC RELATIONS MEDIA
OF RAJABHAT INSTITUTE CHIANGMAI'S STUDENTS



นางสาวนันทนา ศรีสุข



ใบรับรองปัญหาพิเศษ
โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์)

ปริญญา

นิเทศศาสตร์

ส่งเสริมการเกษตร

สาขาวิชา

ภาควิชา

เรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาสถาบันราชภัฏ
เชียงใหม่

USES AND GRATIFICATIONS IN PUBLIC RELATIONS MEDIA OF RAJABHAT
INSTITUTE CHIANGMAI'S STUDENTS

นามผู้วิจัย นางสาวนันทนา ศรีสุข

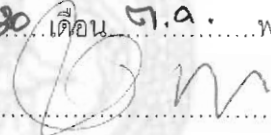
ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา


(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์)

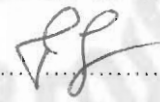
วันที่ 30 เดือน ๓.๑. พ.ศ. ๒๕๔๕

กรรมการที่ปรึกษา


(รองศาสตราจารย์ ดร.ชูเกียรติ ลิ้มสุวรรณ)

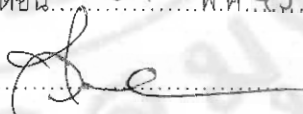
วันที่ 31 เดือน ๓.๑ พ.ศ. ๔๕

กรรมการที่ปรึกษา


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อิทธิพร วรรณกุล)

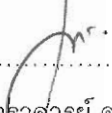
วันที่ 31 เดือน ๓.๑ พ.ศ. ๔๕

หัวหน้าภาควิชา


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระพล ทองมา)

วันที่ 31 เดือน ๓.๑๑.๕ พ.ศ. ๒๕๔๕

โครงการบัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว


(รองศาสตราจารย์ ดร.เทพ พงษ์พานิช)

ประธานกรรมการโครงการบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 13 เดือน ๓.๑๑.๕ พ.ศ. ๒๕๔๕

บทคัดย่อ

บทคัดย่อปัญหาพิเศษ เสนอต่อโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ ความสมบูรณ์แห่งปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ ของนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงใหม่

โดย

นางสาวนันทนา ศรีสุข

ตุลาคม 2545

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์
ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่กับความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับและการนำข่าวสารที่ได้รับ ไปใช้ประโยชน์ โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ กำลังศึกษาชั้นปีที่ 1-4 ประจำปีการศึกษา 2544 ซึ่งได้มาจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 270 คน เครื่องมือที่ใช้ในการ วิจัยได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลด้วย โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS/PC⁺ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.6 เพศชายมีเพียงร้อยละ 37.4 มีรายได้ ต่อเดือนเฉลี่ย 5,970 บาท นักศึกษาร้อยละ 77.7 มีลักษณะการครอบครองสื่อวิทยุโทรทัศน์
2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ พบว่า นักศึกษา ร้อยละ 34.8 เปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ จากประกาศทั่วไปเป็นอันดับหนึ่ง ด้วยความถี่ใน การเปิดรับข่าวสารเฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง รองลงมานักศึกษาร้อยละ 28.9 ติดตามอ่านข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ จากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง โดยร้อยละ 72.3 เปิด รับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากหนังสือพิมพ์ไทยนิวส์ นักศึกษาร้อยละ 28.1 ติดตามอ่านข่าวสาร ประชาสัมพันธ์จากป้ายไฟวิ่ง เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง นักศึกษาร้อยละ 33.3 ใช้บริการด้านข้อมูล ข่าวสารจากหน่วยติดต่อสอบถาม เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง นักศึกษาร้อยละ 34.8 เปิดรับข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ จากนิทรรศการเฉลี่ยเดือนละ 2 ครั้ง นักศึกษาร้อยละ 30.4 ติดตาม

อ่านข่าวสารประชาสัมพันธ์จากจดหมายข่าวพิงค์ราชมัญฉเลียเดือนละ 1 ฉบับ นักศึกษาร้อยละ 33.3 ติดตามอ่านข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ จากหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง ฉเลียเดือนละ 5 ครั้ง โดยร้อยละ 63.4 เปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ นักศึกษาร้อยละ 32.9 ติดตามรับฟังข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ จากสถานีวิทยุกระจายเสียง ฉเลียเดือนละ 5 ครั้ง โดยร้อยละ 47.8 เปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงใหม่ นักศึกษาร้อยละ 23.3 ค้นคว้าข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ จากอินเทอร์เน็ต ฉเลียเดือนละ 5 ครั้ง นักศึกษาร้อยละ 37.8 ติดตามรับชมข่าวสารประชาสัมพันธ์จากวิทยุโทรทัศน์ โดยร้อยละ 91 เปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 จังหวัดเชียงใหม่ และนักศึกษาร้อยละ 32.2 ติดตามรับฟังรายการวิทยุเสียงจากราษฎร ฉเลียเดือนละ 1 ครั้ง

3. ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อองค์ประกอบในด้านต่าง ๆ ของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ ค่าคะแนนฉเลียได้แก่ ความพึงพอใจต่อหน่วยติดต่อสอบถาม การจัดนิทรรศการ จดหมายข่าวพิงค์ราชมัญ การนำเสนอข่าวผ่านหนังสือพิมพ์ส่วนกลางและท้องถิ่น การเสนอข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต ป้ายไฟวิ่ง รายการวิทยุเสียงจากราษฎร การนำเสนอข่าวทางวิทยุกระจายเสียง ประกาศทั่วไป และการนำเสนอข่าวผ่านวิทยุโทรทัศน์ ตามลำดับ

4. การใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง โดยนักศึกษาระบุว่า ทำให้เป็นคนที่ทันต่อเหตุการณ์ ได้รับทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวของกิจกรรมต่าง ๆ ภายในสถาบันฯ ตลอดเวลา

ส่วนข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ นั้น นักศึกษาส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ตามลำดับ คือ ควรมีการเข้าเวลาของสถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ควรเพิ่มจำนวนที่ตั้งของประกาศทั่วไป ควรปรับปรุงข่าวสารในอินเทอร์เน็ตให้ทันสมัยอยู่เสมอ ควรปรับปรุงสถานที่ติดตั้งป้ายไฟวิ่งที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน ควรมีการเข้าเวลาของสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ควรมีการเพิ่มบริเวณที่จัดแสดงนิทรรศการมากขึ้น ควรปรับปรุงรูปแบบของรายการวิทยุเสียงจากราษฎรให้น่าสนใจ ควรปรับปรุงรูปแบบของหัวข้อจดหมายข่าวพิงค์ราชมัญให้น่าสนใจ ควรปรับปรุงรูปแบบการเขียนข่าว บทความและภาพข่าวของหนังสือพิมพ์ส่วนกลางและท้องถิ่นให้น่าสนใจ การให้บริการข้อมูลข่าวสารของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ควรให้มีความสะดวกรวดเร็วและสร้างความประทับใจแก่ผู้มารับบริการ และควรมีการติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิดเพื่อรายงานข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวของทุกหน่วยงานภายในสถาบันฯ

ABSTRACT

Abstract of the special problem submitted to the Graduate School Project of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Communications

USES AND GRATIFICATIONS IN PUBLIC RELATIONS MEDIA OF RAJABHAT INSTITUTE CHIANGMAI' S STUDENTS

By

NANTANA SRESUK

OCTOBER 2002

Chairman: Associate Professor Dr. Wittaya Damrongkiattisak

Department/Faculty: Agricultural Extension / Agricultural Business

The purposes of this research were: 1) to study the ways in which students of the Rajabhat Institute Chiang Mai make use of public relations media; 2) to determine their level of satisfaction with public relations media and how best to apply them. The sample group of people was 270 first year to fourth year students in the academic year 2001 from Rajabhat Institute. Questionnaires and SPSS/PC program were used. The results were as follows:

1. 62.6% of the sample group were female and 37.4% were male. Their average income was 5,970 Baht per month. 77% of the students owned a television.

2. For making use of public relations media, it was found that 34.8% of the students received the information from the institute 15 times per month. Next, 28.9% of the students read local newspapers to follow the movements of the institute on average 5 times a month. 72.3% of these students read the Thai News newspapers. 28.1% of the students read illuminated advertisement 15 times per month; 33.3% of the students asked for information from the information desk 5 times a month; 34.8% received information from exhibitions twice a month; 30.4% followed the media from Pink

Rajabhat newsletters, 1 issue a month; 33.3% received the news from public newspapers 5 times a month and 63.4% of these gained the information from Thai Rat newspapers. 32.9% received information from radio broadcast programs 5 times a month and 47.8% of these gained the news from the Radio Broadcasting of Thailand, Chiang Mai; 23.3% searched the internet 5 times a month on average. 37.8% of the students gained information from television broadcast programme once a month and 91% of these watched Channel 11, Chiang Mai and 32.2% the students listened to Rajabhat radio programs once a month on average.

3. For the gratification of the students on different factors of public relations media, at a medium level: namely; the satisfaction on information desk, exhibitions, Pink Rajabhat newsletters, local and public newspapers, information from the internet, illuminated advertisement, Rajabhat radio program, radio broadcasts, general public relations media and televisions, respectively.

4. Application from varieties of public relations media was at a medium level. The students identified that the media kept them up-to-date as from receiving the movements in the institute constantly.

For the suggestion of the public relations media, the students' suggestion in order of importance were as follows. 1) the institute should have expanded the time of the television broadcasts of the media of the institute; 2) it should have provided more locations of bulletins; 3) the institute should have improved the web site by keeping it up-to-date; 4) the illuminated advertisement should have been located in more noticeable places; 5) it should have extended the time of radio broadcasting; 6) it should have mounted more exhibitions, and improved the radio programs to make them more interesting; 7) the banner headlines of the newsletters should have been more attractive and the style of writing news or articles, and the photos in local and public newspapers should have been more interesting; 8) the service from information officers should have been faster and should have made a better impression on the people who needed the service; 9) the institute should have installed closed circuit televisions to report information from every department in the institute.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ จะสำเร็จลุล่วงด้วยดีไม่ได้ หากไม่ได้รับความเมตตาจากอาจารย์ที่ปรึกษาทั้ง 3 ท่าน คือ รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ ประธานกรรมการที่ปรึกษารองศาสตราจารย์ ดร.ชูเกียรติ ลีสุวรรณ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีรภัทร วรรณกุล กรรมการที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำปรึกษาตรวจสอบและแก้ไขงานวิจัยสำเร็จ

ขอขอบพระคุณอาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ทุกท่าน และอาจารย์ประจำภาควิชาการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ทุกท่านที่เป็นกำลังใจและให้คำปรึกษาจนลูกศิษย์ประสบความสำเร็จ ในการเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากคณาจารย์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี และเจ้าหน้าที่สำนักส่งเสริมวิชาการ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ รวมทั้งขอขอบพระคุณ พี่ ๆ เพื่อน ๆ ทุกคนที่ได้ให้คำปรึกษาช่วยเหลือเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยตลอดมา

สุดท้ายผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และสมาชิกทุกคนในครอบครัวที่คอยให้ความรักความห่วงใย ซึ่งเป็นพลังอันยิ่งใหญ่จนทำให้ผู้วิจัยมีกำลังใจกำลังใจในการทำงานวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

นันทนา ศรีสุข

ตุลาคม 2545

สารบัญเรื่อง

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญเรื่อง	(8)
สารบัญตาราง	(11)
สารบัญภาพ	(15)
 บทที่ 1 บทนำ	 1
ปัญหาการวิจัย	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
ขอบเขตของการวิจัย	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
นิยามศัพท์ปฏิบัติการ	8
 บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	 10
แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการสื่อสารในการประชาสัมพันธ์	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม การเลือกเปิดรับสื่อ	13
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	16
สื่อประชาสัมพันธ์	19
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
ภาคสรุป	25
กรอบแนวความคิดในการวิจัย	27
 บทที่ 3 วิธีการวิจัย	 28
สถานที่ดำเนินการวิจัย	28
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	28

สารบัญเรื่อง (ต่อ)

	หน้า
ตัวแปรและการวัดตัวแปร	30
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	31
การทดสอบเครื่องมือ	33
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	33
การวิเคราะห์ข้อมูล	34
บทที่ 4 ผลการวิจัย และวิจารณ์	36
ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรม的开รับสื่อ ประชาสัมพันธ	37
1.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักศึกษา	37
1.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธต่าง ๆ ของสถาบัน ราชภัฏเชียงใหม่	42
ตอนที่ 2 ความพึงพอใจและการนำข่าวสารประชาสัมพันธไปใช้ ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ	55
2.1 ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อสื่อประชาสัมพันธ	55
2.2 การนำข่าวสารประชาสัมพันธของสถาบันฯ ไปใช้ ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ	74
2.3 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ	76
บทที่ 5 สรุป และข้อเสนอแนะ	92
สรุปผลการวิจัย	92
ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรม的开รับสื่อ ประชาสัมพันธ	92
1.1 บั้จจยส่วนบุคคล	92
1.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธประเภทต่าง ๆ ของสถาบันราชภัฏเชียงใหม่	93

สารบัญเรื่อง (ต่อ)

	หน้า
ตอนที่ 2 ความพึงพอใจและการนำข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปใช้	
ประโยชน์ ในด้านต่าง ๆ	95
2.1 ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อสื่อประชาสัมพันธ์	95
2.2 การนำข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ	97
2.3 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์	97
ข้อเสนอแนะ	99
บรรณานุกรม	107
ภาคผนวก	111
ภาคผนวก ก ตารางภาคผนวก แสดงกลุ่มตัวอย่าง	112
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	131
ภาคผนวก ค ประวัติผู้วิจัย	145

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนนักศึกษาของสถาบันราชภัฏเชียงใหม่	29
2 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	40
3 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับ ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางหน่วยติดต่อสอบถาม	48
4 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับ ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางจดหมายข่าวฟังก์ชันราชภัฏ	48
5 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับ ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางประกาศทั่วไป	49
6 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับ ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางอินเทอร์เน็ต	49
7 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับ ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางรายการวิทยุกระจายเสียง “เสียงจากราชภัฏ”	50
8 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับ ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางป้ายไฟวิ่ง	50
9 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับ ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางนิทรรศการ	51
10 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับ ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางวิทยุกระจายเสียง	51
11 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามการเปิดรับ ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงต่าง ๆ	52
12 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับ ข่าวประชาสัมพันธ์ ของสถาบันฯ ทางวิทยุโทรทัศน์	52
13 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามการเปิดรับ ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ต่าง ๆ	53

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
14	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับ ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง	53
15	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามการเปิดรับ ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ จากหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง	54
16	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับ ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	54
17	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามการเปิดรับ ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	55
18	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามระดับความพึงพอใจ ต่อหน่วยติดต่อสอบถาม (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์)	62
19	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามระดับความพึงพอใจ ต่อจดหมายข่าวฟิงค์ราชภัฏ	63
20	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามระดับความพึงพอใจ ต่อประกาศทั่วไป	65
21	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามระดับความพึงพอใจ ต่ออินเทอร์เน็ตของสถาบันฯ	66
22	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามระดับความพึงพอใจ ต่อรายการวิทยุเสียงจากราชภัฏ	67
23	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามระดับความพึงพอใจ ต่อป้ายไฟวิ่ง	68
24	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามระดับความพึงพอใจ ต่อนิทรรศการ	69
25	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามระดับความพึงพอใจ ต่อวิทยุกระจายเสียง	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
26 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามระดับความพึงพอใจ ต่อวิทยุโทรทัศน์	71
27 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามระดับความพึงพอใจ ต่อหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง	72
28 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามระดับความพึงพอใจ ต่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	73
29 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามระดับการใช้ประโยชน์ ต่อสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ	75
30 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามข้อเสนอแนะ ในการปรับปรุงวิทยุโทรทัศน์	81
31 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามข้อเสนอแนะ ในการปรับปรุงประกาศทั่วไป	82
32 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามข้อเสนอแนะ ในการปรับปรุงอินเทอร์เน็ต	83
33 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามข้อเสนอแนะ ในการปรับปรุงป้ายไฟวิ่ง	84
34 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามข้อเสนอแนะในการปรับปรุง วิทยุกระจายเสียง	85
35 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามข้อเสนอแนะในการปรับปรุงนิทรรศการ	86
36 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามข้อเสนอแนะในการปรับปรุง รายการวิทยุเสียงจากราษฎร	87
37 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามข้อเสนอแนะในการปรับปรุง จดหมายข่าว ฟังค์ราษฎร์	88
38 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามข้อเสนอแนะในการปรับปรุง หนังสือพิมพ์ส่วนกลางและท้องถิ่น	89

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
39	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามข้อเสนอแนะในการปรับปรุง หน่วยติดต่อสอบถาม (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์)	90
40	จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามข้อเสนอแนะในการปรับปรุง สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอื่น ๆ	91



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 องค์ประกอบของการสื่อสาร	11
2 แบบจำลอง Expectancy-Value Theory	17
3 องค์ประกอบของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	18
4 กรอบแนวความคิดในการวิจัย	27

บทที่ 1
บทนำ
(INTRODUCTION)

จากแผนงานประชาสัมพันธ์ด้านการศึกษารัฐบาลที่มุ่งมั่นจะพัฒนาคุณภาพ การศึกษาและขยายโอกาสให้ทั่วถึงคนทุกกลุ่ม เพื่อให้การศึกษาเป็นกระบวนการพัฒนาคนให้มี ชีตความสามารถเต็มศักยภาพมีคุณภาพชีวิตที่ดี และเป็นแรงผลักดันที่สำคัญต่อการพัฒนา ประเทศให้เจริญรุ่งเรืองต่อไป ทั้งนี้เป็นไปตามแนวคิดทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ ฉบับที่ 8 ซึ่งมุ่งพัฒนาคนให้มีโอกาส มีความเสมอภาคที่จะได้รับการพัฒนาให้เป็นไปตาม ศักยภาพอย่างเต็มที่ ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สติปัญญาและความสามารถ เพื่อให้เป็นคนดี มีสุขภาพ ดี มีความสุขและคุณธรรม มีความรู้ความสามารถอยู่ในสังคมได้อย่างมีคุณค่าทุกช่วงวัยของชีวิต เป็นปัจจัยชี้ขาดความสำเร็จของการพัฒนาสังคมและการพัฒนาใน ทุก ๆ เรื่อง ดังนั้นการดำเนิน เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงนโยบายของรัฐบาลดังกล่าวของส่วนราชการและองค์กรต่าง ๆ โดย ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับบุคลากรภายในและภายนอกองค์กร จึงมีความสำคัญยิ่งต่อการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย (คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ, 2540: 58)

สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ เป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น มีภารกิจหลักตาม พระราชบัญญัติสถาบันราชภัฏ พ.ศ. 2538 ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การให้การศึกษาวิชาการและ วิชาชีพชั้นสูง การวิจัยการให้บริการทางวิชาการแก่สังคม การปรับปรุงถ่ายทอดและพัฒนา เทคโนโลยี การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและส่งเสริมวิทยฐานะครู ซึ่งภารกิจหลักดังกล่าวมีความ จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างและผลักดัน ให้เกิดความเข้าใจอันดีเกิดขึ้นในกลุ่มบุคลากรภายในและภายนอกสถาบัน (ศูนย์ประชาสัมพันธ์ สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ, 2542: 1)

การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารของสถาบัน องค์กร หน่วยงานกับประชาชน หรือสังคมเพื่อเป็นการพัฒนาสร้างเสริมฟื้นฟูธำรงรักษาภาพพจน์สัมพันธ์ภาพอันดีให้ได้รับการ สนับสนุน รักใคร่ นับถือ นิยมยกย่อง เลื่อมใสศรัทธา ฯลฯ (วิจิตร อวระกุล, 2534ก: 1)

สุบินศิริ เนาว์ถิ่นสุข (2542: 111) กล่าวว่า การพยายามด้านการประชาสัมพันธ์ ถูกมองว่าเป็นเพียงกิจกรรมสื่อสารภายนอกองค์กร ในขณะที่การรวบรวมข้อมูลจากบรรดาผู้ที่เกี่ยวข้อง

ภายในองค์การ ตลอดจนการให้ข้อมูลแก่บุคคลเหล่านั้นถือกันว่าเป็นตัวจักรสำคัญในการประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิผล

ฉะนั้นในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ ย่อมต้องอาศัยสื่อ (media) ซึ่งหมายถึง พาหนะ หรือช่องทางในการนำสารไปยังผู้รับ โดยการวางแผนการใช้สื่ออย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (สวนิต ยมาภัย, 2526: 61)

ในการสื่อสารที่มีประสิทธิผลนั้น จำเป็นที่จะต้องศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสาร เพื่อทราบถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ของผู้รับสารที่มีผลต่อการรับรู้และการตีความสารที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้การสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จย่อมมีมากขึ้น (ดวงพร คำบุญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง, 2541: 19)

การวิจัยที่ใช้แนวทางการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร (uses and gratifications approach) เป็นแนวทางการวิจัยที่พิจารณาผู้รับสารในลักษณะ active รู้จักเลือกใช้สื่อตามความต้องการของตนเอง แนวทางการวิจัยเช่นนี้จะเป็นการวิเคราะห์ปัจเจกบุคคล เนื่องจากเชื่อว่าบุคคลแต่ละคนมีความต้องการที่แตกต่างกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2541: 173)

ดังนั้นการศึกษากการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ถือได้ว่าเป็นการศึกษาถึงความต้องการของนักศึกษาที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สามารถนำความรู้ที่ได้รับมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาทางด้านการศึกษา นอกจากนี้ยังเชื่อประโยชน์ต่อแวดวงนิเทศศาสตร์ ด้านการประชาสัมพันธ์ สามารถกำหนด กลยุทธ์เทคนิควิธีการในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้นต่อไป

ปัญหาการวิจัย

(Research Problem)

สำนักงานสภาพัฒนาการศึกษามีภารกิจในการส่งเสริม สนับสนุน กำกับดูแลให้คำแนะนำปรึกษาเพื่อให้สถาบันราชภัฏมีความคล่องตัวในการบริหารจัดการ มีความแข็งแกร่งทางวิชาการรองรับการจัดการศึกษาในระดับปริญญาตรีและสูงกว่า เตรียมความพร้อมในการเป็นนิติบุคคล ออกนอกระบบราชการ มีส่วนร่วมส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการศึกษาในท้องถิ่น ตามนโยบายปฏิรูปการศึกษาและพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 มาตรา 28, 35, 40, 59, 69 และ 70 ต้องพัฒนาความแข็งแกร่งทางวิชาการ การบริหารจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษา

ให้เข้มแข็งมากยิ่งขึ้น เพราะนับวันการแข่งขันการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาจะมีความรุนแรงมากขึ้น ปัจจุบันเป็นยุคข้อมูลข่าวสารไร้พรมแดนที่ทุกคนต่างแสวงหาและรับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ ซึ่งหากผู้รับไม่มีความชัดเจนในข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดต่อหน่วยงานและองค์กรได้ (ศูนย์ประชาสัมพันธ์ สำนักงานสถาบันราชภัฏ, 2542: 1)

สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ เป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น ดำเนินการวิจัยให้บริการวิชาการแก่สังคม ปรับปรุงถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยี ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ผลิตครูและส่งเสริมวิทยฐานะครู มีการปรับบทบาท หน้าที่ และโครงสร้างของสถาบันฯ ให้รองรับกับการปฏิรูปการศึกษา เพื่อให้บุคลากรภายในและภายนอกตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้ความเข้าใจในแนวทางที่ถูกต้องตามข้อเท็จจริงต่อให้เกิดความร่วมมือ เลื่อมใสศรัทธาต่อสถาบันฯ จึงจำเป็นต้องเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ โดยมีฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมต่าง ๆ ของสถาบันฯ เพื่อสื่อสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อกิจกรรมพิเศษ ในการสร้างความรู้ความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นในกลุ่มบุคลากรภายในและภายนอกสถาบันฯ (ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่, 2542: 4)

จะเห็นได้ว่าการประชาสัมพันธ์ภายใน เป็นการประชาสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรภายในองค์กรเพื่อส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในวัตถุประสงค์ นโยบาย เป้าหมายและอุดมการณ์ขององค์กร ทำให้เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมในความสำเร็จ มีความภาคภูมิใจในหน่วยงานนั้น ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์ภายในเป็นเรื่องที่สำคัญมากเป็นอันดับแรก ตลอดจนมีผลกระทบโดยตรงต่อการประชาสัมพันธ์ภายนอก เพราะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภายนอกจะไม่ประสบความสำเร็จ ลุล่วงไปได้ หากปราศจากการประชาสัมพันธ์ภายในหรือการประชาสัมพันธ์ภายในล้มเหลว (พัชนี เที่ยจรรยา, 2541: 53)

ปัจจุบันการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ มีดังนี้

1. สื่อบุคคล ได้แก่ งานหน่วยติดต่อบริการ ตั้งอยู่ชั้นล่างใกล้ทางเข้าอาคารสำนักงานอธิการบดี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ มีป้ายบอกชัดเจนที่จะช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาติดต่อสอบถาม โดยมีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์สลับเปลี่ยนหมุนเวียนกันปฏิบัติงานคอยบริการให้คำแนะนำด้านข้อมูลข่าวสารของสถาบันฯ เป็นประจำทุกวัน จันทร์-ศุกร์ ตั้งแต่เวลา 08.00-20.30 น. วันเสาร์-อาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 08.30-16.30 น.

2. สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่

- จัดหมายข่าว "พิงค์ราชภัฏ" ออกเผยแพร่ราย 3 วัน ทุกวันจันทร์, พุธ, วันศุกร์ ของสัปดาห์ รูปแบบของหัวจดหมายข่าวพิงค์ราชภัฏมี 2 สี คือ สีดำ-เหลือง ซึ่งเป็นสีประจำของ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ เนื้อหาประกอบด้วย ข่าว ปฏิทินกิจกรรม บทความ สารสั้นจากอธิการบดี ข่าวบริการ รับสมัคร ประกวดราคา ข่าวการเดินทางไปราชการ ประมวลภาพกิจกรรม สุขสันต์วันเกิดอาจารย์ สาระน่ารู้ต่าง ๆ แนะนำเว็บไซต์ที่น่าสนใจ จัดหมายข่าวมีขนาด เอ 4 เย็บมุมจำนวน 2-4 หน้า ออกแบบและจัดหน้า 2-3 คอลัมน์ ถ่ายเอกสารระบบดิจิตอล ผลิตเผยแพร่ครั้งละ 500 ฉบับ

- ประกาศทั่วไป เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ภายในสถาบันฯ มีลักษณะเป็นข่าวสารประเภทข้อความสั้น ๆ เข้าใจง่าย จัดทำขึ้นเพื่อแจ้งข่าวสารหรือโน้มน้าวใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ออกแบบและจัดพิมพ์ลงบนกระดาษสีสันต่าง ๆ มีขนาดตั้งแต่เอ 4 ขึ้นไป โดยมีการปิดประกาศตามแท่นติดประกาศที่วางไว้ตามจุดต่าง ๆ ภายในสถาบันฯ ได้แก่ บริเวณหน้าห้องประชาสัมพันธ์ 2 แท่น หน้าอาคารราชภัฏเฉลิมพระเกียรติ จำนวน 1 แท่น หน้าสำนักงานคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 1 แท่น หน้าสำนักงานคณะวิทยาการจัดการ จำนวน 1 แท่น และหน้าศูนย์วิทยบริการ จำนวน 1 แท่น รวม 6 แท่น

- ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางสื่อหนังสือพิมพ์ส่วนกลางและท้องถิ่น เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับกิจกรรมหรือเหตุการณ์เกี่ยวกับ กิจกรรมหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเกิดขึ้นภายในสถาบันฯ โดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ได้จัดทำเป็นข่าวแจกสื่อมวลชน ประกอบด้วย ข่าวทั่วไป ข่าวกิจกรรมนักศึกษา ข่าวบุคคลเดินทาง การศึกษา ปฏิทินกิจกรรม ข่าวบริการ รับสมัคร ประกวดราคา สุขสันต์วันเกิดอาจารย์ รูปภาพประกอบข่าว ส่งเผยแพร่ไปยังนักหนังสือพิมพ์ส่วนกลางและท้องถิ่นเป็นประจำทุกสัปดาห์ เพื่อให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนั้นสู่สาธารณชนต่อไป

3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่

- ป้ายไฟวิ่ง เป็นการแสดงข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์กิจกรรมความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของสถาบันฯ โดยนำเสนอในลักษณะข้อความวิ่งไปตามแนวของป้ายไฟวิ่งในลักษณะแนวนอน ตัวอักษรวิ่งจากซ้ายไปขวา ขวาไปซ้าย บนลงล่าง ล่างขึ้นบน ขึ้นอยู่กับรูปแบบที่กำหนดไว้ที่เครื่องแสดงป้ายไฟวิ่ง เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบจะมีการป้อนข้อมูลให้ทันสมัยทุกสัปดาห์ในวันจันทร์ พุธ ศุกร์

- รายการวิทยุกระจายเสียง “เสียงจากราษฎร” เป็นรายการเพื่อการศึกษาเน้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและประชาสัมพันธ์กิจกรรมของสถาบันฯ โดยสอดแทรกสาระความรู้ต่าง ๆ นำเสนอรูปแบบรายการปฏิกิริยาเชิงสนทนา มีการเปิดเพลงแทรกเป็นช่วง ๆ ส่วนเนื้อหาแบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงทุกคำถามมีคำตอบ เป็นช่วงของการเปิดรายการ เป็นการตอบปัญหาที่เกี่ยวกับการศึกษาที่ผู้ฟังรายการส่งคำถามมายังทางรายการทั้งทางจดหมาย โทรศัพท์ และทางอีเมล ช่วงเปิดสมองเปิดใจ เป็นช่วงเนื้อหาหลักของรายการ เป็นการสัมภาษณ์แขกรับเชิญ หัวข้อการสนทนาจะเป็นเชิงการศึกษาให้ความรู้ แจ่มให้ทราบความเคลื่อนไหวต่าง ๆ อันจะมีผลต่อการศึกษาในทุกแห่งทุกมุม ช่วงสาระน่ารู้รอบ ๆ ตัวเรา เป็นช่วงปิดรายการจะมีการนำเสนอสาระน่ารู้ที่น่าสนใจเล็ก ๆ น้อย ๆ รายการเสียงจากราษฎร ออกอากาศทุกวันอาทิตย์ เวลา 15.35-16.00 น. ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จ.เชียงใหม่ คลื่นความถี่ ระบบเอฟเอ็ม 92.25 เมกกะเฮิร์ต

- ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางวิทยุกระจายเสียง / วิทยุโทรทัศน์ เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหรือข้อเท็จจริงเกี่ยวกับกิจกรรมหรือเหตุการณ์เกี่ยวกับกิจกรรมหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเกิดขึ้นภายในสถาบันฯ โดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ได้จัดทำเป็นข่าวแจกลีอมวลชน ประกอบด้วย ข่าวทั่วไป ข่าวกิจกรรมนักศึกษา ข่าวบุคคลเด่นทางการศึกษา ปฏิทินกิจกรรม ข่าวบริการ รับสมัคร ประกวดราคา ส่งเผยแพร่และเชิญสื่อมวลชนทำข่าวกิจกรรมเด่นไปยังฝ่ายข่าวสถานีวิทยุกระจายเสียงและสถานีวิทยุโทรทัศน์เป็นประจำทุกสัปดาห์ เพื่อให้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนั้นสู่สาธารณชนต่อไป

- ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในโฮมเพจของสถาบันฯ (<http://www.cmri.ac.th/public>) หน้าหลักจะแสดงโลโก้งานประชาสัมพันธ์ เป็นภาพเคลื่อนไหวเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้เข้าชมเว็บไซต์ นำเสนอภาพและข่าวกิจกรรมนักศึกษา ข่าวจากจดหมายข่าวพืชมรรษาทุกฉบับในรอบ 3 เดือน ปฏิทินข่าวรอบสัปดาห์ ข่าวบริการ รับสมัคร ประกวดราคา และร่วมแสดงความคิดเห็นส่งข้อความผ่านอีเมล เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบจะมีการป้อนข้อมูลให้ทันสมัยทุกสัปดาห์ในวันจันทร์ พุธ ศุกร์

4. สื่อกิจกรรมพิเศษ ได้แก่ การจัดนิทรรศการเนื่องในวันสำคัญและโอกาสพิเศษต่าง ๆ โดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ นำเสนอในรูปแบบของสื่อผสม ใช้รูปภาพประกอบ ออกแบบสีสันสะดุดตา เนื้อหาเข้าใจง่าย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับวันสำคัญทางศาสนา บุคคลเด่น ประมวลภาพกิจกรรมของสถาบันฯ สาระน่ารู้ต่าง ๆ มีการจัดแสดงนิทรรศการเป็นประจำทุกสัปดาห์ บริเวณด้านหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ ทางเข้าสำนักงานอธิการบดี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่

ในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ดังกล่าวที่ผ่านมาไม่เคยมีการวิจัยสำรวจว่า การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่สื่อสารเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสู่นักศึกษาทั้งภาคปกติและภาค กศ.ปช. ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักภายในสถาบันฯ นั้น ว่ามีลักษณะการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มากน้อยแค่ไหน และนักศึกษามีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์มากน้อยแค่ไหนหรือไม่อย่างไร

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ศึกษาว่าสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่ทางฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่รับผิดชอบนั้น มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ ความพึงพอใจและนำข่าวสารไปใช้ประโยชน์ได้มากน้อยแค่ไหน ซึ่งผลการวิจัยนี้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีความน่าสนใจเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาและสนองตอบนโยบายของสำนักงานสภาสถาบันราชภัฏและสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives of the Study)

การวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษา สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ เพื่อศึกษา

1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
2. ความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับและการนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์

ขอบเขตของการวิจัย (Scope of the Study)

1. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เฉพาะเรื่อง ความถี่และระยะเวลาในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษา สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อกิจกรรมพิเศษเท่านั้น

2. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาการใช้ประโยชน์จากข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่นักศึกษาได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้แก่ เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ว่าอะไรกำลังเกิดขึ้น ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อต้องการคำแนะนำและการช่วยในการตัดสินใจ เพื่อนำมาช่วยในการเสริมความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้น เพื่อนำไปใช้ในการสนทนากับบุคคลอื่น และเพื่อความบันเทิง

3. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ในด้านเนื้อหาสาระ วิธีการนำเสนอ รูปแบบ เทคนิค ตลอดจนความพึงพอใจในการรับบริการด้านข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่

4. การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูล คือ นักศึกษาชั้นปีที่ 1-4 ภาคปกติและภาค กศ.ปช. จำนวน 270 คน เท่านั้น โดยดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวในภาคเรียนที่ 1/2544 ช่วงเดือนกรกฎาคม – สิงหาคม 2544 เป็นระยะเวลา 2 เดือน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

(Expected Results)

ผลของการวิจัยนี้คาดว่าจะได้ประโยชน์ต่อบุคคลและหน่วยงาน ดังนี้

1. สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ สามารถนำมาเป็นแนวทางจัดทำแผนพัฒนางานประชาสัมพันธ์
2. ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ สามารถนำมาปรับปรุงพัฒนาการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีคุณภาพตรงกับความต้องการของนักศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
3. นักศึกษาได้รับสื่อประชาสัมพันธ์ตรงกับความต้องการ และสามารถนำข้อมูล ข่าวสารไปใช้ประโยชน์
4. นักศึกษาสาขาวิชานิติศาสตร์ ผู้สอน และผู้สนใจ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าต่อไป

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ (Operational Definition of Terms)

การใช้ประโยชน์จากข่าวสารประชาสัมพันธ์ หมายถึง การนำข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่เปิดรับมาใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ คือ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ว่าจะอะไรกำลังเกิดขึ้น ทันสมัยอยู่เสมอ
2. เพื่อต้องการคำแนะนำและการช่วยในการตัดสินใจ
3. เพื่อนำมาช่วยในการเสริมความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้น
4. เพื่อนำไปใช้ในการสนทนากับบุคคลอื่น
5. เพื่อความบันเทิง

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของนักศึกษาที่มีต่อการรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ในด้านเนื้อหาสาระ วิธีการนำเสนอ รูปแบบ เทคนิค ตลอดจนความพึงพอใจในการรับบริการด้านข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่

นักศึกษา หมายถึง ผู้ที่กำลังศึกษาในสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ชั้นปีที่ 1-4 ภาค ปกติ และภาค กศ.ปช. ประจำปีการศึกษา 2544

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง ตัวกลางหรือพาหนะที่นำข่าวสารไปยังผู้รับสาร สื่อที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ คือ

สื่อบุคคล ได้แก่ งานบริการติดต่อสอบถาม

สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ จดหมายข่าว ประกาศทั่วไป ข่าวทางหนังสือพิมพ์

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ บ่ายไฟวิ่ง รายการวิทยุกระจายเสียง ข่าวทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ข่าวทางอินเทอร์เน็ต

สื่อกิจกรรมพิเศษ ได้แก่ การจัดนิทรรศการ

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความถี่และระยะเวลาในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อกิจกรรมพิเศษ

ข่าวสารประชาสัมพันธ์ หมายถึง ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ผลิตขึ้นเอง เผยแพร่ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ สู่บุคลากรทั้งภายในและภายนอกสถาบันฯ



บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

(REVIEW OF RELATED LITERATURE)

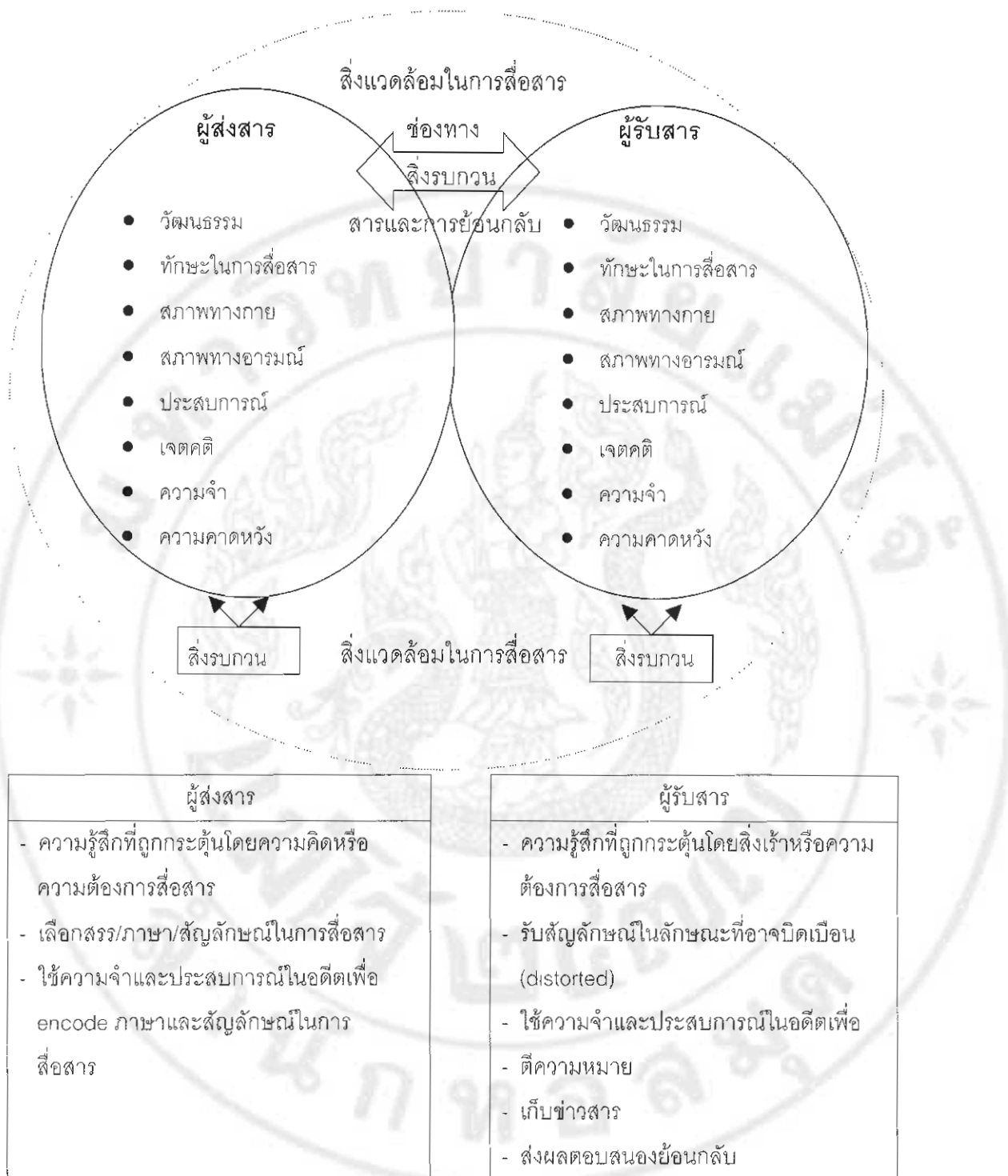
ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตรวจเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยมีเนื้อหา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการสื่อสารในการประชาสัมพันธ์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเลือกเปิดรับสื่อ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
4. สื่อประชาสัมพันธ์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการสื่อสารในการประชาสัมพันธ์

การสื่อสาร (communications) ในการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือที่จะถ่ายทอดความคิด ความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนเรื่องราวต่าง ๆ ไปสู่มวลชน หรือจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งให้เกิดความเข้าใจโดยทั่วกัน

องค์ประกอบของการสื่อสาร (The component of human communication) รวบรวมจากแนวคิดต่าง ๆ พบว่า องค์ประกอบของการสื่อสาร ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สารช่องทาง ผู้รับสาร การตอบสนอง/ย้อนกลับ สิ่งแวดล้อมในการสื่อสาร และพฤติกรรมของผู้รับและผู้ส่งสาร (วิทยาดำรงเกียรติศักดิ์, 2545: 1)



ภาพที่ 1 องค์ประกอบของการสื่อสาร

ที่มา: วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ (2545: 1)

หลักสำคัญของการสื่อสารให้มีประสิทธิผล (The 7C's of effective Communication) มีผู้เขียนหลักของการสื่อสารให้มีประสิทธิผลอยู่หลากหลายแนวคิด เช่น

1. ความเชื่อถือ (credibility) การสื่อสารให้ได้ผลต้องเริ่มต้นด้วยบรรยากาศความเชื่อถือไว้วางใจ
2. ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม (context) ทั้งสภาพวัฒนธรรมและสังคม
3. เนื้อหาสาระ (content) จะต้องมีความหมายหรือมีประโยชน์ต่อผู้รับ
4. ความสม่ำเสมอต่อเนื่อง (continuity and consistency) การสื่อสารต้องมีการย้ำ เสนอต้นเสมอปลาย เพื่อยังตรงแน่นอน
5. ช่องทางข่าวสาร (channels) ข่าวสารต้องส่งถูกช่องทาง
6. ความสามารถของผู้รับ (capability of audience) การสื่อสารต้องพิจารณาขีดความสามารถของผู้รับ ให้ผู้รับสารใช้ความพยายามน้อยที่สุดที่จะเข้าใจสาร
7. ความแจ่มแจ้ง (clarity) ข่าวสารต้องเข้าใจง่าย ชัดเจน กระชับรัดกุม (Cullip, S.M and H. Allen, 1978)

อีกแนวคิดหนึ่งระบุว่า การสื่อสารให้มีประสิทธิผลก็ใช้ 7 C's เหมือนกันแต่ในความหมายที่ต่างกันคือ การสื่อสารที่ดีต้องมี

1. ความกระจ่างแจ้ง (clear) ชัดเจน
2. กระชับ (concise) ไม่เยิ่นเย้อ
3. สมบูรณ์ (complete) ได้ใจความครบถ้วน ไม่เคลือบแคลง ขาดหาย
4. ถูกต้อง (correct) พิสูจน์ได้
5. มีมารยาท (courteous) ถูกคน ถูกกาล ถูกเทศะ รู้ที่ต่ำที่สูง
6. พิจารณาการรอบคอบ (considerate) รู้กฎ รู้ระเบียบ รู้จรรยาบรรณ รู้เขา รู้เรา
7. มีความเป็นรูปธรรม (concrete) จะสื่อสารอะไร ควรให้เข้าใจได้ทันที ใช้ภาษายกตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม

ในปี 1998 Center for Communication Programs มหาวิทยาลัย John Hopkins (U.S.A) ได้กำหนด The seven C's of effective communication (หลัก 7 ประการของการสื่อสารที่มีประสิทธิผล) ว่าประกอบด้วย

1. การสื่อสารที่ดีต้องทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจ (command attention) ตั้งใจ และเปิดใจที่จะรับสาร

2. การสื่อสารต้องกระตุ้นที่สมองและจับหัวใจของผู้รับสาร (cater to the hart and the heed) ทำให้ผู้รับสารมองเห็นความเป็นตรรกะ เห็นด้วยในเหตุในผล และตื่นตาตื่นใจ มีความประทับใจในผู้ส่งสาร/เนื้อหา/วิธีการ

3. การสื่อสารต้องทำให้เกิดการตอบสนอง ผู้รับสารต้องรู้ว่าผู้ส่งสารต้องการให้ทำอะไร (call to action)

4. เนื้อหาสาระต้องชัดเจน (clarity the message) ไม่คลุมเครือ

5. การสื่อสารที่ดีต้องทำให้ผู้รับสารรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับ (ประโยชน์ทางจิตใจ/กาย/เศรษฐกิจ/สังคม ฯลฯ) (communicate a benefit)

6. การสื่อสารที่ดีต้องทำให้ผู้รับสารเกิดความไว้วางใจ (create trust)

7. เนื้อหาสาระต้องคงที่สม่ำเสมอ (convey a consistent message) (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2545: 3)

นักประชาสัมพันธ์จะต้องรู้จักเลือกใช้วิธีการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ เป็นไปอย่างรวดเร็ว จับใจ ทันเหตุการณ์ ประหยัด และเป็นไปตามเป้าหมาย ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจและมีประสบการณ์ร่วมกัน (field of experience) ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ดังนั้น การติดต่อสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ต้องเป็นการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (two – way communication) คือ องค์การทำการสื่อสารไปยังประชาชน และขณะเดียวกันก็รับฟังความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อข่าวสารหรือต่อการกระทำขององค์การด้วย (ลักษณะ สตะเวทิน, 2540: 140)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับสื่อ

รัตนา สมบัติวรพัฒน์ (2535: 18) กล่าวว่า สาเหตุที่บุคคลมีพฤติกรรมในการเปิดรับสาร ผู้รับสารแต่ละคนต่างก็มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อมวลชนตามแบบเฉพาะของตนซึ่งแตกต่างกันไป เมอร์วิล และโลเวนสไตน์ (Merrill and Lowenstein) ได้สรุปแรงผลักดันให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเลือกรับสื่อเกิดจากพื้นฐาน 4 ประการคือ

1. ความเหงา เมื่อบุคคลต้องอยู่ตามลำพัง ไม่สามารถติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ๆ ในสังคมได้ สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสื่อ สื่อมวลชนจึงเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ และบางครั้งบางคนก็พอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าอยู่กับบุคคลเพราะสื่อมวลชนไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือแรงกดดันทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น มนุษย์มีความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ อยู่แล้วตามธรรมชาติ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงถือเอาจุดนี้เป็นหลักสำคัญในการเสนอข่าวสาร โดยเริ่มเสนอจากสิ่งใกล้ตัวก่อนไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวออกไป

3. ประโยชน์ใช้สอยของตน มนุษย์จะแสวงหาข่าวสาร และใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุ เพื่อใช้ข่าวสารที่ได้มาเสริมบารมี การช่วยให้ตัวเองสะดวกสบาย หรือให้ความบันเทิงแก่ตน โดยเลือกที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุดและได้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด

4. ลักษณะของสื่อแต่ละอย่าง มีส่วนทำให้ผู้รับสารแสวงหา และได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ผู้รับสารแต่ละคนย่อมจะเข้าใจในลักษณะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

กาญญา แก้วเทพ (2541ก: 173-174) ได้กล่าวถึงหลักการเลือกเปิดรับสื่อ 4 หลักของผู้รับสาร คือ

1. หลักการเลือกให้ความสนใจ (principle of selective attention) ดังที่กล่าวมาแล้วว่า คนแต่ละคนมีโครงสร้างความเข้าใจที่แตกต่างกัน จากโครงสร้างนี้จะเกิดการสร้าง “เครื่องกรองทางจิตใจ” (mental filters) เพื่อจะกรองข้อมูลข่าวสารจำนวนมากให้มีข่าวสารบางชิ้นเท่านั้น ที่ผ่านเข้ามาสู่บริเวณทลแห่งความสนใจของบุคคลได้ เราอาจนำเอาคำอธิบาย ดังกล่าวมาใช้กับตัวแปรเรื่องความแตกต่างทางสังคมหรือความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคลได้เช่นเดียวกัน (เช่น สามีที่ต้องยอมนั่งดูละครโทรทัศน์เพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีกับภรรยาเอาไว้ เป็นต้น)

2. หลักการเลือกการรับรู้ (principle of selective perception) ก็เช่นเดียวกับหลักการข้อแรกคือ ความเข้าใจของแต่ละบุคคล ความแตกต่างของกลุ่มบุคคลและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจะมีผลต่อการเลือกรับรู้และเลือกตีความข่าวสาร (ที่แม้จะเป็นเรื่องเดียวกัน) ให้มีความหมายแตกต่างกันออกไป เช่น เด็กวัยรุ่นอาจตีความวิธีการแต่งกายและท่าเต้นของนักร้องวัยรุ่นว่าเป็นเรื่องสำคัญยิ่งสำหรับการเป็นนักร้อง ในขณะที่ผู้ใหญ่อาจจะมองเห็นเรื่องเสียงร้องเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด เป็นต้น

3. หลักการเลือกจดจำ (principle of selective recall) ก็เช่นเดียวกับหลักการ 2 หลักการที่ได้กล่าวมาแล้ว สำหรับคนบางคน คนบางกลุ่ม คนที่มีความสัมพันธ์กันบางกลุ่มเรื่องราวจากสื่อมวลชนบางเรื่องจะจดจำได้อย่างยาวนานมากกว่า หลักการเลือกจดจำนั้นมักจะเกิดขึ้นอย่างคู่ขนานไปกับเรื่องการเลือกสนใจและเลือกรับรู้ที่เป็นขั้นตอนที่เกิดมาก่อน

4. หลักการเลือกมีปฏิกิริยา (principle of selective action) ในทำนองที่ทุกคนทุกคนก็มีได้มีปฏิกิริยาเป็นอย่างเดียวกันต่อข่าวสารขึ้นเดียวกันนี้เป็นปรากฏการณ์ที่เราคุ้นชินกันอยู่แล้ว ในชีวิตประจำวัน และการมีปฏิกิริยาก็คือเป็นข้อสุดท้ายที่ต่อเนื่องมาจากการให้ความสนใจ การรับรู้และการจดจำอันเป็นหลักการ 3 ประการที่ได้กล่าวถึงมาข้างต้น

Wilbur Schramm (1973) อ้างใน พชรินทร์ เศวตสุทธิพันธ์ (2537: 20) ได้ให้ความเห็นว่า การเลือกรับข่าวสารยังขึ้นอยู่ปัจจัยอื่น ๆ อีก คือ

1. ประสบการณ์ ประสบการณ์ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
 2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างไรอย่างหนึ่ง
 3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจต่างกัน
 4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาสาระข่าวสาร
 5. ความสามารถในการรับสารเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกัน
 6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวจิตใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร
 7. อารมณ์สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้ผู้รับเข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้
 8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสาร
- องค์ประกอบที่กล่าวมานี้ จะพบว่าการเลือกเปิดรับสารมีปัจจัยทั้งในส่วนของบุคคลเอง ไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ ความรู้ ความสนใจหรืออื่น ๆ รวมไปถึงปัจจัยภายนอก อันได้แก่ความสัมพันธ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ อันจะทำให้การเปิดรับสารของบุคคลมีความแตกต่างกัน

จากงานวิจัยของแม็คเลอด (McLeod, 1972) (อ้างใน ลัดดา จิตตคุตตานนท์, 2541: 27) กล่าวว่า ตัวชี้ (index) ที่ใช้วัดพฤติกรรมเปิดรับสื่อ (media exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่าง คือ

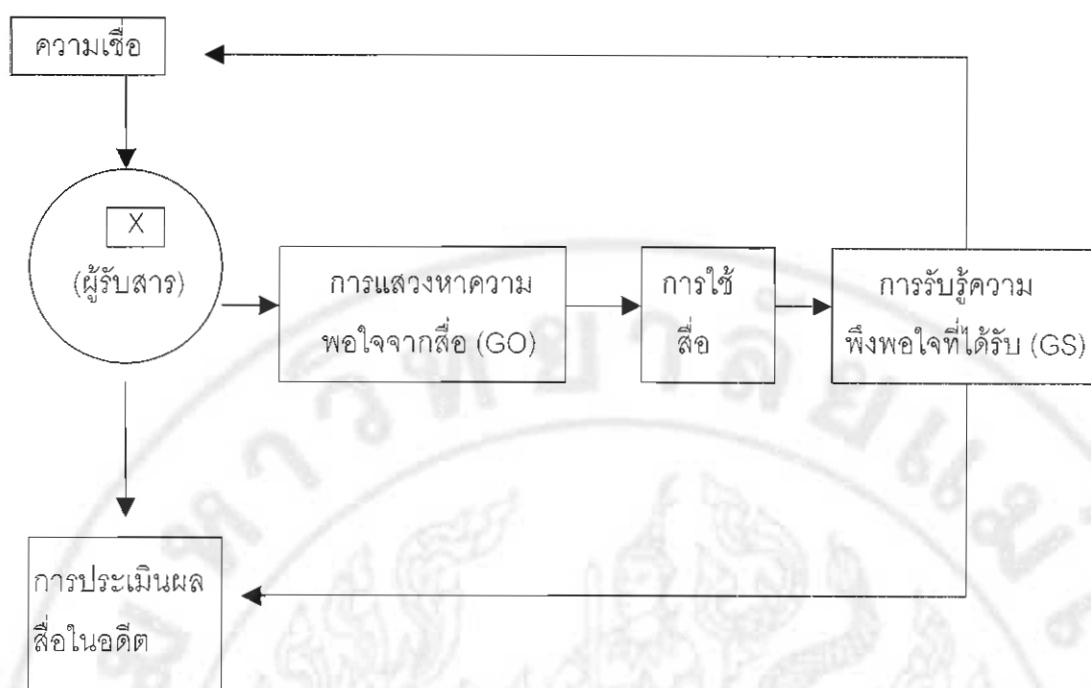
1. วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ
2. วัดจากปริมาณของการใช้สื่อแยกตามประเภทของเนื้อหาของสื่อที่แตกต่างกัน

การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้สื่อมีข้อเสียตรงที่ว่า คำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างของผู้ฟัง เวลาว่างที่คนมีอยู่ และการมีสื่อใกล้ตัว (availability of medium) ด้วยเหตุนี้คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้สื่อจึงมักไม่สามารถแปลความหมายได้ในทางจิตวิทยา และมักไม่ให้ผลที่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงตัวตัวแปรอื่น และเพื่อแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนในเรื่องนี้ จึงได้มีการใช้ความถี่ของการใช้สื่อเฉพาะเจาะจงในเนื้อหา เช่น วัดความถี่ของการอ่านข่าว ในหนังสือพิมพ์ ความถี่ของการรับฟังรายการวิทยุ เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

พาร์มกรีน (Palmgreen) และเรเบิร์น (Rayburn) (1985) ใน กาญจนนา แก้วเทพ (2541ก: 314-316) ได้พัฒนาแนวคิดการใช้สื่อและความพึงพอใจของผู้รับสาร (uses & gratifications) ให้ความสนใจที่จะศึกษาแรงจูงใจ (motivation) ของบุคคลในการใช้สื่อ แรงจูงใจในการเลือกใช้สื่อ นั้นเกิดขึ้นมาจากการคาดการณ์เอาไว้ล่วงหน้าก่อนแล้วว่า

สื่อแต่ละประเภทจะให้รางวัล และผลบวกแก่ผู้รับสารในลักษณะใดบ้าง โดยได้สร้างแบบจำลอง Expectancy-Value Theory เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้



ภาพที่ 2 แบบจำลอง Expectancy-Value Theory

ที่มา: กาญจนา แก้วเทพ (2541ก: 173-174)

แคทซ์ และคณะ (อ้างใน พิระ จิระโสภณ, 2529: 635) ได้อธิบายแบบแผนการใช้ประโยชน์และการรับรู้ความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของผู้รับสาร ดังนี้

แนวทางการศึกษาการใช้ประโยชน์และการรับรู้ความพึงพอใจ คือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ

1. สภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิด
2. ความต้องการความจำเป็นของบุคคล และเกิดมี
3. ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่
4. การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผลคือ
5. การรับรู้ความพึงพอใจตามที่ต้องการ และ
6. ผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้

องค์ประกอบต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการรับรู้ความพึงพอใจจากสื่อมวลชน มีรูปแบบจำลองได้ดังนี้



ภาพที่ 3 องค์ประกอบของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ที่มา: พีระ จิระโสภณ (2529: 635)

คำอธิบายเกี่ยวกับแบบจำลองนี้ อาจจะยกตัวอย่างให้เห็นได้ในกรณีที่ปัจเจกบุคคลผู้หนึ่งซึ่งมีความต้องการจำเป็นตามสภาวะทางจิตใจและสังคม เช่น ต้องการเป็นคนรอบรู้ทันสมัยเพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ เขาจึงเลือกสื่อมวลชนโดยเลือกดูโทรทัศน์ฟังข่าววิทยุกระจายเสียงหรืออ่านข่าวหนังสือพิมพ์ จะช่วยให้เขาพึงพอใจตามที่เขาต้องการได้ ขณะเดียวกันผลจากการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนทุก ๆ วัน จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน

แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจนี้ เป็นแบบจำลองซึ่งได้กำหนดขึ้นมาเพื่ออธิบายถึงกระบวนการรับสารในการสื่อสารมวลชน และเพื่ออธิบายถึงการใช้สื่อมวลชน โดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์มีความตั้งใจซึ่งมีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตัวเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน

สื่อประชาสัมพันธ์

สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ คือ เครื่องมือที่ใช้เผยแพร่แนวความคิดของสถาบันไปยังประชาชนและคอยรับฟังปฏิกิริยาตอบสนองของประชาชนเกี่ยวกับการดำเนินงานของสถาบันไปพร้อม ๆ กันด้วย โดยสื่อที่นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์นี้อาจเป็นสื่อที่สถาบันจัดทำขึ้นเอง เช่น จดหมายข่าว วารสาร หนังสือคู่มือ เป็นต้น หรือเป็นสื่อที่จัดทำโดยองค์กรอื่น เช่น สื่อมวลชน ประเภทต่าง ๆ

ในการประชาสัมพันธ์ จำเป็นจะต้องมีสื่อเพื่อที่จะใช้เป็นช่องทางที่จะส่งข่าวสารไปยังผู้รับ และสื่อที่เหมาะสมจะช่วยให้ข่าวสารไปถึงผู้รับที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น สื่อจึงมีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์อย่างยิ่ง (สุรัตน์ เมธิกุล, 2539: 35-38) สามารถจำแนกความสำคัญของสื่อต่อการประชาสัมพันธ์ได้ดังนี้

1. ถ่ายทอดข่าวสารประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับทราบ เป็นการให้ความรู้และข้อมูลของหน่วยงานต่อประชาชน เพื่อให้ประชาชนได้รู้จักหน่วยงาน ได้ทราบถึงความก้าวหน้าในการดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงาน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานหรือแม้แต่บุคคลอื่น ๆ ในสังคม

2. ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง เป็นการสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีต่อหน่วยงาน นอกเหนือไปจากการให้ข่าวสารที่ถูกต้อง หรือเป็นการแก้ไขหรือปรับเปลี่ยนทัศนคติของประชาชนที่มีต่อหน่วยงานให้เป็นไปในทางที่ดี หากเกิดความเข้าใจผิดพลัดต่อหน่วยงานขึ้น

3. เสริมสร้างความนิยมและภาพพจน์ที่ดีแก่หน่วยงาน เป็นการสร้างภาพพจน์ของหน่วยงานให้เป็นส่วนหนึ่งของสังคม มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือและพัฒนาสังคมให้เจริญก้าวหน้า เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความนิยมและทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานมากขึ้น สื่อที่ใช้ในการส่งเสริมความนิยมและภาพพจน์ ส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมที่หน่วยงานที่จัดขึ้นเพื่อสร้างสรรค์สังคม

4. ให้ความบันเทิงแก่ประชาชน นอกจากการให้ข่าวสาร การสร้างภาพพจน์ที่ดี การมีส่วนร่วมในกิจกรรมสังคมแล้ว การให้ความบันเทิงแก่ประชาชนก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่สามารถสร้างความนิยมแก่หน่วยงานได้ โดยสื่อที่ใช้อาจปรากฏออกมาในรูปแบบของ การแสดงดนตรี การฉายภาพยนตร์ การจัดงานเทศกาล หรือการแข่งขันกีฬา เป็นต้น

ประจวบ อินอืด (2534: 99) กล่าวว่า สื่อในการประชาสัมพันธ์สามารถแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ได้ 5 ประเภท ดังนี้

