



รายงานการวิจัย

เรื่อง

แนวทางการประชาสัมพันธ์ตามคุณลักษณะของนักศึกษา
วิทยาลัยราชพฤกษ์

**The Method public reations of aecording to the characteris of
Ratchaphruek College Student**

โดย

สำราญ จุช่วย

การวิจัยครั้งนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากวิทยาลัยราชพฤกษ์
ปีการศึกษา 2551



รายงานการวิจัย

เรื่อง

แนวทางการประชาสัมพันธ์ตามคุณลักษณะของนักศึกษา
วิทยาลัยราชพฤกษ์

**The Method public reations of aecording to the characteris of
Ratchaphruek College Student**

โดย

สำราญ จุช่วย

การวิจัยครั้งนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากวิทยาลัยราชพฤกษ์
ปีการศึกษา 2551

1.1.2 กลุ่มทำงานแล้วในหลักสูตร 4 ปี พบว่าเป็นหญิงมากที่สุดมีอายุในช่วง 17 – 30 ปี บิดาประกอบอาชีพรับจ้าง มารดาประกอบอาชีพค้าขายมีรายได้ในครอบครัว 110,000 บาท – 150,000 บาทต่อปี และมีสถานภาพครอบครัวหย่าร้าง มีเขตพื้นที่อยู่อาศัยในเขตพระประแดงมากที่สุด ส่วนหลักสูตรต่อเนื่องพบว่า เป็นเพศชายมากที่สุด มีอายุระหว่าง 21 -30 ปี บิดาประกอบอาชีพรัฐวิสาหกิจ และมารดามีอาชีพค้าขายมีรายได้ในครอบครัวที่ 110,000 บาท – 150,000 บาท สถานภาพครอบครัวแยกกันอยู่ตามอาชีพและมีเขตพื้นที่อยู่อาศัยในเขตธนบุรีมากที่สุด

1.2 การรับรู้ข่าวสารของวิทยาลัยราชพฤกษ์ที่ลงประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ในปีการศึกษา 2550 ในภาพรวมพบว่านักศึกษาหลักสูตร 4 ปี และหลักสูตรต่อเนื่องปีการศึกษา 2550 รับรู้ข้อมูลจากสื่อประเภททีวีช่อง 3 และช่อง 7 มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ส่วนสื่อประเภทหนังสือ พบว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เป็นสื่อที่นักศึกษารับรู้ข้อมูลมากที่สุดและนักศึกษามีวิธีการสอบถามข้อมูลและติดต่อกับวิทยาลัยทางโทรศัพท์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มผู้ไม่ทำงานและกลุ่มทำงานแล้ว พบประเด็นการรับรู้ข่าวสารที่เหมือนกันดังนี้

กลุ่มไม่ทำงานและกลุ่มทำงาน นักศึกษาพบเห็นข้อมูลการประชาสัมพันธ์ทางทีวีช่อง 3 และช่อง 7 และใช้วิธีสอบถามข้อมูลจากวิทยาลัยด้วยการ โทรศัพท์ถามที่วิทยาลัยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด นักศึกษาตัดสินใจเลือกเรียนที่วิทยาลัยราชพฤกษ์เพราะรับรู้ข้อมูลจากงานนิทรรศการต่าง ๆ และการบรรยายในห้องเรียนมีค่าเฉลี่ยสูงสุดและสิ่งทีนักศึกษามองเห็น ควรปรับปรุงระบบการให้ข้อมูลข่าวสารในวิทยาลัยคือระบบโทรศัพท์

1.3 แนวทางการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ของนักศึกษาศึกษาปีการศึกษา 2551 พบว่า นักศึกษาหลักสูตร 4 ปีและหลักสูตรต่อเนื่อง มีแนวทางการรับรู้ข้อมูลจากสื่อประเภททีวีช่อง 3 มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และรายการทีวีที่นักศึกษาศนใจคือรายการละครหลังข่าว โดยมีช่วงเวลาในการรับรู้ข้อมูล 21.00 น. – 24.00 น. ส่วนสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ นิตยสารบันเทิง และนิตยสารการศึกษาเป็นสื่อที่นักศึกษามีความสนใจมีค่าเฉลี่ยรองลงมา และคลื่นวิทยุที่นักศึกษาศนใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คลื่นวิทยุ 97.5 Seed F.M. และ 95.5 Virgin Hitz สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกสถาบันการศึกษาคือเพื่อนมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด และฐานข้อมูลที่นักศึกษาศึกษาข้อมูลต่าง ๆ คือเว็บไซต์ Sanook.com ช่วงเวลาที่ศึกษาค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์เวลา 24.00 น. เป็นต้นไปมีค่าเฉลี่ยสูงสุด เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มไม่ทำงานและกลุ่มผู้ทำงานแล้ว พบประเด็นที่สำคัญดังนี้

กลุ่มทำงานและกลุ่มไม่ทำงาน มีค่าเฉลี่ยแนวทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสูงสุดที่เหมือนกันคือทางทีวีช่อง 3 และเป็นรายการละครหลังข่าวในช่วงเวลา 21.00 น. – 24.00 น. และสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์ไทยรัฐเป็นสื่อที่นักศึกษาศนใจรองลงมา นักศึกษาศึกษาข้อมูล

จากเว็บไซต์ที่นักศึกษาใช้ในการหาข้อมูลคือเว็บ Sanook.com และเพื่อนมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกสถาบันการศึกษามากที่สุด แนวทางการรับรู้ข่าวสารของกลุ่มทำงานและกลุ่มไม่ทำงาน ที่มีความต่างกันคือหนังสือประเภทนิตยสารบันเทิง นักศึกษากลุ่มทำงานจะให้ความสนใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดและช่วงเวลาการค้นหาข้อมูลในเว็บไซต์กลุ่มไม่ทำงานจะใช้ช่วงเวลา 21.00 น. – 24.00 น. มากที่สุด ส่วนกลุ่มทำงานแล้วจะใช้ช่วงเวลา 24.00 น. เป็นต้นไป

2. การแสดงความคิดเห็นของผู้แทนสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ที่มีต่อแนวทางการประชาสัมพันธ์วิทยาลัย ในภาพรวมพบว่าผู้แทนสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ได้ให้ความความคิดเห็นดังนี้ 1) ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพราะเป็นการบอกเล่าและแนะนำให้บุคคลภายนอกได้รู้จัก และควรประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมเขตเป็นพื้นที่กว้างให้มากที่สุด 2) วิทยาลัยราชพฤกษ์เป็นสถาบันใหม่มีชื่อเสียงเปรียบเรื่องฐานชื่อเสียงแต่ตั้งอยู่ในแหล่งอารยธรรมท้องถิ่น สามารถดึงมาเป็นจุดขายในการสร้างเอกลักษณ์ทางด้านวิชาการและกิจกรรมนักศึกษาได้เป็นอย่างดี 3) ต้องสร้างความเชื่อถือจากนักศึกษาครู – อาจารย์ให้มากที่สุด และงานประชาสัมพันธ์ต้องมีความไวและทันต่อเหตุการณ์ 4) ควรสร้างความคุ้นเคยกับสื่อและใช้สื่อเป็นฐานของตนเอง และสร้างความแข็งแกร่งที่นักศึกษาให้มีเครือข่ายความร่วมมือให้มากที่สุด

Research : The method public relations of according to the characteristic of Ratchaphruek College student

Researcher : Sumran Juchoy

The year of conduct : Academic year 2008

Abstract

The objects of the research are 1.) to study about the characteristics of the students in the academic year 2008. 2.) To Study acknowledge data of Ratchaphruek college to the characteristics 3.) to study the method public relations of according to the characteristics of Ratchaphruek college students The sample group for this research report were students from 4 year curriculum and continued / extended curriculum, made a random distribution proportion as follows: a group of 137 students Who are working while studying and a group of 248 non – working students. The tools used in this research were questionnaires, for example, asking about personal status, the acknowledgment of public relations information of Ratchaphruek college in the academic year 2007, the way to receive the Ratchaphruek college's students' information in academic year 2008 through each branch of mass media. The information also gathered from interviewing people who work in mass media area asking about their opinion. The information was analysed by explaining in percentage and a content analysis was presented in the descriptive form.

1.) The students' characteristics

1.1 The students' characteristics. From the research, It was found that quite a lot of characteristics of the students from 4 year curriculum and extended curriculum are from middle class family, divorced family or the family that the parents live separately as their occupation. There were more number of male than female student the 4 year curriculum . While a number of female is more than male in extended curriculum.

When consider about working of the students. There were some aspects to discuss as follows:

1.1.1 A group of non-working students from 4 years curriculum were mostly male, age between 17-20 years old, whose parents work for the state enterprise. The students and parents live together and their income is 110,000-150,000 Baht. Most families live in Thonburi area. Most of the students from the extended curriculum, are girls, age between 17-20 years old, whose fathers work for the state enterprise and mothers work as wage earners. The average income is 110,000-150,000 baht. The students and parents live together and mostly live in Nonthaburi areas.

1.1.2 A group of working students from 4 year curriculum were mostly female age between 17-30 years. Their fathers work for wages and their mothers work as traders. The family income is 110,000-150,000 baht per year. The family status is divorced and live mostly in Phra Prang area. The students from extended curriculum mostly are male age between 17-30 years old. Their fathers work for the income is 110,000-150,000 baht. The family living separately according to their occupation and most of them live in Thonburi area.

1.2 The acknowledgement of Ratchaphruek college's information published through each mass media in academic year 2007 It was found that the students in 4 years curriculum and extended curriculum received the information from the television channel 3 and 7 the most. The second average is through printed matter Thai Rat Newspaper and Lok Karn Suk Sa book.. The students contact with the college by asking for information on the telephone the most. When consider a group of non-working and working students, it was found that they have the same way to receive the information as follows

Non- working and work students found the information on the television channel 3 and 7. They obtained the information from the college by phone which is the highest average. They decided to study at Ratchaphruek college because they received the information from the exhibition and the lecture in classroom is also the highest mean. These students suggested that Ratchaphruek college should improve the information system on phone

1.3 The method to receive information through each type of mass media of the students in academic year 2008 found that the students in 4 year curriculum and extended curriculum who received the information from television channel 3 is the highest average media. The Tv programme they are most interested in is the soap opera broadcasted after news programme. The period of receiving information was during 21:00-24:00 o'clock. The second

average media the students were interested in were Thairat newspaper, entertainment magazine, and educational magazine. The radio waves were interested in and had highest average were 97.5 seed F.M. and 95.5 Virgin Hitz. The media that had the most influence in making decision to highest mean. The information base the students used was www.sanook.com and the period of information searching was after midnight and working group, there were some important aspects as follows;

Both groups had the same method in receiving information by watching the soap operas program me during 21:00-24:00 o'clock broadcasted on channel 3, which is the highest mean. Thairat newspaper was the published media that the student were interested in. They were also interested in searching information through www.sanook.com. Friends were the most influential in choosing the education institute. The different of method to receive information of non-working student and working student were the entertainment magazine which interested most by working student and they preferred to search the information on the website after 24:00 O'clock. However the non-working students preferred 21:00-24:00 O'clock the most.

2. The opinion of a representative from each branch of mass media towards the public relations method of the college. It was found that 1) Ratchaphruek college should pay importance to public relation continually (can cover all of the target area as much as possible) because it would help other people know more about Ratchaphruek college. 2) Ratchaphruek college is the new institution and has a disadvantage on reputation. However it is situated on the local civilization area which could be the out standing point to create the characteristic in academic matter and student activities. 3) Ratchaphruek college have to build the trust from both students and instructors as much as they can. The public relations must be fast and catch up with the situation. 4) Ratchaphruek college should build a familiar with media and use them as the base and also built the strength of the student to obtain more cooperate network as much as possible.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการประชาสัมพันธ์ตามคุณลักษณะของนักศึกษาวิทยาลัยราชพฤกษ์ สำเร็จลุล่วงด้วยดี ด้วยการให้ข้อเสนอแนะและแนวทางในการดำเนินการจากอาจารย์ รศ.ดร. ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ ประธานที่ปรึกษางานวิจัยของวิทยาลัยราชพฤกษ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำการจัดทำการวิจัยมาตั้งแต่ปีการศึกษา 2550 โดยได้ทดลองเก็บข้อมูลของนักศึกษาและนำมาใช้ประโยชน์ พร้อมทั้งตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนงานสำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณวิทยาลัยราชพฤกษ์ที่ให้ทุนอุดหนุนในการทำวิจัย ปีการศึกษา 2551 ทำให้ผู้วิจัยได้รับความสะดวกในการดำเนินงานและสามารถจัดทำวิจัยได้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณ ดร.มิ่ง เทพครเมือง หัวหน้างานวัดผล โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ที่ให้การช่วยเหลือในการเก็บข้อมูลด้านสถิติวิจัย ทำให้ผู้วิจัยทำงานสำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ คุณชนิตสิริ ไกรฤกษ์ ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์มติชน คุณชัยกร แสงสุข ผู้สื่อข่าวนิตยสาร Do you know คุณนงนภัศ สกฤชชัยกุล ผู้สื่อข่าวฝ่ายการศึกษา สถานีโทรทัศน์ ช่อง 7 คุณวิมล สติปริวัตร ผู้สื่อข่าวสายการศึกษา หนังสือวิญญูฯ ที่กรุณาให้ข้อมูลแนวคิดต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยได้เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณนักศึกษาวิทยาลัยราชพฤกษ์ปีการศึกษา 2550 - 2551 ทุกคน ที่ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำข้อมูลทำให้งานวิจัยเล่มนี้สมบูรณ์ และมีประโยชน์ต่อการดำเนินการต่อไปได้เป็นอย่างดี

ตำราญ จุช่วย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
คำนำ.....	ฅ
สารบัญ.....	ญ
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฐ

บทที่

1. บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง.....	6

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของการประชาสัมพันธ์.....	8
วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์.....	9
เครื่องมือและสื่อในการประชาสัมพันธ์.....	12
การวางแผนการประชาสัมพันธ์.....	18
ความสำคัญของการขยายต่อการวางแผนประชาสัมพันธ์.....	21
หลักในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์.....	22
หลักการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา.....	27
ความเป็นมาของวิทยาลัยราชพฤกษ์.....	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	33

3. วิธีการดำเนินงานวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	38
การสร้างเครื่องมือและหาคุณภาพของเครื่องมือ.....	39
ขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1

- ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
หลักสูตร 4 ปี..... 42
- ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ข่าวสารของวิทยาลัยราชพฤกษ์
ที่ผ่านสื่อต่างๆ ของนักศึกษาหลักสูตร 4 ปี..... 42
- ผลการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประเภทต่างๆ ของนักศึกษา หลักสูตร
4 ปี ปีการศึกษา 2551..... 44
- ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามหลักสูตร
ต่อเนื่อง 48
- ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ข่าวสารของนักศึกษาหลักสูตร
ต่อเนื่อง ปีการศึกษา 2550..... 50
- ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ข่าวสารของนักศึกษาหลักสูตร
ต่อเนื่องปีการศึกษา 2551..... 52

ตอนที่ 2

- ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการแสดงความคิดเห็นของผู้แทนสื่อมวลชน
แขนงต่างๆ..... 54

5. สรุปการอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

- วิธีการดำเนินการวิจัย..... 57
- สรุปผลการวิจัย..... 58
- อภิปรายผลการวิจัย..... 60
- ข้อเสนอแนะจากการวิจัย..... 63
- บรรณานุกรม..... 64
- ภาคผนวก..... 66

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1. จำนวนแบบสอบถามในการวิจัย.....	38
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนตัวนักศึกษาหลักสูตร 4 ปี.....	42
3. ผลการรับรู้ข่าวสารของวิทยาลัยราชพฤกษ์ของนักศึกษาหลักสูตร 4 ปี ปี 2551.....	45
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานะภาพส่วนตัวของนักศึกษาหลักสูตรต่อเนื่อง.....	46
5. ผลการรับรู้ข่าวสารของวิทยาลัยราชพฤกษ์ของนักศึกษาหลักสูตรต่อเนื่องปีการศึกษา 2550.....	48
6. ผลการรับรู้ข่าวสารของวิทยาลัยราชพฤกษ์ของนักศึกษาหลักสูตรต่อเนื่องปีการศึกษา 2551.....	50
7. ผลการแสดงความคิดเห็นของผู้แทนสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ที่มีต่อแนวทางการประชาสัมพันธ์.....	54

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1. แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์กับขั้นตอนการวางแผนประชาสัมพันธ์.....	20
2. แผนภูมิแสดงที่พักอาศัยของนักศึกษาหลักสูตร 4 ปี.....	44
3. แผนภูมิแสดงที่พักอาศัยของนักศึกษาหลักสูตรต่อเนื่อง.....	50

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การดำเนินงานของทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ต้องมีการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ ข่าวสาร ข้อมูลต่างๆ ทั้งนี้เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นงานเชิงสร้างสรรค์ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ส่งผลต่อความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน สามารถสร้างความรู้สึกร่วมกันที่ดี (Favorable opinions) ระหว่างหน่วยงาน หรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง (วิรัช อภิรรัตนกุล, 2542 : 9) อันจะนำมาซึ่งการรับรู้ เชื่อถือ เกิดศรัทธาความร่วมมือ ตลอดจนความสัมพันธ์ที่ดี ทำให้การดำเนินงานของหน่วยงานนั้นๆ บรรลุเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 มาตรา 58 ระบุว่า บุคคลย่อมมีสิทธิได้รับทราบข้อมูลหรือข่าวสารสาธารณะของหน่วยงานราชการ เว้นแต่การเปิดเผยนั้นกระทบ ต่อความมั่นคงของรัฐ และจากพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 มาตรา 9 กำหนดให้หน่วยงานของรัฐและเอกชนรวมถึงสถาบันการศึกษา ต้องจัดให้มีข้อมูลข่าวสารของแต่ละหน่วยงานให้ประชาชนเข้าตรวจสอบได้ จากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยและพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการดังกล่าว เป็นมิติใหม่ที่ประชาชนมีโอกาสที่จะรู้ถึงสิทธิหน้าที่ของตนอย่างเต็มที่ นั่นหมายถึงว่า การประชาสัมพันธ์ต้องเข้ามามีบทบาทในหน่วยงานเพื่อทำหน้าที่ประสานสัมพันธ์อธิบายหรือชี้แจง รวมถึงโฆษณาเผยแพร่ความรู้ สิ่งค้นพบใหม่ๆ ในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เพื่อเป็นการบริการ สร้างภาพพจน์ ความเชื่อมั่นให้แก่บุคคลทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน (พระราชบัญญัติ ข้อมูลข่าวสาร , 2540 : เอกสารอัดสำเนา) สถาบันการศึกษา จึงมีความจำเป็นต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์เช่นกัน ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง ทั้งบุคคลภายในและภายนอกหน่วยงาน จากพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 หมวด 4 มาตรา 29 ที่ระบุให้สถานศึกษาร่วมกับบุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์กร สถาบันต่างๆ ส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน โดยจัดกระบวนการเรียนรู้ภายในชุมชน มีการแสวงหาความรู้ข้อมูลข่าวสารและรู้จักเลือกสรรภูมิปัญญาและวิทยาการต่างๆ เพื่อพัฒนาชุมชนรวมทั้งหาวิธีการสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ให้มากขึ้น ดังนั้นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสถาบันการศึกษา โดยอาศัยการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประเภทต่างๆ เพื่อให้ความรู้แก่ชุมชนและสังคม จึงมีบทบาทสำคัญต่อสถาบันการศึกษาเป็นอย่างยิ่ง

