

การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 9 มีนาคม 2562
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 11 พฤษภาคม 2562
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 25 มิถุนายน 2562

*สุรีย์พร แก้วหล่อ**

นักวิชาการคอมพิวเตอร์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นและแนวทางการพัฒนาที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เสียงแก้ว 2) พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เสียงแก้วให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น 3) ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาการประชาสัมพันธ์สื่อเสียงแก้วของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม กลุ่มตัวอย่างได้แก่ อาจารย์ บุคลากร และนักศึกษาจำนวน 364 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถามเพื่อสอบถามสภาพการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ความต้องการประเภทของสื่อและลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ และข้อเสนอแนะ และแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้บริหาร

ผลการวิจัยพบว่า ผู้รับสื่อมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” ก่อนการพัฒนาระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.16 คิดเป็นร้อยละ 63.20 จากนั้นนำผลการสำรวจและข้อเสนอแนะจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้บริหารมาพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” และสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่พัฒนาแล้ว ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้รับสื่อมีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.40 คิดเป็นร้อยละ 88 เมื่อเปรียบเทียบกับพบว่ามีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นมีค่าเฉลี่ย 1.24 คิดเป็นร้อยละ 24.8

คำสำคัญ: สื่อประชาสัมพันธ์, เสียงแก้ว

* ผู้ประสานงานหลัก: kaewlo@hotmail.com

Development of media relations "Seangkaew" Of the Faculty of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University

Received: March 9, 2019

Revised: May 11, 2019

Accepted: June 25, 2019

Sureeporn Kaewlo^{*}

Computer Technical

Faculty of Management Science

Pibulsongkram Rajabhat University

Abstract

This research aims to 1) To study the opinions and developmental approaches of the media. 2) Develop a more effective audio-visual media. 3) To study the satisfaction with the development of public relations of glass-sound media of the Faculty of Management Science. The samples were 364 faculty, staff and students. The instruments used in the research were: Questionnaires on media use and media type requirements and characteristics of media. Include suggestions. And interviews with experts and administrators.

The research found that The average level of media exposure was 3.16, or 63.20 percent, followed by survey results and recommendations from interviews with experts and executives. Glass and Satisfaction Survey on Developed Media Relations. The results showed that The average level of satisfaction of the media was 4.40, or 88%. The average satisfaction was 1.24, or 24.8%.

Keywords: Media Relations, Glass Sound

^{*} Corresponding Author: kaewlo@hotmail.com

บทนำ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามมุ่งการพัฒนาสมรรถนะหลักของบุคลากร รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่ให้สอดคล้องกับพันธกิจ เป้าหมายและยุทธศาสตร์ของคณะ จึงได้กำหนดอัตรากำลังของบุคลากรในปัจจุบันและทั้งที่ต้องการในอนาคต เพื่อใช้ในการวางแผนความต้องการด้านบุคลากรของคณะและมหาวิทยาลัย รวมถึงกำหนดอัตรากำลังที่ต้องการเพื่อการปฏิบัติงานตามแผนยุทธศาสตร์ และการพัฒนางานประจำปีประมาณ 5 ปีข้างหน้า เพื่อให้บุคลากรได้รับการฝึกอบรมตามเกณฑ์ที่สถาบันการศึกษากำหนด สามารถนำความรู้ที่ได้รับการพัฒนามาเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของแต่ละคน อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมเรื่องขวัญกำลังใจแก่บุคลากร โดยนำแนวคิดระบบสมรรถนะ (competency system) มาเป็นเครื่องมือแปลงกลยุทธ์ของคณะไปสู่การปฏิบัติและติดตามประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อสามารถบ่งชี้ความสำเร็จ ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินงานตามแผน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามจึงตระหนักถึงความสำคัญของการมีแผนพัฒนาบุคลากรในภาพรวม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากร โดยมุ่งการพัฒนาสมรรถนะหลักของบุคลากร เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของทิศทางการบริหารทุนมนุษย์ (Human Capital) อย่างชัดเจน สำหรับใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการบริหารทรัพยากรบุคคลเชิงยุทธศาสตร์ รวมถึงมีการจัดการความรู้ในคณะฯ ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้บุคลากรได้รับการพัฒนาและมีความก้าวหน้าตามลักษณะงาน ตามสาขาวิชาชีพและตามสมรรถนะ (Competencies) อย่างเหมาะสม มีคุณสมบัติความรู้ ทักษะและพฤติกรรมในการปฏิบัติงานที่สนับสนุนการดำเนินงานของคณะให้เป็นไปตามแผนกลยุทธ์ของคณะฯ และแผนยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัย ตัวชี้วัดของแผนพัฒนาบุคลากรของสถาบันอุดมศึกษา