1. สื่อประเภทคำพูด ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ เครื่องขยายเสียง แถบเสียง แผ่นเสียง

2. สื่อประเภทยาลักษณ์อักษร ได้แก่ เอกสารสิ่งพิมพ์ชนิดต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสาร วารสาร จุลสาร เอกสารแผ่นพับ หนังสือเล่มเล็ก โปสเตอร์ ใบปลิว รายงานประจำปี วารสารประชาสัมพันธ์ วีดีโอเทป โทรเลข โทรสาร รวมทั้งคอมพิวเตอร์

3. สื่อประเภทภาพและสัญลักษณ์ ได้แก่ การแสดงภาพแผ่นป้ายโฆษณาริมทางหลวง ป้ายประชาสัมพันธ์หรือป้ายโฆษณาข้างรถประจำทางหรือป้ายรถประจำทาง ป้ายตามที่พัก ผู้โดยสารรถประจำทาง สถานีรถไฟ ป้ายตามสี่แยกและริมทางด่วน

4. สื่อประเภทภาพและเสียงหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งรวมทั้งวิทยุและโทรทัศน์ ปัจจุบันสื่อโทรทัศน์เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีบทบาทมากที่สุด โดยเข้ามาแทนที่ภาพยนตร์ และสื่อที่แตกแขนงต่อเนื่องจากโทรทัศน์ก็คือ เทปภาพทัศน์หรือวีดีโอ ซึ่งนอกจากจะเป็นสื่อในการให้ความบันเทิงแล้ว ยังเป็นสื่อสำหรับให้ข่าวสารแก่ผู้ชมสำหรับสินค้า วิธีการใช้สินค้า รู้จักส่วนต่าง ๆ ของสินค้า ซึ่งจะพบเห็นการใช้เทปภาพทัศน์ตามห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ

5. สื่อเบ็ดเตล็ด ได้แก่ จดหมายส่งตรงไปยังผู้รับ แผ่นผ้า เครื่องใช้ของชำร่วย ต่าง ๆ เช่น ร่ม ไม่ขีดไฟ กระเป๋าหรือถุงใส่ของ เสื้อยืด ปฏิทิน ฯลฯ สื่อประเภทนี้มักจะใช้ผสมกับสื่ออื่น ๆ เพื่อเป็นการเตือนให้ระลึกหรือให้ข่าวสารข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์โดยสื่ออื่น ๆ แล้ว

สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ทั้ง 5 ประเภทนี้ ส่วนหนึ่งเป็นสื่อที่มีอยู่แล้วในสังคม เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ ซึ่งองค์การสามารถให้บริการได้ทั้งในรูปเสียค่าใช้จ่ายเพื่อมุ่งหวังผลให้มีน้ำหนักในการเผยแพร่ได้ตามต้องการกับให้บริการฟรี สุดท้ายสื่อจะพิจารณานำออกเผยแพร่ให้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ซึ่งไม่อาจคาดหมายได้แน่นอนว่าจะออกเผยแพร่เมื่อใด มีความถี่น้อย ดังนั้นองค์การใหญ่ ๆ จึงมักนิยมสร้างสื่อของตนเองขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะขึ้น เพื่อเผยแพร่โดยตรงกับกลุ่มเป้าหมายของตนโดยเฉพาะเจาะจง เช่น เอกสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน เอกสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสารสำหรับพนักงาน ข่าวสารถึงผู้ถือหุ้น วารสารข้าราชการ ข่าว มสธ. ข่าวรามคำแหง ฯลฯ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้สื่อที่สร้างขึ้นเองนี้สามารถถ่ายทอดข่าวสารได้อย่างสมบูรณ์ ไม่กระทอนกระแทนเหมือนสื่อภายนอกที่ควบคุมเนื้อหาไม่ได้

นอกจากนี้ สุรรัตน์ เมธิกุล (2539: 35-38) ได้จำแนกสื่อประชาสัมพันธ์ออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. สื่อประเภทคำพูดหรือวาจา (oral media)

2. สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ (printed media)
3. สื่อประเภทแสงและเสียง (sight and sound media)

1. สื่อประเภทคำพูดหรือวาจา

การสื่อสารด้วยวาจาเพื่อการประชาสัมพันธ์ คำพูด (spoken words) เป็นสื่อที่สำคัญอย่างหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ เพราะเป็นสื่อที่ทุกคนรู้จักคุ้นเคยกันมาเป็นอย่างดีแล้ว และเป็นสื่อที่ง่ายและประหยัดที่สุดในการประชาสัมพันธ์ มีความยืดหยุ่นสูงสามารถปรับเปลี่ยนใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี โดยปกติแล้วการประชาสัมพันธ์ด้วยคำพูดนี้จะประกอบด้วยการใช้คำพูดเพื่อใช้สื่อความหมายและการใช้อวัจนภาษา เช่น น้ำเสียง สีหน้า กิริยาท่าทาง เป็นต้น ตลอดจนอาจมีปฏิกริยาตอบสนอง (feedback) ในการสื่อสารค่อนข้างชัดเจนและรวดเร็ว จึงสามารถคาดหวังผลจากการประชาสัมพันธ์ได้มากกว่าการใช้สื่อประเภทอื่น ๆ

ข้อจำกัดในการเลือกใช้สื่อประเภทนี้ในการประชาสัมพันธ์คือ เป็นสื่อที่ไม่คงทนถาวร คือเมื่อพูดออกมาแล้ว คำพูดเหล่านั้นก็จะหายไป และสามารถส่งไปยังผู้รับได้ในระยะทางที่จำกัดเท่านั้น การเผยแพร่ความรู้ที่มีความยุ่งยากซับซ้อนก็จำเป็นต้องใช้สื่อประเภทอื่นประกอบเพื่อให้เกิดความเข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้น เพราะคำพูดอาจไม่สามารถใช้อธิบายหรือสร้างภาพพจน์ที่ชัดเจนได้ นอกจากนี้การใช้สื่อประเภทนี้ ผู้พูดจำเป็นจะต้องมีทักษะในการพูดที่ดี ไมเช่นนั้นแล้วการประชาสัมพันธ์ก็จะประสบความล้มเหลว

2. สื่อประเภทสิ่งพิมพ์

สิ่งพิมพ์เป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจ และข่าวสารของหน่วยงานไปยังผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย สื่อชนิดนี้เป็นสื่อที่สามารถให้ข่าวสารหรือข้อมูลที่มีรายละเอียดได้มากกว่าสื่อประเภทคำพูดหรือวาจา เนื่องจากผู้อ่านสามารถที่จะอ่านทบทวนซ้ำ ๆ กันได้ ในขณะเดียวกันสื่อประเภทนี้ก็จะให้ข่าวสารข้อมูลที่ค่อนข้างหลากหลาย ซึ่งผู้อ่านก็สามารถเลือกที่จะอ่านเฉพาะสิ่งที่ตนเองสนใจเท่านั้นได้ นอกจากนี้ยังมี รูปแบบ สีสัน ขนาดและรูปเล่มต่าง ๆ กันไป รวมทั้งรูปภาพที่อาจมีประกอบกับเนื้อหาของสิ่งพิมพ์ ทำให้สื่อประเภทนี้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน

อย่างไรก็ตามสื่อประเภทนี้เหมาะกับการประชาสัมพันธ์ที่มีกลุ่มเป้าหมายที่มีทักษะในการอ่านเท่านั้น ถ้ากลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์อ่านหนังสือไม่ออก การใช้สื่อประเภทนี้ก็จะประสบความล้มเหลวทันที การผลิตสื่อประเภทนี้จำเป็นต้องใช้เวลาและกำลังคน ทำให้ข่าวสาร

ข้อมูลอาจไปถึงผู้อ่านช้าเกินไป และทำให้ต้นทุนในการผลิตที่ค่อนข้างสูงด้วย นอกจากนี้เนื้อหาของสิ่งพิมพ์ควรจะสอดคล้องกับความต้องการของทั้งผู้ที่ทำการประชาสัมพันธ์และกลุ่มเป้าหมายด้วย

รูปแบบของสื่อประเภทสิ่งพิมพ์

2.1 หนังสือพิมพ์ เป็นการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับความนิยมมาก เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถถ่ายทอดข่าวสารไปยังประชาชนได้อย่างรวดเร็ว ทันเหตุการณ์ เป็นที่ยอมรับและได้รับความเชื่อถือจากประชาชน รวมทั้งเป็นแหล่งข่าวสารและข้อมูลที่หลากหลาย ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ การเกษตร การแพทย์ การศึกษา การกีฬา เป็นต้น ในราคาที่ไม่สูงมากนัก เนื่องจากเป็นการผลิตจำนวนมาก (mass production)

หนังสือพิมพ์ ช่วยให้ผู้อ่านสามารถเลือกที่จะรับข่าวสารเฉพาะที่ตนเองสนใจได้ แต่ในทางกลับกัน ที่ทำการประชาสัมพันธ์จึงไม่สามารถแน่ใจได้ว่าข่าวสารของตนจะได้รับความสนใจหรือถ่ายทอดไปถึงผู้อ่านทุกคน นอกจากนี้ข่าวสารและข้อมูลที่เผยแพร่ในหนังสือพิมพ์จะให้ข้อมูลที่สั้น กระชับ และชัดเจนมากกว่าที่จะให้รายละเอียดของเรื่องต่าง ๆ เหล่านั้นอย่างเต็มที่

2.2 จดหมายข่าว (newsletter) เป็นลักษณะของสิ่งพิมพ์ที่เสนอเนื้อหาในรูปแบบของข่าว มีการจัดพาดหัวข่าวที่สะดุดตา สวยงาม เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง อาจใช้สัญลักษณ์ของหน่วยงานหรือตัวอักษรสวยงามต่าง ๆ

2.3 ใบปลิวและใบแทรก (leaflets) เป็นสิ่งพิมพ์ที่หน่วยงานต้องการเผยแพร่ มักเป็นแผ่นกระดาษแผ่นเดียวใช้แจกจ่ายแก่บุคคลทั่วไป ถ้าไม่แจกจ่ายด้วยมือ อาจแทรกไปกับหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารอื่น ๆ เรียกว่า ใบแทรก สื่อประเภทนี้เป็นสื่อที่ค่อนข้างประหยัดและเข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวาง เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเรื่องของส่วนรวม เช่น ใบปลิวรณรงค์ต่าง ๆ แต่มีข้อเสียคืออาจไม่ได้รับความสนใจจากประชาชนมากนัก

2.4 โปสเตอร์และป้ายประกาศ เป็นสื่อที่สามารถดึงดูดความสนใจของประชาชนได้ง่าย โดยเน้นการใช้สีที่สดใส ขนาดและที่ตั้งที่สะดุดตา ข้อความสั้น กระชับ เห็นได้ชัด อ่านง่ายจากระยะไกล และมีความคิดสร้างสรรค์ โดยส่วนใหญ่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสาร ดึงดูดความสนใจ สร้างความเข้าใจ และชักชวนให้ปฏิบัติตาม เป็นต้น

3. สื่อประเภทแสงและเสียง

สื่อการประชาสัมพันธ์ประเภทนี้ เป็นสื่อที่สามารถถ่ายทอดเนื้อหาไปยังผู้รับได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด เนื่องจากเป็นสื่อที่ประกอบด้วยภาพและเสียง ทำให้ผู้ชมเกิดจินตนาการและคล้อยตามได้ง่าย

รูปแบบของสื่อประเภทแสงและเสียง

3.1 ภาพยนตร์ (films) เป็นสื่อการประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลดี เพราะสามารถเผยแพร่ข่าวสารในรูปแบบของภาพ เสียง และตัวหนังสือได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และชัดเจนในเวลาเดียวกัน ซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมและชักจูงให้ผู้ชมคล้อยตามได้เป็นอย่างดี โดยอาศัยเทคนิคในการตัดต่อให้เกิดความต่อเนื่อง การสร้างฉากหรือเหตุการณ์ที่สมจริง การจำลองเหตุการณ์หรือสิ่งต่าง ๆ ที่ลึกลับซับซ้อน มีขนาดเล็กหรือใหญ่มาก ๆ ได้ชัดเจน แต่การผลิตสื่อภาพยนตร์นั้น จำเป็นต้องใช้ต้นทุนในการผลิตสูงทั้งทางด้านเงินและเวลา นอกจากนี้ยังต้องใช้สถานที่ที่เหมาะสมในการฉายอีกด้วย

3.2 วิทยุและโทรทัศน์ (radio and television)

วิทยุ เป็นสื่อการประชาสัมพันธ์ที่รวดเร็วและสามารถส่งไปได้ในระยะทางไกลมาก ๆ สามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกระดับ เพราะอาศัยการฟังเท่านั้น ผู้ฟังจึงสามารถทำกิจกรรมอื่น ๆ ไปพร้อม ๆ กับการฟังวิทยุได้ ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความเชื่อถือต่อข่าวสารที่ส่งผ่านทางวิทยุมาก สื่อประเภทนี้จึงมีอิทธิพลทางความคิดต่อประชาชนค่อนข้างมาก แต่สื่อประเภทนี้มีลักษณะเป็นคำพูดจึงต้องมีคำพูดที่สั้น กระชับ ไม่ซับซ้อน ไม่คงทน พูดแล้วก็หายไป และไม่สามารถเสนอภาพกับผู้รับได้

โทรทัศน์ เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมาก เพราะสามารถส่งได้ทั้งตัวหนังสือ ภาพ และเสียงพร้อมกันอย่างรวดเร็ว ทำให้ประชาชนเห็นภาพพจน์ของสิ่งที่นำเสนอได้อย่างชัดเจน เช่นเดียวกับภาพยนตร์ และสามารถถ่ายทอดได้เป็นบริเวณกว้างเช่นเดียวกับวิทยุ นอกจากนี้ โทรทัศน์ยังมีการถ่ายทอดรายการที่หลากหลาย ผู้ชมสามารถที่จะเลือกชมรายการต่าง ๆ ได้ตามต้องการ แต่ถ้าหากพลาดการชมรายการก็จะมีโอกาสย้อนกลับไปได้ดูได้อีก สำหรับบางพื้นที่ที่ห่างไกลอาจประสบปัญหาการรับสัญญาณโทรทัศน์ได้ไม่ชัดเจนอีกด้วย

3.3 ข้อมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นสื่อประเภทใหม่ที่กำลังเป็นที่นิยมในหมู่ผู้ใช้คอมพิวเตอร์ ข้อดีของสื่อประเภทนี้คือ การนำเสนอในรูปแบบของมัลติมีเดีย ที่ประกอบด้วยตัวอักษร ภาพเคลื่อนไหว สีสัน และเสียง นอกจากนี้ยังอาจมีการจำลองเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้สมจริง

กว่าสื่อประเภทอื่น ๆ ส่วนการส่งข่าวสารผ่านสื่อนี้จะสามารถส่งไปได้ทั่วทุกมุมโลก แต่ผู้รับยังจำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มที่มีโอกาสใช้คอมพิวเตอร์เท่านั้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสารและผลงานวิจัยเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษา มีงานวิจัยและแนวคิดที่ใกล้เคียง ดังนี้

ลีน่า ลิ้มอภิชาติ (2537) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงของนักศึกษาและบุคลากร รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าว และความพึงพอใจจากสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาและบุคลากรภายใน พบว่า มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน ทั้งนี้เพราะความแตกต่างกันในเรื่องของความต้องการในแต่ละบุคคล สภาพแวดล้อม การศึกษา รายได้ อาชีพ และประสบการณ์ชีวิต ส่วนเหตุผลที่เปิดรับข่าวสารก็เนื่องมาจากเพื่อรับทราบข่าวสารต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในมหาวิทยาลัย เพื่อรับรู้สิ่งที่เป็นประโยชน์กับตนเอง และจากการทดสอบพบว่า ความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร แต่ความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ

ธนิยา โพนานันท์ (2539) ได้ศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของพนักงานบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร พบว่า พนักงานมีการเปิดรับสื่อประเภทมากที่สุด และมีความสนใจข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการมากที่สุด พนักงานมีการใช้ประโยชน์จากความทันต่อเหตุการณ์ทำให้ทราบถึงความเคลื่อนไหวในบริษัทมากที่สุด พนักงานมีความพึงพอใจในสื่อวารสารประชาสัมพันธ์มากที่สุด และพอใจในเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ทำให้ได้รับความรู้มากขึ้น สำหรับพนักงานที่มีเพศ อายุ อายุการทำงานต่างกัน มีการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อที่ได้รับไม่แตกต่างกัน ส่วนพนักงานที่มีการศึกษาและประเภทพนักงานต่างกัน มีการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อต่าง ๆ แตกต่างกัน และการเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในมีความสัมพันธ์กันกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อดังกล่าว

ภาคสรุป (overview)

จากการตรวจเอกสารแนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่งสนับสนุนงานวิจัยนี้ โดยแบ่งออกเป็น 6 ส่วนสำคัญ คือ

1. แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการสื่อสารในการประชาสัมพันธ์มีองค์ประกอบ การสื่อสารประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สารช่องทางผู้รับสาร การตอบสนอง/ย้อนกลับ สิ่งแวดล้อมในการสื่อสาร และพฤติกรรมของผู้รับและผู้ส่งสาร การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (two way communication) มีการสื่อสารไปยังผู้รับสารและรับฟังความคิดเห็นของผู้รับสารด้วย ดังนั้นจะต้องมีหลัก 7 ประการของการสื่อสารที่มีประสิทธิผล ประกอบด้วย การสื่อสารที่ดีต้องทำให้ผู้รับสารเกิดความสนใจ ตั้งใจและเปิดใจที่จะรับสาร การสื่อสารต้องกระตุ้นที่สมองและจับหัวใจของผู้รับสาร ทำให้ผู้รับสารมองเห็นความเป็นตรรกะ เห็นด้วยในเหตุผล และตื่นตาตื่นใจ มีความประทับใจในผู้ส่งสาร/เนื้อหา/วิธีการ การสื่อสารต้องทำให้เกิดการตอบสนอง ผู้รับสารต้องรู้ว่าผู้ส่งสารต้องการให้ทำอะไร เนื้อหาสาระต้องชัดเจนไม่คลุมเครือ การสื่อสารที่ดีต้องทำให้ผู้รับสารรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับการสื่อสารที่ดีต้องทำให้ผู้รับสารเกิดความไว้วางใจ และเนื้อหาสาระต้องคงที่สม่ำเสมอ

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกเปิดรับสื่อ จากงานวิจัยของ เมอร์วิล และโลเวนสแตนท์ กล่าวว่า บุคคลแต่ละคนต่างมีเหตุผลในการเปิดรับสื่อด้วยกันทั้งสิ้น เพราะความเหงา คือ ความต้องการสื่อเป็นเพื่อน ความอยากรู้อยากเห็น การนำเอาไปใช้ประโยชน์ ลักษณะของสื่อที่จะตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของตนได้ โดยมีปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ความสัมพันธ์ทางสังคม และสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสารเป็นตัวกำหนด อันจะทำให้การเปิดรับสารของบุคคลมีความแตกต่างกัน และจากงานวิจัยของแม็คลอยด์ กล่าวว่า ตัวชี้ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (media exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่าง คือ เวลาและความถี่ของการใช้สื่อแยกตามประเภทของเนื้อหาของสื่อที่แตกต่างกัน อันจะทำให้การเปิดรับสารของบุคคลมีความแตกต่างกัน

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากแบบจำลอง Expectancy Value Theory ของพาล์มกรีนและเรเบิร์น ที่ให้ความสำคัญของผู้รับสารที่คาดหวังที่จะได้รับคุณค่าและประโยชน์หลังจากการใช้สื่อแล้ว ความพอใจที่เกิดขึ้นจริงดีกว่าที่คาดหวังไว้จะส่งผลให้ผู้รับสารมีความพึงพอใจในระดับสูงนำมาพิจารณาสนับสนุนการวิจัยในเรื่องนี้องค์ประกอบ

ของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับผู้รับสาร ซึ่งจะเป็น ผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาข่าวสารเพื่อสนองความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง

4. สื่อประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือที่ใช้เผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้รับสาร และสื่อที่เหมาะสมจะช่วยให้ข่าวสารไปถึงผู้รับสารได้อย่างถูกต้องและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น สื่อประชาสัมพันธ์มีหลายประเภท ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อกิจกรรมพิเศษ ซึ่งแต่ละสื่อประชาสัมพันธ์มีข้อดีและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน จะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสื่อสารประชาสัมพันธ์จะต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารด้วย

5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้มีการยกเอาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและใกล้เคียงจากผู้รู้หลายท่านด้วยกันมาเป็นข้อมูลประกอบการวิจัย

จากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวอ้างถึงมาทั้งหมดสามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย (ดูภาพประกอบหน้า 27) อธิบายได้ดังนี้

ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์นั้น เป็นการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (two way communication) มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อกิจกรรมพิเศษ ซึ่งแต่ละสื่อประชาสัมพันธ์มีข้อดีและข้อจำกัดที่แตกต่างกัน จะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสื่อสารประชาสัมพันธ์จะต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารด้วยเมื่อสื่อสารไปยังผู้รับสาร คือ นักศึกษา ทำให้เกิดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ โดยมีตัวชี้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ดังกล่าว ได้แก่ ความถี่และระยะเวลาตามประเภทของเนื้อหาของสื่อที่แตกต่างกัน อันจะทำให้พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษามีความแตกต่างกัน ซึ่งการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงเหตุผลที่นักศึกษา มีความพึงพอใจและนำข่าวสารมาใช้ประโยชน์และมี ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ด้วย นอกจากนี้ในการศึกษาวิจัยอาจจะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมที่ไม่เปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ไม่พึงพอใจและไม่มีการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ซึ่งผู้วิจัยไม่ศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ แต่จะอยู่ในข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

```

graph TD
    A[พฤติกรรมการับข้อร้องเรียน  
- ความถี่ในการเปิดรับ  
- ระยะเวลาในการเปิดรับ] --> B[ความพึงพอใจของนักศึกษา  
ต่อสื่อประชาสัมพันธ์  
- เนื้อหาสาระ  
- วิธีการนำเสนอ  
- รูปแบบ/เทคนิค]
    B --> C[ความพึงพอใจในการรับบริการด้านข้อมูล  
ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์]
    C --> D[ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข  
สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ  
- ข้อเสนอแนะ  
- ข้อเสนอแนะ]
    D --> E[การนำข้อคิดเห็นไปใช้ปรับปรุง  
- เนื้อหาสาระ  
- วิธีการนำเสนอ  
- รูปแบบ/เทคนิค]
  
```

ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3
วิธีการวิจัย
(RESEARCH METHODOLOGY)

การศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของ นักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย
(Locale of the Study)

การวิจัยครั้งนี้จะดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1-4 ที่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ เลขที่ 202 ถนนช้างเผือก ตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
(Population and Samples)

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาของสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ที่กำลัง ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1-4 เข้าศึกษาตั้งแต่ปีการศึกษา 2541-2544 ซึ่งมีจำนวนนักศึกษาทั้งหมด 12,757 คน ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 จำนวนนักศึกษาของสถาบันราชภัฏเชียงใหม่

ประเภท	จำนวนนักศึกษา	ร้อยละ
นักศึกษาภาคปกติ	5,374	42.0
นักศึกษาภาค กศ.บป. (ส-อ)	4,158	33.0
นักศึกษาภาค กศ.บป. (จ-ศ)	3,225	25.0
รวม	12,757	100

ที่มา: สำนักส่งเสริมวิชาการ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ (2544)

กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากขนาดของประชากรมีจำนวนมากถึง 12,757 คน จึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยการเปิดตารางขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาสัดส่วนของประชากรซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างเพื่อการศึกษา จำนวน 270 คน (ศิริชัย กาญจนวาสี และคณะ, 2540: 124-125) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 90% และมีความผิดพลาดได้ไม่เกิน $\pm 10\%$ ($N = 12,757 / n = 270$)

การสุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบผสม (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2538: 107) โดยมีขั้นตอนตามลำดับดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สุ่มตัวอย่างตามระดับชั้นอย่างเป็นสัดส่วน (proportional stratified random sampling) โดยวิธีเทียบบัญญัติไตรยางค์เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละประเภทของนักศึกษา (บุญธรรม จิตต์อนันต์, 2540: 67-68)

ขั้นตอนที่ 2 สุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) โดยการจับฉลากโปรแกรมวิชาในแต่ละชั้นปีทั้งหมดตามคณะ หลังจากนั้นจับฉลากตามรายชื่อนักศึกษาในแต่ละโปรแกรมวิชาจนได้กลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่ต้องการ ดังรายละเอียดในภาคผนวก ก

ตัวแปรและการวัดตัวแปร (Variable and Measurement)

ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
 - 1.1 ความถี่ในการเปิดรับ
 - 1.2 ระยะเวลาในการเปิดรับ
2. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
 - 2.1 เพื่อต้องการมีความรู้และเป็นคนทันเหตุการณ์
 - 2.2 เพื่อต้องการคำแนะนำมาช่วยในการตัดสินใจ
 - 2.3 เพื่อนำความรู้มาช่วยเสริมความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้น
 - 2.4 เพื่อนำไปใช้ในการสนทนากับเพื่อน ๆ
 - 2.5 เพื่อความบันเทิง
3. ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์
 - 3.1 สื่อบุคคล
 - 3.2 สื่อสิ่งพิมพ์
 - 3.3 สื่ออิเล็กทรอนิกส์
 - 3.4 สื่อกิจกรรมพิเศษ

การวัดตัวแปร

ข้อมูลจากการวัดตัวแปรต่าง ๆ ได้กำหนดเกณฑ์การวัดได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ใช้วัดจากความถี่และระยะเวลาในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อกิจกรรมพิเศษ
2. เหตุผลในการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ใช้การวัดความถี่แบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Instrument of the Study)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (questionnaires) เป็นคำถามปลายเปิด (open – ended question) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นและคำถามแบบปลายปิด (close – ended question) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบข้อที่ต้องการมากที่สุด โดยในแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์

1.1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักศึกษาในเรื่องเกี่ยวกับเพศ คณะ ชั้นปี รายได้ต่อเดือน ลักษณะการครอบครองสื่อ มีจำนวน 4 ข้อ โดยใช้คำถามปลายปิด ลักษณะ check list ในคำถามเรื่องเพศ ประเภทของนักศึกษาภาคปกติ กศ.ปช. จันทร-ศุภร์ และ เสาร์-อาทิตย์ ลักษณะการครอบครองสื่อ และคำถามปลายเปิดในเรื่อง ชั้นปี โปรแกรมวิชา คณะ และรายได้ต่อเดือน

1.2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ จำนวน 11 ประเภท ได้แก่ หน่วยติดต่อสอบถาม จดหมายข่าวพิงค์ราชมัญ ประกาศทั่วไป ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางอินเทอร์เน็ต รายการวิทยุเสียงจากราษฎร ป้ายไฟวิ่ง นิทรรศการ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น จำนวน 10 ข้อ โดยใช้คำถามปลายปิดลักษณะ check list ตามระดับความถี่และระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ และคำถามปลายเปิดในคำถามเรื่อง เหตุผลที่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทต่าง ๆ

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจและการนำข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ

2.1 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาในด้านองค์ประกอบของสื่อประชาสัมพันธ์ทั้ง 11 ประเภท จำนวน 10 ข้อ โดยใช้คำถามปลายปิดลักษณะ check list

2.2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการนำข่าวสารที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ไปใช้ประโยชน์ จำนวน 6 ข้อ โดยใช้คำถามปลายปิดลักษณะ check list

2.3 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ จำนวน 11 ข้อ โดยใช้คำถามปลายปิดลักษณะ check list และคำถามปลายเปิดในเรื่องข้อเสนอแนะอื่น ๆ

แบบสอบถามมีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ตามแนวคิดของ Likert โดยแบ่งเกณฑ์การให้คะแนนในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

1. ความมากน้อยในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์

บ่อยที่สุด (5 คะแนน) หมายถึง นักศึกษาได้รับสื่อประชาสัมพันธ์บ่อยที่สุด

บ่อยมาก (4 คะแนน) หมายถึง นักศึกษาได้รับสื่อประชาสัมพันธ์บ่อยมาก

ปานกลาง (3 คะแนน) หมายถึง นักศึกษาได้รับสื่อประชาสัมพันธ์ปานกลาง

น้อย (2 คะแนน) หมายถึง นักศึกษาได้รับสื่อประชาสัมพันธ์น้อย

น้อยที่สุด (1 คะแนน) หมายถึง นักศึกษาได้รับสื่อประชาสัมพันธ์น้อยที่สุด

2. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์

มากที่สุด (5 คะแนน) หมายถึง นักศึกษามีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์มากที่สุด

มาก (4 คะแนน) หมายถึง นักศึกษามีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์มาก

ปานกลาง (3 คะแนน) หมายถึง นักศึกษามีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ปานกลาง

น้อย (2 คะแนน) หมายถึง นักศึกษามีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์น้อย

น้อยที่สุด (1 คะแนน) หมายถึง นักศึกษามีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์น้อยที่สุด

การทดสอบเครื่องมือ (Pretesting of Instrument)

ผู้วิจัยได้ทดสอบหาความเที่ยงตรง (validity) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. นำแบบสอบถามไปหาความเที่ยงตรง (validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่ง ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ จำนวน 3 ท่าน นักวิชาการทางสาขานิติศาสตร์ จำนวน 1 ท่าน นักประชาสัมพันธ์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ จำนวน 1 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (wording) แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข
2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจริงกับนักศึกษาที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาด้านราชภัฏเชียงใหม่ ภาคปกติ ภาค กช.ปช. จันทร-ศุภร์ และเลาร์-อาทิตย์ จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละข้อ แต่ละตอนของแบบสอบถามสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือไม่ ซึ่งจากการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามเท่ากับ 0.9261
3. นำแบบสอบถามกลับมาตรวจสอบแก้ไขและปรับปรุงการที่ปรึกษาอีกครั้งหนึ่ง จึงจัดพิมพ์แล้วนำไปใช้เก็บข้อมูลจริงต่อไป

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection)

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษามีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยติดต่อกับผู้บริหารสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ เพื่อขออนุญาตเก็บแบบสอบถาม และขอความร่วมมือกับนักศึกษาในการตอบแบบสอบถามการวิจัยตามกลุ่มที่สุ่มตัวอย่างไว้
2. ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัย จำนวน 3 คน ได้แจกแบบสอบถามให้กับนักศึกษาที่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างแต่ละชั้นปี ตามประเภทของนักศึกษา โดยเริ่มเก็บข้อมูลในเดือน กรกฎาคมถึง สิงหาคม 2544 เป็นเวลา 2 เดือน เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์แปลผล สรุปผล และรายงานผลการวิจัยต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis of Data)

หลังจากรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ได้มีการลงรหัสข้อมูล (coding) ของข้อมูลที่ได้มาแล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อคำนวณหาค่าสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ที่ใช้ในการแจกแจงความถี่ (frequency) แจกแจงค่าร้อยละ (percentage) และค่าเฉลี่ย (mean) โดยจำแนกตามลักษณะของแบบสอบถาม ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์

1.1 ลักษณะของปัจจัยส่วนบุคคล อันได้แก่ เพศ คณะ ชั้นปี รายได้ต่อเดือน ลักษณะการครอบครองสื่อ ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยใช้ตารางแสดงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

1.2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภท ต่าง ๆ อันได้แก่ ความถี่ ระยะเวลา ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยใช้ตารางแสดงความถี่และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจและการนำข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ

2.1 ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อสื่อประชาสัมพันธ์ในด้านองค์ประกอบต่าง ๆ ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยใช้ตารางแสดงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.2 การนำข่าวสารที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ไปใช้ประโยชน์ ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยใช้ตารางแสดงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.3 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยใช้ตารางแสดงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากแบบสอบถามมีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ตามแนวคิดของ Likert (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2539: 96-97) โดยนำคะแนนที่กำหนดนำมาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายค่าเฉลี่ย ได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง		ความหมาย
4.51-5.00	หมายถึง	นักศึกษามีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อ ประชาสัมพันธ์ในระดับมากที่สุด
3.51-4.50	หมายถึง	นักศึกษามีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อ ประชาสัมพันธ์ในระดับมาก
2.51-3.50	หมายถึง	นักศึกษามีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อ ประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
1.51-2.50	หมายถึง	นักศึกษามีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อ ประชาสัมพันธ์ในระดับน้อย
0.51-1.50	หมายถึง	นักศึกษามีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อ ประชาสัมพันธ์ในระดับน้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิจัย และวิจารณ์

(RESULTS AND DISCUSSION)

การวิจัย เรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงใหม่” ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาภาคปกติ นักศึกษาภาค กศ.ปช. ภาคค่ำ (จันทร์-ศุกร์) นักศึกษาภาค กศ.ปช. (เสาร์-อาทิตย์) จำนวน 270 คน โดยศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความพึงพอใจและการนำข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ตลอดจนข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS) โดยแสดงรายละเอียดของผลการวิจัยดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเสนอในรูปแบบของตารางและความเรียง โดยแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์

1.1 เสนอข้อมูลทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ของนักศึกษา ได้แก่ เพศ คณะ ชั้นปี รายได้ต่อเดือน ลักษณะการครอบครองสื่อ โดยการวิเคราะห์ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย นำเสนอในรูปตารางและความเรียงในตารางที่ 2

1.2 เสนอข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ หน่วยติดต่อสอบถาม จดหมายข่าวพิงค์ราชมังการ ประกาศทั่วไป ข่าวประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต รายการวิทยุเสียงจากราชมังการ ป้ายไฟวิ่ง นิทรรศการ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง และส่วนท้องถิ่น อันได้แก่ ความถี่ ระยะเวลา โดยวิเคราะห์ค่าความถี่และค่าร้อยละ นำเสนอในรูปแบบของตารางและความเรียงในตารางที่ 3-17

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจและการนำข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ

2.1 เสนอข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาในด้านองค์ประกอบของสื่อประชาสัมพันธ์ทั้ง 11 ประเภท โดยวิเคราะห์ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปแบบของตารางและความเรียงในตารางที่ 18-28

2.2 เสนอข้อมูลเกี่ยวกับการนำข่าวสารที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ไปใช้ประโยชน์ โดยวิเคราะห์ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปแบบของตารางและความเรียงในตารางที่ 29

2.3 เสนอข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ โดยวิเคราะห์ค่าความถี่และค่าร้อยละ นำเสนอในรูปแบบของตารางและความเรียงใน ตารางที่ 30-40

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์

1.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักศึกษา

จากการศึกษาเรื่องลักษณะประชากรศาสตร์ของนักศึกษาได้แสดงรายละเอียดต่าง ๆ ดังปรากฏในตารางที่ 2 ดังนี้

เพศ

นักศึกษาเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.6 ส่วนเพศชายมีเพียงร้อยละ 37.4

ชั้นปี

เมื่อจำแนกตามระดับชั้นปีแล้วพบว่า นักศึกษาเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 2 และ 3 คิดเป็น ร้อยละ 29.3 รองลงมาเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 23.3 และชั้นปีที่ 4 ร้อยละ 18.1

คณะ

นักศึกษาอยู่คณะวิทยาการจัดการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมา คือ คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ ร้อยละ 27.4 คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ร้อยละ 14.8 คณะครุศาสตร์ ร้อยละ 11.5 และคณะเทคโนโลยีการเกษตร ร้อยละ 4.1 ตามลำดับ

ภาคที่ศึกษา

นักศึกษาอยู่ภาคปกติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.6 รองลงมาคือ นักศึกษา ภาค กศ.ปช. (เสาร์-อาทิตย์) ร้อยละ 32.6 และนักศึกษา ภาค กศ.ปช. ภาคค่ำ (จันทร์-ศุกร์) ร้อยละ 24.8

รายได้ต่อเดือน

นักศึกษามีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 5,970 บาท โดยมีรายได้ต่ำสุด 1,000 บาท และรายได้สูงสุด 22,000 บาท โดยนักศึกษามีรายได้อยู่ระหว่าง 3,500-6,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.9 รองลงมามีรายได้ในช่วงระหว่าง 6,500-9,000 บาท ร้อยละ 15.9 ส่วนกลุ่มนักศึกษาที่มีรายได้มากที่สุดระหว่าง 15,000-22,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.2 นอกจากนี้ยังมีนักศึกษาที่ไม่ระบุรายได้อีก 102 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7

ลักษณะการครอบครองสื่อ

นักศึกษามีวิทยุโทรทัศน์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.7 รองลงมา มีวิทยุกระจายเสียง คิดเป็นร้อยละ 70.3 มีหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง คิดเป็นร้อยละ 44.8 มีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น คิดเป็น ร้อยละ 34.8 มีคอมพิวเตอร์เชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 23.7 และมีเคเบิลทีวี คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

สรุป

จากการศึกษาข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของนักศึกษา สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ พบว่า มีสัดส่วนเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ประมาณ 60 ต่อ 40 ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาภาคปกติ กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 และ 3 คณะวิทยาการจัดการ ซึ่งผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างเป็นระบบสัดส่วนของประชากรทั้งหมด นักศึกษามีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 5,970 บาท จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบ 168 คน และมีนักศึกษาไม่ตอบ จำนวน 102 คน ส่วนลักษณะการครอบครองสื่อของนักศึกษา ส่วนใหญ่มีสื่อวิทยุโทรทัศน์มากที่สุด

วิจารณ์ผล

จากการศึกษาพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักศึกษา สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ มีสัดส่วนที่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายประมาณ 60 ต่อ 40 ทั้งนี้อาจเนื่องจากจำนวนผู้ที่สอบเข้าศึกษาต่อในสถาบันราชภัฏเชียงใหม่มีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ส่วนเรื่องประเภทของนักศึกษาภาคปกติ ภาค กศ.ปช. จันทร-ศุภร์ และ กศ.ปช. เสาร์-อาทิตย์ คณะ ชั้นปี ผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างแบบผสมตามสัดส่วนของประชากรทั้งหมด จึงคิดว่าสามารถเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ได้

สำหรับรายได้ของนักศึกษามีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 5,970 บาท อาจเป็นเพราะนักศึกษาภาค กศ.ปช. จันทร-ศุภร์ และ กศ.ปช. เสาร์-อาทิตย์ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพมีรายได้ประจำแล้วจึงส่งผลทำให้นักศึกษา กศ.ปช. มีรายได้เฉลี่ยมากกว่านักศึกษาภาคปกติ

ส่วนเรื่องลักษณะการครอบครองสื่อของนักศึกษาส่วนใหญ่มีสื่อวิทยุโทรทัศน์และจากการสอบถามของผู้วิจัย พบว่า นักศึกษายังมีการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่ทางสถาบันฯ จัดไว้ให้ เช่น การอ่านหนังสือพิมพ์ทั้งส่วนกลางและท้องถิ่นจากหอสมุด การใช้บริการค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตจากเครื่องคอมพิวเตอร์ของศูนย์บริการอินเทอร์เน็ตของสถาบันฯ เป็นต้น สอดคล้องกับหลักการพิจารณาเลือกสื่อของผู้รับสารที่นิยมเลือกสื่อที่ตนเองสามารถรับได้สะดวก ตรงกับค่านิยม ความเชื่อถือทัศนคติ ความรู้ของตนเองมากที่สุด (เกษม จันทรน้อย, 2537: 17)

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (270)	ร้อยละ
1. เพศ		
หญิง	169	62.6
ชาย	101	37.4
2. ระดับชั้นปี		
2	79	29.3
3	79	29.3
1	63	23.3
4	49	18.1
3. คณะที่ศึกษา		
วิทยาการจัดการ	114	42.2
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	74	27.4
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	40	14.8
ครุศาสตร์	31	11.5
เทคโนโลยีการเกษตร	11	4.1
4. ภาควิชาที่ศึกษา		
ภาคปกติ	115	42.6
ภาค กศ.ปช. (เสาร์-อาทิตย์)	88	32.6
ภาค กศ.ปช. (จันทร์-ศุกร์)	67	24.8

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (270)	ร้อยละ
5. รายได้ต่อเดือน (n = 168)		
1,000 – 3,000	25	9.3
3,500 – 6,000	86	31.9
6,500 – 9,000	43	15.9
10,000 – 15,000	11	4.1
20,000 ขึ้นไป	3	1.1
ไม่ตอบ	102	37.7
หมายเหตุ		
รายได้เฉลี่ย 5,970 บาท รายได้ต่ำสุด 1,000 บาท รายได้สูงสุด 22,000 บาท		
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3,242.69		
6. ลักษณะการครอบครองสื่อ		
- วิทยุโทรทัศน์	210	77.7
- วิทยุกระจายเสียง	190	70.3
- หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง	121	44.8
- หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	94	34.8
- คอมพิวเตอร์เชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	64	23.7
- ติดตั้งยูบิซี	1	0.3

1.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ จากการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษา ข้อมูลที่ศึกษาประกอบด้วย ความถี่ ระยะเวลาของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท นำเสนอผลการวิเคราะห์ดังนี้

หน่วยติดต่อสอบถาม (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์)

นักศึกษา ร้อยละ 33.3 มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากหน่วยติดต่อสอบถามในระยะเวลา 1 เดือน เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง รองลงมาเป็นการเปิดรับข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง ร้อยละ 23.7 เฉลี่ยเดือนละ 10 ครั้ง ร้อยละ 17.4 เฉลี่ย เดือนละ 20 ครั้ง ร้อยละ 8.5 และเฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 6 ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังมีนักศึกษาที่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากหน่วยติดต่อ สอบถามอีกร้อยละ 11.1 (ตารางที่ 3)

จดหมายข่าวฟิงค์ราชภัฏ (ออกทุกวันจันทร์ พุธ ศุกร์)

นักศึกษา ร้อยละ 30.4 มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากจดหมาย ข่าวฟิงค์ราชภัฏในระยะเวลา 1 เดือน เฉลี่ยเดือนละ 1 ฉบับ รองลงมาเป็นการเปิดรับข่าวสาร ประชาสัมพันธ์เฉลี่ยเดือนละ 6 ฉบับ ร้อยละ 25.9 เฉลี่ยเดือนละ 3 ฉบับ ร้อยละ 19.6 เฉลี่ยเดือน ละ 9 ฉบับ ร้อยละ 9.3 และเฉลี่ยเดือนละ 12 ฉบับ ร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังมีนักศึกษาที่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากจดหมายข่าว ฟิงค์ราชภัฏอีกร้อยละ 11.5 (ตารางที่ 4)

ประกาศทั่วไป

นักศึกษา ร้อยละ 34.8 มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากประกาศ ทั่วไปในระยะเวลา 1 เดือน เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง รองลงมาเป็นการเปิดรับข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง ร้อยละ 29.3 เฉลี่ยเดือนละ 10 ครั้ง ร้อยละ 19.6 เฉลี่ยเดือนละ 20 ครั้ง ร้อยละ 10 และเฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 2.2 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีนักศึกษาที่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากประกาศทั่วไปอีกร้อยละ 4.1 (ตารางที่ 5)

อินเทอร์เน็ต (<http://www.cmri.ac.th/public>)

นักศึกษา ร้อยละ 23.3 มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จาก อินเทอร์เน็ต ในระยะเวลา 1 เดือน เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง รองลงมา มีการเปิดรับข่าวสาร ประชาสัมพันธ์เฉลี่ย เดือนละ 15 ครั้ง ร้อยละ 21.1 เฉลี่ยเดือนละ 10 ครั้ง ร้อยละ 17 เฉลี่ยเดือนละ 20 ครั้ง ร้อยละ 3.8 และเฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังมีนักศึกษาที่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากอินเทอร์เน็ตอีก ร้อยละ 32.6 (ตารางที่ 6)

รายการวิทยุ “เสียงจากราษฎร”

นักศึกษา ร้อยละ 32.2 มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากรายการ วิทยุเสียงจากราษฎรในระยะเวลา 1 เดือน เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง รองลงมา มีการเปิดรับข่าวสาร ประชาสัมพันธ์เฉลี่ยเดือนละ 2 ครั้ง ร้อยละ 15.2 เฉลี่ยเดือนละ 3 ครั้ง ร้อยละ 2.9 และเฉลี่ย เดือนละ 4 ครั้ง ร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังมีนักศึกษาที่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากรายการวิทยุ เสียงจากราษฎรอีก ร้อยละ 49.3 (ตารางที่ 7)

ป้ายไฟวิ่ง

นักศึกษา ร้อยละ 28.1 มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากป้ายไฟวิ่ง ในระยะเวลา 1 เดือน เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง รองลงมา มีการเปิดรับข่าวสาร ประชาสัมพันธ์เฉลี่ย เดือนละ 5 ครั้ง ร้อยละ 26.3 เฉลี่ยเดือนละ 10 ครั้ง ร้อยละ 18.1 เฉลี่ย เดือนละ 20 ครั้ง ร้อยละ 12.6 และเฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 5.6 ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังมีนักศึกษาที่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากป้ายไฟวิ่งอีก ร้อยละ 9.3 (ตารางที่ 8)

นิทรรศการ

นักศึกษา ร้อยละ 34.8 มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จาก นิทรรศการในระยะเวลา 1 เดือนเฉลี่ยเดือนละ 2 ครั้ง รองลงมา มีการเปิดรับข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง ร้อยละ 33.3 เฉลี่ยเดือนละ 3 ครั้ง ร้อยละ 17.8 และเฉลี่ยเดือนละ 4 ครั้ง ร้อยละ 3 ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังมีนักศึกษาที่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากนิทรรศการอีกร้อยละ 11.1 (ตารางที่ 9)

วิทยุกระจายเสียง

นักศึกษา ร้อยละ 32.9 มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากวิทยุกระจายเสียงในระยะเวลา 1 เดือน เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง รองลงมาเป็นการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์เฉลี่ยเดือนละ 10 ครั้ง ร้อยละ 21.5 เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง ร้อยละ 12.6 เฉลี่ย เดือนละ 20 ครั้ง ร้อยละ 3 และเฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังมีนักศึกษาที่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากวิทยุกระจายเสียงอีกร้อยละ 29.6 (ตารางที่ 10)

นอกจากนี้พบว่า นักศึกษา ร้อยละ 47.8 มีการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ จากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จ. เชียงใหม่ มากที่สุด รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสารของสถาบันฯ จากสถานีวิทยุกระจายเสียงเสียงสื่อสารมวลชน จ. เชียงใหม่ ร้อยละ 30 สถานีวิทยุกระจายเสียงเสียงสามยอด จ. เชียงใหม่ ร้อยละ 27.3 สถานีวิทยุกระจายเสียง อสมท. จ. เชียงใหม่ ร้อยละ 22.6 สถานีวิทยุกระจายเสียงเสียงจากทหารเรือ จ. เชียงใหม่ ร้อยละ 16.8 สถานีวิทยุกระจายเสียงทหารอากาศ จ. เชียงใหม่ ร้อยละ 10 และสถานีวิทยุกระจายเสียง อสมท. จ. ลำพูน ร้อยละ 0.5 ตามลำดับ (ตารางที่ 11)

วิทยุโทรทัศน์

นักศึกษา ร้อยละ 37.8 มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ จากวิทยุโทรทัศน์ในระยะเวลา 1 เดือน เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง รองลงมาเป็นการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์เฉลี่ยเดือนละ 2 ครั้ง ร้อยละ 17.8 เฉลี่ยเดือนละ 3 ครั้ง ร้อยละ 4.8 และเฉลี่ยเดือนละ 4 ครั้ง ร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังมีนักศึกษาที่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ จากวิทยุโทรทัศน์อีกร้อยละ 38.1 (ตารางที่ 12)

นอกจากนี้ยังพบว่า นักศึกษา ร้อยละ 91 มีการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ จากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 จ. เชียงใหม่ กรมประชาสัมพันธ์ มากที่สุด รองลงมาคือ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไอทีวีและสถานีวิทยุโทรทัศน์องค์การ

สื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ช่อง 9 ร้อยละ 3.6 สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 ร้อยละ 1.2 และสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 7 ร้อยละ 0.6 ตามลำดับ (ตารางที่ 13)

หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง

นักศึกษา ร้อยละ 33.3 มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบัน จากหนังสือพิมพ์ส่วนกลางในระยะเวลา 1 เดือน เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง รองลงมามีการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์เฉลี่ยเดือนละ 10 ครั้ง ร้อยละ 30 เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง ร้อยละ 9.3 เฉลี่ยเดือนละ 20 ครั้ง ร้อยละ 5.6 และเฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังมีนักศึกษาที่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ จากหนังสือพิมพ์ส่วนกลางอีกร้อยละ 20 (ตารางที่ 14)

นอกจากนี้ยังพบว่า นักศึกษา ร้อยละ 63.4 มีการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ จากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ร้อยละ 42.1 หนังสือพิมพ์ข่าวสด ร้อยละ 9.7 หนังสือพิมพ์การศึกษา ร้อยละ 6.9 หนังสือพิมพ์มติชน ร้อยละ 3.7 หนังสือพิมพ์แนวหน้าและหนังสือพิมพ์แหล่งงาน ร้อยละ 0.9 ตามลำดับ (ตารางที่ 15)

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

นักศึกษา ร้อยละ 28.9 มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ จากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในระยะเวลา 1 เดือน เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง รองลงมามีการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์เฉลี่ยเดือนละ 10 ครั้ง ร้อยละ 24.1 เฉลี่ยเดือนละ 20 ครั้ง ร้อยละ 11.1 และเฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังมีนักศึกษาที่ไม่เคยเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ จากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอีกร้อยละ 20 (ตารางที่ 16)

นอกจากนี้ยังพบว่า นักศึกษา ร้อยละ 72.3 มีการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ จากหนังสือพิมพ์ไทยนิวส์มากที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์เชียงใหม่นิวส์ ร้อยละ 71.9 หนังสือพิมพ์ภาคเหนือ ร้อยละ 31.9 หนังสือพิมพ์เสียงขี้ ร้อยละ 1.1 ตามลำดับ (ตารางที่ 17)

สรุป

จากการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ของนักศึกษา สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ พบว่า นักศึกษาเปิดรับข่าวสารจากประกาศทั่วไปมากที่สุด และเปิดรับข่าวสารจากรายการวิทยุ "เสียงจากราชภัฏ" น้อยที่สุด

ส่วนการศึกษาค้นคว้าประกอบในเรื่อง ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ในระยะเวลา 1 เดือน พบว่า นักศึกษามีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของสถาบันจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ อยู่ในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ นักศึกษาใช้บริการสอบถามข้อมูล ข่าวสารจากหน่วยติดต่อสอบถาม (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์) เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง นักศึกษามีการติดตามข่าวสารของสถาบันทางอินเทอร์เน็ต (<http://www.cmri.ac.th/public>) เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง นักศึกษาติดตามข้อมูลข่าวสารของสถาบันฯ ทางวิทยุกระจายเสียง โดยเฉพาะสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดเชียงใหม่ เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง นักศึกษาติดตามข่าวสารของสถาบันทางหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง และติดตามข่าวสารของสถาบันจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ไทยนิวส์ เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง เช่นเดียวกัน ติดตามข่าวสารของสถาบันทางวิทยุโทรทัศน์ โดยเฉพาะสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 จ.เชียงใหม่ เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง และนักศึกษาดูตามอ่านข้อมูลข่าวสารจากจดหมายข่าวฟิงค์ราชภัฏ เฉลี่ยเดือนละ 1 ฉบับ

นอกจากนี้ นักศึกษามีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ดังต่อไปนี้ในระดับปานกลาง ได้แก่ นักศึกษาติดตามอ่านข้อมูลข่าวสารจากประกาศทั่วไปและป้ายไผ่ง (บริเวณโรงอาหาร) เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง และนักศึกษาดูตามชมการจัดนิทรรศการ (บริเวณด้านหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์) เฉลี่ยเดือนละ 2 ครั้ง

วิจารณ์ผล

จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทประกาศทั่วไปมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนียา โพธานันท์ (2539: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของพนักงานบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า พนักงานมีการเปิดรับประกาศทั่วไปมากที่สุดเช่นเดียวกัน

ประจวบ อินอื้อด (2534: 99) กล่าวว่า ประกาศทั่วไป เป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ทุกองค์การนิยมจัดทำขึ้น ถือเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ภายในใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารกับกลุ่ม

เป้าหมายโดยเฉพาะเจาะจง และคุณสมบัติเด่นของประกาศทั่วไปสามารถดึงดูดความสนใจ โดยเน้นการใช้สีสันที่สดใส ขนาดและที่ตั้งที่สะดุดตา ข้อความสั้น กระชับรัด เน้นได้ชัดเจน อ่านง่ายจากระยะไกลและมีความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ประกาศทั่วไปในการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อดึงดูดความสนใจ สร้างความเข้าใจและชักชวนให้ผู้รับสารปฏิบัติตาม (สุรัตน์ เมธิกุล, 2539: 37)

นอกจากนี้ยังพบว่านักศึกษามีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทรายการวิทยุ “เสียงจากราษฎร” ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จ. เชียงใหม่ ออกอากาศทุกวันอาทิตย์ เวลา 15.35-16.00 น. น้อยที่สุด ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับปัญหาในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์รายการวิทยุ “เสียงจากราษฎร” ของฝ่ายประชาสัมพันธ์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่พบว่า จากการประเมินเบื้องต้นการตอบรับจากผู้ฟังประกอบกับรูปแบบรายการและการนำเสนอไม่ดีเท่าที่ควร ต้องมีปรับปรุงรูปแบบรายการใหม่ให้น่าสนใจมากขึ้น (ฝ่ายประชาสัมพันธ์, 2544: 35)

ส่วนการศึกษาค้นคว้าประกอบในเรื่อง ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ในระยะเวลา 1 เดือน พบว่า นักศึกษามีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ หน่วยติดต่อสอบถาม (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์) การค้นคว้าข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต (<http://www.cmr.ac.th/public>) มีการติดตามข้อมูล ข่าวสารของสถาบันทางวิทยุกระจายเสียง (สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดเชียงใหม่) มีการติดตามอ่านข้อมูลข่าวสารทางหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ) และติดตามอ่านจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (หนังสือพิมพ์ไทยนิวส์) เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง และนักศึกษาติดตามอ่านข้อมูลข่าวสารจากจดหมายข่าวฟังก์ชาราชภัฏ เฉลี่ยเดือนละ 1 ฉบับ

นอกจากนี้นักศึกษายังมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ได้แก่ ติดตามอ่านข้อมูลข่าวสารจากประกาศทั่วไปและป้ายไฟวิ่ง (บริเวณโรงอาหาร) เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้งและติดตามชมนิทรรศการ (บริเวณด้านหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์) เฉลี่ยเดือนละ 2 ครั้ง สอดคล้องกับ รัตนา สมบัติวรพัฒน์ (2535: 18) กล่าวว่า การเปิดรับข่าวสารเป็นไปตามแบบเฉพาะของผู้รับสาร ซึ่งแต่ละคนต่างก็มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกันไป ตามลักษณะของสื่อแต่ละอย่าง มีส่วนทำให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์
ของสถาบันฯ ทางหน่วยติดต่อสอบถาม

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ในระยะเวลา 1 เดือน	จำนวน (270)	ร้อยละ
1. เฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป	16	6.0
2. เฉลี่ยเดือนละ 20 ครั้ง	23	8.5
3. เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง	64	23.7
4. เฉลี่ยเดือนละ 10 ครั้ง	47	17.4
5. เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง	90	33.3
6. ไม่เคยรับ	30	11.1

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์
ของสถาบันฯ ทางจดหมายข่าวพิงค์ราชมัง

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ในระยะเวลา 1 เดือน	จำนวน (270)	ร้อยละ
1. เฉลี่ยเดือนละ 12 ฉบับ	9	3.3
2. เฉลี่ยเดือนละ 9 ฉบับ	25	9.3
3. เฉลี่ยเดือนละ 6 ฉบับ	70	25.9
4. เฉลี่ยเดือนละ 3 ฉบับ	53	19.6
5. เฉลี่ยเดือนละ 1 ฉบับ	82	30.4
6. ไม่เคยรับ	31	11.5

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์
ของสถาบันฯ ทางประกาศทั่วไป

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ในระยะเวลา 1 เดือน	จำนวน (270)	ร้อยละ
1. เฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป	6	2.2
2. เฉลี่ยเดือนละ 20 ครั้ง	27	10.0
3. เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง	94	34.8
4. เฉลี่ยเดือนละ 10 ครั้ง	53	19.6
5. เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง	79	29.3
6. ไม่เคยรับ	11	4.1

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์
ของสถาบันฯ ทางอินเทอร์เน็ต (<http://www.cmri.ac.th/public>)

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ในระยะเวลา 1 เดือน	จำนวน (270)	ร้อยละ
1. เฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป	6	2.2
2. เฉลี่ยเดือนละ 20 ครั้ง	10	3.8
3. เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง	57	21.1
4. เฉลี่ยเดือนละ 10 ครั้ง	46	17.0
5. เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง	63	23.3
6. ไม่เคยรับ	88	32.6

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์
ของสถาบันฯ ทางรายการวิทยุกระจายเสียง "เสียงจากราษฎร"

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ในระยะเวลา 1 เดือน	จำนวน (270)	ร้อยละ
1. เฉลี่ยเดือนละ 4 ครั้ง	1	0.4
2. เฉลี่ยเดือนละ 3 ครั้ง	8	2.9
3. เฉลี่ยเดือนละ 2 ครั้ง	41	15.2
4. เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง	87	32.2
5. ไม่เคยรับ	133	49.3

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์
ของสถาบันฯ ทางป้ายไฟวิ่ง

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ในระยะเวลา 1 เดือน	จำนวน (270)	ร้อยละ
1. เฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป	15	5.6
2. เฉลี่ยเดือนละ 20 ครั้ง	34	12.6
3. เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง	76	28.1
4. เฉลี่ยเดือนละ 10 ครั้ง	49	18.1
5. เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง	71	26.3
6. ไม่เคยรับ	25	9.3

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์
ของสถาบันฯ ทางนิทรรศการ

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ในระยะเวลา 1 เดือน	จำนวน (270)	ร้อยละ
1. เฉลี่ยเดือนละ 4 ครั้ง	8	3
2. เฉลี่ยเดือนละ 3 ครั้ง	48	17.8
3. เฉลี่ยเดือนละ 2 ครั้ง	94	34.8
4. เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง	90	33.3
5. ไม่เคยรับ	30	11.1

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์
ของสถาบันฯ ทางวิทยุกระจายเสียง

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ในระยะเวลา 1 เดือน	จำนวน (270)	ร้อยละ
1. เฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป	1	0.4
2. เฉลี่ยเดือนละ 20 ครั้ง	8	3.0
3. เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง	34	12.6
4. เฉลี่ยเดือนละ 10 ครั้ง	58	21.5
5. เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง	89	32.9
6. ไม่เคยรับ	80	29.6

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามการเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงต่าง ๆ

สถานีวิทยุกระจายเสียง	จำนวน (190)	ร้อยละ
1. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จ. เชียงใหม่	91	47.8
2. สถานีวิทยุกระจายเสียงเสียงสื่อสารมวลชน จ. เชียงใหม่	57	30.0
3. สถานีวิทยุกระจายเสียงเสียงสามยอด จ. เชียงใหม่	52	27.3
4. สถานีวิทยุกระจายเสียง อสมท. จ. เชียงใหม่	43	22.6
5. สถานีวิทยุกระจายเสียงจากทหารเรือ จ. เชียงใหม่	32	16.8
6. สถานีวิทยุกระจายเสียงทหารอากาศ จ. เชียงใหม่	19	10.0
7. สถานีวิทยุกระจายเสียง อสมท. จ. ลำพูน	1	0.5

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางวิทยุโทรทัศน์

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ในระยะเวลา 1 เดือน	จำนวน (270)	ร้อยละ
1. เฉลี่ยเดือนละ 4 ครั้ง	4	1.5
2. เฉลี่ยเดือนละ 3 ครั้ง	13	4.8
3. เฉลี่ยเดือนละ 2 ครั้ง	48	17.8
4. เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง	102	37.8
5. ไม่เคยรับ	103	38.1

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามการเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ต่าง ๆ

สถานีวิทยุโทรทัศน์	จำนวน (167)	ร้อยละ
1. ช่อง 11	152	91.0
2. ช่อง ไอทีวี	6	3.6
3. ช่อง 9	6	3.6
4. ช่อง 3	2	1.2
5. ช่อง 7	1	0.6
6. ช่อง 5	-	-

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ในระยะเวลา 1 เดือน	จำนวน (270)	ร้อยละ
1. เฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป	5	1.8
2. เฉลี่ยเดือนละ 20 ครั้ง	15	5.6
3. เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง	25	9.3
4. เฉลี่ยเดือนละ 10 ครั้ง	81	30.0
5. เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง	90	33.3
6. ไม่เคยรับ	54	20.0

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามการเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ จากหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง

หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง	จำนวน (216)	ร้อยละ
1. ไทยรัฐ	137	63.4
2. เดลินิวส์	91	42.1
3. ข่าวสด	21	9.7
4. การศึกษา	15	6.9
5. มติชน	8	3.7
6. แนวหน้า	2	0.9
7. แหล่งงาน	2	0.9