วิทยาลัยราชพฤกษ์ ได้รับอนุญาตจัดตั้งให้เป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2549 ซึ่งเป็นวิทยาลัยใหม่ จึงยังไม่เป็นที่รู้จักของนักศึกษาผู้ปกครอง และประชาชนทั่วไป ดังนั้นการดำเนินงานของวิทยาลัยจึงต้องมีวิธีการและกระบวนการเผยแพร่ข้อมูลของวิทยาลัยให้นักเรียนนักศึกษา ผู้ปกครองและประชาชนทั่วไป ได้รับรู้ข้อมูลให้มากที่สุด เพื่อส่งผลให้การดำเนินงานของวิทยาลัยบรรลุเป้าหมาย ความเคลื่อนไหวด้วยการสื่อสารสัมพันธ์ จึงเป็นภารกิจหลักของวิทยาลัยเพื่อให้เกิดความเชื่อถือ ศรัทธา และเกิดการร่วมมือให้การศึกษาก้าวหน้า และมีคุณภาพ ก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงต่อการผลิตบัณฑิต โดยเฉพาะการสร้างความสัมพันธ์ ต่อชุมชน ผู้ปกครอง และนักศึกษาให้เห็นความสำคัญของการศึกษา วิทยาลัยจึงจำเป็นต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ควบคู่ไปกับการบริหารงานด้านอื่นๆ โดยเฉพาะงานประชาสัมพันธ์เป็นแผนยุทธศาสตร์ ของวิทยาลัยในข้อที่ 8 (แผนวิทยาลัยราชพฤกษ์ปี 2551) ที่ต้องมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มจำนวนนักศึกษา และเพิ่มปริมาณผู้ใช้บริการของวิทยาลัย ด้วยการอบรม การประชุมสัมมนาและอื่นๆ โดยเน้นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกถึงตัวบุคคลและหน่วยงานต่างๆ ทุกรูปแบบ ดังนั้นงานประชาสัมพันธ์จึงต้องพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับคุณลักษณะของผู้เรียน ในระดับปริญญาตรีปีการศึกษา 2551 หลักสูตร 4 ปี ซึ่งมีจำนวนนักศึกษาปัจจุบัน 450 คน และหลักสูตรต่อเนื่อง ซึ่งมีจำนวน 750 คน เป็นนักศึกษาทั้งรอบปกติ รอบค่าและรอบเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งนักศึกษาที่มาศึกษาต่อ ณ วิทยาลัยราชพฤกษ์ มีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน ด้วยเหตุจากการเลือกศึกษาในแต่ละหลักสูตร แต่ละช่วงเวลาของการศึกษาทำให้คุณลักษณะของนักศึกษาในแต่ละหลักสูตรและแต่ละช่วงเวลาของการศึกษามีลักษณะที่แตกต่างกันทั้งทางคุณวุฒิและวัยวุฒิ ฉะนั้นการรับรู้ข่าวสารข้อมูลของวิทยาลัย จึงมีความแตกต่างกัน และเพื่อให้งานประชาสัมพันธ์สามารถพัฒนาระบบฐานข้อมูลได้ตรงกับคุณลักษณะของผู้เรียนในแต่ละช่วงเวลาของการเลือกศึกษา จึงต้องมีการสำรวจการรับรู้ข้อมูลของนักศึกษาแต่ละกลุ่ม เพื่อวางแผนการประชาสัมพันธ์ได้อย่างถูกต้อง ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจะเป็นแนวทางการใช้สื่อแต่ละประเภทที่มีคุณลักษณะแตกต่างกันหลายๆด้านทั้งด้านเวลาในการใช้ ด้านค่าใช้จ่าย ตลอดจนความคล่องตัวในการใช้งานที่มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน

วิทยาลัยราชพฤกษ์ เป็นวิทยาลัยเอกชนซึ่งมีปรัชญาการศึกษา และมีเอกลักษณ์ของตนเอง ภายใต้ปรัชญาที่ว่า “สถาบันแห่งการเรียนรู้ยุคใหม่ คุณภาพ คุณธรรม นำหน้าสู่สากล” และมีความมุ่งมั่นที่จะสร้างเกียรติยศและความเชื่อถือให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน ความเป็นวิทยาลัยเอกชนจะมีข้อเสียเปรียบสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษาของรัฐบาล ที่มีค่าเล่าเรียนที่แพงกว่า แต่มีข้อได้เปรียบคือ มีความเข้มงวดทางวิชาการ และดูแลนักศึกษาอย่างใกล้ชิด มีความพร้อมในด้านบุคลากร และพยายามจัดสิ่งให้อำนวยความสะดวกเกี่ยวกับสถานที่เรียน และอุปกรณ์ด้านการศึกษา

ให้นักศึกษาได้อย่างสมบูรณ์ ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อประเภทต่างๆ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลให้แก่บุคคลภายนอก ให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ชี้แจงเพื่อสร้างความนิยามให้แก่สาธารณชนได้รับรู้ถึงบทบาทในการจัดการศึกษา นโยบายในการบริหาร และวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งวิทยาลัยราชพฤกษ์ด้วยสื่อในการประชาสัมพันธ์ทั้งในรูปแบบผ่านสื่อบุคคล ผ่านสื่อมวลชน ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และเอกสารเพื่อแสวงหาความสัมพันธ์และความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมาย อันก่อให้เกิดความเข้าใจ ความเชื่อถือ ความศรัทธาในสถาบัน จนเกิดความร่วมมือในการดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์นโยบายของวิทยาลัยได้ การที่จะพัฒนางานประชาสัมพันธ์ได้ตรงจุดนั้น ต้องทราบข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อการวางแผนงานในการดำเนินการได้ตรงจุดซึ่งแต่ละปีการศึกษาจะมีการพัฒนารูปแบบกระบวนการรับสารและการสื่อสารแตกต่างกันออกไป

และในปีการศึกษา 2551 วิทยาลัยได้เปิดหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (M.B.A) จึงต้องมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้นหลาย ๆ รูปแบบ ด้วยความสำคัญตามเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการประชาสัมพันธ์ ตามคุณลักษณะของนักศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมแก่นักศึกษาตามระดับการศึกษา เพศ วัย อายุ และรอบการศึกษาซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ สามารถนำไปใช้พัฒนาแก้ไข ปรับปรุงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และเป็นแนวทางในการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ของวิทยาลัย การใช้งบประมาณในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ในแต่ละปีการศึกษา ให้มีประสิทธิภาพเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาศึกษาต่อที่วิทยาลัยราชพฤกษ์ ในปีการศึกษาต่อไป ได้สูงขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของ นักศึกษาปีการศึกษา 2551
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลของวิทยาลัยราชพฤกษ์ที่ลงประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ
3. เพื่อเสนอแนวทางการประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ ตามคุณลักษณะของนักศึกษาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ปีการศึกษา 2551 โดยเจาะจงประเด็นแนวทางการประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยที่ได้ดำเนินการผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ในปีการศึกษา 2550 และปีการศึกษา 2551 ซึ่งมีสาระสำคัญดังนี้

1. คุณลักษณะทางกายภาพของนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี รอบปกติ โดยจำแนกเป็นกลุ่มไม่ทำงาน และนักศึกษารอบค้ำ รอบเสาร์ – อาทิตย์ จำแนกเป็นกลุ่มทำงาน นักศึกษาหลักสูตรต่อเนื่องรอบปกติจำแนกเป็นกลุ่มไม่ทำงาน รอบค้ำและรอบเสาร์ – อาทิตย์ จำแนกเป็นกลุ่มทำงาน
2. ศึกษาแนวทางการรับรู้ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยตามการรับรู้ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี และหลักสูตรต่อเนื่อง โดยจำแนกเป็นกลุ่มผู้ไม่ทำงาน และกลุ่มผู้ทำงาน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ผลการวิจัย จะได้ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางการประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยราชพฤกษ์ได้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น
2. ผลการวิจัยใช้เป็นข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานและวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัย ราชพฤกษ์ในปีการศึกษาต่อไป
3. ผลการวิจัย เป็นประโยชน์ต่อการจัดสรรงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยในปีการศึกษาต่อไป

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาของวิทยาลัยราชพฤกษ์ปีการศึกษา 2551 ในระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี รอบปกติ ปีการศึกษา 2550-2551 โดยจำแนกเป็นกลุ่มไม่ทำงาน รอบค้ำ รอบเสาร์ – อาทิตย์ จำแนกเป็นกลุ่มผู้ทำงาน จำนวน 250 คน และนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรต่อเนื่องรอบปกติโดย จำแนกเป็นกลุ่มไม่ทำงาน รอบค้ำ และรอบเสาร์-อาทิตย์ จำแนกเป็นกลุ่มผู้ทำงาน จำนวน 450 คน รวมจำนวนประชากรทั้งสิ้น 700 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกกลุ่มโดยใช้ตาราง Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 96% ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 385 คน จากนั้น สุ่มเป็นสัดส่วนได้กลุ่มทำงาน 137 คน และกลุ่มไม่ทำงาน 248 คน ซึ่งเป็นนักศึกษาของวิทยาลัยราชพฤกษ์ปีการศึกษา 2550-2551 ระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี และระดับปริญญาตรี หลักสูตรต่อเนื่อง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีแบบสอบถาม 2 ตอนคือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการสอบถาม (Check List) สถานภาพส่วนตัว เพศ อายุ อาชีพบิดา อาชีพมารดา รายได้บิดาและรายได้มารดาต่อปี สถานภาพของครอบครัว พื้นที่อยู่อาศัย จำนวน 7 ข้อ ส่วนที่ 2) แบบสอบถามการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ ของวิทยาลัยราชพฤกษ์ ที่ผ่านสื่อประเภทต่างๆ ในปีการศึกษา 2550 ที่เกี่ยวกับสื่อประเภท โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายกลางแจ้ง เว็บไซต์ แผ่นประชาสัมพันธ์จำนวน 5 ข้อ และส่วนที่ 3) แบบสอบถามแนวทางการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประเภทต่างๆ ของนักศึกษา ปีการศึกษา 2551 จำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้แทนจากสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ที่มาเยี่ยมชมวิทยาลัย เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง โดยมีการกำหนด คำถามไว้ล่วงหน้าและใช้คำถามปลายเปิด ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูล สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ตามประเด็นที่ผู้วิจัยตั้งไว้ นอกจากนี้คำถามที่จะถามนั้นยังมีความยืดหยุ่น ผู้วิจัยได้ปรับคำถามให้เป็นไปตามสถานการณ์ในขณะสัมภาษณ์ตามหัวข้อคือ 1) การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อสถาบันการศึกษาอย่างไร 2) สื่อข่าวมีแนวคิดทัศนคติต่อวิทยาลัยราชพฤกษ์อย่างไร 3) สื่อมวลชนมีความคิดเห็นต่อสถาบันการศึกษาใหม่ควรมีจุดเด่นอย่างไร 4) วิทยาลัยราชพฤกษ์ควรวางแนวทางการประชาสัมพันธ์ในลักษณะใด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำแบบสอบถามไปแจกให้แก่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ที่ศึกษาในระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี และนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่ศึกษาในระดับปริญญาตรี หลักสูตรต่อเนื่อง ปีการศึกษา 2551 โดยแยกเป็นกลุ่มผู้ไม่ได้ทำงานและกลุ่มผู้ทำงานในวันขึ้นทะเบียนนักศึกษาวันที่ 26 – 28 มีนาคม 2551 ด้วยตนเองโดยแจก แบบสอบถามจำนวน 400 ฉบับ ได้รับกลับคืนมา 385 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 96.25 และมีแบบสอบถามสมบูรณ์ 380 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 98.70

2. การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการโดยกำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ ทำการบันทึกข้อมูลในการสัมภาษณ์ โดยขณะสัมภาษณ์ จะทำการบันทึกข้อมูลในแบบสัมภาษณ์ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสรุปและจัดหมวดหมู่ ของคำตอบตามแนวทางที่ตั้งไว้

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม คอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพ ส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ

ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ ของวิทยาลัยราชพฤกษ์ที่ผ่านสื่อชนิดต่าง ๆ ในปีการศึกษา 2550 วิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

ข้อมูลการแสดงความคิดเห็นของนักศึกษาปีการศึกษา 2551 ที่มีต่อการรับรู้ข่าวสารจากแนวทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ วิเคราะห์แจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้แทนสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ให้ข้อมูลเป็นแนวทางการประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยราชพฤกษ์ในปีการศึกษาต่อไปโดยการวิเคราะห์เนื้อหา นำเสนอในรูปแบบการบรรยาย

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การดำเนินงานด้วยการสื่อสารสองทาง ระหว่างวิทยาลัยกับนักศึกษา ผู้ปกครอง ชุมชน สังคม และหน่วยงานต่างๆ ด้วยกิจกรรม การใช้เอกสาร สิ่งพิมพ์ และสื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์วิทยาลัย เพื่อสร้างสรรค์ความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อถือ ความศรัทธา ให้เกิดแก่ประชาชน กลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการยอมรับสามารถให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามกระบวนการ และแสดงความคิดเห็นของสถาบัน

แนวทาง หมายถึง การกำหนดสิ่งที่จะปฏิบัติว่าจะทำอะไร ทำอย่างไร และใช้ปัจจัยใดบ้างช่วยให้ผู้บริหาร และผู้วางแผนมีความมั่นใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งหมายรวมถึงนโยบายและแผนงานที่เป็นเครื่องชี้นำทิศทางการดำเนินงาน

นักศึกษา หมายถึง นักศึกษาของวิทยาลัยราชพฤกษ์ ในระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี และหลักสูตรต่อเนื่อง รอบปกติ รอบค่า และรอบเสาร์-อาทิตย์

คุณลักษณะ หมายถึง ลักษณะส่วนตัวของนักศึกษาปีการศึกษา 2551 ประกอบไปด้วยคุณลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ เพศ สถานภาพทางครอบครัว รายได้ทางครอบครัว และอาชีพของบิดามารดา

ปีการศึกษา หมายถึง ช่วงระยะเวลาของระบบการศึกษาในแต่ละปีจะเริ่มเดือนมิถุนายน สิ้นสุดปีการศึกษา เดือนพฤษภาคมของปีถัดไป ให้ใช้ พ.ศ. ของเดือน เริ่มต้นปีการศึกษา เป็นชื่อ สำหรับปีการศึกษานั้น

รอบการศึกษา หมายถึงระยะเวลาของการศึกษาในแต่ละช่วงเวลาตามที่วิทยาลัยกำหนด ในที่นี้กำหนดให้รอบปกติมีเวลาเรียนวันอังคาร – วันศุกร์ ตั้งแต่เวลา 9.00 น – 17.00 น ภาคค่ำมี เวลาเรียนวันอังคาร- วันเสาร์ ตั้งแต่เวลา 18.00 น – 21.00 น รอบเสาร์ –อาทิตย์ มีเวลาเรียนวันเสาร์ และวันอาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 8.30 น -17.00 น

วิทยาลัยราชพฤกษ์ หมายถึง สถาบันการศึกษาเอกชน ที่จัดการเรียนการสอนใน ระดับอุดมศึกษาโดยเปิดสอนในระดับปริญญาตรีในหลักสูตร 4 ปี ในคณะบริหารธุรกิจ สาขา คอมพิวเตอร์ธุรกิจ สาขาการตลาด สาขาการจัดการ สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะ บัญชี สาขาวิชาการบัญชี คณะนิติศาสตร์ สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ สาขาการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ และหลักสูตรต่อเนื่องคณะบริหารธุรกิจ และคณะบัญชี โดยเปิดสอน หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (M.B.A) สังกัดภายใต้การควบคุมดูแลของสำนักงาน คณะกรรมการ การอุดมศึกษากระทรวงศึกษาธิการ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องแนวทางการประชาสัมพันธ์ตามคุณลักษณะของนักศึกษาของวิทยาลัย ราชพฤกษ์ สังกัดสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษานั้น เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และการอ้างอิง ข้อมูล ตามหลักการวิจัยอย่างถูกต้อง ผู้วิจัยขอเสนอเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับหัวข้อดังนี้

1. ความหมายของการประชาสัมพันธ์
2. ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์
3. เครื่องมือและสื่อในการประชาสัมพันธ์
4. การวางแผนการประชาสัมพันธ์
5. หลักการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา
6. แผนงานนโยบายการประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยราชพฤกษ์

ความหมายของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานที่ช่วยสร้างเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้นๆ เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กรและเกิดการสนับสนุนร่วมมือในการดำเนินงาน ซึ่งมีนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญทางการประชาสัมพันธ์หลายท่านได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

วิรัช อภิรัตน์กุล (2540:21) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์คือ การเสริมสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจอันดี (Good Relationship) ระหว่างองค์กร สถาบัน กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อหวังผลในความร่วมมือและสนับสนุนจากประชาชน

เสรี วงษ์มณฑา (2540:1) ได้กล่าวว่าการประชาสัมพันธ์ คือ การกระทำทั้งสิ้นทั้งหลาย ทั้งปวงที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้าในการสร้างความเข้าใจกับสาธารณชนที่เกี่ยวข้องเพื่อก่อให้เกิดทัศนคติและภาพพจน์ที่ดี อันจะนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดี ระหว่างหน่วยงานและสาธารณชน ที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดการสนับสนุนและความร่วมมือเป็นอย่างดี

วิจิตร อาวะกุล (2541:17) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามของสถาบันที่จะแสวงหาความสัมพันธ์ ความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน ตลอดจนดำรงไว้ซึ่งทัศนคติที่ดีของประชาชนต่อสถาบันให้คงอยู่ต่อไปเพื่อให้

ประชาชนยอมรับ สนับสนุน ให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามกระบวนการ นโยบาย วัตถุประสงค์ และความเคลื่อนไหวของสถาบันหรือหน่วยงานนั้นๆ

เรื่องกิตติ์ เหลืองสกุลทอง (2543:8) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ คือการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี (Good Relationship) ระหว่างองค์กร สถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เกิดความนิยมเลื่อมใส ศรัทธาและให้ความร่วมมือตลอดจนสนับสนุนหน่วยงานในที่สุด

วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มความคิด (2543:4) ได้สรุปไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือการติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงาน หรือองค์กรและกลุ่มประชาชนโดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความเข้าใจอันถูกต้อง ในอันที่จะสร้างความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือ ตลอดจนความสัมพันธ์ที่ดี ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานของหน่วยงานนั้นๆ บรรลุเป้าหมาย

Cutlip and Center (1978:4) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในอันที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชน ที่ให้การยอมรับการดำเนินธุรกิจของสถาบันและเป็นการสื่อสารสองทาง

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ขององค์กรสถาบันนั้นๆ ด้วยความพยายามในการเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจอันดี ด้วยสื่อหรือวิธีการที่เหมาะสมเพื่อให้กลุ่มประชาชนเป้าหมาย เกิดทัศนคติมีความเข้าใจอันดีต่อภาพพจน์ที่ดีต่อองค์กรสถาบัน ยอมรับด้วยความศรัทธาและเกิดการสนับสนุนและให้ความร่วมมือเป็นผลให้การดำเนินงานขององค์กร สถาบัน บรรลุวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

อนันต์ธนา อังกินันท์ และ เกื้อกุล คุปรัตน์ (2536 : 290) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้

1. อธิบายหรือชี้แจง ในกรณีที่ประชาชนมีปัญหาใด ๆ นักประชาสัมพันธ์จะต้องทำหน้าที่ตอบปัญหาต่าง ๆ จนกระทั่งหายข้องใจและเกิดความเข้าใจในทางที่ถูกต้อง
2. แลกข่าว ในกรณีที่สถาบันหรือหน่วยงานมีข่าวที่เกี่ยวข้องกับประชาชนและเป็นเรื่องที่น่าสนใจ โดยทั่วไปควรทราบ นักประชาสัมพันธ์ก็ควรนำข่าวนั้น ๆ ออกมาเผยแพร่
3. โฆษณาเผยแพร่ หากหน่วยงานมีสิ่งที่น่าสนใจใหม่ ๆ หรือมีข้อเสนอแนะต่างๆ ที่ควรให้ประชาชนได้รับทราบ ก็ต้องนำสิ่งนั้นออกมาเผยแพร่

4. ให้ความรู้ เพื่อยกระดับให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจอันดีขึ้น การให้ความรู้ อาจ จะอยู่ในรูปของวารสาร การอบรม ฯลฯ

5. การชักจูงใจ เพื่อเกลี้ยกล่อมบุคคลในหน่วยงาน และประชาชน โดยทั่วไป ให้มี การสนับสนุนการทำงานของหน่วยงาน เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น

6. ให้บริการ หน่วยงานจะอยู่ได้ก็ด้วยการให้ความสนับสนุนของประชาชน เป็นหน้าที่ ของหน่วยงาน โดยทั่วไปที่จะต้องให้บริการต่อสังคมในรูปแบบต่าง ๆ

7. สร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจ โดยจัดความเคลือบแคลงต่าง ๆ อันพึงเกิดขึ้น และ สร้างความศรัทธาน่าไว้วางใจให้แก่ประชาชน

ลักษณะ สตะเวทิน (2540 : 8) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ เผยแพร่และชี้แจง สร้างความนิยมให้สาธารณชน ได้รับรู้ ถึงบทบาท นโยบาย เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งสาธาณะนั้นประกอบด้วยสมาชิก ขององค์กรและประชาชนนอกองค์กร

2. เพื่อสร้างชื่อเสียง และป้องกันชื่อเสียงขององค์กร และสร้างความสัมพันธ์อันดีให้ องค์กรเป็นที่รู้จัก ได้รับความไว้วางใจ ยกย่อง ศรัทธา โดยการแสดงเจตนารมณ์ที่ถูกต้องตาม บรรทัดฐานของสังคม