การประชาสัมพันธ์เป็นงานหนึ่งที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรองคณบดีฝ่ายวางแผนและพัฒนา มีจุดประสงค์เพื่อเผยแพร่ ข่าวสาร กิจกรรม โครงการต่างๆ ที่คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ได้จัดขึ้นให้กับนักศึกษาและบุคลากรของคณะ ซึ่งเผยแพร่ทางเว็บไซต์ เพจ วารสาร และจดหมายข่าว ซึ่ง จดหมายข่าวเสียงแก้วมีการกำหนดขอบข่ายในการประชาสัมพันธ์ดังนี้

- ลำดับที่ 1 ข่าวกิจกรรมโครงการของมหาวิทยาลัย
- ลำดับที่ 2 ข่าวด้านการจัดกิจกรรมของคณะ หรือการประชุมสัมมนาของผู้บริหาร
- ลำดับที่ 3 ข่าวกิจกรรมโครงการของสาขาวิชาต่างๆ
- ลำดับที่ 4 ข่าวของรายบุคคลของคณะ เช่น อาจารย์ บุคลากร และนักศึกษา
- ลำดับที่ 5 เป็นข่าวสารและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อนักศึกษา และบุคคลทั่วไป

จากขอบข่ายการประชาสัมพันธ์ทางจดหมายข่าวของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ผู้วิจัยมีความต้องการที่จะพัฒนาและปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม เพื่อให้สื่อประชาสัมพันธ์เสียงแก้วมีความทันสมัยและประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสภาพและลักษณะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ข่าวเสียงแก้วที่เป็นอยู่ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามในปัจจุบัน เพื่อให้คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามได้ทราบข้อมูลที่เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ข่าวเสียงแก้ว และเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานตามภารกิจของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นและแนวทางการพัฒนาที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์เสียงแก้วจากอาจารย์และนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
2. เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เสียงแก้วคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของอาจารย์และนักศึกษาของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามที่มีต่อการพัฒนาสื่อเสียงแก้วของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้การสุ่มแบบตามสะดวก ดังนี้

- 1.1 กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย ได้แก่ อาจารย์และบุคลากร ที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานคณะ ศูนย์ สำนัก กอง ต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
- 1.2 ประเด็นที่ศึกษา/ตัวแปรที่ศึกษา ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” 4 ช่องทาง ได้แก่ จดหมายข่าวเสียงแก้ว เพจคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม เว็บไซต์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม และเว็บไซต์มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม และศึกษาด้านเนื้อหาของสื่อดังกล่าว 3 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบ ด้านเนื้อหา ด้านระยะเวลา

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามให้ความสำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านบุคคล หน่วยงาน องค์กร เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างกลุ่มบุคลากร นักศึกษา และบุคคลทั่วไป และสามารถใช้ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ภารกิจหลักเป็นไปอย่างราบรื่น ลดทอนปัญหาอุปสรรคลงให้น้อยที่สุดเท่าที่จะน้อยได้ ซึ่งคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามให้ความสำคัญทั้งการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กร ดังนี้

การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations) คือ การสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีกับบุคลากรภายในองค์กร ได้แก่ กลุ่มอาจารย์ บุคลากรสายสนับสนุน และกลุ่มนักศึกษา รวมตลอดจนถึงนักการภารโรง และคนขับรถให้เกิดมีความรักใคร่กลมเกลียว สามัคคี กันในหมู่คณะ รวมทั้งด้านการเสริมสร้างขวัญ และความรักใคร่ผูกพัน จงรักภักดีต่อองค์กร หากหน่วยงานมีความสัมพันธ์อันดีภายในองค์กรจะส่งผลสะท้อนไปกับการสร้างความสัมพันธ์ภายนอกด้วย และการสร้างความสัมพันธ์อันดีภายในหน่วยงานยังเอื้ออำนวยให้การบริการ และการดำเนินงานขององค์กรสถาบันเป็นไปด้วยดี ความราบรื่น คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการที่บุคลากรทุกฝ่ายภายในองค์กรมีความเข้าใจใน นโยบาย และการดำเนินงานของสถาบันเป็นอย่างดีจะเป็นกำลังสำคัญในการสร้าง ประสิทธิภาพแก่การประชาสัมพันธ์ภายนอกด้วย สำหรับสื่อและเครื่องมือที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ภายในนั้น อาจใช้การติดต่อสื่อสารด้วยวาจา หรือใช้สิ่งพิมพ์ภายในองค์กร เช่น หนังสือเวียน จดหมายของภายใน วารสารภายใน เป็นต้น

การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations) คือ การสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอก กลุ่มต่าง ๆ อันได้แก่ประชาชนทั่วไป และประชาชนที่องค์การ สถาบัน เกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำความคิดเห็น ผู้นำในท้องถิ่น ประชาชนทั่วไป รวมทั้งชุมชนละแวกใกล้เคียง เพื่อให้กลุ่ม ประชาชนเหล่านี้เกิดความรู้ความเข้าใจในองค์กร และให้ความร่วมมือแก่องค์กรด้วยดี การทำการประชาสัมพันธ์ ภายนอกต้องเกี่ยวข้องกับประชาชนที่มีกลุ่มขนาดใหญ่ หรือจำนวนมาก จึงอาจใช้เครื่องมือ สื่อสารต่างๆ เข้ามา ช่วยเผยแพร่กระจายข่าวสารสารสนเทศด้วย ได้แก่ วารสาร จดหมายข่าว สื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้การดำเนินงานคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม เป็น ที่ยอมรับ โดยมีการวางแผนและกระทำอย่างต่อเนื่องให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และเกิดคุณค่าให้แก่สังคม เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน และเพื่อการสนับสนุนและร่วมมือที่ดีจากกลุ่มเป้าหมายในระยะยาว

ลักษณะสำคัญของสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว”

การประชาสัมพันธ์เป็นงานหนึ่งที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรองคณบดีฝ่ายวางแผนและพัฒนา มี จุดประสงค์เพื่อเผยแพร่ ข่าวสาร กิจกรรม โครงการต่างๆ ที่คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูล สงคราม ได้จัดขึ้นให้กับนักศึกษาและบุคลากรของคณะ ซึ่งเผยแพร่ทางเว็บไซต์ เพจ วารสาร และจดหมายข่าว ซึ่ง จดหมายข่าวเสียงแก้วมีการกำหนดขอบข่ายในการประชาสัมพันธ์ดังนี้

- ลำดับที่ 1 ข่าวกิจกรรมโครงการของมหาวิทยาลัย
- ลำดับที่ 2 ข่าวด้านการจัดกิจกรรมของคณะ หรือการประชุมสัมมนาของผู้บริหาร
- ลำดับที่ 3 ข่าวกิจกรรมโครงการของสาขาวิชาต่างๆ
- ลำดับที่ 4 ข่าวของรายบุคคลของคณะ เช่น อาจารย์ บุคลากร และนักศึกษา
- ลำดับที่ 5 เป็นข่าวสารและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อนักศึกษา และบุคคลทั่วไป

ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ (Media Exposure Theory)

การสื่อสารนั้นจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในชีวิตของมนุษย์ นอกเหนือจากปัจจัยที่มีความ จำเป็นต่อความอยู่รอดของมนุษย์ ซึ่งได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่มและยารักษาโรค แม้ว่าการสื่อสารจะ ไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความเป็นความตายของมนุษย์เหมือนกับปัจจัยสี่ แต่การที่จะให้ได้มาซึ่งปัจจัยสี่ เหล่านั้น ย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างแน่นอน มนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อให้ บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ของตน และ เพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่นในสังคม

การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการ ติดต่อของกระบวนการสังคม ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมาก และ ประกอบด้วยคนจำนวนมากขึ้นเท่าใดการสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้เพราะการเปลี่ยนแปลง เศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และสังคมจะนำมาซึ่งความสลับซับซ้อน หรือความสับสนต่างๆ จนอาจก่อให้เกิดความ ไม่เข้าใจและไม่แน่ใจแก่สมาชิกของสังคม ดังนั้น จึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

โจเซฟ ที คลอปเปอร์ (Klapper, J.T., 1960) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับ ข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอนตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารบุคคลจะ เลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับ

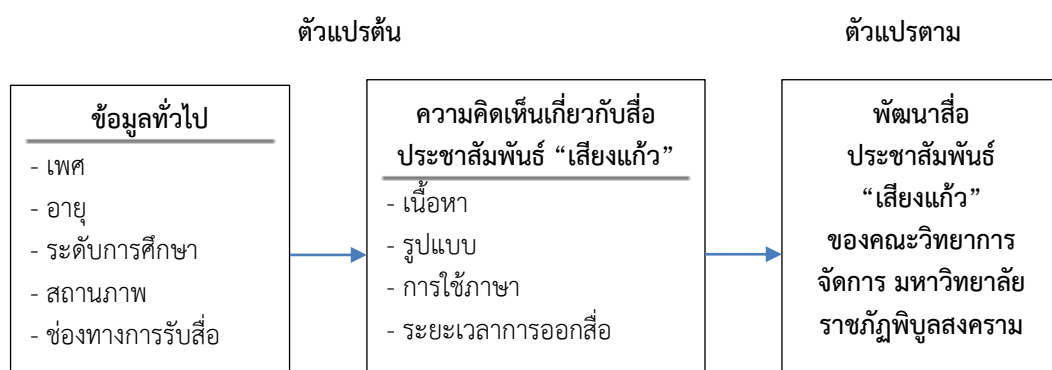
หนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้ง ทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนคนที่ฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไปเพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าสนใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไป ถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งค่านิยมกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ทำให้ไม่สบายใจขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสาร บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อประชาสัมพันธ์ และดำเนินการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหาร อาจารย์ บุคลากร และนักศึกษาคณะวิทยาการการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม โดยมีรายละเอียดและขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จำนวน 4,298 คน ประกอบด้วย อาจารย์จำนวน 73 คน บุคลากรจำนวน 15 คน และนักศึกษาจำนวน 4,210 คน