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

ความถี่ในการเปิดรับสื่อ ในระยะเวลา 1 เดือน	จำนวน (270)	ร้อยละ
1. เฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป	17	6.3
2. เฉลี่ยเดือนละ 20 ครั้ง	30	11.1
3. เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง	67	24.8
4. เฉลี่ยเดือนละ 10 ครั้ง	65	24.1
5. เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง	78	28.9
6. ไม่เคยรับ	13	4.8

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามการเปิดรับข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	จำนวน (257)	ร้อยละ
1. ไทยนิวส์	186	72.3
2. เชียงใหม่นิวส์	185	71.9
3. ภาคเหนือ	82	31.9
4. นสพ.เสียงช้าง	3	1.1
(เป็น นสพ. ที่ผลิตโดย นค.นิเทศศาสตร์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่)		

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจและการนำข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ

2.1 ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อสื่อประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ และการนำข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ไปใช้ประโยชน์ ข้อมูลที่ศึกษาประกอบด้วยองค์ประกอบในด้านเนื้อหาสาระ วิธีการนำเสนอ รูปแบบ เทคนิค ตลอดจนความพึงพอใจในการรับบริการด้านข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทนำเสนอผลการวิเคราะห์ดังนี้

หน่วยติดต่อสอบถาม (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์)

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อหน่วยติดต่อสอบถาม (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์) อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.19 แยกตามองค์ประกอบในเรื่อง น้ำเสียง สีหน้า กิริยาท่าทางมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.38 รองลงมาคือ ความมีมนุษยสัมพันธ์ 3.30 ความประทับใจในการรับบริการ 3.11 การตรงต่อเวลา 3.10 และมีความพึงพอใจต่อความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้องของข้อมูลอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.06 ตามลำดับ (ตารางที่ 18)

จดหมายข่าวพิงค์ราชนิก

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อจดหมายข่าวพิงค์ราชนิก อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.07 แยกตามองค์ประกอบในเรื่อง ประมวลภาพกิจกรรมและแนะนำ web site มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.30 รองลงมาคือ ปฏิทินกิจกรรม 3.28 สาส์นจากอธิการบดี 3.24 การพาดหัวข่าว 3.18 ข่าว 3.17 ข่าวบริการ รับสมัคร ประกวดราคา 3.10 สารความรู้ต่าง ๆ 3.09 บทความ 3.08 การจัดหน้าและคอลัมน์ 2.97 ภาพประกอบข่าว 2.96 ขนาดตัวอักษร 2.94 สุขสันต์วันเกิดอาจารย์ 2.90 ข่าวการเดินทางไปราชการของอาจารย์และจำนวนหน้า 2.89 และมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบด้านความสวยงาม สะดุดตา น่าจับต้อง อยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็น ค่าเฉลี่ย 2.88 ตามลำดับ (ตารางที่ 19)

ประกาศทั่วไป

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อประกาศทั่วไปอยู่ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.93 แยกตามองค์ประกอบในเรื่อง ข้อความเข้าใจง่าย มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.20 รองลงมาคือ ขนาดของกระดาษ 2.98 ความน่าสนใจ 2.91 การออกแบบ 2.88 สีเส้นสะดุดตา 2.85 และมีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของที่ตั้ง อยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.78 ตามลำดับ (ตารางที่ 20)

อินเทอร์เน็ต (<http://www.cmri.ac.th/public>)

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อสื่ออินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.02 แยกตามองค์ประกอบในเรื่อง ข่าวกิจกรรมนักศึกษามากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.17 รองลงมาคือ ข่าวพิงค์ราชนิก 3.11 ความทันสมัยของข้อมูล 3.08 รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ 3.05 ภาพประกอบข่าวต่าง ๆ 3.01 การแสดงความคิดเห็นส่งข้อความผ่าน E-mail 2.99 ปฏิทินข่าวรอบสัปดาห์ และความสะดวกรวดเร็วในการเข้าสู่ข้อมูล 2.97 ขนาดตัวอักษร 2.96 และมีความพึงพอใจต่อข่าวบริการ รับสมัครและประกวดราคาอยู่ระดับน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.93 ตามลำดับ (ตารางที่ 21)

รายการวิทยุ "เสียงจากราชนิก"

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ "เสียงจากราชนิก" อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.0 แยกตามองค์ประกอบรูปแบบรายการมีความน่าสนใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.15 รองลงมาคือ เนื้อหาช่วงสารความรู้รอบ ๆ ตัวเรา 3.08 เนื้อหาช่วงเปิดสมองเปิดใจ 3.05 เพลง

3.04 ผู้ดำเนินรายการ 3.01 เนื้อหาช่วงทุกคำถามมีคำตอบ 2.96 และมีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของช่วงเวลาออกอากาศ อยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.71 ตามลำดับ (ตารางที่ 22)

ป้ายไฟวิ่ง

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อป้ายไฟวิ่งอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.01 แยกตามองค์ประกอบเรื่อง ข้อความสั้น กระชับรัดกุมเข้าใจง่าย มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.20 รองลงมา คือ ความสะดวกในการอ่านข้อความ 3.15 รูปแบบการวิ่งของตัวอักษรมีความเด่นสะดุดตา 3.01 ความทันสมัยของข้อมูล 2.86 และมีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของที่ตั้ง อยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.85 ตามลำดับ (ตารางที่ 23)

นิทรรศการ

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อนิทรรศการ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.12 แยกตามองค์ประกอบเรื่อง วันสำคัญต่าง ๆ เช่น วันสถาปนาสถาบันฯ วันสำคัญทางศาสนา มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.25 รองลงมาคือ มีเนื้อหาเข้าใจง่าย 3.23 ภาพกิจกรรมบุคคลเด่นของสถาบันฯ 3.18 การออกแบบสีสันทันทีมีความน่าสนใจ 3.01 และมีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของสถานที่จัดแสดงอยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.97 ตามลำดับ (ตารางที่ 24)

วิทยุกระจายเสียง

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อวิทยุกระจายเสียงอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.94 แยกตามองค์ประกอบเรื่อง ข่าว มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.09 รองลงมาคือ ข่าวมีการสัมภาษณ์ประกอบข่าว 3.02 ข่าวกิจกรรมนักศึกษา และข่าวปฏิทินกิจกรรม 2.87 และมีความพึงพอใจต่อข่าวบริการ รับสมัคร ข่าวประกวดราคา อยู่ในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.85 ตามลำดับ (ตารางที่ 25)

วิทยุโทรทัศน์

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อวิทยุโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.89 แยกตามองค์ประกอบเรื่อง ข่าวมีการสัมภาษณ์ประกอบข่าวมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.02 รองลงมาคือ ข่าว 2.99 ข่าวกิจกรรมนักศึกษา 2.95 ข่าวปฏิทินกิจกรรม 2.86 ภาพข่าวมีความน่าสนใจ 2.83

และมีความพึงพอใจต่อชาวบริการ รับสมัคร ชาวประกวดราคา อยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.73 ตามลำดับ (ตารางที่ 26)

หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง อยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยรวม 3.06 แยกตามองค์ประกอบเรื่อง ข่าว มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.20 รองลงมาคือ ภาพประกอบข่าวมีความน่าสนใจ 3.09 ข่าวบุคคลเด่นทางการศึกษา 2.99 และมีความพึงพอใจต่อข่าวกิจกรรมนักศึกษา อยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.97 ตามลำดับ (ตารางที่ 27)

หนังสือพิมพ์ส่วนท้องถิ่น

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.06 แยกตามองค์ประกอบในเรื่อง ข่าว มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.32 รองลงมาคือ ข่าวกิจกรรมนักศึกษา 3.15 ข่าวบุคคลเด่นทางการศึกษา 3.12 ภาพประกอบข่าวมีความน่าสนใจ 3.08 ข่าวปฏิทินกิจกรรม 3.05 ชาวบริการ รับสมัคร ชาวประกวดราคา 2.91 และมีความพึงพอใจต่อสุขสันต์วันเกิดอาจารย์ อยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.85 ตามลำดับ (ตารางที่ 28)

สรุป

จากการศึกษาเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ของนักศึกษา สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ อยู่ในระดับปานกลาง สามารถจำแนกได้ตามองค์ประกอบต่าง ๆ ของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท ดังนี้

- 1 นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อหน่วยติดต่อสอบถาม (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์) ในองค์ประกอบเรื่อง น้ำเสียง สีน้า กิริยาท่าทาง มากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบเรื่อง มีความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้องของข้อมูล น้อยที่สุด
2. นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อจดหมายข่าวพืงศ์ราชภัฏ ในองค์ประกอบเรื่อง ประมวลภาพกิจกรรมและแนะนำ web site มากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบเรื่อง ความสวยงาม สะดุดตา น่าจับต้อง น้อยที่สุด

3. นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อประกาศทั่วไป ในองค์ประกอบเรื่อง ข้อความมีความเข้าใจง่าย มากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบเรื่อง สีเส้นสะดุดตาน้อยที่สุด

4. นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่ออินเทอร์เน็ต ในองค์ประกอบเรื่อง ข่าวกิจกรรมนักศึกษา มากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบเรื่อง ข่าวบริการประกวดราคา รับสมัคร น้อยที่สุด

5. นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อรายการวิทยุ เสียงจากราชภัฏ ในองค์ประกอบเรื่อง รูปแบบรายการมีความน่าสนใจ มากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อ องค์ประกอบเรื่อง ความเหมาะสมของช่วงเวลาการออกอากาศ น้อยที่สุด

6. นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อป้ายไฟวิ่ง ในองค์ประกอบเรื่อง ข้อความสั้น กระชับ เข้าใจง่าย มากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบเรื่อง ความเหมาะสมของที่ตั้ง น้อยที่สุด

7. นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อนิทรรศการ ในองค์ประกอบเรื่อง วันสำคัญต่าง ๆ มากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบในเรื่อง ความเหมาะสมของสถานที่จัดแสดงน้อยที่สุด

8. นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อวิทยุกระจายเสียง ในองค์ประกอบเรื่อง ข่าว มากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบในเรื่อง ข่าวบริการ ข่าวประกวดราคา ข่าวรับสมัคร น้อยที่สุด

9. นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อวิทยุโทรทัศน์ ในองค์ประกอบเรื่อง ข่าวมีลักษณะประกอบข่าว มากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบในเรื่อง ภาพข่าวมีความน่าสนใจ น้อยที่สุด

10. นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง ในองค์ประกอบเรื่อง ข่าว มากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบในเรื่อง ข่าวกิจกรรมนักศึกษา น้อยที่สุด

11. นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ในองค์ประกอบเรื่อง ข่าว มากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบในเรื่อง สุขสันต์วันเกิดอาจารย์ น้อยที่สุด

วิจารณ์ผล

จากการศึกษาพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ หน่วยติดต่อสอบถาม (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์) นักศึกษามีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบในเรื่องน้ำเสียง สีหน้า กิริยาท่าทางของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ขณะเดียวกันก็ต้องการความพึงพอใจในเรื่องความสะดวกรวดเร็ว ถูกต้องของข้อมูล สอดคล้องกับ สุรัตน์ เจริญกุล (2539: 35) กล่าวว่า การสื่อสารด้วยวาจาเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นสื่อที่ง่ายและประหยัดที่สุด ใช้สื่อความหมายใช้วัจนะภาษา มีปฏิกริยาตอบสนองจากผู้รับสารได้ชัดเจนและรวดเร็ว แต่มีข้อจำกัดว่าผู้ส่งสารจะต้องมีทักษะในการพูดที่ดีไม่เช่นนั้นแล้วการประชาสัมพันธ์ก็จะประสบความล้มเหลว

จดหมายข่าวพิงค์ราชภัฏ นักศึกษามีความพึงพอใจในองค์ประกอบเรื่อง ประมวลภาพกิจกรรมและแนะนำ web site สอดคล้องกับผู้อ่านสามารถเลือกที่จะอ่านเฉพาะสิ่งที่ตนเองสนใจเท่านั้น (สุรัตน์ เจริญกุล, 2539: 36) นอกจากนี้นักศึกษายังต้องการความสวยงาม สะดุดตา น่าจับต้อง ทำให้จดหมายข่าวเข้าถึงกลุ่มนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประจวบ อินอื้อด (2534: 99) กล่าวว่า ประกาศทั่วไปเป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ทุกองค์กรนิยมจัดทำขึ้น ถือเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ภายในใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารกับกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะเจาะจง และคุณสมบัติเด่นของประกาศทั่วไปสามารถดึงดูดความสนใจ โดยเน้นการใช้สีสันที่สดใส ขนาดและที่ตั้งที่สะดุดตา ข้อความสั้น กระชับรัด เน้นได้ชัดเจน อ่านง่ายจากระยะไกลและมีความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับความพึงพอใจของนักศึกษาต่อประกาศทั่วไปในองค์ประกอบเรื่อง ข้อความมีความเข้าใจง่าย

ส่วนอินเทอร์เน็ต นักศึกษามีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบในเรื่อง ข่าวกิจกรรมนักศึกษา สอดคล้องกับสุรัตน์ เจริญกุล (2539: 38) กล่าวว่า อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อประเภทใหม่ที่กำลังเป็นที่กำลังเป็นที่นิยมในหมู่ผู้ใช้คอมพิวเตอร์ มีการนำเสนอในรูปแบบของมัลติมีเดียที่ประกอบด้วย ภาพเคลื่อนไหว สีสันและเสียง สามารถส่งข่าวสารผ่านเครือข่ายทั่วทุกมุมโลก แต่ยังจำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มผู้ที่มีโอกาสใช้คอมพิวเตอร์เท่านั้น

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อรายการวิทยุ เสียงจากราชภัฏ ในองค์ประกอบเรื่อง รูปแบบรายการมีความน่าสนใจ มากที่สุด สอดคล้องกับการปรับรูปแบบรายการเสียงจากราชภัฏ จากเดิมที่เป็นลักษณะรายการข่าวกิจกรรมของสถาบันฯ สลับกับการเปิดเพลง 2-3 เพลง ทำให้รูปแบบรายการไม่น่าสนใจ ทางฝ่ายประชาสัมพันธ์ จึงได้ปรับรูปแบบรายการดังกล่าวเป็นรายการ

ปกิณกะเชิงสนทนา เป็นรายการเพื่อการศึกษาสนทนากับการเปิดเพลงแทรกเป็นช่วง ๆ ทั้งเนื้อหาสาระเป็นการสร้างภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์กิจกรรมของสถาบันฯ ทำให้ได้รับการตอบรับอย่างดีจากผู้ฟัง (คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ, 2540: 34-37)

ส่วนป้ายไฟวิ่ง นักศึกษามีความพึงพอใจในองค์ประกอบเรื่อง ข้อความสั้น กระชับรัดเข้าใจง่าย และมีความพึงพอใจต่อนิทรรศการ ในองค์ประกอบเรื่อง วันสำคัญต่าง ๆ

นอกจากนี้ยังพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบเรื่อง ข่าว ที่ได้รับจากวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ส่วนกลางและท้องถิ่น สอดคล้องกับคุณสมบัติของสื่อดังกล่าวเป็นสื่อมวลชนที่ได้รับความนิยมมากสามารถถ่ายทอดข่าวสารไปยังผู้รับสารได้อย่างรวดเร็ว ทันเหตุการณ์ ผู้รับสารสามารถเลือกรับข่าวสารต่าง ๆ ตามความต้องการของตนเอง แต่ในทางกลับกันข่าวสารที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์จะได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายทุกคน พิระจิระโสภณ (2529: 635) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้รับสารเกิดจากความต้องการตามสภาวะทางจิตใจและสังคม มีความคาดหวังว่าข่าวสารที่ได้รับจากสื่อจะช่วยตอบสนองความต้องการของผู้รับสารได้ จึงมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ก่อให้เกิดความพึงพอใจของตัวเองด้วยเหตุผลที่ต่าง ๆ กัน

ตารางที่ 19 (ต่อ)

องค์ประกอบ		ระดับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์												
จดหมายข่าวพึงศรีวิทย		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		$\bar{X}$	SD	ความหมาย
(n = 239)		จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%			
12. ขนาดตัวอักษร		6	2.3	43	15.9	134	49.6	40	14.8	16	5.9	2.94	0.85	ปานกลาง
13. สีสันตัวเกิดของอาจารย์		4	1.5	51	18.9	107	39.6	68	25.2	9	3.3	2.90	0.85	ปานกลาง
14. ขาวการเดินทางไปราชการของอาจารย์		1	0.4	46	17.0	119	44.1	69	25.6	4	1.5	2.89	0.75	ปานกลาง
15. จำนวนหน้า		7	2.6	40	14.8	124	45.9	55	20.4	13	5.6	2.89	0.85	ปานกลาง
16. สวยงาม สะอาดตา น่าจับต้อง		10	3.7	34	12.6	128	47.4	50	18.5	17	6.3	2.88	0.90	ปานกลาง
รวม												3.07		ปานกลาง

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อประกาศทั่วไป

องค์ประกอบ		ระดับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์									
ประกาศทั่วไป		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด	
(n = 259)		จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1. ความสะดวกเข้าใจง่าย		9	3.3	66	24.4	153	56.7	30	11.1	1	0.4
2. ขนาดของกระดาษ		7	2.6	44	16.3	152	56.3	49	18.1	7	2.6
3. ความน่าสนใจ		7	2.6	45	16.7	133	49.3	65	24.1	9	3.3
4. การออกแบบ		4	1.5	40	14.8	143	53.0	66	24.4	6	2.2
5. สีเส้นสะดุดตา		8	3.0	37	13.7	135	50.0	66	24.4	13	4.8
6. ความเหมาะสมของที่ตั้ง		9	3.3	31	11.5	132	48.9	70	25.9	17	6.3
รวม											
										2.93	
										0.70	ปานกลาง
										0.76	ปานกลาง
										0.82	ปานกลาง
										0.74	ปานกลาง
										0.84	ปานกลาง
										0.86	ปานกลาง
										2.93	ปานกลาง

ตารางที่ 21 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาที่ศึกษาจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่ออินเทอร์เน็ตของสถาบันฯ

ระดับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์														
องค์ประกอบ อินเทอร์เน็ต (n = 182)	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%				
1. ช่างกิจกรรมนักศึกษา	12	4.4	45	16.7	91	33.7	28	10.4	6	2.2	3.17	0.89	ปานกลาง	
2. ช่างพึงศรัทธา	6	2.2	47	17.4	95	35.2	29	10.7	5	1.9	3.11	0.81	ปานกลาง	
3 ความทันสมัยของข้อมูล	12	4.4	46	17.0	76	28.1	39	14.4	9	3.3	3.08	0.96	ปานกลาง	
4. รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความสนใจ	9	3.3	46	17.0	81	30.0	39	14.4	7	2.6	3.05	0.92	ปานกลาง	
5 ภาพประกอบข่าวต่าง ๆ	4	1.5	47	17.4	82	30.4	46	17.0	3	1.1	3.01	0.83	ปานกลาง	
6. แสดงความคิดเห็นส่งข้อความผ่าน E-mail	9	3.3	47	17.4	69	25.6	50	18.5	7	2.6	2.99	0.95	ปานกลาง	
7. ปฏิทินข่าวรอบสัปดาห์	4	1.5	42	15.6	85	31.5	44	16.3	7	2.6	2.97	0.86	ปานกลาง	
8. ความสะดวก รวดเร็วในการเข้าสู่ข้อมูล	10	3.7	43	15.9	72	26.7	47	17.4	10	3.7	2.97	0.98	ปานกลาง	
9 ขนาดตัวอักษร	4	1.5	38	14.1	95	35.2	39	14.4	6	2.2	2.96	0.81	ปานกลาง	
10. ช่างบริการรับสมัครประกวดราคา	7	2.6	34	12.6	84	31.1	54	20.0	3	1.1	2.93	0.84	ปานกลาง	
รวม											3.02		ปานกลาง	

ตารางที่ 23 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อป้ายไฟวิ่ง

องค์ประกอบ ป้ายไฟวิ่ง		ระดับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์														
		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด		$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย		
(n =245)		จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%					
1	ข้อความสั้น กระชับรัด เข้าใจง่าย	18	6.7	60	22.2	131	48.5	27	10.0	9	3.3	3.20	0.87	ปานกลาง		
2.	ความสะดวกในการอ่านข้อความ	12	4.4	66	24.4	123	45.6	38	14.1	6	2.3	3.15	0.84	ปานกลาง		
3.	รูปแบบการเรียงตัวอักษร มีความเด่น สะดุดตา	9	3.3	59	21.9	112	41.5	57	21.1	8	3.0	3.01	0.88	ปานกลาง		
4	ความทันสมัยของข้อมูล	11	4.1	47	17.4	98	36.3	77	28.5	12	4.4	2.86	0.94	ปานกลาง		
5.	ความเหมาะสมของที่ตั้ง (บริเวณโรงอาหารของสถาบันฯ)	17	6.3	40	14.8	99	36.7	65	24.1	24	8.9	2.85	1.04	ปานกลาง		
														ปานกลาง		
รวม														3.01		ปานกลาง

ตารางที่ 24 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามระดับความพึงพอใจต่อนิเทศการ

องค์ประกอบ		ระดับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์									
นิเทศการ		มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		น้อยที่สุด	
(n = 240)		จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1	วันสำคัญต่าง ๆ เช่น วันสถาปนาสถาบันฯ	16	5.9	61	22.6	130	48.1	32	11.9	1	0.4
	วันสำคัญทางศาสนา ฯลฯ										
2.	เนื้อหาเข้าใจง่าย	12	4.4	67	24.8	129	47.8	29	10.7	3	1.1
3.	ภาพกิจกรรม/บุคคลเด่นของสถาบันฯ	9	3.3	71	26.3	113	41.9	45	16.7	2	0.7
4.	การออกแบบ สี สัน มีความน่าสนใจ	9	3.3	51	18.9	120	44.4	54	20.0	6	2.2
5.	ความเหมาะสมของสถานที่จัดแสดง	13	4.8	45	16.7	113	41.9	59	21.9	10	3.7
	(บริเวณด้านหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์)										
รวม										3.12	
											ปานกลาง

2.2. การนำข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ
จากการศึกษาเรื่อง การนำข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ไปใช้ประโยชน์ใน
ด้านต่าง ๆ จากสื่อประชาสัมพันธ์ทุกประเภทนำเสนอผลการวิเคราะห์ดังนี้

นักศึกษามีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ
อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.20 ดังนี้ ทำให้เป็นคนที่ทันต่อเหตุการณ์ รับทราบข้อมูล
ข่าวสารความเคลื่อนไหวของกิจกรรมต่าง ๆ ภายในสถาบันฯ ตลอดเวลา อยู่ในระดับมาก มีค่า
เฉลี่ย 3.82 รองลงมาคือ นำมาช่วยในการเสริมสร้างความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้น เช่น ความรัก
และความภาคภูมิใจในสถาบันฯ อยู่ในระดับปานกลาง 3.17 นำข้อมูลข่าวสารไปปรับใช้ในชีวิต
ประจำวันมากขึ้น 3.14 นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปสนทนาหรือแนะนำผู้อื่น 3.09 ได้รับคำแนะนำ
ใหม่ ๆ มาช่วยในการตัดสินใจ 3.03 และนักศึกษามีการนำข่าวสารไปใช้ประโยชน์ในด้านทำให้เกิด
ความเพลิดเพลินใจคลายเครียดได้ อยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 1.05 ตามลำดับ (ตารางที่ 29)

วิจารณ์ผล

จากการศึกษาพบว่า นักศึกษามีการนำข่าวสารที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์
ประเภท ต่าง ๆ เกี่ยวกับองค์ประกอบเรื่อง ทำให้เป็นคนที่ทันต่อเหตุการณ์ รับทราบข้อมูลข่าวสาร
ความเคลื่อนไหวของกิจกรรมต่าง ๆ ภายในสถาบันฯ ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ
ธนิยา โพธานันท์ (2539: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของ
พนักงานบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร พบว่า
พนักงานมีการใช้ประโยชน์จากความทันต่อเหตุการณ์ทำให้ทราบถึงความเคลื่อนไหวในบริษัทฯ
มากที่สุดเช่นเดียวกัน

2.3 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ นักศึกษามีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทนำเสนอผลการวิเคราะห์ตามลำดับดังนี้

วิทยุโทรทัศน์

นักศึกษา ร้อยละ 77.8 มีข้อเสนอแนะในเรื่อง ควรมีการใช้เวลาของสถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ รองลงมาคือ เพิ่มการเผยแพร่ข่าวสารที่น่าสนใจของทุกหน่วยงานภายในสถาบันฯ ให้มากขึ้น ได้แก่ กิจกรรมของนักศึกษาและการพัฒนาทางการศึกษา ร้อยละ 31.7 และควรเผยแพร่ข่าวสารที่น่าสนใจแสดงถึงภาพลักษณ์ที่ดีของสถาบันให้เป็นที่ยอมรับของสังคม ร้อยละ 1.1 ตามลำดับ (ตารางที่ 30)

ประกาศทั่วไป

นักศึกษา ร้อยละ 73.8 มีข้อเสนอแนะในเรื่อง การเพิ่มจำนวนที่ตั้งประกาศทั่วไป รองลงมาคือ การปรับปรุงรูปแบบให้น่าสนใจ ได้แก่ ออกแบบให้น่าสนใจ ข้อความเข้าใจง่าย มีความชัดเจน มีภาพประกอบและใช้สีดึงดูดสวยงาม ร้อยละ 40.6 มีการติดประกาศล่วงหน้า ร้อยละ 1.9 และ ติดอย่างมีระเบียบเรียบร้อย ร้อยละ 1.5 ตามลำดับ (ตารางที่ 31)

อินเทอร์เน็ต (<http://www.cmri.ac.th/public>)

นักศึกษา ร้อยละ 69.7 มีข้อเสนอแนะในเรื่อง ข่าวสารในอินเทอร์เน็ตควรทันสมัยมากขึ้น รองลงมาคือ ปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอให้น่าสนใจ มีภาพเคลื่อนไหว ร้อยละ 26.3 และเพิ่มสาระน่ารู้ด้านต่าง ๆ ได้แก่ กองทุนกู้ยืมของนักศึกษา ร้อยละ 23.6 มีเกมส์ทายปัญหา ร้อยละ 1 และมีการขยายห้องอินเทอร์เน็ตให้กว้างขึ้นและเพิ่มความเร็วของเครื่องคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 0.5 ตามลำดับ (ตารางที่ 32)

ป้ายไฟวิ่ง

นักศึกษา ร้อยละ 68.1 มีข้อเสนอแนะในเรื่อง ปรับปรุงสถานที่ติดตั้งป้ายไฟวิ่งที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน รองลงมาคือ เพิ่มจำนวนจุดมากขึ้น เช่น บริเวณห้องสมุด อาคารเรียนตามคณะต่าง ๆ ทางเข้า-ออกสถาบันฯ ร้อยละ 42.4 และให้เพิ่มขนาดของป้ายไฟวิ่งให้ใหญ่ขึ้นจะได้มองเห็น ชัดเจน ร้อยละ 1.6 และเปลี่ยนข้อมูลให้ทันสมัย ร้อยละ 1.2 ตามลำดับ (ตารางที่ 33)

วิทยุกระจายเสียง

นักศึกษา ร้อยละ 64.7 มีข้อเสนอแนะในเรื่อง ควรมีการใช้เวลาของสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อเผยแพร่ข่าวสารของสถาบันฯ รองลงมาคือ เพิ่มการเผยแพร่ข่าวสารที่น่าสนใจของทุกหน่วยงานภายในสถาบันฯ ให้มากขึ้น ได้แก่ กิจกรรมของสโมสรนักศึกษา ผลงานวิจัยและผลงานของนักศึกษา ร้อยละ 47.8 และควรมีการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ร้อยละ 2.1 ตามลำดับ (ตารางที่ 34)

นิทรรศการ

นักศึกษา ร้อยละ 58.3 มีข้อเสนอแนะในเรื่อง เพิ่มบริเวณที่จัดนิทรรศการให้มากขึ้น เช่น บริเวณลานด้านหน้าของคณะวิชาต่าง ๆ โรงอาหาร ห้องสมุด รองลงมาคือ ปรับปรุงรูปแบบการจัดนิทรรศการให้น่าสนใจ ได้แก่ เนื้อหาเข้าใจง่าย มีภาพประกอบที่สวยงามสะดุดตา มีคอมพิวเตอร์แสดงข้อมูล มีการแสดงประกอบ ร้อยละ 27.3 มีการเพิ่มเนื้อหาสาระที่น่าสนใจ ได้แก่ เนื้อหาครอบคลุมทุกคณะ ข้อมูลทันสมัย และมีสาระน่ารู้สั้น ๆ ร้อยละ 11.1 และควรเพิ่มแสงสว่างเพื่อความสะดวกในการอ่าน มีการจัดแสดงนิทรรศการภายนอกสถาบันและมีการประชาสัมพันธ์การจัดนิทรรศการล่วงหน้า ร้อยละ 3.2 ตามลำดับ (ตารางที่ 35)

รายการวิทยุ “เสียงจากราษฎร”

นักศึกษา ร้อยละ 54.9 มีข้อเสนอแนะในเรื่อง ปรับปรุงรูปแบบของรายการให้น่าสนใจ ได้แก่ นักศึกษามีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในรายการ มีการเล่นเกมสอดปัญหา มีประเด็นสังคม และผู้ดำเนินรายการปรับลีลาให้ถูกใจวัยรุ่นและใช้เพลงสดริง รองลงมาคือ ควรเปลี่ยนช่วงเวลาการกระจายเสียงให้เหมาะสม ได้แก่ เวลา 08.00-09.00 น. เวลา 08.30-09.00 น. เวลา 10.00-11.00 น. วันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 17.00-18.00 น. และเวลา 21.00-22.00 น. ร้อยละ 40.9 ควรมีการประชาสัมพันธ์รายการล่วงหน้า มีการสัมภาษณ์นักศึกษาและควรขอเวลาจัดรายการในสถานีวิทยุ อื่น ๆ ร้อยละ 4 ตามลำดับ (ตารางที่ 36)

จดหมายข่าวฟิงค์ราษฎร์

นักศึกษา ร้อยละ 54 มีข้อเสนอแนะในเรื่อง ปรับปรุงรูปแบบหัวจดหมายข่าวให้น่าสนใจ รองลงมาคือ การเพิ่มจำนวนตีพิมพ์ให้มากขึ้น ร้อยละ 36.1 มีการเพิ่มเนื้อหาสาระน่ารู้ด้านต่าง ๆ ได้แก่ กองทุนกู้ยืม ข้าราชการครูงาน กิจกรรมนักศึกษา มีรูปภาพประกอบ ปฏิทิน กิจกรรมทุกสัปดาห์มีข่าวสารของสถาบันราษฎร์อื่น ๆ และเกร็ดน่ารู้ ร้อยละ 8 และเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับ

การศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น มีบทความของนักศึกษา ข้อคิดเตือนใจ และเพิ่มขนาดของตัวอักษร ร้อยละ 1.7 ตามลำดับ (ตารางที่ 37)

หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง/ท้องถิ่น

นักศึกษา ร้อยละ 50.6 มีข้อเสนอแนะเรื่อง ปรับปรุงรูปแบบของข่าว บทความ และภาพข่าวให้น่าสนใจมากขึ้น รองลงมาคือ ควรมีการเข้าพื้นที่โฆษณาประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 25 และควรเพิ่มการเผยแพร่ข่าวสารที่น่าสนใจของทุกหน่วยงานภายในสถาบันฯ ให้มากขึ้น ร้อยละ 23.8 และควรประชาสัมพันธ์ข่าวสารของสถาบันฯ ที่ตีพิมพ์ลงหนังสือพิมพ์ให้นักศึกษาทราบ ร้อยละ 0.6 ตามลำดับ (ตารางที่ 38)

หน่วยติดต่อสอบถาม (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์)

นักศึกษา ร้อยละ 48.2 มีข้อเสนอแนะในเรื่อง การให้บริการข้อมูลข่าวสารของเจ้าหน้าที่ มีความสะดวกรวดเร็วทำให้ผู้มาติดต่อสอบถามเกิดความประทับใจในการบริการมากยิ่งขึ้น รองลงมาคือ ควรตั้งหน่วยติดต่อสอบถามเพิ่มขึ้น ร้อยละ 38.7 ปรับปรุงความสะดวกความเป็นระเบียบเรียบร้อยของห้องประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 8 และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ควรพูดจาไพเราะ สุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ดียิ้มแย้มแจ่มใส มีข้อมูลของทุกหน่วยงานในสถาบันฯ และควรขยายห้องประชาสัมพันธ์ให้กว้างขึ้น ร้อยละ 5.1 ตามลำดับ (ตารางที่ 39)

สื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ

นักศึกษา ร้อยละ 34.8 มีข้อเสนอแนะว่า ควรมีการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางสื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ เพิ่มขึ้น เช่น แผ่นพับ วารสาร ไปสเตอร์ คัทเอ๊าท์ เสียงตามสาย การติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิดรายงานข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวของทุกหน่วยงานภายในสถาบันฯ (ตารางที่ 40)

สรุป

นักศึกษามีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ตามลำดับดังนี้

วิทยุโทรทัศน์

นักศึกษา ส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในเรื่อง ควรมีการเข้าเวลาของสถานีวิทยุโทรทัศน์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ มากที่สุด

ประกาศทั่วไป

นักศึกษา ส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในเรื่อง เพิ่มจำนวนที่ตั้งของประกาศทั่วไปมากที่สุด

อินเทอร์เน็ต (<http://www.cmri.ac.th/public>)

นักศึกษาส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในเรื่อง ข่าวสารควรทันสมัย มากที่สุด

ป้ายไฟวิ่ง

นักศึกษาส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในเรื่อง ปรับปรุงสถานที่ติดตั้งป้ายไฟวิ่งที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนมากที่สุด

วิทยุกระจายเสียง

นักศึกษา ส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในเรื่อง ควรมีการเข้าเวลาของสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อเผยแพร่ข่าวสารของสถาบันฯ ที่น่าสนใจของทุกหน่วยงานภายในสถาบันฯ มากที่สุด

นิทรรศการ

นักศึกษา ส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในเรื่อง เพิ่มบริเวณที่จัดนิทรรศการให้มากขึ้น มากที่สุด

รายการวิทยุ “เสียงจากราชภัฏ”

นักศึกษาส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในเรื่อง ปรับปรุงรูปแบบของรายการให้น่าสนใจ มากที่สุด

จดหมายข่าวฟิงค์ราชภัฏ

นักศึกษาส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในเรื่อง ปรับปรุงรูปแบบหัวจดหมายข่าวให้น่าสนใจ มากที่สุด

หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง/ท้องถิ่น

นักศึกษา ส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในเรื่อง ควรปรับปรุงรูปแบบของข่าว บทความ และภาพข่าวให้น่าสนใจมากที่สุด

หน่วยติดต่อสอบถาม (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์)

นักศึกษาส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในเรื่อง การให้บริการข้อมูลข่าวสารของเจ้าหน้าที่ ควร มีความสะดวกรวดเร็วทำให้ผู้มาติดต่อสอบถามเกิดความประทับใจในการบริการมากยิ่งขึ้นมากที่สุด

สื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ

นักศึกษา ส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะว่าควรมีการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางสื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ เพิ่มขึ้น เช่น วารสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ คัทเอ้าท์ เสียงตามสาย การติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิดรายงานข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวของทุกหน่วยงานภายในสถาบันฯ

วิจารณ์ผล

จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในเรื่อง ควรมีการใช้เวลาของสถานวิทยุโทรทัศน์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ มากที่สุด และควรมีการเผยแพร่ ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางสื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ เพิ่มขึ้น เช่น วารสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ คัทเอ้าท์ เสียงตามสาย การติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิดรายงานข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวของทุกหน่วยงานภายในสถาบันฯ น้อยที่สุด

ซึ่งข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ของนักศึกษาเป็นการสนองตอบความต้องการเปิดรับสื่อของนักศึกษา ก่อให้เกิดความพึงพอใจและมีการนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ สอดคล้องกับหลักการเลือกเปิดรับสื่อของผู้รับสาร (กาญจนา แก้วเทพ, 2541ก: 173-174)

ตารางที่ 30 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามข้อเสนอแนะในการปรับปรุงวิทยุโทรทัศน์

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (167)	ร้อยละ
1. ควรมีการเข้าเวลาของสถานีวิทยุโทรทัศน์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารของสถาบันฯ	130	77.8
2. เพิ่มการเผยแพร่ข่าวสารที่น่าสนใจของทุกหน่วยงาน ภายในสถาบันฯ ให้มากขึ้น	53	31.7
- กิจกรรมของนักศึกษา	(48)	(28.7)
- การพัฒนาทางด้านการศึกษาของสถาบันฯ	(5)	(2.9)
3. ข้อเสนอแนะอื่นๆ	4	2.3
- ควรเผยแพร่ข่าวสารที่น่าสนใจ	(2)	(1.1)
- แสดงถึงภาพลักษณ์ที่ดีของสถาบันฯ	(2)	(1.1)
ทำให้มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของสังคม		

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 31 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามข้อเสนอแนะในการปรับปรุง
ประกาศทั่วไป

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (256)	ร้อยละ
1. เพิ่มจำนวนจุดที่ตั้ง	189	73.8
2. ปรับปรุงรูปแบบให้น่าสนใจ	104	40.6
- ออกแบบให้เด่นน่าสนใจ	(68)	(26.5)
- ข้อความมีความชัดเจน	(22)	(8.5)
- มีภาพและสีสันสวยงาม	(14)	(5.4)
3. ข้อเสนอแนะอื่นๆ	9	3.5
- มีการติดประกาศล่วงหน้า	(5)	(1.9)
- ติดอย่างมีระเบียบเรียบร้อย	(4)	(1.5)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 32 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามข้อเสนอแนะในการปรับปรุงอินเทอร์เน็ต

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (182)	ร้อยละ
1. ข่าวดสารควรทันสมัยมากขึ้น	127	69.7
2. ปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอให้น่าสนใจ	48	26.3
3. เพิ่มสาระน่ารู้ด้านต่าง ๆ	43	23.6
4. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ	4	2.1
- มีเกมส์ทายปัญหา	(2)	(1.0)
- ขยายห้องอินเทอร์เน็ตให้กว้างขึ้น	(1)	(0.5)
- เพิ่มความเร็วของเครื่องคอมพิวเตอร์	(1)	(0.5)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 33 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามข้อเสนอแนะในการปรับปรุงป้ายไฟวิ่ง

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (245)	ร้อยละ
1. ปรับปรุงสถานที่ติดตั้งที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน	167	68.1
2. เพิ่มจำนวนจุดที่ตั้งมากขึ้น	104	42.4
- ห้องสมุด	(39)	(15.9)
- ตามคณะต่าง ๆ	(35)	(14.2)
- ทางเข้า-ออกสถาบันฯ	(21)	(8.5)
- บนตึกอาคารของสถาบันฯ	(9)	(3.6)
3. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ	7	2.8
- ป้ายไฟวิ่งควรมีขนาดใหญ่ขึ้น เห็นชัดเจน	(4)	(1.6)
- เปลี่ยนข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ	(3)	(1.2)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 34 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามข้อเสนอแนะในการปรับปรุง
วิทยุกระจายเสียง

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (190)	ร้อยละ
1. ควรมีการเข้าเวลาของสถานีวิทยุกระจายเสียง เพื่อเผยแพร่ข่าวสารของสถาบันฯ	123	64.7
2. เพิ่มการเผยแพร่ข่าวสารที่น่าสนใจของทุกหน่วยงาน ภายในสถาบันฯ ให้มากขึ้น	91	47.8
- กิจกรรมของสโมสรนักศึกษา	(45)	(23.6)
- การวิจัยค้นคว้าใหม่ที่มีประโยชน์ ต่อชุมชนท้องถิ่น	(36)	(18.9)
- ผลงานของนักศึกษา	(10)	(5.2)
3. ควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง	4	2.1

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 35 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามข้อเสนอแนะในการปรับปรุงนิทรรศการ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (216)	ร้อยละ
1. เพิ่มบริเวณที่จัดนิทรรศการให้มากขึ้น	126	58.3
2. ปรับปรุงรูปแบบการจัดนิทรรศการให้น่าสนใจ	59	27.3
- เนื้อหาอ่านเข้าใจง่าย ใช้เวลาน้อย	(30)	(13.8)
- มีภาพประกอบที่สวยงาม	(20)	(9.2)
- มีคอมพิวเตอร์แสดงข้อมูล	(5)	(2.3)
- มีการแสดงประกอบ	(4)	(1.8)
3. เพิ่มเนื้อหาสาระที่น่าสนใจด้านต่าง ๆ	24	11.1
- เนื้อหาครอบคลุมทุกคณะ	(14)	(6.4)
- ข้อมูลที่จัดแสดงนิทรรศการมีความทันสมัยมากขึ้น	(7)	(3.2)
- มีสาระน่ารู้สั้น ๆ	(3)	(1.3)
4. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ	7	3.2
- เพิ่มแสงสว่างเพื่อความสะดวกในการอ่าน	(4)	(1.8)
- มีการจัดแสดงนิทรรศการของสถาบันฯ ภายนอกบ้าง	(2)	(0.9)
- มีการประชาสัมพันธ์การจัดนิทรรศการล่วงหน้าด้วย	(1)	(0.4)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 36 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามข้อเสนอแนะในการปรับปรุงรายการ
วิทยุเสียงจากราษฎร

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (122)	ร้อยละ
1. ปรับปรุงรูปแบบของรายการให้น่าสนใจ	67	54.9
- เน้นให้นักศึกษามีส่วนร่วม	(25)	(20.5)
แสดงความคิดเห็นในรายการ		
- มีการเล่นเกมสัปดาห์ปัญหา	(20)	(16.4)
- มีประเด็นสังคม	(12)	(9.8)
- ผู้ดำเนินรายการปรับลีลา	(10)	(8.1)
ให้ถูกใจวัยรุ่น/เพลงสดริง		
2. ควรเปลี่ยนช่วงเวลากระจายเสียง	50	40.9
- เวลา 08.00-09.00 น.	(15)	(12.2)
- เวลา 08.30-09.00 น.	(12)	(9.8)
- เวลา 10.00-11.00 น.	(10)	(8.1)
- เสาร์/อาทิตย์ เวลา 17.00-18.00 น.	(10)	(8.1)
- เวลา 21.00-22.00 น.	(3)	(2.4)
3. ข้อเสนอแนะอื่นๆ	5	4
- ควรประชาสัมพันธ์รายการล่วงหน้า	(2)	(1.6)
ให้นักศึกษาติดตามฟัง		
- มีการสัมภาษณ์นักศึกษาบ้าง	(2)	(1.6)
- มีการขอเวลาจัดรายการวิทยุ	(1)	(0.8)
ในสถานีวิจัยอื่นๆ มากขึ้น		

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 37 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามข้อเสนอแนะในการปรับปรุง
จดหมายข่าว พังคราชภัฏ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (224)	ร้อยละ
1. ปรับปรุงรูปแบบหัวจดหมายข่าวให้น่าสนใจ	121	54
2. เพิ่มจำนวนตีพิมพ์ให้มากขึ้น	81	36.1
3. เพิ่มเนื้อหา สารสนเทศด้านต่าง ๆ	18	8
- กองทุนกู้ยืม	(5)	(2.2)
- ข่าวรับสมัครงานภายนอก/ภายใน	(4)	(1.7)
- กิจกรรมนักศึกษามากกว่าข่าวอาจารย์	(3)	(1.3)
- มีรูปภาพมากขึ้น	(3)	(1.3)
- ปรับปรุงปฏิทินกิจกรรมให้ทันสมัยทุกสัปดาห์	(1)	(0.4)
- มีข่าวสารของสถาบันราชภัฏอื่น ๆ	(1)	(0.4)
- เกร็ดน่ารู้	(1)	(0.4)
4. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ	4	1.7
- การศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น	(1)	(0.4)
- บทความของนักศึกษา	(1)	(0.4)
- ข้อคิดเตือนใจ	(1)	(0.4)
- เพิ่มขนาดของตัวอักษร	(1)	(0.4)

หมายเหตุ. ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 38 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามข้อเสนอแนะในการปรับปรุงหนังสือพิมพ์
ส่วนกลางและท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (172)	ร้อยละ
1. ปรับปรุงรูปแบบของข่าว บทความ และภาพข่าว ให้น่าสนใจมากขึ้น	87	50.6
2. ควรมีการเข้าพื้นที่ลงโฆษณาประชาสัมพันธ์สถาบันฯ ทางหนังสือพิมพ์มากขึ้น	43	25
3. เพิ่มการเผยแพร่ข่าวสารที่น่าสนใจของทุกหน่วยงาน ภายในสถาบันฯ ให้มากขึ้น	41	23.8
4. เมื่อมีข่าวสถาบันฯ ทางหนังสือพิมพ์ ควรประชาสัมพันธ์ให้นักศึกษาทราบ	1	0.6

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 39 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามข้อเสนอแนะในการปรับปรุงหน่วย
ติดต่อสอบถาม (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์)

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (137)	ร้อยละ
1. การบริการข้อมูลข่าวสารของเจ้าหน้าที่ ควรสร้างความสะดวก รวดเร็ว ทำให้ผู้มาติดต่อ สอบถามเกิดความประทับใจในการบริการมากยิ่งขึ้น	66	48.2
2. ควรตั้งหน่วยติดต่อสอบถามเพิ่มขึ้น	53	38.7
3. ปรับปรุงความสะดวก ความเป็นระเบียบเรียบร้อย	11	8
4. ข้อเสนอแนะอื่นๆ	7	5.1
- พุดจาอย่างไพเราะ สุภาพ	(3)	(2.2)
- มีมนุษยสัมพันธ์ ยิ้มแย้มแจ่มใส	(2)	(1.5)
- มีข้อมูลของทุกหน่วยงานในสถาบัน	(1)	(0.7)
- ขยายห้องประชาสัมพันธ์ให้กว้างขึ้น	(1)	(0.7)

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 40 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาจำแนกตามข้อเสนอแนะในการปรับปรุง
สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทอื่น ๆ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน (172)	ร้อยละ
ควรมีการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ทางสื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ เพิ่มขึ้น	60	34.8
- แผ่นพับแนะนำสถาบันฯ	30	17.4
- หนังสือ / วารสาร	22	13
- แผ่นพับแนะนำสถาบันฯ	15	8.7
- มีการติดป้ายคัทเอาท์	14	8.1
- ควรประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมนักศึกษา ทั้งภาคปกติ ภาค กศ.ปช. จันทร-ศุกร์ และเสาร์-อาทิตย์	12	6.9
- มีการจัดรายการเสียงตามสายภายในสถาบันฯ	8	4.6
- มีการติดตั้งป้ายไฟวิ่งตามสถานที่ต่าง ๆ	5	3
- มีการติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิด	4	2.3
- มีการตั้งชมรมนักประชาสัมพันธ์	2	1.2

บทที่ 5

สรุป และข้อเสนอแนะ

(SUMMARY AND RECOMMENDATIONS)

การวิจัย เรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษา สถาบันราชภัฏเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์และความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับและการนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ อันจะเป็นแนวทางในการจัดทำแผนพัฒนางานประชาสัมพันธ์ของสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาและนักศึกษาสามารถนำข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันต่อไป

โดยรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ กำลังศึกษาชั้นปีที่ 1 - 4 ประจำปีการศึกษา 2544 ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 270 คน โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ เพื่อแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

(Summary)

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

พบว่า นักศึกษาเป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.6 เพศชาย ร้อยละ 37.4 เป็นนักศึกษาภาคปกติมากที่สุด ร้อยละ 42.6 ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 และ 3 มากที่สุด ร้อยละ 29.3 คณะวิทยาการจัดการ ร้อยละ 42.2

ส่วนเรื่องรายได้ พบว่า นักศึกษามีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 3,500-6,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.9 ลักษณะการครอบครองสื่อ พบว่า นักศึกษามีวิทยุโทรทัศน์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.7

1.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ของสถาบันราชภัฏเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า นักศึกษาเปิดรับข่าวสารจากประกาศทั่วไปมากที่สุด ร้อยละ 34.8 และเปิดรับข่าวสารจากสื่อรายการวิทยุ “เสียงจากราชภัฏ” น้อยที่สุด ร้อยละ 32.2

ส่วนการศึกษาค้นคว้าประกอบในเรื่อง ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ในระยะเวลา 1 เดือน พบว่า นักศึกษามีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับดังนี้

ประกาศทั่วไป

นักศึกษา ร้อยละ 34.8 ติดตามอ่านข่าวสารจากประกาศทั่วไป เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง มากที่สุดและเปิดรับข่าวสารเฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 2.2 น้อยที่สุด

นิทรรศการ

นักศึกษา ร้อยละ 34.8 ติดตามชมการจัดนิทรรศการ (บริเวณด้านหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์) เฉลี่ยเดือนละ 2 ครั้ง มากที่สุดและเปิดรับข่าวสารเฉลี่ยเดือนละ 4 ครั้ง ร้อยละ 3 น้อยที่สุด

ป้ายไฟวิ่ง

นักศึกษา ร้อยละ 28.1 ติดตามอ่านข่าวสารจากป้ายไฟวิ่ง (บริเวณโรงอาหาร) เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง มากที่สุดและเปิดรับข่าวสารเฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 5.6 น้อยที่สุด

นอกจากนี้ยังพบว่า นักศึกษามีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อยที่สุด ตามลำดับดังนี้

วิทยุโทรทัศน์

นักศึกษา ร้อยละ 37.8 ติดตามข่าวสารของสถาบันฯ ทางวิทยุโทรทัศน์ เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง มากที่สุดและเปิดรับข่าวสารเฉลี่ยเดือนละ 4 ครั้ง ร้อยละ 1.5 น้อยที่สุด และนักศึกษาส่วนใหญ่ยังติดตามข่าวสารของสถาบันฯ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 จังหวัดเชียงใหม่ กรมประชาสัมพันธ์ มากที่สุด

หน่วยติดต่อสอบถาม (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์)

นักศึกษา ร้อยละ 33.3 ใช้บริการสอบถามข่าวสารจากหน่วยติดต่อสอบถาม (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์) เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง มากที่สุด และเปิดรับข่าวสารเฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 6 น้อยที่สุด

หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง

นักศึกษา ร้อยละ 33.3 ติดตามอ่านข่าวสารของสถาบันฯ ทางหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง มากที่สุด และเปิดรับข่าวสารเฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 1.8 น้อยที่สุด และนักศึกษาส่วนใหญ่มีการติดตามข่าวสารของสถาบันฯ ทางหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มากที่สุด

วิทยุกระจายเสียง

นักศึกษา ร้อยละ 32.9 ติดตามรับฟังข่าวสารของสถาบันฯ ทางวิทยุกระจายเสียง เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง มากที่สุดและเปิดรับข่าวสารเฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 0.4 น้อยที่สุด และนักศึกษาส่วนใหญ่ติดตามรับฟังข่าวสารทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัด เชียงใหม่ มากที่สุด

รายการวิทยุ "เสียงจากราษฎร"

นักศึกษา ร้อยละ 32.2 ติดตามรับฟังรายการวิทยุเสียงจากราษฎรเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง มากที่สุดและมีการเปิดรับข่าวสารเฉลี่ยเดือนละ 4 ครั้ง ร้อยละ 0.4 น้อยที่สุด

จดหมายข่าวพืชมงคลราชภัฏ

นักศึกษา ร้อยละ 30.4 ติดตามอ่านข่าวสารจากจดหมายข่าวพืชมงคลราชภัฏ เฉลี่ยเดือนละ 1 ฉบับ มากที่สุดและเปิดรับข่าวสารเฉลี่ยเดือนละ 12 ฉบับ ร้อยละ 3.3 น้อยที่สุด

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

นักศึกษา ร้อยละ 28.9 ติดตามอ่านข่าวสารของสถาบันฯ ทางหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง มากที่สุด และเปิดรับข่าวสารเฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 6.3 น้อยที่สุด และนักศึกษาส่วนใหญ่มีการติดตามข่าวสารของสถาบันฯ ทางหนังสือพิมพ์ไทยนิวส์ มากที่สุด

อินเทอร์เน็ต (<http://www.cmri.ac.th/public>)

นักศึกษา ร้อยละ 23.3 ค้นคว้าข้อมูลข่าวสารของสถาบันฯ ทางอินเทอร์เน็ต เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง มากที่สุดและเปิดรับข่าวสารเฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 2.2 น้อยที่สุด

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจและการนำข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ

2.1 ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อสื่อประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาพบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง สามารถจำแนกได้ตามองค์ประกอบต่าง ๆ ของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภท ดังนี้

หน่วยติดต่อสอบถาม (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์)

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของหน่วยติดต่อสอบถามในเรื่อง น้ำเสียง สีหน้า กิริยาท่าทาง มากที่สุด และเรื่องความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้องของข้อมูล น้อยที่สุด

จดหมายข่าวพิงค์ราชนิกุล

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของจดหมายข่าวพิงค์ราชนิกุลในเรื่อง ประมวลภาพกิจกรรมและแนะนำ web site มากที่สุด และเรื่องความสวยงาม สะดุดตา น่าจับต้อง น้อยที่สุด

ประกาศทั่วไป

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของประกาศทั่วไปในเรื่อง ข้อความเข้าใจง่าย มากที่สุด และเรื่องสีล้นสะดุดตา น้อยที่สุด

อินเทอร์เน็ต

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของอินเทอร์เน็ตในเรื่อง ข่าวกิจกรรมนักศึกษา มากที่สุด และเรื่อง ข่าวบริการ ประกวดราคา รับสมัคร น้อยที่สุด

รายการวิทยุ เสียงจากราษฎร

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของรายการวิทยุเสียงจากราษฎรในเรื่องรูปแบบรายการมีความน่าสนใจมากที่สุด และเรื่องความเหมาะสมของช่วงเวลาการออกอากาศน้อยที่สุด

ป้ายไฟวิ่ง

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของป้ายไฟวิ่งในเรื่อง ข้อความสั้นกะทัดรัด เข้าใจง่ายมากที่สุด และเรื่องความเหมาะสมของที่ตั้ง น้อยที่สุด

นิทรรศการ

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของนิทรรศการในเรื่อง วันสำคัญต่าง ๆ มากที่สุด และเรื่องความเหมาะสมของสถานที่จัดแสดง น้อยที่สุด

วิทยุกระจายเสียง

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของวิทยุกระจายเสียงในเรื่อง ช่าง มากที่สุด และเรื่องช่างบริการ ประกวดราคา รับสมัคร น้อยที่สุด

วิทยุโทรทัศน์

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของวิทยุโทรทัศน์ในเรื่อง ช่างประกอบ การสัมภาษณ์ มากที่สุด และเรื่องภาพช่างมีความน่าสนใจ น้อยที่สุด

หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ส่วนกลางในเรื่องช่าง มากที่สุด และเรื่อง ช่างกิจกรรมนักศึกษา น้อยที่สุด

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

นักศึกษามีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในเรื่องช่าง มากที่สุด และเรื่อง สุขสันต์วันเกิดอาจารย์ น้อยที่สุด

2.2 การนำข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ

นักศึกษาส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ดังนี้ ทำให้เป็นคนที่ทันต่อเหตุการณ์ รับทราบข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวของกิจกรรมต่าง ๆ ภายในสถาบันฯ ตลอดเวลา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82 และนักศึกษามีการนำข่าวสารไปใช้ประโยชน์ในด้านทำให้เกิดความเพลิดเพลินใจคลายเครียดได้ อยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 1.05

2.3 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์

จากการศึกษา พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ตามลำดับดังนี้

วิทยุโทรทัศน์

นักศึกษา ส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในเรื่อง ควรมีการเช่าเวลาของสถานีวิทยุโทรทัศน์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ มากที่สุด

ประกาศทั่วไป

นักศึกษา ส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในเรื่อง เพิ่มจำนวนที่ตั้งของประกาศทั่วไปมากที่สุด

อินเทอร์เน็ต (<http://www.cmri.ac.th/public>)

นักศึกษาส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในเรื่อง ข่าวสารควรทันสมัย มากที่สุด

ป้ายไฟวิ่ง

นักศึกษาส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในเรื่อง ปรับปรุงสถานที่ติดตั้งป้ายไฟวิ่งที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนมากที่สุด

วิทยุกระจายเสียง

นักศึกษา ส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในเรื่อง ควรมีการเช่าเวลาของสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อเผยแพร่ข่าวสารของสถาบันฯ ที่น่าสนใจของทุกหน่วยงานภายในสถาบันฯ มากที่สุด

นิทรรศการ

นักศึกษา ส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในเรื่อง เพิ่มบริเวณที่จัดนิทรรศการให้มากขึ้น
มากที่สุด

รายการวิทยุ “เสียงจากราชภัฏ”

นักศึกษาส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในเรื่อง ปรับปรุงรูปแบบของรายการให้น่าสนใจ
มากที่สุด

จดหมายข่าวฟิงค์ราชภัฏ

นักศึกษาส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในเรื่อง ปรับปรุงรูปแบบหัวจดหมายข่าวให้น่าสนใจ
มากที่สุด

หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง/ท้องถิ่น

นักศึกษา ส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในเรื่อง ควรปรับปรุงรูปแบบของข่าว บทความ
และภาพข่าวให้น่าสนใจมากที่สุด

หน่วยติดต่อสอบถาม (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์)

นักศึกษาส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในเรื่อง การให้บริการข้อมูลข่าวสารของเจ้าหน้าที่
ควรมีความสะดวกรวดเร็วทำให้ผู้มาติดต่อสอบถามเกิดความประทับใจในการบริการมากยิ่งขึ้น
มากที่สุด

สื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ

นักศึกษา ส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะว่าควรมีการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของ
สถาบันฯ ทางสื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ เพิ่มขึ้น เช่น วารสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ คัทเอ๊าท์ เสียงตาม
สาย การติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิดรายงานข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวของทุกหน่วยงานภายใน
สถาบันฯ

ข้อเสนอแนะ (Recommendations)

จากการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของสถาบันราชภัฏเชียงใหม่และความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับและการนำข่าวสารที่ได้ไปใช้ประโยชน์ ตลอดจนข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ซึ่งการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง (เดือนกรกฎาคม-สิงหาคม 2544) ซึ่งไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งทางฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ได้ปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ มาโดยตลอด เช่น ปรับปรุงรูปแบบหัวจดหมายข่าวพืชมงคลราชภัฏ ปรับเปลี่ยนช่วงวันเวลาการออกอากาศของรายการวิทยุเสียงจากราชภัฏ เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามผลการวิจัยนี้ ทางผู้บริหาร สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ สามารถนำไปใช้ประกอบเป็นข้อมูลสำหรับจัดทำแผนพัฒนางานประชาสัมพันธ์ และฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ สามารถนำข้อมูลไปประกอบการวางแผนผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้นได้เช่นเดียวกัน จึงมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. หน่วยติดต่อสอบถาม (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์) นักศึกษาส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากหน่วยติดต่อสอบถามในระยะเวลา 1 เดือน เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบในเรื่อง น้ำเสียง สีหน้า กิริยาท่าทาง และเรื่องความสะดวกรวดเร็ว ถูกต้องของข้อมูล น้อยที่สุด และมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงด้านการบริการข้อมูลข่าวสารของเจ้าหน้าที่ควรสร้างความสะดวกรวดเร็วทำให้ผู้มาติดต่อสอบถามเกิดความประทับใจในการบริการมากยิ่งขึ้นและควรตั้งหน่วยติดต่อสอบถามเพิ่มขึ้น ดังนั้น

- 1.1 ผู้บริหาร สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวของสถาบันฯ ทางสื่อหน่วยติดต่อสอบถาม โดยมีการกำหนดนโยบายและงบประมาณในการอบรมการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารแก่เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ประจำสำนักงานคณะและหน่วยงานต่าง ๆ ภายในสถาบัน เพื่อสร้างเครือข่ายด้านการให้บริการข้อมูลข่าวสารของสถาบันฯ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักอธิการบดี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ นำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้มาประกอบการปรับปรุงสื่อหน่วยติดต่อสอบถาม โดยเฉพาะองค์ประกอบในเรื่องความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้องของข้อมูล ควรมีแฟ้มรายละเอียดเกี่ยวกับหน่วยงานต่าง ๆ ภายในสถาบันและประสานงานด้านข้อมูลข่าวสารกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนกิจกรรมความเคลื่อนไหวต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้มาติดต่อสอบถามมากยิ่งขึ้น

2. จดหมายข่าวพิงค์ราชมงคล นักศึกษาส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากจดหมายข่าวพิงค์ราชมงคล ในระยะเวลา 1 เดือน เฉลี่ยเดือนละ 1 ฉบับ มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบในเรื่อง ประมวลภาพกิจกรรมและแนะนำ web site มากที่สุด และเรื่อง ความสวยงาม สะดุดตา น่าจับต้อง น้อยที่สุด และมีข้อเสนอแนะในเรื่อง การปรับปรุงหัวจดหมายข่าวให้น่าสนใจ ดังนั้น