3. เพื่อแสวงหาความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชน ถ้ามีการประชาสัมพันธ์ให้ กลุ่มประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ ก็ย่อมได้รับความร่วมมือและสนับสนุน ฉะนั้น การตรวจสอบ และประเมินผลความคิดเห็นของประชาชนย่อมมีความสำคัญต่อองค์กร

วิรัช อภิรตนกุล (2540 : 151) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์การประชาสัมพันธ์ของสถาบัน ต่างๆ มีดังนี้ คือ

1. เพื่ออธิบายถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงานและประเภทของการดำเนินงาน ธุรกิจของหน่วยงานนั้น ๆ ให้กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ

2. เพื่ออธิบายให้ฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ (Management) ได้ทราบถึงทัศนคติประชามติ หรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน

3. เพื่อคาดการณ์ล่วงหน้าและค้นหาจุดบกพร่องต่างๆ เพื่อป้องกันปัญหาต่างๆ ที่ เกิดขึ้นภายในหน่วยงาน

4. เพื่อให้ประชาชนยอมรับ ซึ่งถ้าเป็นหน่วยงานธุรกิจภาคเอกชน ก็เพื่อให้ลูกค้ายอมรับใน บริษัทของตน รวมทั้งยอมรับในผลิตภัณฑ์และบริการ

5. เพื่อทำหน้าที่ขจัดปัญหาต่างๆ ภายในหน่วยงาน

6. เพื่อแนะนำบริการ หรือฝ่ายจัดการให้สามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องเพื่อความเจริญก้าวหน้าและชื่อเสียงที่ดีของหน่วยงาน

วิจิตร อวาท (2541 : 47) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ทั่วไปของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร
2. เพื่อสร้างความนิยมชมชอบ เลื่อมใสศรัทธาจากประชาชน พนักงาน ฯลฯ
3. เพื่อป้องกัน แก้ไขความเข้าใจผิดความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้น

4. เพื่อดำเนินการรักษาความสัมพันธ์ เชื่อมโยงกับกลุ่มต่าง ๆ ไม่ให้เสื่อมคลายและเกิดความเชื่อถือตลอดเวลา

5. เพื่อกระตุ้นเพิ่มพูนความสัมพันธ์ เพิ่มขวัญกำลังใจในหมู่ประชาชนพนักงาน หน่วยงาน ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่มอยู่ตลอดเวลา

6. เพื่อให้บริการด้านสาธารณประโยชน์ ผลประโยชน์ ที่เป็นธรรมแก่สังคม

7. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจ เชื่อถือได้จากประชาชน ยืนยันความมั่นคงแก่พนักงานและประชาชน

Sam (1976 : 18-20) ได้กล่าวถึงความมุ่งหมาย และวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ มี 3 ประการ สรุปได้ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน เพราะความนิยมจากประชาชนเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินงาน และการอยู่รอดของหน่วยงาน การได้รับความนิยม ศรัทธาด้วยแรงสนับสนุนจากประชาชน จึงเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรก ที่หน่วยงานต้องคำนึงถึง และให้ความสนใจเป็นพิเศษ จึงต้องมีการประชาสัมพันธ์ในลักษณะปลูกเร้า เผยแพร่ และการดำเนินงานรวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ให้ประชาชนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความเข้าใจอันดี

2. การประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกัน และรักษาชื่อเสียง ชื่อเสียงของหน่วยงานเป็นสิ่งสำคัญมากเพราะหากมีความเสียหายเกิดขึ้น ประชาชนจะขาดศรัทธาและความนิยม หน่วยงานก็จะดำเนินงานไปด้วยความยากลำบากและไม่บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการได้ การป้องกันและรักษาชื่อเสียงของหน่วยงาน จะต้องกระทำดี มีความซื่อตรงให้บริการด้วยดี บำเพ็ญประโยชน์เพื่อสังคมส่วนรวม เปิดเผยคุณความดี มีการเผยแพร่ข่าวสารสู่ประชาชนอย่างต่อเนื่อง

3. การประชาสัมพันธ์เพื่อความเข้าใจอันดี การสร้างความเข้าใจอันดีเป็นสิ่งจำเป็นเพราะการที่หน่วยงานจะบริการและดำเนินงานให้เกิดผลดี ประชาชนต้องเข้าใจความมุ่งหมายนโยบาย และแผนการดำเนินงาน ตลอดจนวิธีการอย่างถูกต้อง การสร้างความเข้าใจอันดี ก็คือการให้

ประชาชนได้ทราบข่าวสารข้อมูลจากหน่วยงานด้วยความเป็นจริงต่อเนื่องอย่างบริบูรณ์เต็มที่ ซึ่งการสร้างความสำเร็จอันดีนี้ จะต้องกระทำกับประชาชนทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน คือ

3.1 การประชาสัมพันธ์ภายใน (Internal Public Relations) คือการสร้างความสำเร็จและความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลภายในสถาบัน ให้มีความรักใคร่กลมเกลียว สามัคคีกัน รวมทั้งการสร้างขวัญ และความรักใคร่ผูกพันจงรักภักดีต่อหน่วยงาน หากการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรไม่มีประสิทธิภาพ จะมีผลสะท้อนต่อความสัมพันธ์ภายนอกด้วย สิ่งที่จะช่วยให้การสร้างความสำเร็จภายในได้นั้นก็ด้วยการพูดจา การใช้สิ่งพิมพ์ภายในองค์กร เช่น จดหมายข่าว วารสารภายใน หนังสือเวียน เป็นต้น

3.2 การประชาสัมพันธ์ภายนอก (External Public Relations) คือการสร้างความสำเร็จอันดีกับประชาชนภายนอก กลุ่มต่างๆ เช่นประชาชนทั่วไป ประชาชนที่เกี่ยวข้องกับองค์กร รวมทั้งประชาชนในบริเวณใกล้เคียง เพื่อให้ประชาชนกลุ่มดังกล่าวมีความรู้ความเข้าใจในตัวสถาบัน และให้ความร่วมมือด้วยดี

จากวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ดังกล่าว สรุปว่า การประชาสัมพันธ์มีจุดประสงค์ที่สำคัญ เพื่อชี้แจง บอกเล่า เผยแพร่ ให้ความรู้ และชักจูงให้บุคคลผู้รับข้อมูลเกิดความเชื่อถือและศรัทธา เกิดการตอบสนองนำมาซึ่งผลประโยชน์และความสำเร็จสู่องค์กรหรือสถาบัน

เครื่องมือและสื่อในการประชาสัมพันธ์

งานประชาสัมพันธ์ขององค์กรสถาบันมีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายต่างๆ ได้อย่างกว้างขวางหรือสามารถแพร่กระจายข่าวสารไปสู่ประชาชน และทำให้องค์กรสถาบันสามารถดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ตามต้องการได้นั้น อาจทำได้หลายวิธีการ วิธีหนึ่งก็คือ การใช้เครื่องมือและสื่อต่างๆ มาช่วยในการดำเนินงาน ซึ่งได้มีผู้กล่าวถึงเครื่องมือและสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้

อนันต์ธนา อังกินันท์ และเกื้อกูล คุปรัตน์ (2536:345-347) กล่าวว่า ในการประชาสัมพันธ์ จำเป็นที่จะต้องมียี่สิบ หรือเครื่องมือที่จะนำมาช่วยให้งานประชาสัมพันธ์ได้บรรลุเป้าหมายดังเช่นต่อไปนี้

1. การลงโฆษณา
2. การเขียนบทความและสารคดี
3. การจัดประชุมและสัมมนา

4. การช่วยเหลือสังคม
5. การจัดนิทรรศการ
6. การจัดทำหนังสือพิมพ์
7. สิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวกับลูกค้า
8. การจัดทำวารสารภายใน
9. การจัดทำวารสารภายนอก
10. ภาพยนตร์ วิดิทัศน์
11. การแจกข่าวในหนังสือพิมพ์
12. การติดต่อส่วนตัว
13. จัดทำสิ่งพิมพ์ในโอกาสต่างๆ
14. การแสดงสุนทรพจน์ และการไปบรรยายในที่ต่างๆ
15. การจัดทำโครงการพิเศษ

บุญเกื้อ ควรวาเวช (2537:118-119) กล่าวถึง เครื่องมือหรือกิจกรรมที่ควรใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ อาจทำได้ ดังนี้คือ

1. การใช้ระบบการติดต่อภายในช่วยให้การติดต่อกับบุคคลที่อยู่ภายในสถาบันการศึกษาเกิดความรวดเร็วมากขึ้น
2. การผลิตสไลด์ ฟิล์มสตริปหรือภาพยนตร์เพื่อประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์สถาบันการศึกษา
3. การจัดทำบอร์ดสำหรับปิดป้ายประกาศ
4. การจัดบอร์ดสำหรับตีสรุปกิจกรรมต่างๆ ของนักศึกษา
5. การส่งจดหมายถึงนักศึกษาและผู้ปกครอง
6. การส่งเสริมให้นักศึกษาจัดทำทำเนียบรุ่น
7. การจัดทำวารสารทางการศึกษาของวิทยาลัย
8. การจัดนิทรรศการ
9. การร่วมกิจกรรมภายนอกวิทยาลัย
10. การใช้หนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์

ลักษณะ สตะเวทิน (2540:173) กล่าวว่า วิธีที่จะได้มาซึ่งความสำเร็จมีหลายวิธี แต่ที่นิยมใช้กันมาก ก็คือ การเลือกใช้สื่อช่วยเสริมให้การดำเนินงานเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง

สำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้น นักประชาสัมพันธ์ มีสื่อ ซึ่งสามารถนำมาใช้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพของการดำเนินงานได้ 2 ประเภท คือ

1. Controlled Media คือ สื่อที่นักประชาสัมพันธ์จัดทำขึ้นเองในด้านเนื้อหา วิธีการรูปแบบ การผลิตรวมทั้งวิธีการดำเนินการเผยแพร่ไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ นักประชาสัมพันธ์สามารถเจาะจงประชาชนเป้าหมายได้เป็นกลุ่มๆ สื่อเหล่านี้ได้แก่ สิ่งพิมพ์ (Printed Media) คำพูด (Spoken Word) ภาพและเสียง (Sight and Sound) การจัดเหตุการณ์พิเศษ (Staged Events) การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Advertising) เป็นต้น

2. Mass Media คือสิ่งที่นักประชาสัมพันธ์สามารถใช้เผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้รับ ซึ่งเป็นประชาชนจำนวนมากๆ หรือเรียกว่ามวลชน (Mass Audience) ประชาชนเหล่านี้อยู่กันอย่างกระจัดกระจายในที่ต่างๆ กัน แต่ด้วยพัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร จึงทำให้สามารถใช้สื่อประเภทนี้ถ่ายทอดข่าวสารการประชาสัมพันธ์ไปสู่คนจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันอย่างรวดเร็ว สื่อมวลชนเหล่านี้ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารและภาพยนตร์ การที่สื่อมวลชนจะเสนอข่าวให้หรือไม่ สั้นหรือยาว มากหรือน้อย องค์กรไม่สามารถบังคับได้และการเผยแพร่ก็เป็นการมุ่งไปสู่มวลชนทั่วไป จะไม่มุ่งเจาะจง เผยแพร่เฉพาะประชาชนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เพราะฉะนั้นการเผยแพร่ข่าวสารในเรื่องใดก็ตามที่มุ่งถึงประชาชนเฉพาะกลุ่มจึงอาศัยสื่อมวลชนไม่ได้ จะใช้ได้เฉพาะเรื่องที่ต้องการมุ่งเผยแพร่ให้ประชาชนได้รับทราบ

วิช อภิรัตน์กุล (2540:268) ได้กล่าวถึงเครื่องมือหรือสิ่งที่ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์นั้นมีอยู่มากมายหลายประเภทต่อไปนี้

1. สื่อบุคคล (Personal Media) ได้แก่ คำพูด (Spoken Words) ในลักษณะต่างๆ ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการประชาสัมพันธ์ประเภทหนึ่งที่มีมนุษย์เราทุกคนมีติดตัวอยู่แล้ว การพูดเป็นสื่อที่ยังจำเป็นและทรงอิทธิพลอย่างยิ่งสำหรับการประชาสัมพันธ์

2. สื่อมวลชน (Mass Media) ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์

3. สื่อสิ่งพิมพ์และเอกสาร (Printed Media) ได้แก่วารสาร นิตยสาร ภาพนิ่ง फिल्मสตริป จดหมายข่าว ไปสเตอร์และป้ายประกาศ การโฆษณา สถาบันหรือการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์

4. การจัดเหตุการณ์พิเศษต่างๆ ได้แก่ การจัดวันและสัปดาห์พิเศษ จัดการแสดงและนิทรรศการ การพบปะและการประชุม การจัดวันครบรอบปี การให้รางวัลพิเศษ ฯลฯ

นพพงษ์ บุญจิตราดุล (2540:10-13) กล่าวว่า การจัดกิจกรรมสำหรับนักศึกษาซึ่งถือเป็นกิจกรรมนอกหลักสูตร เสริมหลักสูตรเป็นที่ยอมรับของผู้ปกครองและประชาชน ดังนั้น บทบาทกิจกรรมนักศึกษา จึงอาจใช้เป็นที่ดีในการที่จะประชาสัมพันธ์งานของวิทยาลัย ในชุมชนได้ทราบ ประเภทกิจกรรมนักศึกษา และหนทางที่วิทยาลัยจะใช้งานเป็นเครื่องติดต่อประชาสัมพันธ์กับประชาชนมีหลายทาง ดังนี้

- 1 ข่าวเกี่ยวกับการเรียนดีของนักศึกษาจนมีชื่อประกาศในการแข่งขันทางวิชาการดีเด่น
- 2 ข่าวการเล่นกีฬาเก่ง มีความสุขภาพในการเล่นและการเชียร์ก็ช่วยประชาสัมพันธ์ได้
- 3 วงดนตรีของวิทยาลัย วารสารซึ่งนักศึกษาช่วยกันจัดทำออกไปถึงมือประชาชน กิจกรรมสโมสรหรือชุมชนหรือกลุ่มต่างๆ

นอกจากนี้สิ่งที่วิทยาลัยน่าจะพิจารณาจัดทำเพื่อประชาสัมพันธ์วิทยาลัย เป็นการให้การศึกษาระดับมัธยมศึกษาและให้ประสบการณ์พิเศษแก่นักศึกษาไปในตัว ดังนี้

1. การแข่งขันและประกวด (Contests)
2. การแสดงละครและการแสดงดนตรี (Entertainments)
3. จัดงานสังคมร่วมกับชุมชน (Social Affairs)
4. การออกวารสารของวิทยาลัย (College Publications)
5. องค์กรบริหารนิสิต (Student council)
6. การประชุมนักศึกษา (Assembly Programs)

กิจกรรมทั้ง 6 ประการ ไม่ควรเป็นกิจกรรมเพื่อบีบบังคับหรือขอเงินมาบำรุงวิทยาลัยแต่มุ่งในด้านประชาสัมพันธ์จึงจะได้ผล

วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มความดี (2543:88-99) ได้แบ่งประเภทของสื่อที่ใช้สะดวก รวดเร็วและประหยัดดังนี้

1. สื่อบุคคลและสื่อคำพูดเป็นสื่อที่ต้องใช้ควบคู่กันอยู่เสมอ ซึ่งในขณะที่ต้องใช้คำพูดเป็นเครื่องมือในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ต้องอาศัยบุคคลเป็นผู้ส่งสาร ซึ่งมีรูปแบบต่างๆ ของการใช้คำพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

- 1.1 การพูดในที่ชุมชน
- 1.2 การพูดสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ
- 1.3 การประชุมรูปแบบต่าง ๆ
- 1.4 การอภิปรายกลุ่ม
- 1.5 การกล่าวสุนทรพจน์
- 1.6 การกล่าวปราศรัย
- 1.7 การให้โอวาท
- 1.8 การอบรมสัมมนา

2. สื่อมวลชน โดยลักษณะของสื่อมวลชนนั้นเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางและมีความรวดเร็วอีกทั้งยังมีความน่าเชื่อถือในความคิดของผู้รับสารอีกด้วย ดังนั้นสถาบันองค์กร จึงนิยมใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ สื่อมวลชน ประกอบด้วย

- 2.1 สื่อวิทยุกระจายเสียง

2.2 โทรทัศน์

2.3 หนังสือพิมพ์

2.4 นิตยสาร

3. สื่อที่หน่วยงานผลิต และยังเผยแพร่ได้เอง คือ สิ่งพิมพ์อื่นๆ ที่หน่วยงาน สถาบันองค์กร โดยฝ่ายประชาสัมพันธ์หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบงานทางด้านประชาสัมพันธ์ผลิตขึ้นและนำไปเผยแพร่สู่ประชาชนได้เอง คือ ประเภทกิจกรรมหรือเหตุการณ์พิเศษ สื่อประเภทนี้ถึงแม้ว่าจะเผยแพร่ไปสู่ประชาชนได้ในวงกว้างกว่าสื่อมวลชน แต่ก็นับได้ว่ามีความสำคัญ และมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไม่น้อยเลย ซึ่งแบ่งออกเป็นดังนี้

3.1 สื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ ที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แต่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่สถาบัน องค์กรสามารถผลิตและเผยแพร่ได้เอง ซึ่งประกอบไปด้วยสื่อต่างๆ ดังนี้

3.1.1 วารสาร (Journal) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่จัดพิมพ์ออกมาเป็นรูปเล่มและมีปก ที่สถาบัน องค์กร จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข่าวสารเรื่องราวต่างๆ แก่กลุ่มประชาชนภายนอกและกลุ่มภายในหน่วยงานเอง

3.1.2 จุลสาร (Booklet) เป็นหนังสือเล่มเล็กๆ มีขนาดต่างๆ กัน ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้จัดทำ โดยจะเป็นปกอ่อน เป็นการนำเสนอเรื่องราวที่อยู่ในความสนใจของคนทั่วไปและเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน องค์กร เช่น กิจกรรม ความเคลื่อนไหวต่างๆ ไปยังกลุ่มประชาชนภายนอกและภายในสถาบัน องค์กร

3.1.3 จดหมายข่าว (Newsletter) มีการออกแบบและจัดหน้าเหมือนหนังสือพิมพ์ และมีลักษณะการเขียนเป็นรูปแบบข่าว เป็นสื่อที่แตกต่างจากหนังสือพิมพ์ คือ เนื้อหาของจดหมายข่าวจะเป็นการนำเสนอรายละเอียด ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว ตลอดจนกิจกรรมของสถาบัน องค์กร หรือหน่วยงาน ส่วนหนังสือพิมพ์จะเสนอข่าวทั่วไป ที่อยู่ในความสนใจเป็นข่าวที่มีผลกระทบต่อประชาชน

3.1.4 จดหมาย – ถ้อยแถลง เป็นการติดต่อสื่อสารการประชาสัมพันธ์ที่สถาบัน องค์กร ต้องการให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้รับ

3.1.5 แผ่นพับ (Folder) มีลักษณะคล้ายแผ่นปลิว เป็นเอกสารแผ่นเดียวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวสาร ความรู้ที่สถาบัน องค์กรต้องการเผยแพร่

3.1.6 แผ่นปลิวและใบแทรก (Leaflet and Insert) เป็นเอกสารสิ่งพิมพ์ที่นำเสนอข่าวสารหรือข้อเขียนที่สถาบัน องค์กร ต้องการเผยแพร่

3.1.7 ใบปิด (Poster) หรือโปสเตอร์ เพื่อเผยแพร่ให้ผู้ดูมีความรู้ความเข้าใจและปฏิบัติตาม

3.1.8 ป้ายกลางแจ้ง (Cut out) มีคุณสมบัติคล้ายกับใบปิดหรือโปสเตอร์เพียงแตกต่างกันที่ขนาดและอายุการใช้งาน โดยป้ายกลางแจ้งจะมีขนาดใหญ่และตั้งอยู่บนฐานของตัวเองและมักจะมีอายุการใช้งานที่ยาวนานกว่าโปสเตอร์

3.2 สื่อกิจกรรมหรือบางครั้งเรียกว่าเหตุการณ์พิเศษ (Special Events) คือ การที่สถาบันองค์กร หรือหน่วยงานได้จัดกิจกรรมต่างๆ ขึ้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชน เป้าหมายชุมชน โดยการแพร่กระจายข่าวสาร กิจกรรม ความเคลื่อนไหวตลอดจนผลงานและความก้าวหน้าของหน่วยงาน ซึ่งสามารถสรุปลักษณะของสื่อประเภทนี้ได้ดังต่อไปนี้

3.2.1 เป็นการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก

3.2.2 เป็นการกระตุ้นความสนใจของกลุ่มประชาชน

3.2.3 เป็นการสร้างชื่อเสียง และความนิยมในหมู่ประชาชนให้มีต่อสถาบัน องค์กร หรือหน่วยงาน