กลุ่มตัวอย่าง

1) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการตอบแบบสอบถามความคิดเห็น การพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม และศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” ได้แก่ อาจารย์ บุคลากร และนักศึกษาจำนวน 364 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) แล้วใช้ตารางการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของยามานะ (Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ได้แก่ ผู้บริหารและอาจารย์ผู้สอนด้านการสื่อสารของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จำนวน 4 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ประเมินและรับรองรูปแบบการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์จำนวน 4 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1) แบบสอบถามเพื่อสอบถามสภาพการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ สภาพสื่อประชาสัมพันธ์ ความต้องการประเภทของสื่อและลักษณะของสื่อประชาสัมพันธ์ และข้อเสนอแนะ ในการรับรู้ข่าวสารของอาจารย์และนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

2) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม สำหรับศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารและอาจารย์ผู้สอนด้านการสื่อสาร เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว”

3) ศึกษาข้อมูลและพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

4) แบบประเมินและรับรองรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

5) แบบสอบถามความคิดเห็นเป็นของผู้รับสารที่มีต่อรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 แบบสอบถามปัญหาและความต้องการที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว”

การสร้างแบบสอบถามสภาพปัญหาและความต้องการที่มีต่อการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม สำหรับผู้เชี่ยวชาญและผู้รับสาร ได้แก่ ผู้บริหาร คณาจารย์ บุคลากร และนักศึกษา ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามมีดังนี้

3.1.1 ศึกษาเอกสาร หลักการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการสื่อสารด้วยสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” วิธีการสร้างแบบสอบถามจากหนังสือ อินเทอร์เน็ตและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” สำหรับกลุ่มตัวอย่าง

3.1.2 สร้างแบบสอบถามสภาพปัญหาและความต้องการ ที่มีต่อการพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” ตามที่ได้ศึกษาได้จากหลักการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีประเด็นคำถาม 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และช่องทางการได้รับสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบทดสอบวัดความสนใจ (Interest Inventories) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 สภาพปัญหาและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการรับสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” เป็นคำถามปลายปิดชนิดเลือกตอบตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแต่ละข้อมีข้อความคำถามและมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ในการปรับปรุงพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด

ใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ซึ่งกำหนดค่าคะแนนเป็น 5 ระดับ โดยมีระดับความคิดเห็นดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีปัญหาหรือความต้องการ มากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มีปัญหาหรือความต้องการ มาก

ระดับ 3 หมายถึง มีปัญหาหรือความต้องการ ปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มีปัญหาหรือความต้องการ น้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีปัญหาหรือความต้องการ น้อยที่สุด

3.1.3 นำแบบสอบถามสภาพปัญหาและความต้องการ ที่มีต่อการพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ฉบับร่างให้อาจารย์/ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องด้านเนื้อหา และภาษาที่ใช้ แล้วนำกลับมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

3.1.4 นำแบบสอบถามสภาพปัญหาและความต้องการฉบับร่างที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ / อาจารย์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง แล้วหาค่าความเที่ยงตรงและหาค่าความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence : IOC) ของแบบสอบถาม นำการวิเคราะห์ค่า IOC ของผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง จากนั้นคัดเลือกไว้เฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป พบว่าค่าความสอดคล้องทั้งฉบับเฉลี่ยเท่ากับ และปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

3.1.6 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ กับบุคลากร ซึ่งเป็นตัวแทนของกลุ่มที่คล้ายคลึงกับประชากร เพื่อตรวจสอบความชัดเจนของข้อคำถาม และความถูกต้องของภาษาที่ใช้

3.1.7 นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้แล้วมาปรับปรุง แล้วนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

4. การดำเนินการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ดำเนินการดังนี้

4.1 นำสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยให้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

4.2 เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์

4.3 นำผลการประเมินไปวิเคราะห์ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสรุปผลและอภิปรายผล

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

จากข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมาแล้วนั้น นำมาวิเคราะห์หาค่า ค่าความถี่ และค่าเฉลี่ยและหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบสัมภาษณ์ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านรูปแบบและการจัดวางข้อมูล และด้านระยะเวลาในการออกจดหมายข่าว และความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ แบ่งเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและความต้องการที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จากการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างและสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านรูปแบบและการจัดวางข้อมูล และด้านระยะเวลาในการออกจดหมายข่าว

ตาราง 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
หญิง	246	68.1
ชาย	115	31.9
2. อายุ		
18 – 25 ปี	293	81.16
26 – 35 ปี	22	6.09
36 – 45 ปี	31	8.59
46 – 55 ปี	10	2.77
56 ปีขึ้นไป	5	1.39