2.1 ผู้บริหาร สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวของสถาบันฯ ทางสื่อจดหมายข่าวพิงค์ราชมงคล โดยมีการสนับสนุนงบประมาณ วัสดุ อุปกรณ์และบุคลากรในการผลิตจดหมายข่าวพิงค์ราชมงคลเพื่อเผยแพร่ให้นักศึกษาภาคปกติ ภาค กศ.ปช.จันทร์-ศุกร์ และ กศ.ปช. เสาร์-อาทิตย์ ได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง เนื่องจากปัจจุบันผลิตครั้งละ 500 ฉบับ เท่านั้น

2.2 ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักอธิการบดี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ นำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้ มาประกอบการปรับปรุงสื่อจดหมายข่าวพิงค์ราชมงคล โดยเฉพาะรูปแบบของหัวจดหมายข่าวพิงค์ราชมงคลมี 2 สี คือ สีดำ-เหลือง ซึ่งเป็นสีประจำของสถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ควรมีการออกแบบให้ดูสวยงาม สะดุดตา น่าจับต้องมากขึ้น และเนื้อหาของจดหมายข่าวพิงค์ราชมงคลควรครอบคลุมทั้งนักศึกษาภาคปกติ ภาค กศ.ปช. จันทร์-ศุกร์ และ กศ.ปช. เสาร์-อาทิตย์

3. ประกาศทั่วไป นักศึกษาส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากประกาศทั่วไป ในระยะเวลา 1 เดือน เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบในเรื่องข้อความเข้าใจง่าย มากที่สุด และเรื่อง สีต้นสะดุดตา น้อยที่สุด และมีข้อเสนอแนะในเรื่องเพิ่มจำนวนที่ตั้งของประกาศทั่วไป ดังนั้น

3.1 ผู้บริหาร สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวของสถาบันฯ ทางสื่อประกาศทั่วไป โดยมีการสนับสนุนให้หน่วยงานต่าง ๆ ภายในสถาบัน มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่อประกาศทั่วไปมากขึ้น เนื่องจากในการผลิตสื่อประกาศทั่วไป เผยแพร่ให้นักศึกษาภาคปกติ ภาค กศ.ปช. จันทร-ศุกร และกศ.ปช.เสาร์-อาทิตย์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์มีแผนติดประกาศทั่วไปภายในสถาบันเพียง 6 แท่น เท่านั้น ส่งผลทำให้นักศึกษาได้รับข้อมูลข่าวสารไม่ทั่วถึง

3.2 ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักอธิการบดี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ นำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้ มาประกอบการปรับปรุงสื่อประกาศทั่วไป โดยเฉพาะการนำเสนอข้อความที่เข้าใจง่ายมองเห็นได้ชัดเจน มีการออกแบบโดยใช้กระดาษและรูปภาพประกอบที่มีสีสัน สะดุดตา น่าสนใจให้ติดตามอ่านมากขึ้น

4. อินเทอร์เน็ต (<http://www.cmri.ac.th/public>) นักศึกษาส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากอินเทอร์เน็ต ในระยะเวลา 1 เดือน เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบในเรื่อง ข่าวกิจกรรมนักศึกษา มากที่สุด และเรื่อง ข่าวบริการ ประมวลราคา รับสมัคร น้อยที่สุด และมีข้อเสนอแนะในเรื่อง ข่าวสารควรทันสมัย ดังนั้น

4.1 ผู้บริหาร สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวของสถาบันฯ ทางสื่ออินเทอร์เน็ต โดยมีการสนับสนุนให้หน่วยงานต่าง ๆ ภายในสถาบัน มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางสื่ออินเทอร์เน็ตมากขึ้น

4.2 ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักอธิการบดี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ นำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้ มาประกอบการปรับปรุงสื่ออินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ให้เป็นข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยอยู่เสมอ ซึ่งเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบจะมีการป้อนข้อมูลให้ทันสมัยทุกสัปดาห์ในวันจันทร์ พุธ ศุกร์

5. รายการวิทยุเสียงจากราชภัฏ นักศึกษาส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากรายการวิทยุเสียงจากราชภัฏ ในระยะเวลา 1 เดือน เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อ องค์ประกอบในเรื่อง รูปแบบรายการมีความน่าสนใจมากที่สุด และเรื่อง ความเหมาะสมของช่วงเวลาการออกอากาศ น้อยที่สุด และมีข้อเสนอแนะในเรื่อง ปรับปรุงรูปแบบของรายการให้น่าสนใจ ดังนั้น

5.1 ผู้บริหาร สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวของสถาบันฯ ทางรายการวิทยุเสียงจากราษฎร โดยมีการกำหนด นโยบายและงบประมาณขอรับการสนับสนุนเวลาในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสถาบันทาง สถานีวิทยุกระจายเสียงต่าง ๆ เพิ่มขึ้น

5.2 ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักอธิการบดี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ นำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้ มาประกอบการปรับปรุงรายการวิทยุเสียงจากราษฎร โดยเฉพาะรูปแบบรายการในปัจจุบันนำเสนอรูปแบบรายการปิกนิกะเชิงสนทนา มีการเปิดเพลงแทรกเป็น ช่วง ๆ ส่วนเนื้อหาแบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงทุกคำถามมีคำตอบ ช่วงเปิดสมองเปิดใจ และช่วง สารสนทนารอบ ๆ ตัวเรา ส่วนช่วงเวลาในการออกอากาศทุกวันอาทิตย์ เวลา 15.35-16.00 น. ทาง สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดเชียงใหม่ คลื่นความถี่ ระบบเอฟเอ็ม 92.25 เมกกะเฮิร์ต ซึ่งจากผลการวิจัย พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ไม่สามารถเปิดรับข่าวสารจากรายการ เสียงจากราษฎรในช่วงเวลาดังกล่าว แต่การจะเปลี่ยนแปลงวันเวลาช่วงเวลาออกอากาศเป็นเรื่องที่ฝ่าย ประชาสัมพันธ์ไม่สามารถกำหนดได้ เนื่องจากเป็นการจัดสรรเวลาตามผังรายการของฝ่ายรายการ ของทางสถานี

6. ป้ายไฟวิ่ง นักศึกษาส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากป้ายไฟวิ่ง ในระยะเวลา 1 เดือน เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบในเรื่อง ข้อความสั้น กระทัดรัด เข้าใจง่ายมากที่สุด และเรื่อง ความเหมาะสมของที่ตั้ง น้อยที่สุด และมีข้อเสนอแนะใน เรื่อง ปรับปรุงสถานที่ติดตั้งป้ายไฟวิ่งที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน ดังนี้

6.1 ผู้บริหาร สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวของสถาบันฯ ทางป้ายไฟวิ่ง โดยการพิจารณาสนับสนุน งบประมาณในการติดตั้งป้ายไฟวิ่งขนาดใหญ่

6.2 ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักอธิการบดี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ นำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้มาประกอบการปรับปรุงป้ายไฟวิ่ง โดยเฉพาะการป้อนข้อมูลใช้ ข้อความที่สั้น กระทัดรัดเข้าใจง่าย ส่วนการปรับปรุงสถานที่ติดตั้งป้ายไฟวิ่งให้สามารถมองเห็นได้ ชัดเจนนั้น ปัจจุบันมีการติดตั้งป้ายไฟวิ่ง จำนวน 1 เครื่อง บริเวณโรงอาหารของสถาบันฯ ซึ่งถือว่าเป็นสถานที่ที่เหมาะสมแล้วเพราะมีคณาจารย์ เจ้าหน้าที่และนักศึกษามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ทุกวัน

7. นิทรรศการ นักศึกษาส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากนิทรรศการ ในระยะเวลา 1 เดือน เฉลี่ยเดือนละ 2 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบในเรื่อง วันสำคัญต่าง ๆ มากที่สุด และเรื่อง ความเหมาะสมของสถานที่จัดแสดง น้อยที่สุดและมีข้อเสนอแนะในเรื่อง ให้เพิ่มบริเวณที่จัดนิทรรศการให้มากขึ้น ดังนี้

7.1 ผู้บริหาร สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวของสถาบันฯ ทางนิทรรศการ โดยการกำหนดนโยบายให้หน่วยงาน ภายในสถาบันมีการผลิตเปลี่ยนหมุนเวียนจัดแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับกิจกรรมที่น่าสนใจเป็น ประจำทุกเดือนโดยพิจารณาสนับสนุนวัสดุ อุปกรณ์ และบุคลากรในการจัดแสดงนิทรรศการด้วย

7.2 ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักอธิการบดี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ นำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้ มาประกอบการปรับปรุงนิทรรศการ โดยเฉพาะการนำเสนอด้านเนื้อหา สารเกี่ยวกับวันสำคัญต่าง ๆ ให้มีความน่าสนใจ ส่วนการเพิ่มบริเวณที่จัดแสดงนิทรรศการให้มากขึ้น มีข้อจำกัดในด้านสถานที่และงบประมาณไม่เพียงพอ

8. วิชยุกระจายเสียง นักศึกษาส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของ สถาบันทางวิทยุกระจายเสียง ในระยะเวลา 1 เดือน เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง มีความพึงพอใจ ต่อองค์ประกอบในเรื่อง ข่าว มากที่สุด และเรื่อง ข่าวบริการ ประกวดราคา รับสมัคร น้อยที่สุด และมี ข้อเสนอแนะในเรื่อง ควรมีการเช่าเวลาของสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ของสถาบันฯ ดังนี้

8.1 ผู้บริหาร สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวของสถาบันฯ ทางวิทยุกระจายเสียง โดยการกำหนดงบประมาณใน แผนการประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ โดยเฉพาะกิจกรรมสำคัญของสถาบัน เช่น การเข้ารับพระราชทาน ปริญญาบัตร การรับสมัครนักศึกษา การจัดประชุมสัมมนาทางวิชาการ เป็นต้น เพื่อใช้ในการเช่า เวลาเผยแพร่สื่อ สปอตวิทยุตามสถานีวิทยุต่าง ๆ

8.2 ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักอธิการบดี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ นำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้ มาประกอบการปรับปรุงข่าวสารของสถาบันที่เผยแพร่ทางวิทยุกระจาย เสียง โดยเฉพาะการปรับปรุงรูปแบบการเขียนข่าวแจกสื่อมวลชนให้น่าสนใจมากขึ้น ส่วนเรื่อง ของการเช่าเวลาของสถานีวิทยุกระจายเสียงนั้นขึ้นอยู่กับงบประมาณขององค์กร

9. วิทยุโทรทัศน์ นักศึกษาส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันทางวิทยุโทรทัศน์ ในระยะเวลา 1 เดือน เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบในเรื่อง ข่าวประกอบการสัมภาษณ์ มากที่สุด และเรื่อง ภาพข่าวมีความน่าสนใจ น้อยที่สุด และมีข้อเสนอแนะในเรื่อง ควรมีการใช้เวลาของสถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารของสถาบันฯ ดังนั้น

9.1 ผู้บริหาร สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวของสถาบันฯ ทางวิทยุโทรทัศน์ โดยการกำหนดงบประมาณในแผนการประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ โดยเฉพาะกิจกรรมสำคัญของสถาบัน เพื่อใช้ในการแถลงข่าวสื่อมวลชนทุกแขนง

9.2 ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักอธิการบดี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ นำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้มาประกอบการปรับปรุงข่าวแจกสื่อมวลชน เชิญสื่อมวลชนทำข่าวกิจกรรมที่น่าสนใจ ส่วนเรื่องของการใช้เวลาของสถานีวิทยุโทรทัศน์นั้นขึ้นอยู่กับงบประมาณขององค์กร

10. หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง/ท้องถิ่น นักศึกษาส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันทางหนังสือพิมพ์ส่วนกลางและท้องถิ่น ในระยะเวลา 1 เดือน เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบในเรื่อง ข่าว มากที่สุด และเรื่อง ข่าวกิจกรรมนักศึกษาและบุคลากร วันเกิดอาจารย์ น้อยที่สุด และมีข้อเสนอแนะในเรื่อง ปรับปรุงรูปแบบของข่าว บทความ และภาพข่าวให้น่าสนใจ ดังนั้น

10.1 ผู้บริหาร สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวของสถาบันฯ ทางหนังสือพิมพ์ส่วนกลางและท้องถิ่น โดยการกำหนดนโยบายและแผนพัฒนางานประชาสัมพันธ์ สนับสนุนให้ทุกหน่วยงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง

10.2 ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักอธิการบดี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ นำข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้ มาประกอบการปรับปรุงรูปแบบการเขียนข่าว การส่งภาพข่าวและบทความที่น่าสนใจเพื่อจัดทำข่าวแจกสื่อมวลชน และเชิญสื่อมวลชนทำข่าวกิจกรรมที่น่าสนใจเป็นประจำ

11. สื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ นักศึกษามีข้อเสนอแนะให้เผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ เพิ่มขึ้นมากที่สุด เช่น วารสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ คัทเอ๊าท์ เสียงตามสาย และโทรทัศน์วงจรปิด เป็นต้น ดังนั้น

11.1 ผู้บริหาร สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ควรสนับสนุนงบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ และบุคลากรในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ เพื่อให้การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

11.2 ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ ควรมีการปรับปรุงในด้านองค์ประกอบของสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของนักศึกษา ที่สำคัญควรพิจารณาการนำเสนอข่าวสารที่ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจระหว่างนักศึกษา กับสถาบันฯ ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมพัฒนาการศึกษาและเกิดความรู้รักภาคภูมิใจในสถาบันฯ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการเก็บข้อมูล

1.1 ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มนักศึกษา ควรมีการประสานงานกับอาจารย์ที่ปรึกษาของแต่ละสาขาวิชา หรือหัวหน้าหมู่เรียน แต่ละชั้นปีเพื่ออำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูล

1.2 ควรหลีกเลี่ยงการเก็บข้อมูลในช่วงที่ตรงกับเวลาสอบนักศึกษาไม่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเพราะไม่มีเวลา

2. ข้อเสนอแนะสำหรับแบบสอบถาม

2.1 แบบสอบถามมีข้อความจำนวนมากเกินไปทำให้นักศึกษาบางคนตอบข้อมูลไม่ครบหรือหลีกเลี่ยงในการตอบ

2.2 ควรปรับลักษณะการให้ภาษาให้ผู้ตอบเข้าใจง่ายจะไม่ต้องเสียเวลาในการอธิบายเพิ่มเติมมากขึ้น

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรมีการวิจัยโดยนำไปศึกษากับกลุ่มอื่น เช่น คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ ประชาชน ผู้ปกครอง สื่อมวลชนทุกแขนง ซึ่งเป็นทั้งกลุ่มเป้าหมายภายในและภายนอกองค์กร เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้ได้ใกล้เคียงกับความจริงมากขึ้น

3.2 ควรมีการวิจัยโดยเฉพาะสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทใดประเภทหนึ่งทำให้ได้ข้อมูลของแต่ละประเภทอย่างละเอียดกว่านี้

3.3 ควรมีการวิจัยโดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษาภาคปกติ ภาค กศ.ปช.จันทร์-ศุกร์ และภาคกศ.ปช. เสาร์-อาทิตย์ เฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งจะได้ข้อมูลของนักศึกษาแต่ละประเภทอย่างละเอียดกว่านี้

3.4 ควรมีการวิจัยการเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาจากสื่ออื่น ๆ เพื่อนำผลการศึกษา มาเปรียบเทียบกับสื่อประชาสัมพันธ์และเป็นแนวทางในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ต่อไป



บรรณานุกรม

กาญจนา แก้วเทพ. 2541ก. สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา.

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.

_____. 2541ข. การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค. กรุงเทพมหานคร:

สำนักพิมพ์บริษัทอินฟินิตี้เพรส จำกัด.

เกษม จันทรน้อย. 2537. สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ. 2540. แนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2540-2544. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ็นเจโปรโมชัน จำกัด.

ดวงพร คำณูวัฒน์ และวาสนา จันทรสว่าง. 2541. สื่อสารการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สามเจริญพาณิชย์.

ธัญญา โพธารินทร์. 2539. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของพนักงานบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด มหาชน จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญธรรม จิตต์อนันต์. 2540. การวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ประจวบ อินฮืด. 2534. "หลักการบริหารงานประชาสัมพันธ์". หน่วยที่ 2. ในเอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 1-5. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. 2539. การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร:
ห้างหุ้นส่วนจำกัด ยงพลเทรดดิ้ง.

พัชนี เชยจรรยา. 2541. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: เบลโล่การพิมพ์.

พัชรินทร์ เศวตสุทธิพันธ์. 2537.

พีระ จิระโสภณ. 2529. "ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน". หน่วยที่ 1 ในเอกสารประกอบชุดวิชาหลัก
ทฤษฎีการสื่อสารหน่วยที่ 1-5. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ฝ่ายประชาสัมพันธ์. 2542. แผนการประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2542-2543. เชียงใหม่:
สถาบันราชภัฏเชียงใหม่.

_____. 2544. แผนการประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2544. เชียงใหม่: สถาบันราชภัฏ
เชียงใหม่.

รัตนา สมบัติวรพัฒน์. 2535. การศึกษาเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
จากการเปิดรับโทรทัศน์ประเภทรับชมฟรี กับประเภทเสียค่าใช้จ่าย.
กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ลีนา ลิ้มอภิชาติ. 2537. ความคาดหวังและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจาก
สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงของนักศึกษา
และบุคลากร. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

ลักษณะ สตะเวทิน. 2540. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: เฟื่องฟ้าพริ้นติ้ง จำกัด

ลัดดา จิตตคุตตานนท์. 2541. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารด้านการเกษตร
ของเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในเขตภาคเหนือ. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์
ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิจิตร อาวะกุล. 2534ก. การประชาสัมพันธ์ หลักและวิธีปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร:
โรงพิมพ์วัฒนาพานิช.

_____. 2534ข. เทคนิคการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: โอ เอส พริ้นติ้ง
จำกัด.

วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์. 2545. องค์ประกอบและหลักของการสื่อสาร. เชียงใหม่:
เอกสารประกอบการบรรยายวิชาทฤษฎีการสื่อสารประยุกต์. สาขาวิชานิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยแม่โจ้ (อัดสำเนา).

ศิริชัย กาญจนวาสี ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์ และดิเรก ศรีสุข. 2540. การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสม
สำหรับการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: บริษัทพรพัลเคชั่น จำกัด.

ศูนย์ประชาสัมพันธ์ สำนักงานสถาบันราชภัฏ. 2542. แผนพัฒนางานประชาสัมพันธ์
พ.ศ. 2542-2544. กรุงเทพมหานคร. (อัดสำเนา)

สวณิต ยมาภัย. 2526. การสื่อสารของมนุษย์. กรุงเทพมหานคร: 68 การพิมพ์.

สำนักส่งเสริมวิชาการ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่. 2544. จำนวนนักศึกษา ปีการศึกษา 2544.
อัดสำเนา.

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2538. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร:
สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์.

สุบิณศิริ เนาว์ถิ่นสุข. 2542. หลักการประชาสัมพันธ์ชั้นสูง. กรุงเทพมหานคร: บริษัท
ที พี พรินท์จำกัด.

สุรัตน์ เมธิกุล. 2539. สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
(อัดสำเนา)





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
ตารางภาคผนวกแสดงกลุ่มตัวอย่าง

ตารางภาคผนวกที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างของนักศึกษา สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ แต่ละประเภทแยกตามคณะ โปรแกรมวิชา ชั้นปีและเลขที่

ประเภท / คณะ / ชั้นปี	จำนวน	กลุ่มตัวอย่าง	โปรแกรมวิชา	เลขที่
นักศึกษาภาคปกติ	5,374	114		
นักศึกษาภาคปกติ ชั้นปี 1	1,272	27		
คณะครุศาสตร์	207	5	การประถมศึกษา การศึกษาปฐมวัย การศึกษาพิเศษ	11 29 5
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	327	7	เทคโนโลยีและนวัตกรรมการศึกษา	15
			คอมพิวเตอร์ศึกษา	26
			ฟิสิกส์	23
			เคมี	6
			ชีววิทยา	20
			วิทยาการคอมพิวเตอร์	2
			สถิติประยุกต์	30
			ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	11

ตารางภาคนวทที่ 1 (ต่อ)

ประเภท / คณะ / ชั้นปี	จำนวน	กลุ่มตัวอย่าง	โปรแกรมวิชา	เลขที่
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	300	6	ภาษาจีน	1
			ภาษาญี่ปุ่น	23
			ภาษาไทย	10
			ภาษาอังกฤษ	28
			วัฒนธรรมศึกษา	18
	285	6	สังคมศึกษา	29
			การบริหารธุรกิจ (การบัญชี) ศศ.บ.2 ปี	12
			การบริหารธุรกิจ (การตลาด) ศศ.บ.2 ปี	7
			นิเทศศาสตร์ (การประชาสัมพันธ์)	27
			การบริหารธุรกิจ (การบัญชี) ศศ.บ.4 ปี	4
คณะเทคโนโลยีการเกษตร	153	3	การบริหารธุรกิจ (การตลาด) ศศ.บ.4 ปี	16
			การบริหารธุรกิจ (การบัญชี) ศศ.บ.2 ปี	33
			เกษตรศาสตร์	8
			เกษตรกรรม	12
			สัตวบาล	5

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

ประเภท / คณะ / ชั้นปี	จำนวน	กลุ่มตัวอย่าง	โปรแกรมวิชา	เลขที่
นักศึกษาภาคปกติ	1,654	35		
คณะครุศาสตร์	269	6		
			การพัฒนการศึกษา	7
			การศึกษาพิเศษ	38
			จิตวิทยาและการแนะแนว	31
			พลศึกษา คบ.2ปี	10
			พลศึกษา คบ.4ปี	33
			ธุรกิจศึกษา	20
	401	8	เคมี คบ.4ปี	15
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี			คอมพิวเตอร์ศึกษา	8
			ฟิสิกส์	5
			ก่อสร้าง	29
			วิทยาศาสตร์ทั่วไป	4
			เคมี วท.บ.4ปี	16
			ชีววิทยาประยุกต์ (ชีววิทยา)	31
			สถิติประยุกต์	22

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

ประเภท / คณะ / ชั้นปี	จำนวน	กลุ่มตัวอย่าง	โปรแกรมวิชา	เลขที่
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	562	12	ดนตรีศึกษา	6
			ภาษาอังกฤษ คบ.4ปี	11
			ศิลปศึกษา	12
			สังคมศึกษา	2
			นาฏศิลป์	14
			การพัฒนาชุมชน	35
			บรรณารักษศาสตร์	21
			ภาษาอังกฤษ ศศ.บ.4ปี	10
			ภาษาอังกฤษธุรกิจ	18
			ภาษาจีน	12
			วัฒนธรรมศึกษา	22
			ภาษาญี่ปุ่น	7
	271	6	การบริหารธุรกิจ 1	6
			การบริหารธุรกิจ 2	32
			นิเทศศาสตร์ (การประชาสัมพันธ์)	32
			การบริหารธุรกิจ (การบัญชี)	4
คณะวิทยาการจัดการ				

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

ประเภท / คณะ / ชั้นปี	จำนวน	กลุ่มตัวอย่าง	โปรแกรมวิชา	เลขที่
คณะเทคโนโลยีการเกษตร	151	3	การบริหารธุรกิจ (การบัญชี)	10
			การบริหารธุรกิจ (การตลาด)	6
			การบริหารธุรกิจ (การบริหารทรัพยากรมนุษย์)	3
			เทคโนโลยีการเกษตร	5
			สัตวบาล	9
นักศึกษาภาคปกติ ชั้นปีที่ 3	1,237	26	เกษตรศาสตร์	15
			การศึกษาศาสตร์	33
			การศึกษาศาสตร์	30
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	379	8	เคมี คค.บ.4ปี	11
			คณิตศาสตร์	9
			ชีววิทยา	31
			ฟิสิกส์	17
			วิทยาศาสตร์ทั่วไป	22
			เคมี วท.บ.4ปี	1
			วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม	18

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

ประเภท / คณะ / ฐานปี	จำนวน	กลุ่มตัวอย่าง	โปรแกรมวิชา	เลขที่
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	337	7	สถิติประยุกต์	29
			ดนตรีศึกษา	6
			ภาษาอังกฤษ	1
			ภาษาไทย	3
			นาฏศิลป์	6
	297	6	ภาษาอังกฤษธุรกิจ	38
			ภาษาญี่ปุ่น	27
			ภาษาจีน	21
			การบริหารธุรกิจ 1	44
			การบริหารธุรกิจ 2	27
คณะวิทยาการจัดการ			นิเทศศาสตร์ (การประชาสัมพันธ์) 1	22
			นิเทศศาสตร์ (การประชาสัมพันธ์) 2	29
			เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ	17
			วิทยาการคอมพิวเตอร์	30

ตารางภาคนวทที่ 1 (ต่อ)

ประเภท / คณะ / ชั้นปี	จำนวน	กลุ่มตัวอย่าง	โปรแกรมวิชา	เลขที่
คณะเทคโนโลยีการเกษตร	143	3	เทคโนโลยีการเกษตร สัตวบาล	29
นักศึกษาภาคปกติ ชั้นปีที่ 4	1,211	26	การส่งเสริมและสื่อสารการเกษตร	19
คณะครุศาสตร์	235	5	การประถมศึกษา การศึกษาศาสตร์ การศึกษานานาชาติ พลศึกษา	36
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	367	8	คณิตศาสตร์ คอมพิวเตอร์ศึกษา ฟิสิกส์ วิทยาศาสตร์ทั่วไป ชีววิทยาประยุกต์ วิทยาการคอมพิวเตอร์ ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	12
				11
				13
				7
				13
				3
				17
				24
				4
				3
				21

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

ประเภท / คณะ / ชั้นปี	จำนวน	กลุ่มตัวอย่าง	โปรแกรมวิชา	เลขที่
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	398	9	อุตสาหกรรมศิลป์	11
			ดนตรีศึกษา	20
			ภาษาอังกฤษ	7
			ภาษาไทย	36
			ภาษาจีน	29
			บรรณารักษะ	4
			ภาษาอังกฤษธุรกิจ	34
			ศิลปกรรม (ออกแบบนิเทศศิลป์)	25
			ภาษาญี่ปุ่น	27
			อุตสาหกรรมท่องเที่ยว	23
คณะวิทยาการจัดการ	174	4	การบริหารธุรกิจ 1	8
			การบริหารธุรกิจ 3	3
			นิเทศศาสตร์ 1	38
			นิเทศศาสตร์ 2	18
คณะเทคโนโลยีการเกษตร	37	1	เกษตรศาสตร์	6

ตารางภาคนวทที่ 1 (ต่อ)

ประเภท / คณะ / ชั้นปี	จำนวน	กลุ่มตัวอย่าง	โปรแกรมวิชา	เลขที่
นักศึกษามหาศ.ปช. (จันทร์-ศุกร์)	3,225	68		
ชั้นปีที่ 1	935	20		
คณะครุศาสตร์	55	1	ธุรกิจศึกษา	31
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	176	4	คอมพิวเตอร์ 1	12
			คอมพิวเตอร์ 2	29
			วิทยาการคอมพิวเตอร์ 1	21
			วิทยาการคอมพิวเตอร์ 2	7
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	148	3	ภาษาอังกฤษธุรกิจ	5
			วัฒนธรรมศึกษา	21
			อุตสาหกรรมท่องเที่ยว	15
คณะวิทยาการจัดการ	556	12	การจัดการทั่วไป 1	15,53
			การจัดการทั่วไป 2	36,55
			การจัดการทั่วไป 3	30
			การจัดการทั่วไป 4	11,39
			การจัดการทั่วไป 5	38

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

ประเภท / คณะ / ชั้นปี	จำนวน	กลุ่มตัวอย่าง โปรแกรมวิชา	เลขที่
นักศึกษาคณะ กศ.ปช. (จันทร์-ศุกร์) ชั้นปีที่ 2	788	การบริหารธุรกิจ (การบัญชี)	45
		การบริหารธุรกิจ (การบริหารทรัพยากรมนุษย์) 1	60
		การบริหารธุรกิจ (การตลาด)	35
		การบริหารธุรกิจ (การบริหารทรัพยากรมนุษย์) 2	4
คณะครุศาสตร์	46	ธุรกิจศึกษา	29
		อุตสาหกรรมท่องเที่ยว	27
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	113	วัฒนธรรมศึกษา	15
		การจัดการทั่วไป 1	18
คณะวิทยาการจัดการ	629	การจัดการทั่วไป 2	33
		การจัดการทั่วไป 3	36
		การจัดการทั่วไป 4	26
		การจัดการทั่วไป 003	35
		การจัดการทั่วไป 004	20
		การจัดการทั่วไป 005	39
		การจัดการทั่วไป 006	37

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

ประเภท / คณะ / ชั้นปี	จำนวน	กลุ่มตัวอย่าง	โปรแกรมวิชา	เลขที่
นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ปีที่ 3	1,123	24	การจัดการทั่วไป 007	21
			การจัดการทั่วไป 008	49
			การจัดการทั่วไป 003	35
			การจัดการทั่วไป 00A	26
			การจัดการทั่วไป 00B	10
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	97	2	การจัดการทั่วไป 00C	14
			คอมพิวเตอร์	19
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	48	1	ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	33
			อุตสาหกรรมท่องเที่ยว	2
คณะวิทยาการจัดการ	978	21	การบริหารธุรกิจ 001	49
			การบริหารธุรกิจ 004	54
			การบริหารธุรกิจ 005	3,5
			การบริหารธุรกิจ 006	18
			การบริหารธุรกิจ 007	34

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

ประเภท / คณะ / ชั้นปี	จำนวน	กลุ่มตัวอย่าง	โปรแกรมวิชา	เลขที่
			การจัดการทั่วไป 001	45
			การจัดการทั่วไป 002	41
			การจัดการทั่วไป 003	7
			การจัดการทั่วไป 004	21
			การจัดการทั่วไป 005	22
			การจัดการทั่วไป 00D	58
			การจัดการทั่วไป 00E	26
			การจัดการทั่วไป 00F	53
			การจัดการทั่วไป 00G	40
			การจัดการทั่วไป 00H	5
			การจัดการทั่วไป (การบัญชี) 007	25
			การจัดการทั่วไป (การบัญชี) 005	19
			การจัดการทั่วไป (การตลาด) 009	51
			การจัดการทั่วไป (การตลาด) 00A	43
			การจัดการทั่วไป (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ) 00B	41
			การจัดการทั่วไป (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ) 00C	2

ตารางภาคนวทที่ 1 (ต่อ)