3.2.4 เป็นการเผยแพร่พัฒนาการของสถาบันองค์กรไปสู่ประชาชน

3.2.5 เป็นการเพิ่มบทบาทของสถาบัน องค์กรที่มีต่อสังคม

จากข้อความข้างต้น จะเห็นได้ว่า สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์มีอยู่มากมายหลายชนิด ซึ่งแต่ละชนิดมีข้อเด่นและข้อจำกัดต่างกัน ไป เครื่องมือ และสื่อเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและมีความจำเป็นสำหรับการปฏิบัติงาน เพราะความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการประชาสัมพันธ์ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับศักยภาพในการเลือกใช้เครื่องมือและสื่อที่ถูกต้องเหมาะสมกับกลุ่มประชาชน เป้าหมาย และจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์เป็นสำคัญ

การสื่อสารที่มีคุณภาพ

การสื่อสาร เป็นความสำคัญทางพฤติกรรมอย่างหนึ่งของบุคคลในการดำเนินชีวิตให้ประสบความสำเร็จ

ซิกเคอริงและไรเซอร์ (Chickering and Reisser, 1993, อ้างถึงใน แม้นไทย เชื่อมชิต. 2538: 15) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารที่มีคุณภาพว่า เป็นความสามารถและความคล่องแคล่วในการพูด การเขียน การใช้ภาษาท่าทาง การส่งและการรับสารข้อมูลข่าวสารต่างๆ

ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์ (2539:15) ได้กล่าวถึงการสื่อสารที่มีคุณภาพว่าเป็นกระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้และผู้รับ เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความรู้สึก โดยผ่านจากวัจนภาษา และท่าทางที่เหมาะสม

องค์การอนามัยโลก (WHO, 1994 วารสารอัดสำเนา) ได้ให้ความหมายในเชิงรูปธรรมว่าเป็นความสามารถของบุคคลที่จะบอกได้ อธิบายได้ถึงความรู้สึก ความต้องการทั้งโดยคำพูดและไม่ใช้คำพูดตามวิถีทางที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมและสถานการณ์ ซึ่งหมายถึงสามารถแสดงความคิดออกมาเป็นคำพูดหรือท่าทาง ที่บ่งบอกถึงความปรารถนาในสิ่งต่างๆ ว่าชอบ ไม่ชอบ กล้า และยังรวมถึงความสามารถในการขอร้อง ขอความช่วยเหลือในบางเวลาด้วย

โดยสรุป อาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารที่มีคุณภาพ เป็นความสามารถของบุคคลในการที่จะสื่อความต้องการ ความคิด ความรู้สึกและการขอร้อง ขอความช่วยเหลือออกมาได้ด้วยวัจนภาษา และท่าทางที่เหมาะสม

การวางแผนการประชาสัมพันธ์

แฟรงค์ เจฟกินส์ (อ้างถึงใน เรื่องกิตต์ เหลืองสกุลทอง 2548:56) ได้อธิบายขั้นตอนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ว่าประกอบด้วยการจัดทำแผน 6 ขั้นตอน ดังนี้

1. การสำรวจสถานการณ์ เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการหาข้อเท็จจริงในเรื่องต่าง ๆ เช่น ปัญหาการดำเนินงานขององค์กร สภาพปัญหาที่องค์กรเผชิญอยู่ ข้อคิดเห็นของกลุ่มประชาชนในองค์กร และนอกองค์กรแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต สภาพทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมที่อาจส่งผลกระทบต่อเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กร ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์จะต้องนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ประเมินสภาพปัญหาและสภาพการณ์ขององค์กร เพื่อประโยชน์ในการกำหนดวัตถุประสงค์ของแผนงานประชาสัมพันธ์ และหาแนวทางในการแก้ปัญหา โดยคำนึงถึงอุปสรรคผลได้ผลเสียและผลตามมาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ขั้นตอนการวิเคราะห์และการสำรวจสถานการณ์ขององค์กรจึงเป็นขั้นเตรียมการลงมือวางแผนที่จำเป็นยิ่ง

2. การกำหนดวัตถุประสงค์ เป็นการตั้งความคาดหมายในสิ่งที่คาดหวังจะให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในอนาคต การกำหนดวัตถุประสงค์จึงเป็นกิจกรรมที่ต้องใช้การคาดการณ์ล่วงหน้า และการตัดสินใจเพื่อเล็งผลในอนาคตที่ต้องการให้เกิดขึ้น ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในองค์กรนั้น

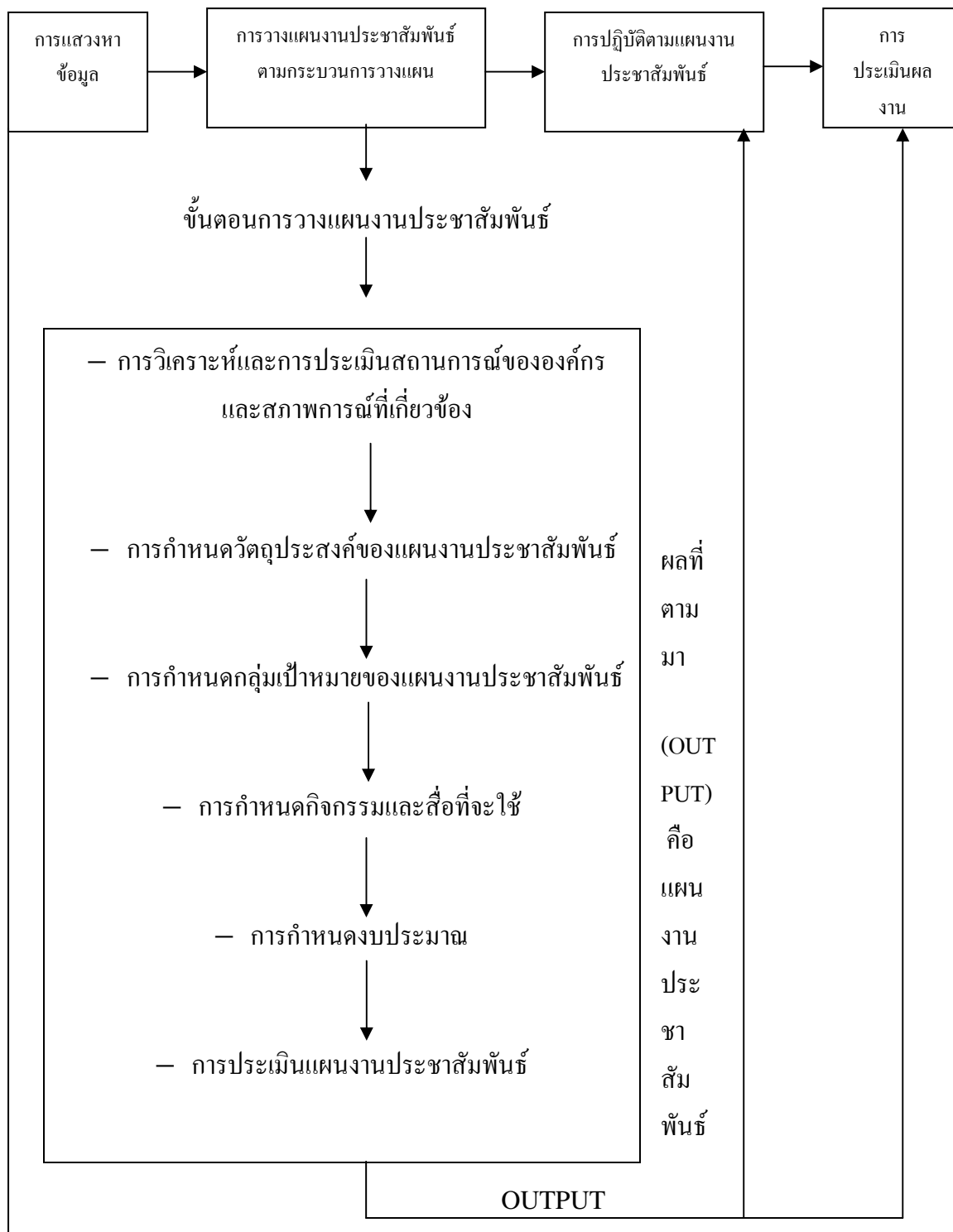
3. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์ได้มีโอกาสศึกษาลักษณะต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมายทั้งลักษณะทางประชากร (DEMOGRAPHICS) และลักษณะทางจิตวิทยา (PSYCHOGRAPHICS) เพื่อใช้ประโยชน์ในการวางแผนกิจกรรมและการวางแผนการใช้สื่อการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนงานประชาสัมพันธ์

4. การกำหนดกิจกรรมและสื่อที่ใช้ เมื่อผู้วางแผนงานสามารถกำหนดวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมายได้แล้ว ผู้วางแผนจำเป็นต้องกำหนดประเภทและชนิดของกิจกรรมและสื่อที่จะใช้ โดยการพิจารณากำหนดกิจกรรมและสื่อที่จะใช้จัดทำแผนงานและโครงการอย่างสมบูรณ์ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติการนำแผนนั้นไปดำเนินการประกอบด้วยรายละเอียดของขั้นตอนการดำเนินงาน บุคลากรที่รับผิดชอบระยะเวลาดำเนินงานและงบประมาณค่าใช้จ่ายตามกิจกรรมที่กำหนดในแผนเป็นต้น

5. การกำหนดงบประมาณ กิจกรรมกำหนดงบประมาณจะช่วยให้ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์สามารถประมาณการได้ว่าการดำเนินตามกิจกรรมซึ่งกำหนดไว้ในแผนงานนั้นต้องใช้งบประมาณดำเนินการเพียงไรเพื่อให้กิจกรรมประชาสัมพันธ์สามารถดำเนินไปในกรอบของงบประมาณที่ตั้งไว้ได้

6. การประเมินแผนงานประชาสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมที่ช่วยให้ผู้วางแผนงานประชาสัมพันธ์ได้มีโอกาสสำรวจแผนงานของตนเพื่อปรับปรุงให้แผนงานสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การประเมินงานประชาสัมพันธ์ประกอบไปด้วย การประเมินสิ่งแวดล้อมที่อาจมีผลกระทบต่อการปฏิบัติงานตามแผน ประเมินศักยภาพของหน่วยงาน ประเมินความถูกต้องของข้อมูลที่ใช้ประกอบการวางแผน ตลอดจนประเมินกลยุทธ์ที่กำหนดไว้เพื่อผลตามวัตถุประสงค์ของแผน นอกจากนี้ยังต้องประเมินกระบวนการทั้งกระบวนการของการวางแผนว่ามีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงไร มีความสอดคล้องสัมพันธ์กันเพื่อดำเนินไปตามเป้าหมายขององค์กรหรือไม่ และท้ายสุดคือต้องประเมินผลผลิตคือ ตัวแผนงานประชาสัมพันธ์ว่ามีการกำหนดรายละเอียดในส่วนต่างๆ ได้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้มากน้อยเพียงไร เพื่อปรับแผนงานก่อนนำไปสู่การปฏิบัติต่อไป (อ้างถึงในอรอุบล ภูบัวเดือน 2535 :27 – 29)

จากหลักการนี้สามารถแสดงความสัมพันธ์ของกระบวนการวางแผนประชาสัมพันธ์และขั้นตอนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ได้ดังนี้



แผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการวางแผนงานประชาสัมพันธ์กับขั้นตอนการวางแผนประชาสัมพันธ์

จากแผนภูมิดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการวางแผนการประชาสัมพันธ์สอดคล้องกับเรื่องต่างๆ ดังนี้

- 1 เรื่องที่เกี่ยวกับการสนับสนุนและพัฒนาบุคลากรขององค์กรให้มีความตื่นตัว สนใจใฝ่หาความรู้ ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน
 - 2 เรื่องเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้า บริการ และการส่งเสริมการตลาด
 - 3 เรื่องการให้การสนับสนุนการศึกษาค้นคว้าวิจัยคิดประดิษฐ์สิ่งใหม่ๆ เพื่อความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตลอดจนการสืบเสาะแสวงหาแหล่งวัตถุดิบเพื่อสนองความต้องการของตลาด
 - 4 เรื่องเกี่ยวกับการขยายพื้นที่สร้างโรงงานและขยายกิจการ
 - 5 เรื่องที่เกี่ยวกับการรับสมัครผู้ที่เข้ามาทำงานและการปลดเกษียณอายุการทำงานและการพิจารณารางวัลและสิ่งตอบแทนแก่ผู้ที่ทำงานมานานและได้ผลดีแก่ผู้ที่กำลังเกษียณอายุการทำงาน
 - 6 เรื่องเกี่ยวกับคู่ทางการดำเนินงานทางการค้า
 - 7 เรื่องเกี่ยวกับการต่อต้านยาเสพติดให้โทษ เป็นต้น
- สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นเรื่องที่หน่วยงานองค์กรต่าง ๆ มักจะประสบ ซึ่งฝ่ายบริหารจะต้องเป็นผู้กำหนดนโยบาย ดังนั้นเรื่องการตัดสินใจที่ดีและเรื่องการวางแผนนโยบายที่ดี เป็นเรื่องที่มุ่งตรงและเป็นหน้าที่ของฝ่ายจัดการทั้งสิ้น

จะเห็นว่า การวางแผนประชาสัมพันธ์ต้องมีขั้นตอนที่ชัดเจน เพราะการวางแผนคือการสร้างกรอบในการปฏิบัติ ฉะนั้นกรอบที่เกิดขึ้นมาจากการสำรวจสถานการณ์ จะได้ข้อมูลที่เป็นจริง และมีการตั้งวัตถุประสงค์ในการดำเนินการด้วยการคาดหวังจะสามารถกำหนดทิศทางทางการดำเนินงานได้แน่นอน และการกำหนดกลุ่มเป้าหมายตลอดจนกิจกรรมที่ใช้อยู่ในระบบ สามารถปฏิบัติได้ตามกระบวนการและแผนที่กำหนดไว้ ก่อให้เกิดสัมฤทธิ์ผลได้เป็นอย่างดี

ความสำคัญของนโยบายต่อการวางแผนการประชาสัมพันธ์

นโยบายมีความสำคัญต่อการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ดังนี้ (จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ 2536:82-83)

1. นโยบายจะช่วยให้ผู้บริหารงานทราบว่าทำอะไร ทำอย่างไร และ ใช้ปัจจัยใดบ้าง ช่วยให้ผู้บริหารและผู้วางแผนมีความมั่นใจในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้เพราะนโยบายเป็นทั้งแผนงาน เครื่องชี้ทิศทาง และหลักประกันที่ผู้บริหารทุกระดับทุกชั้นจะต้องยึดถือ
2. นโยบายจะช่วยให้บุคลากรทุกระดับชั้นในองค์กรหรือหน่วยงาน ได้เข้าใจถึงภารกิจของหน่วยงานต้นสังกัด รวมทั้งวิธีการที่จะปฏิบัติภารกิจให้ประสบผลสำเร็จ และยังช่วยให้การประสานงานระหว่างหน่วยงานเป็นไปได้ง่ายขึ้น

3. การมีนโยบายทำให้เกิดเป้าหมายในการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งทำให้สามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและตามศักยภาพ โดยเฉพาะบุคลากร

4. นโยบายจะช่วยสนับสนุนส่งเสริมการใช้อำนาจของผู้บริหารให้เป็นไปโดยถูกต้อง และมีเหตุผล อันจะนำมาซึ่งความเชื่อถือ ความจงรักภักดี และความมีน้ำใจในการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชา

5. การมีนโยบายจะช่วยให้เกิดการพัฒนาผู้บริหาร เพราะการที่จะแสดงเจตจำนงขององค์กรให้ประจักษ์แก่ประชาชน จะต้องนำเจตจำนงหรือนโยบายขององค์กรมาพัฒนาหรือนำมาสู่การปฏิบัติให้เป็นสิ่งที่ทุกคนสามารถเห็นหรือสัมผัสได้ ทำให้เกิดการพัฒนารับรู้จักใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการปฏิบัติภารกิจหน้าที่ของตน

6. นโยบายที่ชัดเจนจะช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้บริหารแต่ละระดับ และแต่ละบุคคลกล้าที่จะตัดสินใจ เพราะทุกคนทราบถึงขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบที่ตนเองสามารถตัดสินใจได้

7. นโยบายจะทำหน้าที่เป็นโครงร่างที่จะนำไปสู่การตัดสินใจของผู้บริหารระดับต้นและจะเป็นตัวช่วยให้ผู้บริหารระดับสูงสามารถมอบหมายอำนาจหน้าที่ให้กับผู้บริหารระดับต้นเหล่านั้นได้ตรงกับความรู้ความสามารถอย่างแท้จริง

จากคำจำกัดความและความสำคัญของนโยบาย จะเห็นได้ว่าการวางนโยบายไม่ได้จำกัดเฉพาะอยู่แต่ผู้บริหารระดับสูงแต่เพียงระดับเดียว แต่การวางนโยบายจะมีในทุกระดับของการบริหาร ตั้งแต่ระดับล่างจนถึงระดับสูง กล่าวคือ นโยบายในการปฏิบัติงานที่เป็นกิจวัตรประจำวันสามารถกำหนดได้โดยผู้บริหารระดับล่าง ในขณะที่การปฏิบัติงานเป็นไปในลักษณะที่ไม่ใช่กิจวัตรหรืองานประจำ แต่เป็นงานที่ต้องมีการใช้การตัดสินใจที่สุ่มรอบคอบอันอาจจะมีผลกระทบกระเทือนต่ออนาคตขององค์กร นโยบายนั้นก็ทำหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้บริหารในระดับเหนือขึ้นไป จนถึงผู้บริหารในระดับสูงสุดขององค์กร ซึ่งจะต้องมีหน้าที่รับผิดชอบต่อนโยบายสำคัญ ๆ อันมีผลต่อการดำเนินงานทั้งหมดขององค์กร

หลักในการวางแผนงานประชาสัมพันธ์

ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ การวางแผนจะมีความแตกต่างกันอยู่บ้างทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของหน้าที่และวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งองค์กรนั้น อย่างไรก็ตามโดยหลักการและขั้นตอนในการวางแผนการประชาสัมพันธ์นั้นกล่าวโดยสรุปดังนี้ (จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ 2536:104—122)

1. ความเข้าใจในสถานการณ์และสภาพปัญหา อาจทำโดยการศึกษาภาพลักษณ์องค์กร การสำรวจประชามติ การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสาร โดยใช้วิธีการหาข้อมูลจากการค้นคว้าเอกสารสิ่งพิมพ์ การคาดเหตุการณ์ การวิจัย

2. กำหนดวัตถุประสงค์แผนงานของการประชาสัมพันธ์ เพราะจะทำให้ทราบแนวทางการเป็นไปได้อันจะดำเนินการให้สำเร็จ และความเป็นไปได้ที่จะสามารถวัดประเมินผลการดำเนินการของแผนได้ แบ่งเป็นวัตถุประสงค์เพื่อชี้แจงให้ข้อมูลและเพื่อสร้างแรงจูงใจ

3. การกำหนดกลุ่มประชากรเป้าหมาย โดยแบ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในองค์กรและนอกองค์กร และอาจแบ่งย่อยได้อีกหลายกลุ่มตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ลักษณะทางด้านจิตวิทยาและพื้นที่อยู่อาศัย

4. การเลือกใช้สื่อ และเข้าถึงกลุ่มประชากรเป้าหมาย ผู้วางแผนต้องคำนึงถึงความครอบคลุมกลุ่มประชากรว่ามากหรือน้อยเพียงใด ซึ่งมีผลต่อการจัดทำเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ โดยการใช้สื่อบุคคลและสื่อมวลชน

5. การกำหนดงบประมาณ จะต้องพิจารณาถึงการเลือกใช้สื่อที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายให้ได้ผลมากที่สุดและประหยัดที่สุด ค่าจ้างผู้ทำหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ค่าใช้จ่ายด้านสำนักงาน ค่าวัสดุอุปกรณ์และเครื่องโสตทัศนูปกรณ์ และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด

6. การประเมินและติดตามผลงาน ผู้ประเมินจะต้องมีการกำหนดวิธีการประเมินเพื่อทราบถึงวัตถุประสงค์ของการประเมิน แนวทางและขอบเขตของการประเมิน ระยะเวลาในการประเมิน วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การติดตามผล บุคลากรและทรัพยากรที่ต้องการใช้ในการประเมิน

สุพิน ปัญญาภักดิ์ (2533 : 32-33) กล่าวว่าสิ่งที่จะต้องยึดเป็นหลักในการกำหนดแผนประชาสัมพันธ์มี 4 หลัก คือ