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	303	84.0
ปริญญาตรี	0	0
ปริญญาโท	42	11.6
ปริญญาเอก	16	4.4
4. สถานะภาพ		
นักศึกษา	289	80.1
เจ้าหน้าที่	15	4.2
อาจารย์	57	15.8
5. ช่องทางการรับข่าวเสียงแก้ว		
จดหมายข่าวเสียงแก้ว	39	10.8
เพจคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	204	56.5
เว็บไซต์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	54	15.0
เว็บไซต์มหาวิทยาลัยฯ	64	17.7
รวม	361	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 68.1 และเพศชาย จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 – 25 ปี จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 81.16 รองลงมาอายุ 36-45 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.59 และมีอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.09 ด้านการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 84.0 รองลงมาระดับปริญญาโท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 และระดับปริญญาเอกจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 ด้านสถานะภาพส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 80.1 รองลงมาเป็นอาจารย์จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และเจ้าหน้าที่จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 และส่วนใหญ่รับข่าวสารทางเพจคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามจำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาเว็บไซต์มหาวิทยาลัยฯ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 และเว็บไซต์คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

ตาราง 2 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาสื่อ

หัวข้อการประเมิน	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ด้านเนื้อหาของข่าว	3.14	0.365	ปานกลาง
2. ด้านรูปแบบการจัดวางข่าว	3.18	0.300	ปานกลาง
3. ด้านการใช้ภาษาในการเขียนข่าว	3.18	0.344	ปานกลาง
4. ด้านระยะเวลาในการจัดพิมพ์ข่าว	3.14	0.392	ปานกลาง
รวม	3.16	0.350	ปานกลาง

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” ในภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.16 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจ ด้านรูปแบบการจัดวางรูปภาพและเนื้อหาของข่าวในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.18 ด้านการใช้ภาษาในการเขียนข่าวในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.18 เท่ากัน และด้านเนื้อหาข่าวในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.14 ด้านระยะเวลาในการจัดพิมพ์ข่าวภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.14 เท่ากัน

ข้อเสนอแนะและแนวทางการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์เสียงแก้ว สรุปได้ดังนี้

1. เนื้อหา เช่น การประชุมคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามควรบอกด้วยว่าประชุมแล้วได้ผลเป็นอย่างไร มีข้อมูลอะไรบ้างที่จะต้องปฏิบัติกัน
2. ควรมีการประชาสัมพันธ์รูปเล่มหรือ paper เพื่อเก็บไว้เป็นผลงานหรือเพื่อสะดวกต่อการอ่าน
3. ควรเพิ่มเนื้อหาสาระด้านประโยชน์สำหรับคนอ่านเช่น เนื้อหาที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน
4. ด้านระยะเวลาการจัดพิมพ์จดหมายข่าวต้องการให้ออกเป็นแบบรายสัปดาห์ เพราะช่วงเวลาเปิดเทอมจะมีกิจกรรมมากมาย หรือถ้าสัปดาห์ไหนไม่มีก็ควรลงเป็นเนื้อหาที่เป็นเกร็ดความรู้

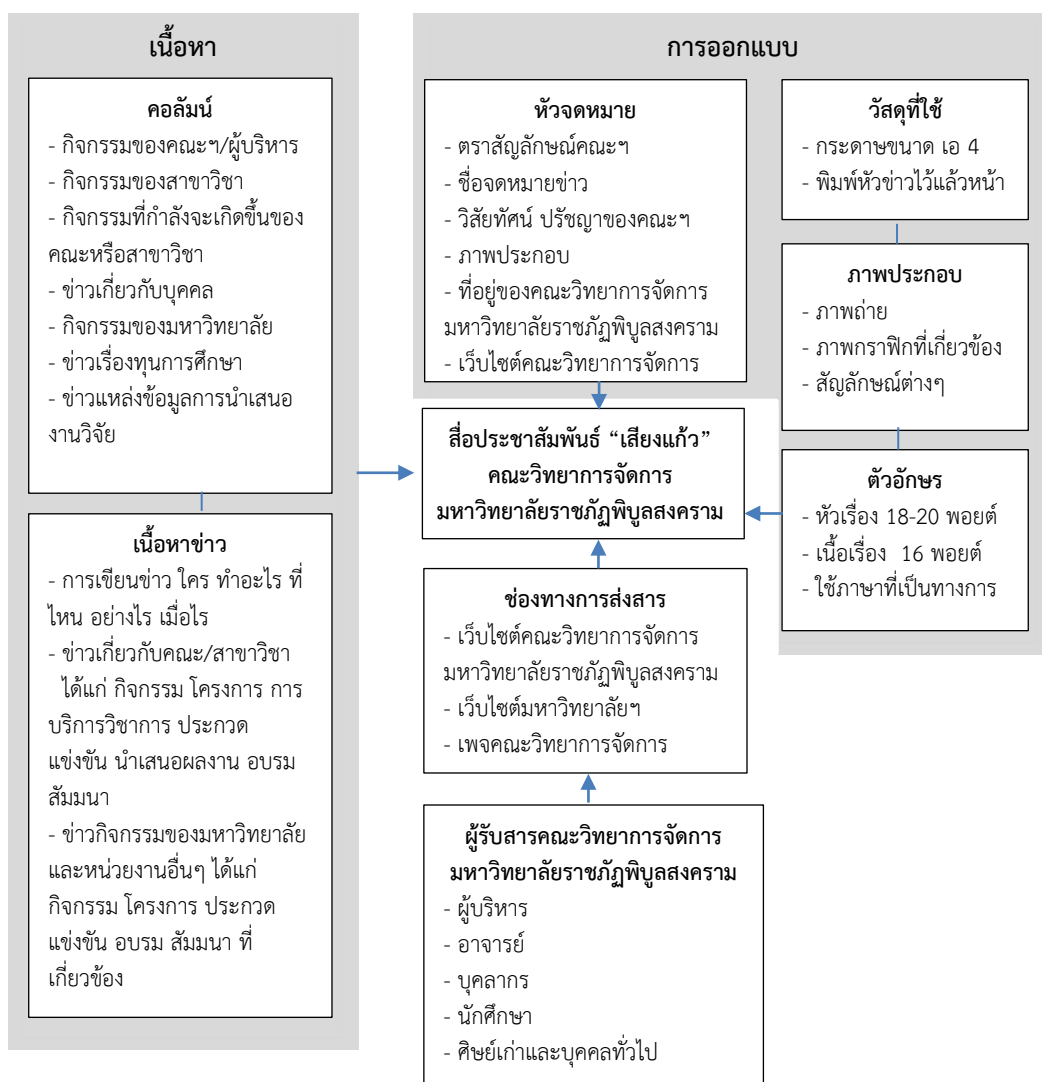
1.2 ผลการวิเคราะห์จากแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และผู้บริหาร เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว”