ประเภท / คณะ / ชั้นปี	จำนวน	กลุ่มตัวอย่าง	โปรแกรมวิชา	เลขที่
นักศึกษาภาค กศ.ปช. (จันทร์-ศุกร์) ชั้นปีที่ 4	379	8		
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	60	1	ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	11
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	50	1	อุตสาหกรรมท่องเที่ยว	29
คณะวิทยาการจัดการ	269	6	การบริหารธุรกิจ 1	25
			การบริหารธุรกิจ 2	20
			การจัดการทั่วไป G	7
			การจัดการทั่วไป H	26
			การจัดการทั่วไป I	25
			การจัดการทั่วไป J	21
นักศึกษาภาค กศ.ปช. (เสาร์-อาทิตย์) ชั้นปีที่ 1	4,158	88		
คณะครุศาสตร์	939	20		
	99	2	การศึกษาปฐมวัย 1	14
			การศึกษาปฐมวัย 2	9
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	92	2	วิทยาการคอมพิวเตอร์ 1	34
			วิทยาการคอมพิวเตอร์ 2	8

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

ประเภท / คณะ / ฐานปี	จำนวน	กลุ่มตัวอย่าง	โปรแกรมวิชา	เลขที่
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	421	9	ภาษาอังกฤษธุรกิจ	32
			อุตสาหกรรมศิลป์ 1	6
			อุตสาหกรรมศิลป์ 2	3
			การพัฒนาชุมชน 1	71
			การพัฒนาชุมชน 2	7
			รัฐประศาสนศาสตร์ 1	74
			รัฐประศาสนศาสตร์ 2	30
			ภาษาอังกฤษธุรกิจ	9
			อุตสาหกรรมท่องเที่ยว	18
			นิติศาสตร์ (การประชาสัมพันธ์) 1	24
			นิติศาสตร์ (การประชาสัมพันธ์) 2	5
			การจัดการทั่วไป 1	35
			การจัดการทั่วไป 2	48
			การบริหารธุรกิจ (การบัญชี)	7
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	327	7	การบริหารธุรกิจ (การบริหารทรัพยากรมนุษย์)	20
			การบริหารธุรกิจ (การตลาด)	54

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

ประเภท / คณะ / ชั้นปี	จำนวน	กลุ่มตัวอย่าง	โปรแกรมวิชา	เลขที่
นักศึกษาภาค กศ.ปช.(เสาร์-อาทิตย์) ชั้นปีที่ 2	1,089	23		
คณะครุศาสตร์	229	5	การศึกษาปฐมวัย 1	10
			การศึกษาปฐมวัย 2	42
			การศึกษาปฐมวัย 3	41
			การศึกษาปฐมวัย 4	13
			ธุรกิจศึกษา	1
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	89	2	เคมี	29
			เทคโนโลยีอุตสาหกรรม	15
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	286	6	รัฐประศาสนศาสตร์ 1	10
			รัฐประศาสนศาสตร์ 2	12
			ภาษาอังกฤษธุรกิจ	22
			ศิลปกรรม	21
			อุตสาหกรรมท่องเที่ยว	16
			อุตสาหกรรมศิลป์	11
คณะวิทยาการสื่อสาร	459	10	การจัดการทั่วไป 1	25,42
			การจัดการทั่วไป 2	30

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

ประเภท / คณะ / ชั้นปี	จำนวน	กลุ่มตัวอย่าง	โปรแกรมวิชา	เลขที่
นักศึกษาภาค กศ.ปช (เสาร์-อาทิตย์) ชั้นปีที่ 3	1,440	30	การจัดการทั่วไป 3	39
คณะครุศาสตร์	52	1	การจัดการทั่วไป 4	31,49
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	39	1	นิเทศศาสตร์ (การประชาสัมพันธ์) 1	3
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	559	12	นิเทศศาสตร์ (การประชาสัมพันธ์) 2	36
			การจัดการทั่วไป 7	10,31
			การประถมศึกษา	14
			สุขศึกษา	5
			การพัฒนาชุมชน 1	14
			การพัฒนาชุมชน 2	12
			รัฐประศาสนศาสตร์ 1	9
			รัฐประศาสนศาสตร์ 2	4
			รัฐประศาสนศาสตร์ 3	33
			รัฐประศาสนศาสตร์ 4	20
			อุตสาหกรรมท่องเที่ยว 1	44
			อุตสาหกรรมท่องเที่ยว 2	16,29

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

ประเภท / คณะ / ชั้นปี	จำนวน	กลุ่มตัวอย่าง	โปรแกรมวิชา	เลขที่
คณะวิทยาการจัดการ	731	14	การพัฒนาชุมชน 3	5
			การพัฒนาชุมชน 4	2, 24
			การบริหารธุรกิจ 1	5
			การบริหารธุรกิจ 2	22
			การบริหารธุรกิจ 3	51
			การบริหารธุรกิจ 4	35
			การบริหารธุรกิจ 5	28
			นิเทศศาสตร์ (การประชาสัมพันธ์) 1	6
			นิเทศศาสตร์ (การประชาสัมพันธ์) 2	17
			การจัดการทั่วไป 3	25
			การจัดการทั่วไป 0A	53
			การจัดการทั่วไป 0B	30
			การจัดการทั่วไป 0C	38
			การจัดการทั่วไป 0D	31
			การจัดการทั่วไป (การบัญชี) 6	53
			การจัดการทั่วไป (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ) 0E	50

ตารางภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

ประเภท / คณะ / ชั้นปี	จำนวน	กลุ่มตัวอย่าง	โปรแกรมวิชา	เลขที่
คณะเทคโนโลยีการเกษตร	59	1	เทคโนโลยีการเกษตร	34
นักศึกษาภาค กศ.ปช. (เสาร์-อาทิตย์) ชั้นปีที่ 4	690	15		
คณะครุศาสตร์	97	2	การประถมศึกษา 1	15, 29
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	242	5	รัฐประศาสนศาสตร์ 2	11
			รัฐประศาสนศาสตร์ 3	26
			รัฐประศาสนศาสตร์ 4	8
			การพัฒนาชุมชน 1	37
			การพัฒนาชุมชน 2	32
คณะวิทยาการจัดการ	346	8	การบริหารธุรกิจ 4	43
			นิเทศศาสตร์ 1	47
			นิเทศศาสตร์ 2	45
			การบริหารธุรกิจ	22
			การจัดการทั่วไป 2	1
			การจัดการทั่วไป 4	31
			การจัดการทั่วไป (การตลาด)	40
			การจัดการทั่วไป (การบัญชี)	17
			การบริหารธุรกิจ (การตลาด)	54

ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษา
สถาบันราชภัฏเชียงใหม่

กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงใน ☐ หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์	ช่องนี้สำหรับผู้วิจัย
1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง	() 1
2. กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่.....โปรแกรมวิชา..... คณะ..... ☐ ภาควิชา ☐ ภาควิชา คศ.ปช. (จ-ค) ☐ ภาควิชา คศ.ปช. (ส-อ)	() 2 () 3 () 4 () 5
3. รายได้ต่อเดือน.....บาท	() () () () 6-10
4. ท่านมีสื่ออะไรในครอบครองบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ☐ วิทยุกระจายเสียง ☐ วิทยุโทรทัศน์ ☐ น.ส.พ. ส่วนกลาง ☐ คอมพิวเตอร์เชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ☐ น.ส.พ. ท้องถิ่น ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....	() 11 () 12 () 13 () 14 () 15 () 16
5. ท่านได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เหล่านี้มากน้อยเพียงใด	
5.1 หน่วยติดต่อสอบถาม (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์) ☐ บ่อยที่สุด (เฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป) ☐ บ่อยมาก (เฉลี่ยเดือนละ 20 ครั้ง) ☐ ปานกลาง (เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง) ☐ น้อย (เฉลี่ยเดือนละ 10 ครั้ง) ☐ น้อยที่สุด (เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง) ☐ ไม่เคยรับบริการติดต่อสอบถามเลย เพราะ.....	() 17
*(ถ้าท่านเคยรับบริการจากหน่วยติดต่อสอบถาม กรุณาตอบข้อ 1 หน้า 6 และข้อเสนอแนะ ข้อ 1 หน้า 10)	

ท่านได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เหล่านี้มากน้อยเพียงใด	ช่องนี้สำหรับผู้วิจัย
5.2 จดหมายข่าว “พื้งคร้าภักฏ” (ออกทุกวันจันทร์ พุธ ศุกร์) ☐ บ่อยที่สุด (เฉลี่ยเดือนละ 12 ฉบับ) ☐ บ่อยมาก (เฉลี่ยเดือนละ 9 ฉบับ) ☐ ปานกลาง (เฉลี่ยเดือน 6 ฉบับ) ☐ น้อย (เฉลี่ยเดือนละ 3 ฉบับ) ☐ น้อยที่สุด (เฉลี่ยเดือนละ 1 ฉบับ) ☐ ไม่เคยได้อ่านจดหมายข่าวเลย เพราะ..... *(ถ้าท่านเคยอ่านข่าวพื้งคร้าภักฏ กรุณาตอบข้อ 2 หน้า 6 และข้อเสนอแนะข้อ 2 หน้า 10)	()18
5.3 ประกาศทั่วไป ☐ บ่อยที่สุด (เฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป) ☐ บ่อยมาก (เฉลี่ยเดือนละ 20 ครั้ง) ☐ ปานกลาง (เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง) ☐ น้อย (เฉลี่ยเดือนละ 10 ครั้ง) ☐ น้อยที่สุด (เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง) ☐ ไม่เคยติดตามอ่านเลย เพราะ..... *(ถ้าท่านเคยอ่านข่าวประกาศทั่วไป กรุณาตอบข้อ 3 หน้า 7 และข้อเสนอแนะข้อ 3 หน้า 11)	()19
5.4 ข่าวประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตของสถาบันฯ (http://www.cmri.ac.th/public) ☐ บ่อยที่สุด (เฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป) ☐ บ่อยมาก (เฉลี่ยเดือนละ 20 ครั้ง) ☐ ปานกลาง (เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง) ☐ น้อย (เฉลี่ยเดือนละ 10 ครั้ง) ☐ น้อยที่สุด (เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง) ☐ ไม่เคยเข้าไปในอินเทอร์เน็ตของสถาบันฯ เลย เพราะ..... *(ถ้าท่านเคยอ่านข่าวทางอินเทอร์เน็ต กรุณาตอบข้อ 4 หน้า 7 และข้อเสนอแนะข้อ 4 หน้า 11)	()20

ท่านได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เหล่านี้มากน้อยเพียงใด	ช่องนี้สำหรับผู้วิจัย
5.5 รายการวิทยุ “เสียงจากราษฎร” ทุกวันอาทิตย์ เวลา 15.35-16.00 น. ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) จ.เชียงใหม่ ☐ บ่อยที่สุด (เฉลี่ยเดือนละ 4 ครั้ง) ☐ บ่อยมาก (เฉลี่ยเดือนละ 3 ครั้ง) ☐ ปานกลาง (เฉลี่ยเดือนละ 2 ครั้ง) ☐ น้อย (เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง) ☐ ไม่เคยติดตามฟังรายการเสียงจากราษฎรเลย เพราะ..... *(ถ้าท่านเคยติดตาม กรุณาตอบข้อ 5 หน้า 8 และข้อเสนอแนะ ข้อ 5 หน้า 11)	()21
5.6. ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯทางป้ายไฟวิ่ง (บริเวณโรงอาหารของสถาบันฯ) ☐ บ่อยที่สุด (เฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป) ☐ บ่อยมาก (เฉลี่ยเดือนละ 20 ครั้ง) ☐ ปานกลาง (เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง) ☐ น้อย (เฉลี่ยเดือนละ 10 ครั้ง) ☐ น้อยที่สุด (เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง) ☐ ไม่เคยอ่านข่าวประชาสัมพันธ์จากป้ายไฟวิ่งเลย เพราะ..... *(ถ้าท่านเคยติดตาม กรุณาตอบข้อ 6 หน้า 8 และข้อเสนอแนะ ข้อ 6 หน้า 11)	()22
5.7 การจัดนิทรรศการ (บริเวณหน้าห้องประชาสัมพันธ์) ☐ บ่อยที่สุด (เฉลี่ยเดือนละ 4 ครั้ง) ☐ บ่อยมาก (เฉลี่ยเดือนละ 3 ครั้ง) ☐ ปานกลาง (เฉลี่ยเดือนละ 2 ครั้ง) ☐ น้อย (เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง) ☐ ไม่เคยติดตามเลย เพราะ..... *(ถ้าท่านเคยติดตาม กรุณาตอบข้อ 7 หน้า 8 และข้อเสนอแนะ ข้อ 7 หน้า 11)	()23

ท่านได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เหล่านี้มากน้อยเพียงใด	ช่องนี้สำหรับผู้วิจัย
5.8 ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางสื่อวิทยุกระจายเสียง ☐ บ่อยที่สุด (เฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป) ☐ บ่อยมาก (เฉลี่ยเดือนละ 20 ครั้ง) ☐ ปานกลาง (เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง) ☐ น้อย (เฉลี่ยเดือนละ 10 ครั้ง) ☐ น้อยที่สุด (เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง) สถานีวิทยุกระจายเสียงที่ท่านเคยได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ☐ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) จ.เชียงใหม่ () 24 ☐ สถานีวิทยุกระจายเสียงสื่อสารมวลชน (FM.100) จ.เชียงใหม่ () 25 ☐ สถานีวิทยุกระจายเสียง อสมท. จ.เชียงใหม่ () 26 ☐ สถานีวิทยุกระจายเสียงทหารอากาศ (ท.อ.) จ.เชียงใหม่ () 27 ☐ สถานีวิทยุกระจายเสียงเสียงสามยอด (สสส.) จ.เชียงใหม่ () 28 ☐ สถานีวิทยุกระจายเสียงเสียงจากทหารเรือ (สทร.11) จ.เชียงใหม่ () 29 ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... () 30 ☐ ไม่เคยได้รับข่าวของสถาบันฯ ทางสถานีวิทยุฯ เลย เพราะ..... () 31 (ถ้าท่านเคยติดตาม กรุณาตอบข้อ 8 หน้า 9 และข้อเสนอแนะ ข้อ 8 หน้า 11)	
5.9 ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ ☐ บ่อยที่สุด (เฉลี่ยเดือนละ 4 ครั้ง) ☐ บ่อยมาก (เฉลี่ยเดือนละ 3 ครั้ง) ☐ ปานกลาง (เฉลี่ยเดือนละ 2 ครั้ง) ☐ น้อย (เฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง) สถานีวิทยุโทรทัศน์ที่ท่านเคยได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ☐ ช่อง 3 ☐ ช่อง 5 () 32 () 33 ☐ ช่อง 7 ☐ ช่อง 9 () 34 () 35 ☐ ช่อง 11 ☐ ช่อง ไอทีวี () 36 () 37 ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ..... () 38 () 39	

ท่านได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เหล่านี้มาน้อยเพียงใด

ช่องนี้สำหรับผู้วิจัย

☐ ไม่เคยได้รับข่าวของสถาบันฯทาง TV เลย เพราะ.....

() 41

*(ถ้าท่านเคยติดตาม กรุณาตอบข้อ 9 หน้า 9 และข้อเสนอแนะ ข้อ 9 หน้า 12)

5.10 ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันทางสื่อหนังสือพิมพ์

5.10.1 หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง

☐ บ่อยที่สุด (เฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป)

() 42

☐ บ่อยมาก (เฉลี่ยเดือนละ 20 ครั้ง)

☐ ปานกลาง (เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง)

☐ น้อย (เฉลี่ยเดือนละ 10 ครั้ง)

☐ น้อยที่สุด (เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง)

หนังสือพิมพ์ส่วนกลางที่ท่านอ่านข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ น.ส.พ. ไทยรัฐ

☐ น.ส.พ. เดลินิวส์

() 43 () 44

☐ น.ส.พ. ข่าวสด

☐ น.ส.พ. มติชน

() 45 () 46

☐ น.ส.พ. แนวหน้า

☐ น.ส.พ. สยามรัฐ

() 47 () 48

☐ น.ส.พ. บ้านเมือง

☐ น.ส.พ. แหล่งงาน

() 49 () 50

☐ น.ส.พ. การศึกษา

☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

() 51 () 52

☐ ไม่เคยอ่านเลย เพราะ.....

() 53

*(ถ้าท่านเคยติดตาม กรุณาตอบข้อ 10.1 หน้า 9 และข้อเสนอแนะ ข้อ 10
หน้า 12)

5.10.2 หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

☐ บ่อยที่สุด (เฉลี่ยเดือนละ 25 ครั้งขึ้นไป)

() 54

☐ บ่อยมาก (เฉลี่ยเดือนละ 20 ครั้ง)

☐ ปานกลาง (เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง)

☐ น้อย (เฉลี่ยเดือนละ 10 ครั้ง)

☐ น้อยที่สุด (เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง)

ท่านได้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เหล่านี้มากน้อยเพียงใด	ช่องนี้สำหรับผู้วิจัย
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่ท่านอ่านข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	
☐ น.ส.พ.ไทยนิวส์ ☐ น.ส.พ.เชียงใหม่นิวส์	()55 ()56
☐ น.ส.พ.ภาคเหนือ ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....	()57 ()58
☐ ไม่เคยอ่านเลย เพราะ.....	()59
*(ถ้าท่านเคยติดตาม กรุณาตอบข้อ10.2 หน้า 9 และข้อเสนอแนะ ข้อ 10 หน้า 12)	

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจและการนำข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจต่อ สื่อประชาสัมพันธ์					ช่องนี้สำหรับผู้วิจัย
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
ท่านมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เหล่านี้มากน้อยแค่ไหน						
1. หน่วยติดต่อสอบถาม (จนท.ประชาสัมพันธ์)						
1.1. น้ำเสียง สีหน้า กิริยาท่าทาง						()60
1.2. การตรงต่อเวลา						()61
1.3. ความมีมนุษยสัมพันธ์						()62
1.4. ความสะดวก รวดเร็ว ถูกต้องของข้อมูล						()63
1.5. ความประทับใจในการรับบริการ						()64
2. จัดหมายข่าว“พินัคราชภัฏ”(ออกทุกวัน จ, พ, ศ)						
2.1 การพาดหัวข่าว						()65
2.2 ข่าว						()66
2.3 บทความ						()67
2.4 สาส์นจากอธิการบดี						()68

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์					ช่องนี้สำหรับผู้วิจัย
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
2.5 ข่าวการเดินทางไปราชการของอาจารย์						()69
2.6 สุขสันต์วันเกิดของอาจารย์						()70
2.7 ปฏิทินกิจกรรม						()71
2.8 ประมวลภาพกิจกรรม						()72
2.9 แนะนำWebsiteที่น่าสนใจ						()73
2.10 ข่าวบริการ /รับสมัคร /ประกวดราคา						()74
2.11 สารความรู้ต่างๆ						()75
2.12 ขนาดตัวอักษร						()76
2.13 การจัดหน้าและคอลัมน์						()77
2.14 จำนวนหน้า						()78
2.15 ภาพประกอบข่าว						()79
2.16 สวยงาม สะดุดตา น่าจับต้อง						()80
3. ประกาศทั่วไป						
3.1 ข้อความเข้าใจง่าย						()81
3.2 ขนาดของกระดาษ						()82
3.3 การออกแบบ						()83
3.4 สีเส้นสะดุดตา						()84
3.5 ความน่าสนใจ						()85
3.6 ความเหมาะสมของที่ตั้ง						()86
4. ข่าวประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตของสถาบันฯ ทาง http://www.cmri.ac.th/public						
4.1 ข่าวพิงค์ราชมัญ						()87
4.2 ข่าวกิจกรรมนักศึกษา						()88
4.3 ข่าวบริการ /รับสมัคร /ประกวดราคา						()89

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์					ช่องนี้สำหรับผู้วิจัย
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
4.4 ปฏิทินข่าวรอบสัปดาห์						()90
4.5 ภาพประกอบข่าวต่าง ๆ						()91
4.6 แสดงความคิดเห็น ส่งข้อความผ่านE-mail						()92
4.7 ขนาดตัวอักษร						()93
4.8 รูปแบบการนำเสนอข้อมูลมีความน่าสนใจ						()94
4.9 ความสะดวก/รวดเร็วในการเข้าสู่ข้อมูล						()95
4.10 ความทันสมัยของข้อมูล						()96
5. รายการวิทยุ “เสียงจากราษฎร” ออกอากาศทุกวันอาทิตย์ เวลา 15.35-16.00 น. ทางสถานีวิทยุ สวท.เชียงใหม่						
5.1 รูปแบบรายการมีความน่าสนใจ						()97
5.2 ผู้ดำเนินรายการเสียงจากราษฎร						()98
5.3 เนื้อหาช่วงทุกคำถามมีคำตอบ						()99
5.4 เนื้อหาช่วงเปิดสมองเปิดใจ						()100
5.5 เนื้อหาช่วงสาระน่ารู้รอบ ๆ ตัวเรา						()101
5.6 เพลง						()102
5.7 ความเหมาะสมของช่วงวันเวลาออกอากาศ						()103
6. ข่าวประชาสัมพันธ์ทางป้ายไฟวิ่ง						
6.1 ข้อความสั้น กระชับ เข้าใจง่าย						()104
6.2 ความสะดวกในการอ่านข้อความ						()105
6.3 รูปแบบการวิ่งของตัวอักษร มีความเด่น สะดุดตา						()106
6.4 ความทันสมัยของข้อมูล						()107
6.5 ความเหมาะสมของที่ตั้ง (บริเวณโรงอาหารของสถาบัน)						()108

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจต่อ สื่อประชาสัมพันธ์					ช่องนี้สำหรับ ผู้วิจัย
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	
7. นิทรรศการ						
7.1 วันสำคัญต่าง ๆ เช่น วันสถาปนาสถาบันฯ วันสำคัญทางศาสนา ฯลฯ						()109
7.2 ภาพกิจกรรม / บุคคลเด่นของสถาบันฯ						()110
7.3 เนื้อหาเข้าใจง่าย						()111
7.4 การออกแบบ สีสัน มีความน่าสนใจ						()112
7.5 ความเหมาะสมของสถานที่จัดแสดง (บริเวณด้านหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์)						()113
8. ข่าวประชาสัมพันธ์ทางวิทยุกระจายเสียง						
8.1 ข่าว						()114
8.2 ข่าวมีการสัมภาษณ์ประกอบข่าว						()115
8.3 ข่าวกิจกรรมนักศึกษา						()116
8.4 ข่าวปฏิทินกิจกรรม						()117
8.5 ข่าวบริการ/รับสมัคร/ข่าวประกวดราคา						()118
9. ข่าวประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุโทรทัศน์						
9.1 ข่าว						()119
9.2 ข่าวมีการสัมภาษณ์ประกอบข่าว						()120
9.3 ข่าวกิจกรรมนักศึกษา						()121
9.4 ภาพข่าวมีความน่าสนใจ						()122
9.5 ข่าวปฏิทินกิจกรรม						()123
9.6 ข่าวบริการ/รับสมัคร/ข่าวประกวดราคา						()124

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจต่อ สื่อประชาสัมพันธ์					ช่องนี้สำหรับ ผู้วิจัย
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	
10. ข่าวประชาสัมพันธ์ทางสื่อหนังสือพิมพ์						
10.1 หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง						
10.1.1 ข่าว						()125
10.1.2 ข่าวกิจกรรมนักศึกษา						()126
10.1.3 ข่าวบุคคลเด่นทางการศึกษา						()127
10.1.4 ภาพประกอบข่าวมีความ น่าสนใจ						()128
10.2 หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น						
10.2.1 ข่าว						()129
10.2.2 ข่าวกิจกรรมนักศึกษา						()130
10.2.3 ข่าวบุคคลเด่นทางการศึกษา						()131
10.2.4 ภาพประกอบข่าวมีความ น่าสนใจ						()132
10.2.5 ข่าวปฏิทินกิจกรรม						()133
10.2.6 ข่าวบริการ/รับสมัคร/ประกวด ราคา						()134
10.2.7 สุลักษณ์วันเกิดอาจารย์						()135
การนำข่าวสารที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ ต่างๆ ไปใช้ประโยชน์ ได้มากน้อยแค่ไหน						
1. ทำให้เป็นคนที่ทันต่อเหตุการณ์ รับทราบ ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวของกิจกรรม ต่าง ๆ ภายในสถาบันฯ ตลอดเวลา						()136
2. นำข้อมูลข่าวสารมาปรับใช้ในชีวิตประจำ วันมากขึ้น						()137
3. ได้รับคำแนะนำใหม่ ๆ มาช่วยในการตัดสินใจ						()138

ข้อความ	ระดับความพึงพอใจต่อ สื่อประชาสัมพันธ์					ช่องนี้สำหรับ ผู้วิจัย
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	
4. นำมาช่วยในการเสริมความคิดเห็นเดิมให้ มั่นคงยิ่งขึ้น เช่น ความรักและความภาคภูมิใจ ในสถาบันฯ						()139
5. นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปสนทนาหรือ แนะนำผู้อื่น						()140
6. ทำให้เกิดความเพลิดเพลินใจคลายเครียดได้						()141

*ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. งานติดต่อสอบถาม (เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์)

- ☐ การบริการข้อมูลข่าวสารของเจ้าหน้าที่ควรสร้างความสะดวกรวดเร็ว
ทำให้ผู้มาติดต่อสอบถามเกิดความประทับใจในบริการมากยิ่งขึ้น ()142
- ☐ ควรตั้งหน่วยติดต่อสอบถามเพิ่มขึ้น ()143
- ☐ ปรับปรุงความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของห้องประชาสัมพันธ์ ()144
- ☐ ข้อเสนอแนะอื่น ๆ โปรดระบุ..... ()145

2. จดหมายข่าว “พื้งค์ราชภัฏ”

- ☐ เพิ่มจำนวนตีพิมพ์ให้มากขึ้น ()146
- ☐ ปรับปรุงรูปแบบให้จดหมายข่าวให้น่าสนใจ ()147
- ☐ เพิ่มเนื้อหาสาระน่ารู้ด้านต่าง ๆ เช่น..... ()148
- ☐ ข้อเสนอแนะอื่น ๆ โปรดระบุ..... ()149

3. ประกาศทั่วไป

- ☐ เพิ่มจำนวนจุดที่ตั้ง ()150
- ☐ ปรับปรุงรูปแบบให้น่าสนใจ เช่น..... ()151
- ☐ ข้อเสนอแนะอื่น ๆ โปรดระบุ..... ()152

4. ข่าวประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต <http://www.cmri.ac.th/public>.

- ☐ ปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอให้น่าสนใจ เช่น..... ()153
- ☐ ข่าวสารควรทันสมัยมากขึ้น ()154
- ☐ เพิ่มสาระน่ารู้ด้านต่าง ๆ เช่น..... ()155
- ☐ ข้อเสนอแนะอื่น ๆ โปรดระบุ..... ()156

5. รายการวิทยุ “เสียงจากราชภัฏ”

- ☐ ปรับปรุงรูปแบบของรายการให้น่าสนใจ เช่น..... ()157
- ☐ ช่วงเวลาเปลี่ยนเป็นเวลา..... ()158
- ☐ ข้อเสนอแนะอื่น ๆ โปรดระบุ..... ()159

6. ป้ายไฟวิ่ง

- ☐ ปรับปรุงสถานที่ติดตั้งที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน ()160
- ☐ เพิ่มจำนวนจุดมากขึ้น เช่น..... ()161
- ☐ ข้อเสนอแนะอื่น ๆ โปรดระบุ..... ()162

7. นิทรรศการ

- ☐ ปรับปรุงรูปแบบการจัดนิทรรศการให้น่าสนใจ ()163
- เช่น.....
- ☐ เพิ่มบริเวณที่จัดนิทรรศการให้มากขึ้น เช่น..... ()164
- ☐ เพิ่มเนื้อหาสาระที่น่าสนใจด้านต่าง ๆ เช่น..... ()165
- ☐ ข้อเสนอแนะอื่น ๆ โปรดระบุ..... ()166

8. ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางสื่อวิทยุกระจายเสียง

- ☐ เพิ่มการเผยแพร่ข่าวสารที่น่าสนใจของทุกหน่วยงานภายในสถาบันฯ ให้มากขึ้น ()167
- เช่น.....
- ☐ ควรมีการเข้าเวลาของสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ()168
- ของสถาบันฯ
- ☐ ข้อเสนอแนะอื่น ๆ โปรดระบุ..... ()169

9. ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางสื่อวิทยุโทรทัศน์

- ☐ เพิ่มการเผยแพร่ข่าวสารที่น่าสนใจของทุกหน่วยงานภายในสถาบันฯ ให้มากขึ้น ()170
- เช่น.....

☐ ควรมีการใช้เวลาของสถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อประชาสัมพันธ์สถาบันฯ ()171

☐ ข้อเสนอแนะอื่น ๆ โปรดระบุ..... ()172

10. ข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ทางสื่อหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง/ท้องถิ่น

☐ เพิ่มการเผยแพร่ข่าวสารที่น่าสนใจของทุกหน่วยงานภายในสถาบันฯ ให้มากขึ้น
เช่น..... ()173

☐ ปรับปรุงรูปแบบของข่าว บทความ และภาพข่าวให้น่าสนใจมากขึ้น ()174

☐ ควรมีการเข้าพื้นที่ลงโฆษณาประชาสัมพันธ์สถาบันฯ ทาง นสพ.มากขึ้น ()175

☐ ข้อเสนอแนะอื่น ๆ โปรดระบุ..... ()176

11. สื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ

☐ ควรมีการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ทางสื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ เพิ่มขึ้น
โปรดระบุ ()177

*** ขอขอบคุณในความร่วมมือนี้อีกครั้ง***

จำนวน ๒๔ ฉบับ
สำนักหอสมุด



ภาคผนวก ค
ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ สกุล	นางสาวนันทนา ศรีสุข
วัน เดือน ปี เกิด	วันที่ 16 ตุลาคม พ.ศ. 2517
ภูมิลำเนา	จังหวัดยะลา
ประวัติการศึกษา	-พ.ศ. 2530 ระดับประถมศึกษาปีที่ 1-6 โรงเรียนบ้านสหกรณ์นิคม จังหวัดเชียงใหม่ -พ.ศ. 2535 ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 โรงเรียนสันทรายวิทยาคม จังหวัดเชียงใหม่ -พ.ศ. 2539 ระดับปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต (นิเทศศาสตร์) สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ - พ.ศ. 2545 ระดับปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ประวัติการทำงาน	-พ.ศ. 2539 ประชาสัมพันธ์โรงแรมแม่ปิง จังหวัดเชียงใหม่ -พ.ศ. 2540 ประชาสัมพันธ์โฆษณา บริษัท เชียงใหม่สยามทีวี จำกัด -พ.ศ. 2541 นักประชาสัมพันธ์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ -พ.ศ. 2543 ผู้สื่อข่าว 3 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 สำนักประชาสัมพันธ์เขต 6 จังหวัดสงขลา -พ.ศ. 2545 ผู้จัดการรายการ 4 สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย อำเภอฝาง สำนักประชาสัมพันธ์เขต 3 จังหวัดเชียงใหม่