1. ต้องยึดหลักแนวคิดของการประชาสัมพันธ์

แนวคิดของการประชาสัมพันธ์มีมาก แต่แนวคิดที่น่าจะนำมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ ก็คือแนวคิดที่ว่า “การประชาสัมพันธ์ เป็นความพยายามที่มีแผนในการที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจ ของสาธารณชนที่เกี่ยวข้องโดยการกระทำสิ่งที่มีคุณค่าต่อสังคม เพื่อให้สาธารณชนเหล่านั้นมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร เพื่อเกิดผลให้องค์กรนั้นได้รับการสนับสนุนและร่วมมือที่ดีจากสาธารณชนในระยะยาวและต่อเนื่องกันไป” จากแนวคิดนี้ การประชาสัมพันธ์จะมีองค์ประกอบ 7 อย่าง คือ

- 1.1 เป็นความพยายาม คือการกระทำที่ไม่มีที่สิ้นสุด
- 1.2 เป็นการดำเนินงานที่มีแผน
- 1.3 เป็นการปฏิบัติต่อสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง
- 1.4 เป็นการกระทำที่มีคุณค่าต่อสังคม
- 1.5 เป็นการกระทำให้เกิดทัศนคติและภาพพจน์ที่ดี
- 1.6 เป็นการหวังผลว่าจะได้รับความร่วมมือตามแผน

1.7 เป็นการกระทำต่อเนื่องระยะยาว

2. ต้องยึดหลักลำดับขั้นของแผน ลำดับขั้นของแผน มีดังนี้

- 2.1 ขั้นรับรู้
- 2.2 ขั้นเข้าใจ
- 2.3 ขั้นยอมรับ
- 2.4 ขั้นร่วมมือ
- 2.5 ขั้นสนับสนุน

เป้าหมายปลายทางของงานประชาสัมพันธ์ คือ ต้องการให้เกิดการร่วมมือสนับสนุนจากสาธารณชน

ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้น ขั้นแรกเริ่มจะต้องทำให้สาธารณชนได้รับรู้แล้วเกิดความเข้าใจในเหตุการณ์ หรือการกระทำขององค์กรนั้นๆ ก่อน

แผนประชาสัมพันธ์ ก็จะต้องดูว่าวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของงานแต่ละงานนั้นต้องการจะให้บรรลุถึงขั้นไหน

3. ยึดถือแผนขององค์กร องค์กรแต่ละองค์กรจะต้องมีแผนใหญ่ซึ่งมักจะเรียกว่าแผนหลัก แผนรวม แผนแม่บทหรือแผนวิสาหกิจ แผนเหล่านี้อาจเป็นแผนระดับกระทรวงหรือระดับกรม

แผนประชาสัมพันธ์ ต้องดำเนินการให้สอดคล้องกับแผนหลักดังกล่าว เพื่อให้การดำเนินงานสามารถดำเนินไปด้วยความราบรื่นได้รับความร่วมมือจากสาธารณชนระดับสูงจะต้องมีแผนนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้น ซึ่งมีลักษณะเป็นแผนรวม บอกเค้าโครงจุดหมายปลายทางที่จะไป ปกติแผนระดับนี้จะเป็นแผนระยะยาวเหมือน ๆ กับแผนขององค์กร

จากนั้น ก็จะมีแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ซึ่งอาจจะเป็นแผนการประชาสัมพันธ์ในระดับแต่ละกอง หรือแต่ละงาน ซึ่งจะมีลักษณะบอกรายละเอียดของกิจกรรมที่จะต้องปฏิบัติ ซึ่งส่วนมากจะกำหนดเป็นปี

4. ต้องคำนึงถึงวงจรงานประชาสัมพันธ์ คือ

4.1 การประเมินสถานการณ์ โดยสถานการณ์ต่างๆ จะต้องนำมาใช้ในการจัดทำแผน ทั้งจุดเด่น จุดด้อย

4.2 การวางแผน เพื่อกำหนดแนวทางในการปฏิบัติ

4.3 การปฏิบัติการ เป็นการปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนดในแผน

4.4 การประเมินผล ประเมินว่าได้ผลตามที่กำหนดไว้หรือไม่มีปัญหาในทางปฏิบัติ

จะเห็นได้ว่าการวางแผนการประชาสัมพันธ์ มีความสำคัญต่อการกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และจุดมุ่งหมายของการประชาสัมพันธ์ ที่สามารถก่อให้เกิดผลสำเร็จในด้านการดำเนินงาน การใช้งบประมาณที่เหมาะสม ทั้งยังเป็นการดำเนินงานที่มีขอบเขตเหมาะสมกับเวลา ได้เป็นอย่างดี

หลักการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นวิธีการอย่างหนึ่งที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์อันดีระหว่างประชาชนกับสถาบัน โดยมีความมุ่งหมายที่จะสร้างความร่วมมือร่วมใจเป็นอันเดียวกัน เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าและความอยู่รอดของสังคม ดังนั้น ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จึงถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการบริหาร หรือเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการให้งานต่างๆ ดำเนินไปด้วยความราบรื่น จึงต้องมีหลักการทั่วไปเป็นแนวในการปฏิบัติการ ซึ่งนักวิชาการได้เสนอแนวคิดไว้ดังต่อไปนี้

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2533:5-7) กล่าวถึงหลักการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้ คือ

1. เป็นการทำงานที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันกับประชาชน
2. เป็นการทำงานที่มีการวางแผน สุขุม รอบคอบและมีการติดตามประเมินผล
3. เป็นการทำงานในรูปของการสื่อสารซึ่งเป็นการสื่อสารสองทาง และเป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ
4. เป็นการทำงานที่ต้องการมีอิทธิพลทางความคิดและทัศนคติของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย
5. เป็นการทำงานที่ต่อเนื่อง และหวังผลระยะยาว

ลักษณา สตะเวทิน (2540 : 155) ได้เสนอแนวคิดหลักการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. สถาบันจะต้องคำนึงถึงความรู้สึกรู้สึกของประชาชน การกระทำใดๆ ก็ตามองค์กรจะต้องคำนึงถึงความพอใจหรือไม่พอใจของประชาชนเสมอ
2. ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้นต้องยึดหลักการสื่อสารสองทาง
3. ไม่มุ่งแต่ผลประโยชน์ขององค์กรแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น องค์กรจะต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม
4. การให้ข่าวสารกับประชาชนนั้นข่าวสารจะต้องมีเหตุมีผล เพื่อให้ประชาชนได้ใช้ความรู้และความคิดในการช่วยตัดสินใจว่าจะเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย
5. การรายงานข่าวสารต่างๆ จะต้องตั้งอยู่บนรากฐานของความเป็นจริง และมีความจริงใจในการปฏิบัติต่อประชาชน ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนเกิดความไว้วางใจ มีความรู้และเข้าใจองค์กรได้อย่างถูกต้อง

วิรัช อภิรัตน์กุล (2540 : 145) ได้ให้หลักการประชาสัมพันธ์ไว้ดังนี้

1. การบอกกล่าวหรือชี้แจงเผยแพร่ให้ทราบ เป็นการบอกกล่าว ชี้แจงให้ประชาชนทราบถึงนโยบาย วัตถุประสงค์ การดำเนินงานและผลงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนความเคลื่อนไหวขององค์กร
2. การป้องกันและการแก้ไขความเข้าใจผิดซึ่งมีความสำคัญมาก เพราะการป้องกันไว้ก่อนย่อมมีผลดีกว่าที่จะต้องมาทำการแก้ไขในภายหลัง

วิทย์ ศิวะศรียานนท์ (ม.ป.ป. : 2-3) กล่าวถึงหลักสำคัญในการประชาสัมพันธ์ ควร ปฏิบัติดังต่อไปนี้คือ

1. ต้องมุ่งประโยชน์ส่วนรวมเป็นใหญ่และเป็นเป้าหมายที่สำคัญที่สุดของการประชาสัมพันธ์
2. ต้องรู้จักจิตใจของกลุ่มต่างๆ เนื่องจากงานประชาสัมพันธ์เป็นงานประสาน ดังนั้น การที่เรารู้จิตใจของกลุ่มต่างๆ จะช่วยให้การประสานเป็นไปอย่างเรียบร้อยและราบรื่น
3. ต้องรู้นโยบายของรัฐบาล หรือองค์กรที่ตนเป็นเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์อย่างซาบซึ้ง นับเป็นเรื่องสำคัญ
4. ต้องรู้เทคนิคของเครื่องมือ สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เพื่อสามารถนำไปใช้ได้ประโยชน์มากขึ้น
5. ต้องยึดหลักความจริง ความซื่อสัตย์สุจริตเป็นหลัก ข้อนี้สำคัญมากถ้าเราประชาสัมพันธ์โดยไม่ใช้ความจริง หรือมีความซื่อสัตย์สุจริตแล้ว สุดท้ายที่เรารับก็คือ ความไม่ได้รับความเชื่อถือจากสาธารณชน
6. ต้องปฏิบัติงานติดต่อกันสม่ำเสมอ ดังนั้นการทำงานจึงต้องมีแบบแผนและเป็นกระบวนการ ที่ได้วางแผนไว้แล้วอย่างดี จึงจะบรรลุเป้าหมาย
7. ต้องเปิดเผยไม่มีเงื่อนงำ ต้องเปิดเผยข้อมูลสิ่งต่าง ๆ อย่างตรงไปตรงมา
8. บุคคลกรที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ตลอดจนอุปกรณ์การประชาสัมพันธ์ต้องมีคุณภาพสูง
9. การประชาสัมพันธ์ ต้องมุ่งให้เข้าถึงผู้มีอิทธิพลในสังคมเป็นประการแรก ผู้มีอิทธิพล คือผู้ที่มีความคิดหลักการอ่านหรือการกระทำที่เป็นที่น่าเชื่อถือของคนหมู่มาก

จากหลักการประชาสัมพันธ์ข้างต้น ซึ่งเป็นหลักการประชาสัมพันธ์ องค์กรหรือสถาบัน โดยทั่วไปที่สามารถนำไปใช้กับหลักการประชาสัมพันธ์วิทยาลัยราชพฤกษ์ ซึ่งเป็นสถาบันการศึกษาที่มีนักวิชาการให้ความเห็นถึงแนวทางการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษาไว้จำนวนมาก ซึ่งผู้วิจัยขอนำเสนอรายละเอียดดังนี้

หลักการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา

การประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยราชพฤกษ์ เป็นการสร้างความสัมพันธ์เพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ ระหว่างวิทยาลัยกับบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกวิทยาลัย ซึ่งมีนักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ ได้เสนอแนวคิดดังต่อไปนี้แนวคิดการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา ควรคำนึงหลักการต่อไปนี้

1. การประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา ควรถือเป็นหน้าที่หลักของคณาจารย์ทุกคนในสถาบันการศึกษาต้องร่วมรับผิดชอบ ถึงแม้ว่าสถาบันการศึกษาจะมอบหมายให้บุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งรับหน้าที่จัดการประชาสัมพันธ์แล้วก็ตาม
2. การประชาสัมพันธ์นั้น ต้องเป็นไปเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างสถาบันการศึกษา หรือผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย
3. สถาบันการศึกษา ต้องเลือกสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม เช่นวิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ เป็นต้น
4. การประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัย เป็นงานที่ต้องกระทำอย่างต่อเนื่องตลอดปีการศึกษา และทุก ๆ ปี
5. สถาบันการศึกษา ควรจัดให้มีการประเมินผลกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานสถาบันการศึกษา ที่จัดขึ้นในแต่ละปีอย่างต่อเนื่องเพื่อจะได้นำผลการประเมินมาปรับปรุงวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ต่อไป

กิติมา ปรีดีดิลก (2532 : 253) กล่าวว่า ความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันศึกษากับชุมชน จะดำเนินไปด้วยดีไม่ได้ถ้าขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับวิทยาลัย และหลักการประชาสัมพันธ์ที่ดีมีลักษณะดังนี้

1. ผู้ร่วมงานต้องเข้าใจเป้าหมาย และหน้าที่ของวิทยาลัยในการจัดการศึกษาอย่างแจ่มแจ้ง
2. ผู้ทำงานประชาสัมพันธ์ จะต้องทราบกฎหมาย ระเบียบต่างๆ และอำนาจหน้าที่การศึกษาที่ตนมีอยู่
3. โครงการประชาสัมพันธ์ต้องครอบคลุมชุมชนทั้งหมด
4. ต้องมีแผนทั้งระยะสั้นและระยะยาว
5. ผลสำเร็จในการดำเนินงานของสถาบันการศึกษาขึ้นอยู่กับความเชื่อถือที่ประชาชนมีต่อสถาบัน

จากหลักการประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา จะเห็นได้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการดำเนินงานอย่างสอดคล้องของบุคลากรในสถาบันการศึกษาในทุกหน่วยงาน และต้อง

ครอบคลุมบทบาทหน้าที่ของทุกฝ่าย มีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องโดยใช้สื่อประเภทต่างๆอย่างต่อเนื่อง

ความเป็นมาของวิทยาลัยราชพฤกษ์

วิทยาลัยราชพฤกษ์เป็นสถาบันอุดมศึกษาสถาบันหนึ่งที่เกิดจากปณิธานของท่านอาจารย์ ดร.กมล ชูทรัพย์ ผู้ก่อตั้งสถาบันในเครือตั้งตรงจิตร ที่ต้องการจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษา และความมุ่งมั่นจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาให้เยาวชนไทยได้มีโอกาสทางการศึกษาสูงขึ้นของอาจารย์ ดร. วิชาพรณ ชูทรัพย์ ที่ต้องการผลิตบัณฑิต ให้เป็นผู้ที่มีทักษะความรู้ความชำนาญในแต่ละสาขาวิชา สร้างคนดีมีคุณภาพให้สอดคล้องกับปรัชญาของสถาบันที่มุ่งเน้นให้บัณฑิต มีคุณธรรม จริยธรรม และส่งเสริมให้นักศึกษาเป็นผู้เชี่ยวชาญในภาษาต่างประเทศ

วิทยาลัยราชพฤกษ์ได้ก่อสร้างเป็นอาคาร 5 ชั้น สองหลัง ประกอบไปด้วยห้องเรียนที่ทันสมัย มีห้องปฏิบัติการเฉพาะสาขาวิชาที่พร้อมด้วยอุปกรณ์ในการสอนและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียบพร้อม มีหน่วยงานส่งเสริมทางด้านวิชาการ เช่น สำนักหอสมุดที่เป็นศูนย์ทรัพยากรสารสนเทศในรูปแบบของหนังสือวารสาร วิทยุทัศน์ ดิสก์เก็ต เทปคาสเซ็ท ที่มีระบบการสื่อสาร มีฐานข้อมูลในรูปแบบของ CD-ROM และออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีศูนย์การเรียนรู้ การค้นคว้าและวิจัย (Learning and Research Center) มีห้องผลิตสื่อ ศูนย์คอมพิวเตอร์ บริการให้แก่คณาจารย์ เจ้าหน้าที่และนักศึกษา โดยมี ระบบ Network ที่สามารถรองรับปริมาณในการใช้งานระบบเครือข่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพียงพอ ต่อความต้องการที่เพิ่มขึ้น ภายในอาคารยังประกอบด้วยห้องประชุมและห้องสัมมนา เพื่อรองรับการจัดงานและกิจกรรมประเภทต่าง ๆ ที่สามารถบรรจุนักศึกษาได้มากกว่า 1,000 คน

นอกจากอาคารเรียนที่ทันสมัยแล้ว ทางวิทยาลัยได้สร้างอาคารกิจการนักศึกษา และอาคารโรงอาหาร เพื่อส่งเสริมให้นักศึกษาใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ด้วยการทำกิจกรรมที่หลากหลายตามความสามารถของนักศึกษา เช่น กิจกรรมกีฬา กิจกรรมดนตรี กิจกรรมช่วยเหลือสังคม กิจกรรมเพื่อทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ฝึกให้นักศึกษามีกิจกรรมที่แสดงถึงความเป็นผู้นำผู้ตามที่ดี ทางวิทยาลัยได้จัดเตรียมสถานที่ ให้เพียงพอ เพื่อรองรับนักศึกษาในการเรียนรู้ในรูปแบบบูรณาการ การศึกษาค้นคว้าและการปฏิบัติจริง ภายในวิทยาลัยยังจัดให้มีสวนพักผ่อน สระบัว บริเวณหน้าอาคารเรียนภายใต้บรรยากาศที่ร่มรื่นจัดภูมิทัศน์สิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมแก่การเรียนรู้ให้แก่ศึกษาทุกตารางนิ้วในพื้นที่ของวิทยาลัยราชพฤกษ์

ปรัชญาของวิทยาลัย

วิทยาลัยราชพฤกษ์เป็นสถาบันแห่งการเรียนรู้ยุคใหม่ มีความมุ่งมั่นที่จะผลิตบัณฑิตให้เป็นคนเก่งมีความรู้ ทักษะ ความชำนาญในแต่ละสาขาวิชา สร้างคนดี มีคุณธรรม จริยธรรม และ

สามารถอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข โดยบัณฑิตต้องเป็นบุคคลที่มุ่งมั่นจะเรียนรู้ และพัฒนาตนเอง อยู่ตลอดเวลา เพื่อนำความรู้ความสามารถเป็นกำลังในการพัฒนาประเทศชาติดังปรัชญาของ วิทยาลัยที่ว่า “สถาบันแห่งการเรียนรู้ยุคใหม่ คุณภาพ คุณธรรม นำหน้าสู่สากล”

วิสัยทัศน์

วิทยาลัยราชพฤกษ์เป็นสถาบันแห่งการเรียนรู้ยุคใหม่มุ่งผลิตบัณฑิตที่มีความสมดุลด้าน ความคิด ความสามารถ ความดีงามและความรับผิดชอบต่อสังคม สามารถใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้เป็นอย่างดี ตามปรัชญาที่ว่า “สถาบันแห่งการเรียนรู้ยุคใหม่ คุณภาพ คุณธรรม นำหน้าสู่สากล” และมุ่งพัฒนาเป็นมหาวิทยาลัยแห่งการเรียนรู้ยุคใหม่ในปี พ.ศ. 2554

พันธกิจ

1. เป็นสถาบันอุดมศึกษาแห่งการเรียนรู้ยุคใหม่ พร้อมผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ในวิชาการ และมีความสามารถในการปฏิบัติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำความรู้ใหม่ ๆ และเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า มาใช้ในการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจของประเทศ
2. พัฒนาคณาจารย์และบุคลากรอื่น ๆ ของวิทยาลัยให้มีการศึกษาเพิ่มเติมในระดับสูงขึ้น เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความสามารถ ทักษะและเจตคติไปพัฒนางานของตนให้ดียิ่งขึ้น
3. จัดกิจกรรมการปลูกฝังระเบียบ วินัย คุณธรรม จริยธรรม แก่นักศึกษา เพื่อเป็นบัณฑิตที่มี คุณภาพ มีจรรยาบรรณวิชาชีพ รวมทั้งมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่และสังคม
4. สร้างเสริมการค้นคว้าวิจัยในสาขาวิชาต่าง ๆ เพื่อความก้าวหน้าทางวิชาการและเพื่อ ประโยชน์ในการนำไปใช้ในการพัฒนาสังคม และพัฒนาประเทศชาติ
5. เพื่อเป็นศูนย์กลางการให้บริการทางวิชาการแก่สังคมและเผยแพร่ความรู้ด้านต่าง ๆ ให้แก่ ชุมชน ท้องถิ่น และประเทศชาติ
6. ส่งเสริมและทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ร่วมสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมและ ขนบธรรมเนียมอันดีงาม เพื่อดำรงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของชาติไทย

เป้าหมายพันธกิจ

เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามพันธกิจดังกล่าวข้างต้น จึงกำหนดเป้าหมายพันธกิจทั้งใน เชิงคุณภาพดังต่อไปนี้

1. คุณภาพบัณฑิต – ผู้สำเร็จการศึกษาต้องมีคุณสมบัติดังนี้
 - มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาสาระของวิชาที่ศึกษา
 - สามารถนำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงานได้

- สนใจใฝ่รู้ และสามารถเรียนรู้ได้ตลอดชีวิต
- มุ่งมั่นจะเรียนรู้และพัฒนาตนเองตลอดเวลา
- มีคุณธรรม จริยธรรมรับผิดชอบต่อสังคม มีระเบียบวินัย มีจรรยาบรรณวิชาชีพ
- สามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ได้
- อยู่ในสังคมอย่างมีความสุข