ตาราง 3 สรุปความคิดเห็นของผู้บริหาร และอาจารย์ด้านสื่อประชาสัมพันธ์

ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของผู้บริหารและอาจารย์ด้านสื่อประชาสัมพันธ์
1. แนวทางการสร้างจุดเด่นให้กับสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” อย่างไรให้ตรงจุดประสงค์และเข้าใจง่าย	- นำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน สั้น กระชับ ได้ใจความ - นำเสนอในเชิงสร้างสรรค์ สร้างความรู้สึกร่วมกันใช้สื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น เครือข่ายสังคมออนไลน์
2. รูปแบบ สื่อประชาสัมพันธ์อย่างไรให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจ	- เพิ่มเอกลักษณ์ให้สื่อโดยใช้คำสำคัญ ใช้ตัวอักษร รูปภาพนำในครั้งแรกให้เห็นและสื่อประชาสัมพันธ์ต้องสื่อสารได้ตรง - ควรนำเสนอข้อมูลอย่างถูกต้อง เข้าใจง่าย ดึงดูดความสนใจ มีเอกลักษณ์ ชัดเจนรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
3. ภาษา และตัวอักษรที่ใช้ในการเขียนเนื้อหาในสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว”	- ควรเป็นภาษาราชการ มีความสละสลวยงาม เป็นภาษาที่ใช้งานประชาสัมพันธ์ ใช้คำสำคัญ เน้นสาระสำคัญในเนื้อหาข่าวนั้นๆ - ขนาดตัวอักษรที่เหมาะสมควรมีขนาด 14 -18 พอยต์ ตามความเหมาะสม
4. การจัดวางองค์ประกอบของภาพควรอย่างไร	ควรเลือกภาพประกอบที่งานประชาสัมพันธ์ถ่ายด้วยตนเอง มีความละเอียด คมชัด สื่อความหมาย เหมาะสม สามารถดึงดูดความสนใจ
5. ช่องทางการเผยแพร่ข่าวเสียงแก้วควรมีหลากหลายหรือไม่อย่างไร	ควรมีช่องทางในการสื่อสารข้อมูลให้ถึงผู้รับสารทุกคน เช่น นักศึกษาก็อาจจะใช้เว็บไซต์ หรือเฟซบุ๊ก อาจารย์ใช้กลุ่ม เพจ หรือเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน
6. สัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงองค์กร(หัวจดหมายข่าว) ของสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว”	- ควรมีตราสัญลักษณ์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม - มีภาพที่สื่อให้เห็นว่าคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงครามดำเนินการเรื่องอะไร

ข้อคำถาม	ความคิดเห็นของผู้บริหารและอาจารย์ด้านสื่อประชาสัมพันธ์
	- ควรมีคำขวัญ ประชญา หรือวิสัยทัศน์ของคณะฯ - ควรแสดงที่อยู่ติดต่อได้ - มีชื่อของผู้รับผิดชอบในการผลิตสื่อ

ภาพที่ 3 แสดงองค์ประกอบของสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว”



ผู้วิจัยนำรูปแบบเสนอต่อผู้บริหาร อาจารย์ที่สอนด้านการสื่อสารเพื่อรับรองรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” จำนวน 4 คน สรุปผลการรับรอง ดังนี้