2. การพัฒนาบุคลากร – บุคลากรของวิทยาลัยจะได้รับการพัฒนาดังนี้

- ศึกษาเพิ่มเติมในระดับสูงขึ้น
- มีการส่งเสริมคณาจารย์ให้มีตำแหน่งทางวิชาการเพิ่มขึ้น
- ได้รับการอบรม สัมมนาทั้งในวิทยาลัยและภายนอกวิทยาลัย
- มีความสามารถในการแข่งขันได้ในวิชาชีพของตน
- ให้มีเจตคติที่ดีต่อเพื่อนร่วมงานต่อวิทยาลัย
- กระตือรือร้นและสนใจเรียนรู้เรื่องใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง

3. การค้นคว้าวิจัยในสาขาวิชาต่าง ๆ โดยคณาจารย์ นักศึกษาจะร่วมกัน ดังนี้

- วิจัย ค้นคว้าเพื่อนำความรู้ไปพัฒนาวิชาการและเป็นประโยชน์ต่อวิทยาลัย สังคม และประเทศชาติ
- เน้นการวิจัยที่เป็นองค์ความรู้ใหม่
- เน้นการวิจัยเพื่อพัฒนาตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

4. การบริการวิชาการแก่สังคม – วิทยาลัยจะเป็นหน่วยงานที่ให้บริการแก่สังคมในลักษณะ

ดังนี้

- เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ และมีประสิทธิภาพ
- ทำประโยชน์แก่สังคมอย่างต่อเนื่อง
- พัฒนาตนเองไปเป็นมหาวิทยาลัยที่เป็นที่พึ่งของสังคมได้

5. ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น - วิทยาลัยจะพัฒนาส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ดังนี้

- ปลูกฝังค่านิยม วัฒนธรรมด้านศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นแก่นักศึกษา
- สืบสานคุณค่าและเอกลักษณ์ของท้องถิ่น
- สนับสนุนกิจกรรมตามประเพณีนิยม

กรอบยุทธศาสตร์วิทยาลัยราชพฤกษ์ปีการศึกษา 2550

เพื่อให้การดำเนินการของวิทยาลัยสามารถบรรลุตามวิสัยทัศน์และพันธกิจได้อย่างครบถ้วนและมีประสิทธิภาพ วิทยาลัยจึงกำหนดกรอบการดำเนินงาน ดังนี้

1. ให้ความสำคัญแก่คุณภาพของบัณฑิต – วิทยาลัย ถือว่าคุณภาพบัณฑิตมีความสำคัญยิ่ง และต้องได้รับการเอาใจใส่ดูแลให้สำเร็จการศึกษาตามระยะเวลาที่กำหนดและมีความรู้ความสามารถตามมาตรฐาน เป็นผู้ที่มีคุณธรรม และมีความสามารถทางเทคโนโลยี
2. ยึดมั่นคุณภาพความเป็นสากล วิทยาลัยจะมุ่งมั่นจัดการศึกษาให้ได้มาตรฐาน โดยมีการตรวจสอบติดตามตลอดเวลา
3. เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ - วิทยาลัยมุ่งมั่นที่จะพัฒนาตนเองไปเป็นมหาวิทยาลัยที่เป็นแหล่งเรียนรู้หลากหลายสาขาวิชา โดยนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับภารกิจของวิทยาลัย เน้นการบริหารจัดการองค์ความรู้
4. มุ่งสร้างเครือข่ายทั้งภายในและภายนอก – วิทยาลัยเน้นเครือข่ายของสถาบันในเครือ และเน้นสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภายนอก โดยมุ่งเสริมสร้างการประสานงานหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อสร้างเครือข่ายในลักษณะพันธมิตร
5. การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและเหมาะสม – วิทยาลัยจะติดตามพัฒนาการของเทคโนโลยีทันสมัยตลอดเวลา เพื่อนำมาใช้ในการสนับสนุนการจัดการเรียนการสอน การบริหาร และการบริการ
6. พัฒนาคณาจารย์และบุคลากรอื่น ๆ – วิทยาลัยจะส่งเสริมให้คณาจารย์ได้พัฒนาความสามารถเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการระดับ ผศ. รศ. และ ศ.

ประเด็นยุทธศาสตร์

เพื่อให้เกิดผลตามเจตนารมณ์ของวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายพันธกิจ กรอบยุทธศาสตร์ข้างต้น จึงพัฒนาประเด็นยุทธศาสตร์ซึ่งวิทยาลัยจะให้ความสำคัญในการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

1. ด้านการบริหารหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน มุ่งพิจารณาหลักสูตรให้สอดคล้องกับภาวะความต้องการของสังคมปัจจุบัน มีความทันสมัย ปรับปรุงหลักสูตรให้เหมาะสมตลอดเวลาทุก 5 ปี เปิดทางเลือกในระบบที่ยืดหยุ่นมากขึ้น แต่ยังคงไว้ซึ่งคุณภาพและมาตรฐาน มุ่งเน้นให้นักศึกษาได้ประโยชน์สูงสุดจากหลักสูตร ระบบการเรียนการสอนและเนื้อหาสาระที่ได้ศึกษา ปรับระบบการสอนให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้เรียน เปิดคณะและสาขาวิชาที่เป็นความต้องการของตลาดแรงงานและสังคม ได้แก่ คณะบัญชี คณะนิติศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ คณะรัฐประศาสนศาสตร์ (บริหารรัฐกิจ) คณะศิลปศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) และเปิดสาขาเพิ่ม คือ การจัดการโรงแรมและท่องเที่ยวในคณะบริหารธุรกิจ ขยายการศึกษาในระดับปริญญาโท คือ M.B.A., Exec., M.B.A., M.A., M.S.(IT,MIS.)

2. ด้านพัฒนาทรัพยากรบุคคล โดยมุ่งการพัฒนาความรู้ความสามารถของคณาจารย์ให้มีการศึกษาระดับสูงขึ้นไป มีการพัฒนาการเรียนการสอนที่ทันสมัยและส่งเสริมในคณาจารย์เข้าสู่ตำแหน่งทางวิชาการระดับ ผศ. รศ. และ ศ. ให้มากขึ้น และพัฒนาความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานของบุคลากรอื่น ๆ ให้มากขึ้น

3. ด้านสื่อและเทคโนโลยี มุ่งเน้นการพัฒนาสื่อและเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อการใช้งาน ทั้ง Internet, E-learning, CD, Tape, E-book และ Multimedia อื่น ๆ รวมทั้งเอกสารประกอบการสอน เอกสารคำสอน ตำรา หนังสือ

4. ด้านพัฒนาคุณภาพบัณฑิต มุ่งเน้นการวางระบบที่ส่งเสริมความรู้ ความสามารถทางวิชาการ โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย (IT) ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ การเป็นผู้นำ การเป็นผู้มีคุณธรรม การรู้จักคิดวิเคราะห์ รวมทั้งความพร้อมด้าน EQ และ MQ ควบคู่กับ IQ การสร้างเสริมประสบการณ์ การสร้างความพร้อมให้กับนักศึกษาเพื่อเป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพ ทั้งนี้รวมถึงคุณภาพของผู้เรียนหรือผู้เข้ารับการอบรมด้วย

5. ด้านการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือ มุ่งสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับผู้รับบริการ / ชุมชน / หน่วยงานที่รับฝึกงานแบบสหกิจศึกษา / สมาคมวิชาชีพ / สมาคมวิชาการต่าง ๆ / เครือข่ายอุดมศึกษา / ภูมิปัญญาท้องถิ่น / กลุ่มอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมความเป็นไทย / กลุ่มศิษย์เก่า และสถานประกอบการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นการทำความตกลงร่วมมือและการเจรจาเพื่อหากลุ่มเครือข่าย พันธมิตร ทั้งในระดับชาติ และระดับนานาชาติ

6. ด้านการพัฒนาการบริหารจัดการ ด้านทรัพยากรบุคคล เทคโนโลยี อาคารสถานที่ การเงิน งบประมาณ วัสดุครุภัณฑ์ ยานพาหนะ รวมทั้งด้านธุรการ/สารบรรณ สวัสดิการ และการจัดการสภาพแวดล้อม ภูมิทัศน์ของวิทยาลัย โดยมุ่งการจัดระบบการบริหารวิทยาลัยให้มีความยุติธรรม ธรรมภิบาล มีประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานและมีความคล่องตัวมากยิ่งขึ้น

7. ด้านพัฒนาคุณภาพการบริการทางวิชาการแก่สังคม มุ่งให้บริการวิชาการแก่สังคมอย่างมีคุณภาพในสาขาวิชาที่คณะต่าง ๆ เปิดสอน ในเชิงการจัดอบรมระยะสั้น ระยะยาว การจัดสัมมนา เชิงปฏิบัติการ การเป็นที่ปรึกษา การเป็นวิทยากร

8. ด้านการประชาสัมพันธ์ มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องทั้งกับสถาบันในเครือสถานศึกษาอื่นและหน่วยงานทั้งของรัฐและเอกชน ในเขตจังหวัดนนทบุรี บริเวณรอบวิทยาลัยทั่วไป และที่อื่น ๆ เพื่อเพิ่มจำนวนนักศึกษา และเพิ่มปริมาณผู้ใช้บริการของวิทยาลัยด้วยการอบรม การประชุม สัมมนา และอื่น ๆ โดยเน้นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกทุกตัวบุคคลและหน่วยงาน ผ่านทางสื่อต่าง ๆ ทุกรูปแบบ

9. ด้านการวิจัยและงานสร้างสรรค์ มุ่งเน้นการวิจัยที่เป็นความชำนาญของคณาจารย์และนักวิจัยของวิทยาลัยในสาขา/คณะวิชาที่เปิดสอน รวมทั้งการวิจัยที่เป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่และการวิจัยเพื่อการพัฒนา (R&D) ประเทศโดยอาจารย์ร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก/ชุมชนในการวิจัยเพื่อตอบสนองความต้องการของหน่วยงาน และมุ่งเน้นการแสวงหาทุนจากภายนอกในการทำวิจัย

จะเห็นได้ว่าประเด็นยุทธศาสตร์ของวิทยาลัยราชพฤกษ์ทั้ง 11 ข้อ เป็นประเด็นสำคัญลงไปสู่แผนปฏิบัติงาน โดยเฉพาะข้อที่ 8 ด้านการประชาสัมพันธ์ ที่มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มจำนวนนักศึกษา และเพิ่มปริมาณของผู้ใช้บริการของวิทยาลัยด้วยการอบรมประชุมสัมมนา และอื่น ๆ โดยเน้นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกทุกตัวบุคคล และหน่วยงานผ่านทางสื่อต่าง ๆ ทุกรูปแบบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทางนักวิชาการ ต่อการบริหารจัดการองค์กร โดยเฉพาะสถาบันการศึกษา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธนศักดิ์ รอดเมฆ (2527 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ทั้ง 6 ด้าน ในโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ สังกัดกรมสามัญการศึกษาในเขตการศึกษา 6 พบว่า

1. กิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่โรงเรียนปฏิบัติออกมาให้เห็นตามความคิดเห็นรวมของประชากร 2 กลุ่ม อยู่ในระดับมาก มี 2 ด้าน คือ กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับนักเรียนและศิษย์เก่า กับการจัดกิจกรรมนักเรียนและบริการชุมชนของโรงเรียน

2. กิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้านอื่น ๆ อีก 4 ด้าน คือ

2.1 กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคลากรในโรงเรียน

2.2 กิจกรรมการใช้เอกสารสิ่งพิมพ์และสื่อมวลชน

2.3 กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ปกครอง

2.4 กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลและสมาคมวิชาชีพ

ชิดเชื้อ ชมปรีดา (2538 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัย เรื่อง ความคิดเห็นของผู้บริหารและครู-อาจารย์ เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ในโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ สังกัดกรมสามัญที่ 7 พบว่า

1. ความคิดเห็นของผู้บริหารและครู - อาจารย์ที่เกี่ยวกับสภาพการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียนทั้ง 7 ด้าน เห็นว่า มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้

1) กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน 2) กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับนักเรียน 3) กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคลากรในโรงเรียน 4) กิจกรรมที่

สร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ปกครอง 5) กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลและสมาคมวิชาชีพ 6) กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์อันดีกับศิษย์เก่า 7) กิจกรรมที่ใช้เอกสาร สิ่งพิมพ์และสื่อมวลชน

2. ความคิดเห็นของผู้บริหาร และครู – อาจารย์เกี่ยวกับปัญหาการจัดการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียน เห็นว่ามีปัญหาอยู่ในระดับน้อย

แม่น ไทย เชื่อมชิด (2538 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง การประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า

1) การกำหนดแนวทางประชาสัมพันธ์โรงเรียนของผู้บริหาร และหัวหน้าประชาสัมพันธ์ ได้ปฏิบัติเป็นส่วนใหญ่

2) การประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมัธยมศึกษาตามความเห็นของผู้บริหาร หัวหน้าประชาสัมพันธ์ ผู้ปกครองนักเรียน และศิษย์เก่าโรงเรียน มีการปฏิบัติส่วนใหญ่ ทั้ง 6 ด้าน คือ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในโรงเรียน ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียนศิษย์เก่ากับครูและโรงเรียน ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครอง ชุมชนและโรงเรียน ความสัมพันธ์ระหว่างสมาคมผู้ปกครองและครู สมาคมศิษย์เก่า สมาคมวิชาชีพต่าง ๆ และกลุ่มอิทธิพลในชุมชนกับโรงเรียน การจัดกิจกรรมของนักเรียน และกิจกรรมของโรงเรียนในโอกาสพิเศษต่าง ๆ การใช้สื่อเครื่องมือวัสดุอุปกรณ์และช่องทางต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์ในโรงเรียน

ธนพร ศรีมาทา (2539 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ความคิดเห็นผู้ปกครองที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนเอกชน : กรณีศึกษาโรงเรียนบูรณะศิลป์ศึกษา ผลการวิจัยพบว่า

1. ได้มีการปฏิบัติประชาสัมพันธ์โรงเรียนเป็นส่วนใหญ่ทั้ง 4 ด้าน คือ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในโรงเรียน ความสัมพันธ์ระหว่างครูและนักเรียน การจัดกิจกรรมของนักเรียน และกิจกรรมของโรงเรียนในโอกาสต่าง ๆ การใช้เครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์และช่องทางต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครอง ชุมชน และโรงเรียนที่ข้อมูลไม่ชัดเจน

2. ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ คือ การร่วมกับแหล่งบริการทางด้านการประชาสัมพันธ์ เช่น สถานีวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วาสาร ฯลฯ ยังมีระดับน้อย

สุเมกดา ม่วงศิริ (2541 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาความเห็นของผู้บริหารและครู – อาจารย์เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัยเอกชน และในเขตกรุงเทพมหานคร

1. ความคิดเห็นของผู้บริหารและครู - อาจารย์เกี่ยวกับปัญหาการจัดการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยต้องใช้สื่อเผยแพร่ข้อมูล 3 ด้านคือ

1) ด้านวัสดุอุปกรณ์ 2) ด้านการบริหารจัดการ และ 3) ด้านทรัพยากรมนุษย์ ส่วนที่

แสดงความคิดเห็นว่า ด้านงบประมาณในการจัดทำประชาสัมพันธ์มีความจำเป็นอย่างยิ่งในระดับที่ต้องใช้มาก

สรุปผลการศึกษางานวิจัยในประเทศที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้ โรงเรียนมัธยมศึกษาดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก แต่ด้านความสัมพันธ์บุคคลต่าง ๆ กิจกรรมการใช้บริการ และการใช้เอกสาร สื่อมวลชน ปฏิบัติในระดับน้อย ในโรงเรียนมัธยมศึกษา มีการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์เป็นส่วนมาก การดำเนินงานในระดับมากที่คล้ายกัน คือ ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับนักเรียน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในโรงเรียน สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์มีอยู่ในระดับน้อย คือ การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และความร่วมมือกับแหล่งบริการทางด้านประชาสัมพันธ์

งานวิจัยต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง

วิลสัน (Williams. 1985 : 45 – A, อ้างถึงใน สุพัตรา ใฝ่แก้ว. 2543:16) ได้วิจัยเรื่องการระบุกลวิธีงานประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมในโรงเรียนสำหรับ North Central Association Commission (NCA) การวิจัยครั้งนี้มุ่งที่จะระบุถึงกลวิธีในการประชาสัมพันธ์ซึ่งอาจมีผลทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น อันจะส่งผลให้โรงเรียนได้มีการปรับปรุงแก้ไขที่คืบหน้า เครื่องมือที่ใช้ความเข้าใจต่อความเร่งด่วนของการประชาสัมพันธ์ รวมถึงกลวิธีที่เหมาะสมที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเสนอไว้ 18 รูปแบบและผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเสนอกลวิธีอื่น ๆ เพิ่มขึ้นได้

ผลการวิจัยพบว่ากลวิธีที่เหมาะสมที่ระบุไว้ใน การปรับปรุงการสื่อสาร การสื่อสารระหว่างคณะกรรมการบริหารโรงเรียน ผู้ตรวจการศึกษาและอาจารย์ใหญ่ คือ จดสารรายเดือน หรือราย 4 เดือน (New Letter) และเอกสารข้อมูลต่าง ๆ (Information Brochures) สำหรับครูและนักเรียน ควรใช้เอกสารข้อมูล สไลด์ เทป และวิดีโอเทป สำหรับผู้ปกครองควรใช้จดสาร ส่วนชุมชนและประชาชนในท้องถิ่นควรใช้ข่าวสารต่าง ๆ (New Releases)

โลมานเน่ (Romine. 1986:96, อ้างถึงใน นพพงษ์ บุญจิตราคุลย์. 2544:29) ได้ศึกษาบทบาทของวิทยาลัยชุมชนในด้านงานประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคนิคเดลฟาย ทำการรวบรวมความคิดเห็นของคณะกรรมการ 3 กลุ่ม ได้แก่ กรรมการ วิทยาลัย อาจารย์ใหญ่และเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์กลุ่มละ 15 คน

ผลการศึกษา พบว่า คณะกรรมการได้ให้ความสำคัญต่อบทบาทด้านการบริการสนเทศแก่ประชาชนเกี่ยวกับการให้บริการของวิทยาลัย และผลงานของวิทยาลัยแก่บุคคลชั้นนำในท้องถิ่นเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา ได้แก่ ด้านการมีส่วนช่วยเหลือสนับสนุนส่งเสริมกิจกรรมของวิทยาลัย ด้านการรับทราบข้อมูลความต้องการ และความของชุมชนต่อวิทยาลัยและด้านการรักษาภาพพจน์ของวิทยาลัย และขอให้เสนอแนะว่าการค้นคว้าข้อมูลเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการวางแผนและประเมินผล งานติดต่อสื่อสารต้องเป็นแบบสองทาง

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์ตามคุณลักษณะของนักศึกษาวิทยาลัยราชพฤกษ์ นำเสนอรายละเอียดการดำเนินการ ดังนี้

1. ประชากรและการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า
3. วิธีการดำเนินการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักศึกษาของวิทยาลัยราชพฤกษ์ปีการศึกษา 2550-2551 หลักสูตรปริญญาตรี 4 ปี รอบปกติโดยจำแนกเป็นกลุ่มไม่ทำงาน รอบค่ำ รอบเสาร์ – อาทิตย์ จำแนกเป็นกลุ่มผู้ทำงาน จำนวน 250 คน และหลักสูตรต่อเนื่องรอบปกติโดยจำแนกเป็นกลุ่มไม่ทำงาน รอบค่ำ และรอบเสาร์-อาทิตย์ จำแนกเป็นกลุ่มทำงาน จำนวน 450 คน รวมจำนวนประชากรทั้งสิ้น 700 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกกลุ่มโดยใช้ตาราง Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 96% ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 385 คน จากนั้น สุ่มเป็นสัดส่วนได้กลุ่มทำงาน 137 คน และกลุ่มไม่ทำงาน 248 คน ซึ่งเป็นนักศึกษาของวิทยาลัยราชพฤกษ์ปีการศึกษา 2550-2551 ระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี และระดับปริญญาตรี หลักสูตรต่อเนื่อง ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนแบบสอบถามเป็นนักศึกษาของวิทยาลัยราชพฤกษ์หลักสูตร 4 ปี และหลักสูตรต่อเนื่องปีการศึกษา 2551

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	จำนวนที่ส่ง (ฉบับ)	จำนวนที่รับคืน (ฉบับ)	ร้อยละ	แบบสอบถามที่ สมบูรณ์	ร้อยละ
หลักสูตร 4 ปี					
กลุ่มไม่ได้ทำงาน	60	55	91.66	50	83.00
กลุ่มทำงาน	60	50	91.66	50	100
หลักสูตรต่อเนื่อง					
กลุ่มไม่ได้ทำงาน	150	140	93.33	140	100
กลุ่มทำงาน	150	140	93.00	140	100
รวม	400	385	96.25	380	98.70

จากการสุ่มได้แบบสอบถามสมบูรณ์กลับมา 380 คน คิดเป็น 98.7 % โดยเป็นกลุ่มทำงาน 100 คน และกลุ่มไม่ทำงาน 280 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีแบบสอบถาม 2 ตอนคือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการสอบถาม (Check List) มี 3 ส่วน ส่วนที่ 1) เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัว เพศ อายุ อาชีพบิดา อาชีพมารดา รายได้บิดาและรายได้มารดาต่อปี สถานภาพของครอบครัว พื้นที่อยู่อาศัย จำนวน 7 ข้อ ส่วนที่ 2) แบบสอบถามการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ ของวิทยาลัยราชพฤกษ์ ที่ผ่านสื่อประเภทต่างๆ ในปีการศึกษา 2550 ที่เกี่ยวกับสื่อประเภท ทวี หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายกลางแจ้ง เว็บไซต์ แผ่นประชาสัมพันธ์จำนวน 5 ข้อ และ ส่วนที่ 3) แบบสอบถามแนวทางการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประเภทต่างๆ ของนักศึกษา ปีการศึกษา 2551 จำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้แทนจากสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ที่มาเยี่ยมชมวิทยาลัย เป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง โดยมีการกำหนด คำถามไว้ล่วงหน้าและใช้คำถามปลายเปิด ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูล สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ตามประเด็นที่ผู้วิจัยตั้งไว้ นอกจากนี้คำถามที่จะถามนั้นยังมีความยืดหยุ่น ผู้วิจัยได้ปรับคำถามให้เป็นไปตามสถานการณ์ในขณะที่สัมภาษณ์ตามหัวข้อ คือ 1)การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อสถาบันการศึกษาอย่างไร 2)ผู้สื่อข่าวมีแนวคิดทัศนคติต่อวิทยาลัยราชพฤกษ์อย่างไร 3)สื่อมวลชนมีความคิดเห็นต่อสถาบันการศึกษาใหม่ ควรมีจุดเด่นอย่างไร 4)วิทยาลัยราชพฤกษ์ควรวางแนวทางการประชาสัมพันธ์ในลักษณะใด

4. การสร้างเครื่องมือ และหาคุณภาพของเครื่องมือ

การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือมีดังนี้

1. แบบสอบถามแนวทางการประชาสัมพันธ์วิทยาลัยราชพฤกษ์

1.1 กำหนดจุดมุ่งหมายในการสร้างแบบสอบถาม จากเอกสารตำรางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดที่เกี่ยวกับการสร้างข้อคำถามให้ครอบคลุมหัวข้อ สถานภาพส่วนตัวของนักศึกษา และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ เป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) โดยให้ผู้ตอบเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงหน้าข้อความ ซึ่งตรงกับความเป็นจริงหรือความคิดเห็นเพียง 1 คำตอบ

1.2 นำแบบสอบถามทั้ง 3 ตอน เสนอ รศ.ดร.ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ ที่ปรึกษางานวิจัยของวิทยาลัยราชพฤกษ์ เพื่อหาความตรงของเนื้อหา ทำการตรวจสอบและแก้ไขข้อความตามความเหมาะสมของเนื้อหาและภาษา

1.3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเลือกข้อคำถาม และนำไปหาค่าความเชื่อมั่นกับนักศึกษาปีการศึกษา 2550 ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 520 ฉบับโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์, อัจฉรา ชานิประศาสตร์ 25545 : 149) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.7875 ซึ่งเชื่อถือได้ เพราะได้ค่าความเชื่อมั่น มากกว่า .70

1.4 นำแบบสอบถามทั้ง 3 ตอนที่ได้ค่าความเชื่อมั่นเรียบร้อยแล้ว มาปรับปรุงแก้ไข ข้อคำถามที่ไม่ชัดเจนด้านภาษาอีกครั้ง จึงนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

2. แบบสัมภาษณ์แนวทางการประชาสัมพันธ์

การสร้างแบบสัมภาษณ์แนวทางการประชาสัมพันธ์ผู้วิจัยดำเนินการตามลำดับดังนี้

2.1 กำหนดจุดมุ่งหมายในการสร้างแบบสัมภาษณ์ จากกรอบแนวคิดทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ สร้างแบบสัมภาษณ์ที่มีลักษณะเป็นข้อคำถาม ที่เป็นการตอบข้อเสนอนะ และแสดงความคิดเห็น โดยมีเนื้อหาดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์สื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ มีเนื้อหาดังนี้ 1) การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อสถาบันการศึกษาอย่างไร 2) ผู้สื่อข่าวมีแนวคิดและทัศนคติต่อวิทยาลัยราชพฤกษ์อย่างไร 3) สื่อมวลชนมีความคิดเห็นต่อสถาบันการศึกษาใหม่ ควรมีจุดเด่นอย่างไร 4) วิทยาลัยราชพฤกษ์ควรวางแนวทางการประชาสัมพันธ์ในลักษณะใด

2.2 นำแบบสัมภาษณ์ เสนอ รศ.ดร. ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ ที่ปรึกษางานวิจัยของวิทยาลัยราชพฤกษ์ เพื่อตรวจสอบและหาความตรงของเนื้อหาและนำไปทดลองใช้กับนักศึกษาปีการศึกษา 2550 ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน เพื่อพิจารณาข้อคำตอบการตีความของข้อคำถามให้ได้ตรงตามวัตถุประสงค์

2.3 ทำการปรับปรุงแก้ไขการใช้ภาษาในแบบสัมภาษณ์และนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้แทนสื่อมวลชน จากสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ จำนวน 4 คน

5. ขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำแบบสอบถามไปแจกให้แก่นักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพที่ศึกษาในระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี และนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงที่ศึกษาในระดับปริญญาตรี หลักสูตรต่อเนื่อง ปี การศึกษา 2551 โดยแยกเป็นกลุ่มผู้ไม่ได้ทำงานและกลุ่มผู้ทำงานในวันขึ้นทะเบียนนักศึกษาวันที่ 26 – 28 มีนาคม 2551 ด้วยตนเองโดยแจก แบบสอบถามจำนวน 400 ฉบับ ได้รับกลับคืนมา 385 ฉบับ คิดเป็น ร้อยละ 96.25 และมีแบบสอบถามสมบูรณ์ 380 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 98.70

2. การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการ โดย กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ ทำการบันทึกข้อมูลในการสัมภาษณ์ โดยขณะสัมภาษณ์ จะทำการบันทึก ข้อมูลในแบบสัมภาษณ์ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาสรุปและจัดหมวดหมู่ ของคำตอบ ตามแนวทางที่ตั้งไว้

การเตรียมการสัมภาษณ์

ในขั้นต้น ผู้วิจัยติดต่อกับผู้แทนสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ จำนวน 4 แขนง คือ ผู้สื่อข่าวนิตยสาร Do You Know ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์มติชน ผู้สื่อข่าวสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 และหนังสือโลกการศึกษา หลังจากนั้น ผู้วิจัยเตรียมการดังนี้

1. แนะนำตัว ผู้วิจัยทำการแนะนำตัวกับผู้ให้ข้อมูลและกำหนด สถานภาพ บทบาทของ ผู้วิจัย โดยเปิดเผยและแจ้งให้ผู้ให้ข้อมูลทุกท่านได้ทราบถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้

2. สนทนาถึงข้อมูลพื้นฐานทั่ว ๆ ไป เพื่อทำความคุ้นเคย

3. การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ เพื่อสร้างความคุ้นเคยก่อนที่จะเจาะเข้าสู่เรื่องที่สนใจจะศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีกลุ่มตัวอย่างจากผู้แทนสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ จำนวน 4 แขนง คือ

1. คุณชนิตสิรี ไกรฤกษ์

เป็นผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์มติชน ปัจจุบันทำงานในตำแหน่ง ฝ่ายข่าวการศึกษา เป็นเวลา 12 ปี ลักษณะการดำเนินงาน จะออกปฏิบัติหน้าที่ทำข่าว สัมภาษณ์บุคคล สำคัญทางการศึกษา และเขียนข่าวในคอลัมน์การศึกษา

2. คุณธัญกร แสงสุข

เป็นผู้สื่อข่าวประจำนิตยสาร Do You Know หน้าข่าวการศึกษา ปฏิบัติงานมาเป็น ระยะเวลา 4 ปี ส่วนใหญ่จะสัมภาษณ์ผู้บริหารของสถาบันการศึกษา เก็บข้อมูลกิจกรรม สถาบันการศึกษาต่าง ๆ เพื่อเขียนข่าวในคอลัมน์ Visit School

3. คุณนงนภัส สกฤชชกุล

ผู้สื่อข่าวประจำ ฝ่ายการศึกษาของสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ปฏิบัติหน้าที่มานาน 6 ปี มี ประสบการณ์ในการจัดการศึกษา เพราะได้มีโอกาสติดตามผู้ใหญ่ของกระทรวงศึกษาธิการในการตรวจ เยี่ยมสถาบันการศึกษาต่าง ๆ

4. คุณวิมล สติปริวัตร

ผู้สื่อข่าวสายการศึกษาหนังสือ วัฏฏะ การศึกษาวันนี้ บริษัท วัฏฏะ คลาสสิกไฟลด์ จำกัด ปฏิบัติหน้าที่มานานถึง 11 ปี มีประสบการณ์ ในการเขียนข่าวเกี่ยวกับการศึกษามาเป็นระยะเวลา 10 ปี ติดต่อกัน

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัย วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรม คอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพ ส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยแจกแจง ความถี่ หาค่าร้อยละ

ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ ของวิทยาลัยราชพฤกษ์ที่ผ่านสื่อชนิดต่าง ๆ ใน ปีการศึกษา 2550 วิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

ข้อมูลการแสดงความคิดเห็นของนักศึกษาปีการศึกษา 2551 ที่มีต่อการรับรู้ข่าวสารจากแนว ทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ วิเคราะห์แจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้แทนสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ให้ข้อมูลเป็น แนวทางการประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยราชพฤกษ์ในปีการศึกษาต่อไปโดยการวิเคราะห์เนื้อหา นำเสนอในรูปแบบการบรรยาย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง แนวทางทางการประชาสัมพันธ์ ตามคุณลักษณะของนักศึกษา ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ โดยแบ่งเป็นแต่ละตอนดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามการรับรู้ข่าวสารข้อมูลของวิทยาลัยราชพฤกษ์ในปีการศึกษา 2550 และแนวทางการรับรู้ข่าวสารข้อมูลที่ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ของนักศึกษาหลักสูตร 4 ปี ปีการศึกษา 2551 โดยจำแนกตามกลุ่มทำงานและกลุ่มไม่ทำงาน

ตารางที่ 2 ค่าร้อยละของสถานภาพส่วนตัวของนักศึกษาหลักสูตร 4 ปี จำแนกตามกลุ่มทำงานและกลุ่มไม่ทำงาน

ข้อมูลเบื้องต้น	จำนวน (N = 50) กลุ่มไม่ทำงาน	จำนวน (N = 50) กลุ่มทำงาน	รวมทั้งหมด (N=100)	ร้อยละ
1 เพศ				
ชาย	39	23	62	62.00
หญิง	11	27	38	38.00
2 อายุ				
17 – 20 ปี	36	34	70	70.00
21 – 30 ปี	14	16	30	30.00
3 บิดาประกอบอาชีพ				
รัฐวิสาหกิจ	9	5	14	14.00
รับราชการ	17	5	22	22.00
รับจ้าง	8	20	28	28.00
ธุรกิจส่วนตัว	4	4	8	8.00
ค้าขาย	11	13	24	24.00
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	1	3	4	4.00
4 มารดาประกอบอาชีพ				
รัฐวิสาหกิจ	12	4	16	16.00
รับราชการ	8	5	13	13.00
รับจ้าง	9	17	26	26.00
ธุรกิจส่วนตัว	5	1	6	6.00
ค้าขาย	13	20	33	33.00
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	3	3	6	6.00

ตารางที่ 2 (ต่อ)

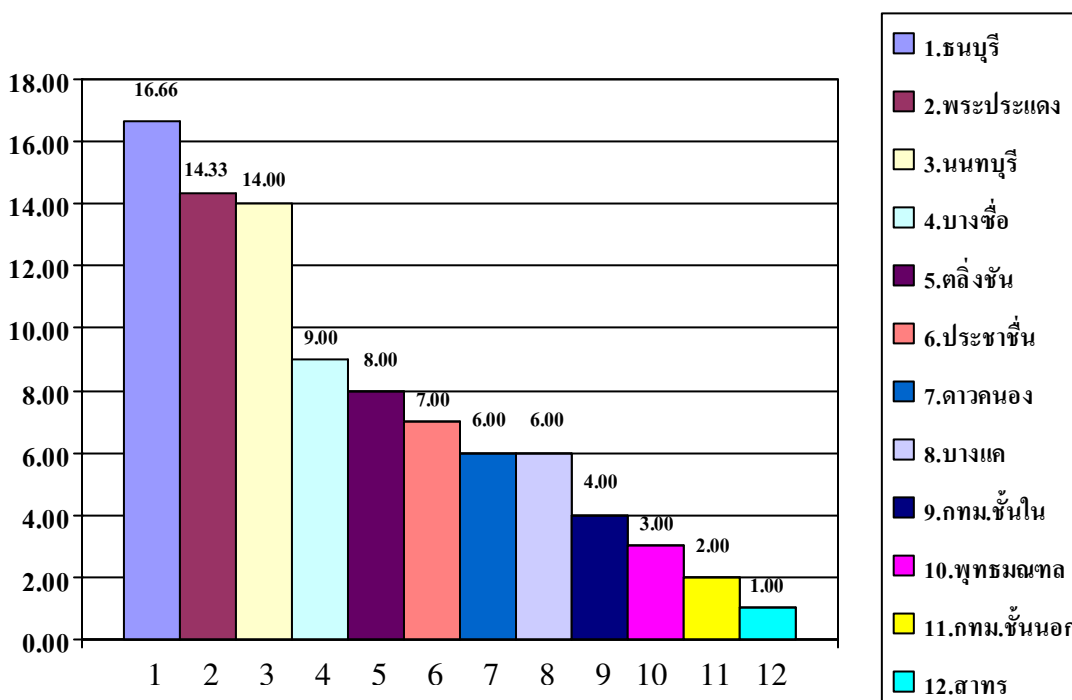
ข้อมูลเบื้องต้น	จำนวน (N = 50) กลุ่มไม่ทำงาน	จำนวน (N = 50) กลุ่มทำงาน	รวมทั้งหมด (N=100)	ร้อยละ
5 รายได้ของครอบครัวต่อปี				
90,000 – 100,000	11	19	30	30.00
110,000 – 150,000	22	24	46	46.00
160,000 – 190,000	15	4	19	19.00
200,000 ขึ้นไป	2	3	5	5.00
6 สถานภาพครอบครัวปัจจุบัน				
บิดามารดาอยู่ด้วยกัน	21	9	30	30.00
แยกกันอยู่ตามอาชีพ	7	4	11	11.00
หย่าร้าง	15	26	41	41.00
บิดาถึงแก่กรรม	4	3	7	7.00
มารดาถึงแก่กรรม	2	2	4	4.00
บิดาพิการ	-	1	1	1.00
มารดาพิการ	1	1	2	2.00
บิดาคงงาน	-	1	1	1.00
มารดาคงงาน	-	3	3	3.00
7 พื้นที่เขตที่พักอาศัยและบริเวณใกล้เคียง				
พื้นที่เขตธนบุรี	11	5	16	16.00
(ท่าพระ คลองสาน คลาดพลู วงเวียนใหญ่ สำเหร่)				
พื้นที่เขตคลองสาน	3	5	8	8.00
(บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ จรัลสนิทวงศ์)				
พื้นที่เขตบางแค	4	2	6	6.00
(ภาษีเจริญ หอนงแวม บางบอน เพชรเกษม)				
พื้นที่เขตพุทธมณฑล	2	1	3	3.00
(สาละยานครปฐม)				
พื้นที่เขตพระประแดง	8	6	14	14.33
(บางประกอก สุขสวัสดิ์ ประชาอุทิศ ทุ่งครุ ดาวคนอง พระราม2 สมุทรปราการ พระสมุทรเจดีย์ บางนา)				
พื้นที่เขตอำเภอเมืองนนทบุรี	9	5	14	14.00
(บางกรวย บางใหญ่ ไทรน้อย)				
พื้นที่กรุงเทพฯ ชั้นนอก	-	2	2	2.00
(เขตจตุจักร ลาดพร้าว วังทองหลาง มีนบุรี คลองหลวงลำลูกกา)				

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูลเบื้องต้น	จำนวน (N = 50) กลุ่มไม่ทำงาน	จำนวน (N = 50) กลุ่มทำงาน	รวมทั้งหมด (N=100)	ร้อยละ
พื้นที่กรุงเทพฯ ชั้นใน (เขตพระนคร สัมพันธวงศ์)	1	3	4	4.00
พื้นที่เขตสาทร (บางรัก สุขุมวิท)	-	1	1	1.00
พื้นที่เขตบางซื่อ (เตาปูน บางโพ บางซ่อน)	7	2	9	9.00
พื้นที่เขตประเวศ (บางกระบือ ราชวัตร ประชานิเวศน์ ประชานุกูล วงศ์สว่าง งามวงศ์วาน)	6	1	7	7.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชายร้อยละ 62 มีอายุระหว่าง 17 - 20 ปี ร้อยละ 70 บัณฑิตประกอบอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 28 รองลงมาคือค้าขาย รับราชการ รัฐวิสาหกิจ ส่วนมารดาค้าขายมากที่สุด ร้อยละ 33 รองลงมาคือรับจ้าง รัฐวิสาหกิจ และรับราชการ ส่วนรายได้ของครอบครัวต่อปีอยู่ในระดับ 110,000 บาท – 150,000 บาทต่อปี มากที่สุดรองลงมา คือที่ระดับ 9,000 บาท – 100,000 บาท และที่ระดับ 160,000 บาท เป็นต้นไป สภาพครอบครัวอยู่ในครอบครัวที่หย่าร้างถึงร้อยละ 41 รองลงมาอยู่ด้วยกัน และแยกกันอยู่ตามอาชีพ และเมื่อพิจารณาบริเวณเขตที่พักอาศัยพบว่า นักศึกษาอาศัยในเขตธนบุรีมากที่สุดถึงร้อยละ 16.66 รองลงมาอยู่ในเขตพระประแดงและนนทบุรี

แผนภูมิที่ 1 แสดงเขตที่พักอาศัยของนักศึกษา หลักสูตร 4 ปี ปีการศึกษา 2551



ตารางที่ 3 ค่าร้อยละของการรับรู้ข่าวสารข้อมูลของวิทยาลัยราชพฤกษ์ที่ลงประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ในปีการศึกษา 2550 ของนักศึกษาหลักสูตร 4 ปี ปีการศึกษา 2551 จำแนกเป็นกลุ่มทำงานและไม่ทำงาน

ข้อมูลเบื้องต้น	จำนวน (N = 50) กลุ่มไม่ทำงาน	จำนวน (N = 50) กลุ่มทำงาน	รวมทั้งหมด (N=100)	ร้อยละ
1 นักศึกษาเคยพบเห็นข้อมูลวิทยาลัยจากสื่อประเภท				
หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ	16	9	25	25.00
ทีวีช่อง 3	19	16	35	35.00
ทีวีช่อง 7	9	10	19	19.00
ป้ายกลางแจ้ง (Bill Board)	2	4	6	6.00
เว็บไซต์ของวิทยาลัย	4	8	12	12.00
2 นักศึกษาสอบถามข้อมูลของวิทยาลัยโดยวิธีใดมากที่สุด				
โทรศัพท์ที่วิทยาลัย	23	27	50	50.00
อาจารย์จากวิทยาลัย	19	15	34	34.00
อาจารย์แนะแนวโรงเรียนเดิม	6	6	12	12.00
อาจารย์ที่ปรึกษาเดิม	2	2	4	4.00
3 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทหนังสือที่นักศึกษาเคยได้รับ ข้อมูลของวิทยาลัย				
หนังสือแพรวสุดสัปดาห์	11	13	24	24.00
หนังสือทีวีพูล	5	9	14	14.00
หนังสือ Eduzone	14	9	23	23.00
หนังสือ Do you know	11	5	16	16.00
หนังสือโลกการศึกษา	9	14	23	23.00
4 นักศึกษาตัดสินใจเรียนที่วิทยาลัยราชพฤกษ์เพราะ รับทราบข้อมูลจากที่ใดมากที่สุด				
เว็บไซต์วิทยาลัย	6	10	16	16.00
แผ่นปลิว	8	12	20	20.00
งานนิทรรศการต่าง ๆ	19	12	31	31.00
การบรรยายในห้องเรียน	17	16	33	33.00
5 นักศึกษาเห็นว่าวิธีการให้ข่าวสารข้อมูลของวิทยาลัย ราชพฤกษ์ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างไร				
ระบบโทรศัพท์	35	17	52	52.00
เว็บไซต์	12	31	43	43.00
แผ่นประชาสัมพันธ์	1	1	2	2.00
อุปกรณ์ในการออกนิทรรศการ	2	1	3	3.00