ตาราง 4 แสดงผลการวิเคราะห์การรับรองรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว”

รายการประเมิน	ความเหมาะสม		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. คอลัมน์	4.50	0.59	มากที่สุด
2. เนื้อหาข่าว	4.52	0.56	มากที่สุด
3. หัวจดหมาย	4.52	0.67	มากที่สุด
4. วัสดุที่ใช้	4.50	0.68	มากที่สุด
5. ภาพประกอบ	4.43	0.67	มาก
6. ตัวอักษร	4.56	0.58	มากที่สุด
7. ช่องทางการสื่อสาร	4.77	0.41	มากที่สุด
8. โทณสีที่ใช้ในจดหมายข่าว	4.47	0.68	มาก
รวม	4.53	0.605	มากที่สุด

จากตารางพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.53 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีผลการประเมินรูปแบบของสื่อจากผู้บริหาร อาจารย์ที่สอนด้านการสื่อสารเกี่ยวกับเนื้อหาข่าว ด้านตัวอักษรที่ใช้อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย = 4.56, S.D. = 0.58 ด้านเนื้อหาข่าวและด้านหัวจดหมายอยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย = 4.52, S.D. = 0.56 และด้านคอลัมน์ และด้านวัสดุที่ใช้อยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย = 4.50, S.D. = 0.68 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของอาจารย์ บุคลากร และนักศึกษา ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ได้แก่ อาจารย์ บุคลากร และนักศึกษา สรุปผลการศึกษาความพึงพอใจได้ดังนี้

ตาราง 5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
หญิง	23	76.67
ชาย	7	23.33
2. อายุ		
18 – 25 ปี	12	40.00
26 – 35 ปี	5	16.67
36 – 45 ปี	4	13.33
46 – 55 ปี	6	20.00
56 ปีขึ้นไป	3	10.00

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3	10.00
ปริญญาตรี	13	43.33
ปริญญาโท	9	30.00
ปริญญาเอก	5	16.67
4. สถานะภาพ		
นักศึกษา	9	30.00
เจ้าหน้าที่	6	20.00
อาจารย์	15	50.00
รวม	30	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 76.67 และเพศชาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 – 25 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาอายุ 46-55 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และมีอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ด้านการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมาระดับปริญญาโท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และระดับปริญญาเอกจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ด้านสถานะภาพส่วนใหญ่เป็นอาจารย์จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาเป็นนักศึกษาจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และเจ้าหน้าที่จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจในพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว”

รายการประเมิน	ความเหมาะสม		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. คอลัมน์	4.68	0.46	มากที่สุด
2. เนื้อหาข่าว	4.27	0.77	มาก
3. ประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่านข่าว	4.80	0.41	มากที่สุด
4. หัวจดหมาย	4.23	0.85	มาก
5. เนื้อหาข่าว	4.25	0.78	มาก
6. ความถูกต้องและเหมาะสมของการใช้ภาษา	4.27	0.78	มาก
7. ช่องทางการสื่อสาร	4.58	0.78	มากที่สุด
8. โทนีสีที่ใช้ในจดหมายข่าว	4.13	0.86	มาก
รวม	4.40	0.71	มาก

จากตารางพบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจด้านรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” จากกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 พิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่านข่าวในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.80$, S.D. = 0.41 รองลงมาด้าน

คอลัมน์ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.68$, S.D. = 0.46 และด้านช่องทางการสื่อสารอยู่ในระดับ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 4.58$, S.D. = 0.77 ตามลำดับ

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต สามารถนำอภิปรายผลได้ดังนี้

1. สภาพปัญหาและความต้องการที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” ด้านเนื้อหาของข่าวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการจัดวางรูปแบบ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ด้านการใช้ภาษาในการถ่ายทอดเนื้อหาข่าว มีความพึงพอใจระดับปานกลาง และด้านระยะเวลาในการจัดพิมพ์ข่าว มีความเหมาะสมระดับปานกลาง ข้อเสนอแนะและแนวทางการปรับปรุง ด้านเนื้อหา ควรมีการแจ้งหัวข้อและสรุปผลจากการประชุมคณะกรรมการมาชี้แจงให้อาจารย์ได้ทราบและปฏิบัติ ควรมีการประชาสัมพันธ์รูปเล่มผลงานวิจัยให้สะดวกต่อการอ่านได้ทันที ควรเพิ่มสาระและประโยชน์ในข่าวเกี่ยวกับการใช้ชีวิตประจำวัน ด้านระยะเวลาการจัดพิมพ์จดหมายข่าวควรออกเป็นรายสัปดาห์ สอดคล้องกับ ปราณปรียา สิมมา (2555: บทคัดย่อ) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการรับสื่อในมหาวิทยาลัย คือ ต้องการทราบกิจกรรมภายในมหาวิทยาลัย เนื้อหาข่าวสารที่ต้องการให้มีในจดหมายข่าวมากที่สุด คือ ทวนการศึกษา ช่องทางในการอ่านจดหมายที่ต้องการมากที่สุดคือ บอร์ดประชาสัมพันธ์ ในมหาวิทยาลัย และต้องการอ่านจดหมายข่าวทุกวัน เนื้อหารายละเอียดที่ควรเพิ่มเติมในหัวกระดาษจดหมายข่าวคือ วิทยาลัยของมหาวิทยาลัย

2. รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต สงครามที่พัฒนาขึ้น ซึ่งออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญ และผู้สอนด้านการสื่อสาร โดยใช้โปรแกรมกราฟิก ประกอบกับการใช้เทคนิคในการใช้ภาพ ตัวอักษร สัญลักษณ์ รวมเป็นหัวจดหมายข่าวมีลักษณะเป็นไฟล์ภาพขนาดใหญ่ มีเอกลักษณ์ที่บ่งบอกถึงคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต สงครามทั้งภาพและสัญลักษณ์ มีผลการประเมินรูปแบบจากผู้บริหาร และอาจารย์ผู้สอนด้านการสื่อสารในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก สอดคล้องกับ ปราณปรียา สิมมา (2555: บทคัดย่อ) ที่กล่าวว่า ใช้ภาพกราฟิกทั่วไปเป็นหัวจดหมายข่าวไฮไลท์ทูเดย์ ตัวอักษรที่เป็นเนื้อหาในจดหมายข่าวไฮไลท์ทูเดย์ใช้ตัวอักษรที่เป็นทางการ ขนาด 18 พอยต์และ 20 พอยต์ ขนาดตัวอักษรของเนื้อหาจดหมายข่าวคือ 16 พอยต์ ภาพประกอบที่ใช้ในจดหมายข่าว คือ ภาพถ่าย จัดหน้าแบบสมดุล และที่สำคัญจดหมายข่าวจะต้องแสดงถึงเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ซึ่งผลการประเมินรูปแบบของจดหมายข่าวไฮไลท์ทูเดย์จากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา และด้านสื่ออยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.38$, S.D.=0.33)

3. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของอาจารย์ บุคลากร และนักศึกษาที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ “เสียงแก้ว” ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต สงคราม จำนวน 30 คน ในภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด มีความพึงพอใจด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการอ่านข่าวในระดับ มากที่สุด ด้านคอลัมน์ในระดับ มากที่สุด ด้านเนื้อหาของข่าวอยู่ในระดับมาก ด้านหัวจดหมายในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านความถูกต้องและเหมาะสมของการใช้ภาษาในระดับมาก ด้านคอลัมน์ข่าวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และด้านหัวจดหมายข่าวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านช่องทางการรับสารในภาพรวมอยู่ในระดับ มาก มีความพึงพอใจด้านช่องทางการสื่อสารในระดับมากที่สุด และด้านโหนดที่ใช้ในจดหมายข่าวอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ ปราณปรียา สิมมา (2555: บทคัดย่อ) กล่าวว่าผู้รับสารมีความพึงพอใจในด้านเนื้อหาคอลัมน์ ด้านการออกแบบ และ

ด้านช่องทางการสื่อสารของจดหมายข่าวไฮไลท์ทูเดย์ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.19, S.D. = 0.49)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ปัจจุบันประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ยุค ไทยแลนด์ 4.0 แล้วควรจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีรูปแบบสองภาษา เพื่อให้นักศึกษาต่างชาติที่เข้ามาศึกษาหรือวิจัยได้ทราบข้อมูลและกิจกรรมของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

1.2 เพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ให้มากขึ้นรองรับการใช้งานบน smartphone เช่น Line fanpage เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาสำหรับการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ทั้งสื่อภายในและภายนอกหน่วยงาน

2.2 ควรศึกษาประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ ที่มีต่อการรับรู้ข่าวสารของผู้รับสื่อ

เอกสารอ้างอิง

- คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม. (2560). *แผนยุทธศาสตร์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม 2560-2564*. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- ปราณปรียา สิมมา. (2555). *การพัฒนาารูปแบบจดหมายข่าวไฮไลท์ทูเดย์ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง*. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุภัค ถาวรนิติกุล. (2556). *การศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะเกษตร กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน*. สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา.
- เสถียร เขยประทับ. (2525). *การสื่อสารและการพัฒนา*. กรุงเทพมหานคร : พิมพ์ครั้งที่ 2 โรงพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- Klapper, Joseph T. (1960). *The Effect to Mass Communication*. New York: Free Press, 1960.
- Rogers, E.M. and Shoemaker, F.F. (1971). *Communication of Innovation*. New York : The Free Press.
- Wilbur Schramm. (1973). *The Process and Effects of Mass Communication*. Edited by Wilbur Schramm and Donald F. Robert.
- Yamane. (1973). *Statistic: An Introductory Analysis*. 3 rd ed. New York : Harper and Row.T.