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเคยพบเห็นข้อมูลของวิทยาลัยจากสื่อประเภททีวีช่อง 3 มากที่สุด ร้อยละ 35 รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและทีวีช่อง 7 นักศึกษาสอบถามข้อมูลของวิทยาลัย โดยใช้วิธีโทรศัพท์มาถามที่วิทยาลัยมากที่สุด ร้อยละ 50 รองลงมาคือ สอบถามข้อมูลจากอาจารย์วิทยาลัยราชพฤกษ์ และอาจารย์แนะแนวโรงเรียนเดิม และสื่อประเภทหนังสือที่

นักศึกษาเคยได้รับข้อมูลของวิทยาลัยคือ หนังสือแพรวสุดสัปดาห์ ร้อยละ 24.00 รองลงคือ หนังสือ Eduzone และหนังสือโลกการศึกษาซึ่งพอๆ กัน คือ ร้อยละ 23 หนังสือ Do you Know และทีวีพูล นักศึกษาตัดสินใจเรียนจากการบรรยายในห้องเรียนมากที่สุดรองลงมาคือ นิทรรศการและเว็บไซต์ของวิทยาลัย วิทยาลัยควรปรับปรุงวิธีการให้ข่าวสารข้อมูลมากที่สุด คือระบบโทรศัพท์ร้อยละ 52.00 รองลงมาคือเว็บไซต์วิทยาลัย

ตารางที่ 4 แสดงค่าร้อยละของแนวทางการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ของนักศึกษา
หลักสูตร 4 ปี ปีการศึกษา 2551 โดยจำแนกกลุ่มทำงานและกลุ่มไม่ทำงาน

ข้อมูลเบื้องต้น	จำนวน (N = 50) กลุ่มไม่ทำงาน	จำนวน (N = 50) กลุ่มทำงาน	รวมทั้งหมด (N=100)	ร้อยละ
1 นักศึกษาสนใจทีวีช่องใดมากที่สุด				
ทีวีช่อง 3	21	20	41	41.00
ทีวีช่อง 5	7	5	12	12.00
ทีวีช่อง 7	11	12	23	23.00
ทีวีช่อง 9	6	5	11	11.00
ทีวีช่อง NBT (ช่อง 11 เดิม)	3	3	6	6.00
ทีวีช่อง TBBS	2	5	7	7.00
2 รายการทีวีรายการใดที่นักศึกษาสนใจมากที่สุด				
รายการข่าว	5	4	9	9.00
รายการเกมส์โชว์	6	10	16	16.00
รายการละครหลังข่าว	12	12	24	24.00
รายการทอล์คโชว์	9	9	18	18.00
รายการสารคดี	4	4	8	8.00
รายการ show แข่งขันต่างๆ	8	7	15	15.00
รายการวาไรตี้	6	4	10	10.00
3 ช่วยเวลาที่นักศึกษาดูทีวีมากที่สุด				
06.00 น – 10.00 น	18	3	21	21.00
11.00 น - 15.00 น	2	2	4	4.00
17.00 น – 20.00น	4	14	18	18.00
21.00 น - 24.00 น	25	27	52	52.00
24.000 เป็นต้นไป	1	4	5	5.00
4 สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ที่นักศึกษาสนใจมากที่สุด				
ประเภทใด				
หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ	16	16	32	32.00
หนังสือพิมพ์เดลินิวส์	9	4	13	13.00
หนังสือพิมพ์มติชน	7	8	15	15.00
นิตยสาร Magazine	4	11	15	15.00
นิตยสารประเภทการศึกษา	7	3	10	10.00
นิตยสารประเภทบันเทิง	7	8	15	15.00

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ข้อมูลเบื้องต้น	จำนวน (N = 50) กลุ่มไม่ทำงาน	จำนวน (N = 50) กลุ่มทำงาน	รวมทั้งหมด (N=100)	ร้อยละ
5 คลื่นวิทยุที่นักศึกษาสนใจฟัง				
89 BANANA FM	2	-	2	2.00
93 Cool FM	4	-	4	4.00
95 ลูกทุ่งมหานคร	3	1	4	4.00
97.5 SEED FM	7	20	27	27.00
95.5 VIRGIN HITZ	5	21	26	26.00
90 SPORT RADIO	9	5	14	14.00
89.5 VIRGIN SOFT	12	3	15	15.00
91.5 HOT WAVE	8	-	8	8.00
6 สื่อประเภทใดมีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเลือกสถาบันการศึกษา				
เพื่อน	15	16	31	31.00
รุ่นพี่ที่เรียนอยู่	13	11	24	24.00
บิดามารดา ผู้ปกครอง	7	5	12	12.00
อาจารย์สถาบันการศึกษาเดิม	9	10	19	19.00
จดหมาย ถึงตัวนักศึกษา	6	8	14	14.00
7 เว็บไซต์ที่นักศึกษาใช้เป็นฐานในการศึกษาข้อมูลการศึกษาต่างๆ				
M.Thai	9	3	12	12.00
Sanook	15	25	40	40.00
Dak-D	7	6	13	13.00
Kapook	8	14	22	22.00
Pantip	11	2	13	13.00
8 ช่วงเวลาที่นักศึกษาหาข้อมูลจากเว็บไซต์มากที่สุด				
9.00 – 11.00 น.	4	1	5	5.00
12.00 – 15.00 น.	11	2	13	15.00
16.00 – 19.00 น.	16	5	21	21.00
20.00 – 24.00 น.	12	28	40	40.00
24.00 น. เป็นต้นไป	7	14	21	21.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจทีวีช่อง 3 มากที่สุดร้อยละ 41 รองลงมาจากมากที่สุดคือ ทีวีช่อง 7 ช่อง 5 และช่อง 9 รายการทีวีที่นักศึกษาสนใจมากที่สุดคือ รายการละคร หลังข่าวร้อยละ 24.00 น. รองลงมาคือรายการ ทอล์คโชว์ และเกมส์โชว์ ช่วงเวลาที่นักศึกษาดูทีวีมากที่สุดคือเวลา 21.00 น. – 24.00 น. ถึงร้อยละ 52 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 06.00 น. – 10.00 น. และ 17.00 น. – 20.00 น. สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ที่นักศึกษาสนใจมากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ร้อยละ 32 รองลงมาเป็นหนังสือพิมพ์มติชน นิตยสาร Magazine และ นิตยสารประเภทบันเทิง คลื่นวิทยุที่นักศึกษาสนใจฟังคลื่น 97.5 Seed F.M. รองลงมาคือ

คลื่นวิทยุ 95.5 Virgin Hitz และที่พอๆ กันคือ 89.5 Virgin Soft, 90 Sport Radio และสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกสถาบันการศึกษา คือเพื่อนถึงร้อยละ 31 รองลงมาคือพี่ที่เรียนอยู่และอาจารย์จากสถาบันการศึกษาเดิมจดหมายถึงตัวนักศึกษา เว็บไซต์ที่นักศึกษาใช้เป็นฐานข้อมูลในการศึกษามากที่สุดคือ เว็บไซต์ Sanook.com รองลงมาคือ Kapook.com และที่สนใจพอๆ กันคือ Dek-D.com และ Pantip.com ช่วงเวลาที่นักศึกษาหาข้อมูลจากเว็บไซต์มากที่สุดคือ ช่วง 20.00 น. – 24.00 น. รองลงมาคือ 24.00 น. เป็นต้นไป และช่วงเวลา 16.00 – 19.00 น.

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม การรับรู้ข่าวสารข้อมูลของวิทยาลัยราชพฤกษ์ในปีการศึกษา 2550 และแนวทางการรับรู้ข่าวสารข้อมูลที่ผ่านมาสื่อประเภทต่าง ๆ ของนักศึกษาหลักสูตร 4 ปี ปีการศึกษา 2551 โดยจำแนกตามกลุ่มทำงานและไม่ทำงาน

ตารางที่ 5 ค่าร้อยละของสถานภาพส่วนตัวของนักศึกษาหลักสูตรต่อเนื่อง จำแนกตามกลุ่มทำงานและไม่ทำงาน

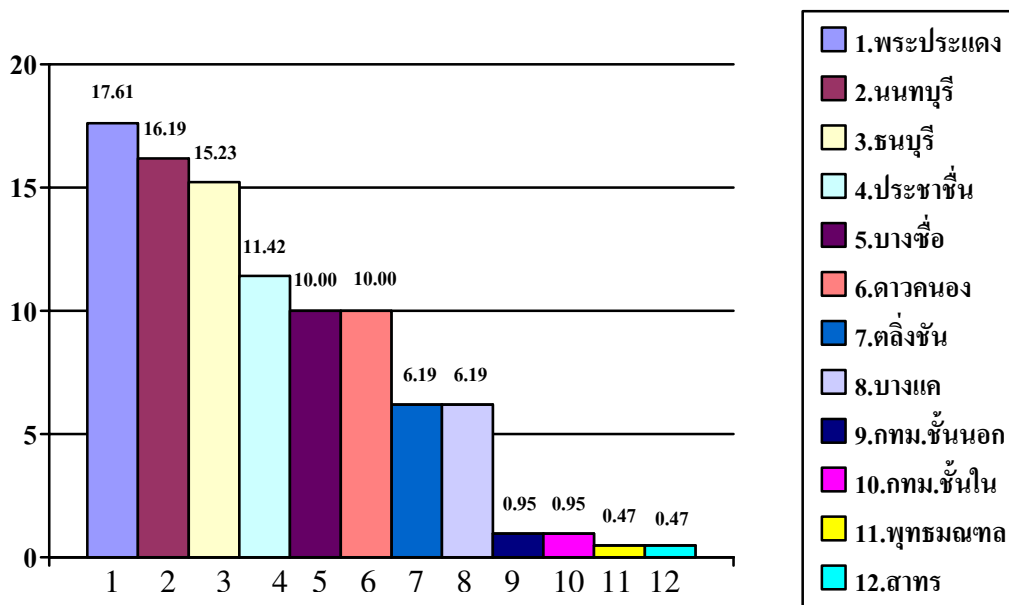
สถานภาพ	จำนวน (N = 140) กลุ่มไม่ทำงาน	จำนวน (N = 140) กลุ่มทำงาน	รวมทั้งหมด (N=280)	ร้อยละ
1 เพศ				
ชาย	45	54	99	35.35
หญิง	95	86	181	64.64
2 อายุ				
17 – 20 ปี	36	13	49	17.50
21 – 30 ปี	85	99	184	65.71
31 – 40 ปี	19	24	43	15.35
สูงกว่า 41 ปีขึ้นไป	-	4	4	1.42
3 บิดาประกอบอาชีพ				
รัฐวิสาหกิจ	42	39	81	28.92
รับราชการ	29	29	58	20.71
รับจ้าง	27	33	60	21.42
ธุรกิจส่วนตัว	9	11	20	7.14
ค้าขาย	26	25	51	18.21
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	7	3	10	3.57
4 มารดาประกอบอาชีพ				
รัฐวิสาหกิจ	19	23	42	15.00
รับราชการ	38	8	46	16.42
รับจ้าง	41	56	97	34.64
ธุรกิจส่วนตัว	16	10	26	9.28
ค้าขาย	24	40	64	22.85
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	2	3	5	1.78

ตารางที่ 5 (ต่อ)

สถานภาพ	จำนวน (N = 140) กลุ่มไม่ทำงาน	จำนวน (N = 140) กลุ่มทำงาน	รวมทั้งหมด (N=280)	ร้อยละ
5 รายได้ของครอบครัวต่อปี				
90,000 – 100,000	23	56	79	28.21
110,000 – 150,000	76	48	124	44.28
160,000 – 190,000	24	23	47	16.78
200,000 ขึ้นไป	17	13	30	10.71
6 สถานภาพครอบครัวปัจจุบัน				
บิดามารดาอยู่ด้วยกัน	17	21	38	13.57
แยกกันอยู่ตามอาชีพ	61	60	121	43.21
หย่าร้าง	47	38	85	30.35
บิดาถึงแก่กรรม	3	2	5	1.78
มารดาถึงแก่กรรม	3	5	8	2.85
มารดาพิการ	2	3	5	1.78
บิดาพิการ	1	5	6	2.14
บิดาดกงาน	1	2	3	1.07
มารดาตกงาน	5	4	9	3.21
7 พื้นที่เขตที่พักอาศัยและบริเวณใกล้เคียง				
พื้นที่เขตรธนบุรี (ท่าพระ คลอง สาม ตลาดพลู วงเวียนใหญ่ สำเหร่)	19	24	43	15.35
พื้นที่เขตคลองสาน (บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ จรัลสนิทวงศ์)	16	13	29	10.00
พื้นที่เขตบางแค (ภาษีเจริญ หอนงแวม บางบอน เพชรเกษม)	8	10	18	6.19
พื้นที่เขตพุทธมณฑล (สาละวิน นครปฐม)	-	2	2	0.71
พื้นที่เขตพระประแดง (บางประกอก สุขสวัสดิ์ ประชาอุทิศ ทุ่งครุ ดาวคะนอง พระราม2 สมุทรปราการ พระสมุทรเจดีย์ บางนา)	36	13	49	17.50
พื้นที่เขตอำเภอเมืองนนทบุรี (บางกรวย บางใหญ่ ไทรน้อย)	23	22	45	16.07
พื้นที่กรุงเทพฯ ชั้นนอก (เขตจตุจักร ลาดพร้าว วังทองหลาง มีนบุรี คลองลำลูกกา)	-	1	1	0.35
พื้นที่กรุงเทพฯ ชั้นใน (เขตพระนคร สัมพันธวงศ์)	-	1	1	0.35
พื้นที่เขตสาทร (บางรัก สุขุมวิท)		1	1	0.35
พื้นที่เขตบางซื่อ (เตาปูน บางโพ บางซื่อน)	15	15	30	10.71
พื้นที่เขตประเวศ (บางกระบือ ราชวัตร ประชานิเวศน์ ประชาอนุถูล วงศ์สว่าง งามวงศ์วาน)	17	13	30	10.71

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นหญิงร้อยละ 64.64 มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี ร้อยละ 65.71 รองลงมา มีอายุระหว่าง 17 – 20 ปี และ 31 – 40 ปี พบว่าบิดาประกอบอาชีพ รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 28.92 รองลงมา มีอาชีพรับจ้าง รับราชการ และค้าขาย และพบว่ามารดา ประกอบอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 34.64 รองลงมา มีอาชีพค้าขายร้อยละ 22.85 และรัฐวิสาหกิจ รับราชการพบว่า พิจารณาตามรายได้ในครอบครัวพบว่า มีรายได้ต่อครอบครัวที่ 110,000 บาท – 150,000 บาท ร้อยละ 44.28 รองลงมาที่ 90,000 บาท – 100,000 บาท และ 160,000 บาท – 190,000 บาทขึ้นไป สถานภาพครอบครัวแยกกันอยู่ตามอาชีพ ร้อยละ 43.21 รองลงมาอยู่ด้วยกัน และหย่าร้าง และพบว่าเขตพื้นที่อาศัยนักศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในเขตพระประแดงร้อยละ 17.61 รองลงมาคือเขตนนทบุรี ร้อยละ 16.19 และเขตธนบุรี

แผนภูมิที่ 2 แสดงเขตพื้นที่พักอาศัยของนักศึกษาหลักสูตรต่อเนื่อง ปีการศึกษา 2551



ตารางที่ 6 ค่าร้อยละของการรับรู้ข่าวสารข้อมูลวิทยาลัยราชพฤกษ์ที่เคยลงประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ในปีการศึกษา 2550 ของนักศึกษาหลักสูตร ต่อเนื่อง ปีการศึกษา 2550 - 2551 โดยจำแนกตามกลุ่มทำงาน และไม่ทำงาน

ข้อมูลเบื้องต้น	จำนวน (N = 140) กลุ่มไม่ทำงาน	จำนวน (N = 140) กลุ่มทำงาน	รวมทั้งหมด (N=280)	ร้อยละ
1 นักศึกษาพบเห็นข้อมูลวิทยาลัยจากสื่อประเภท				
หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ	11	31	42	15.00
ทีวีช่อง 3	25	39	64	22.85
ทีวีช่อง 7	38	39	77	27.50
ป้ายกลางแจ้ง (Bill Board)	28	15	43	15.35
เว็บไซต์ของวิทยาลัย	38	16	54	19.28

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ข้อมูลเบื้องต้น	จำนวน (N = 140) กลุ่มไม่ทำงาน	จำนวน (N = 140) กลุ่มทำงาน	รวมทั้งหมด (N=280)	ร้อยละ
2 นักศึกษาสอบถามข้อมูลของวิทยาลัยโดยวิธีใดมากที่สุด				
โทรศัพท์ที่วิทยาลัย	66	61	127	45.35
อาจารย์จากวิทยาลัย	37	39	76	27.14
อาจารย์แนะแนวโรงเรียนเดิม	16	18	34	12.14
อาจารย์ที่ปรึกษาเดิม	21	22	43	15.35
3 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทหนังสือที่นักศึกษาเคยได้รับ ข้อมูลของวิทยาลัย				
หนังสือแพรวสุดสัปดาห์	46	36	82	29.28
หนังสือทีวีพูล	40	17	57	20.35
หนังสือ Eduzone	17	30	47	16.78
หนังสือ Do you know	18	27	45	16.07
หนังสือโลกการศึกษา	19	30	49	17.50
4 นักศึกษาตัดสินใจเรียนที่วิทยาลัยราชพฤกษ์เพราะ รับทราบข้อมูลจากที่ใดมากที่สุด				
เว็บไซต์วิทยาลัย	48	35	83	29.64
แผ่นปลิว	31	33	64	22.85
งานนิทรรศการต่าง ๆ	20	20	40	14.28
การบรรยายในห้องเรียน	41	52	93	33.21
5 นักศึกษาเห็นว่ามีวิธีการให้ข่าวสารข้อมูลของวิทยาลัย ราชพฤกษ์ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างไร				
ระบบโทรศัพท์	57	67	124	44.28
เว็บไซต์	33	37	70	25.00
แผ่นประชาสัมพันธ์	21	23	44	15.71
อุปกรณ์ในการออกนิทรรศการ	28	13	41	14.64

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบเห็นวิทยาลัยจากสื่อประเภททีวีช่อง 7 ร้อยละ 27.50 รองลงมาพบเห็นทางทีวีช่อง 3 และเว็บของเว็บไซต์วิทยาลัย และนักศึกษานักศึกษาใช้วิธีสอบถามข้อมูลวิทยาลัยทางโทรศัพท์มากที่สุดถึงร้อยละ 45.35 รองลงมาคือจากอาจารย์วิทยาลัยราชพฤกษ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาโรงเรียนเดิม สื่อประเภทหนังสือที่นักศึกษาได้รับข้อมูลของวิทยาลัย คือหนังสือแพรวสุดสัปดาห์ ร้อยละ 29.28 รองลงมาคือหนังสือทีวีพูล และหนังสือโลกการศึกษา นักศึกษาตัดสินใจเรียนที่วิทยาลัยเพราะรับทราบข้อมูลจากการบรรยายในห้องเรียนร้อยละ 33.21 รองลงมาคือจากเว็บไซต์วิทยาลัยและแผ่นปลิวและสิ่งที่วิทยาลัยควรปรับปรุงวิธีการให้ข่าวสารข้อมูลมากที่สุด คือระบบโทรศัพท์ ร้อยละ 52 รองลงมาคือเว็บไซต์วิทยาลัย

ตารางที่ 7 ค่าร้อยละของแนวทางการรับรู้ข่าวสารข้อมูลของนักศึกษาหลักสูตรต่อเนื่อง ปีการศึกษา 2550 - 2551 ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ที่จำแนกตามกลุ่มทำงานและไม่ทำงาน

ข้อมูลเบื้องต้น	จำนวน (N = 140) กลุ่มไม่ทำงาน	จำนวน (N = 140) กลุ่มทำงาน	รวมทั้งหมด (N=280)	ร้อยละ
1 นักศึกษาสนใจทีวีช่องใดมากที่สุด				
ทีวีช่อง 3	53	45	98	35.00
ทีวีช่อง 5	17	17	34	12.14
ทีวีช่อง 7	35	34	69	24.64
ทีวีช่อง 9	19	14	33	11.78
ทีวีช่อง NBT (ช่อง 11 เดิม)	8	16	24	8.57
ทีวีช่อง TBBS	8	14	22	7.85
2 รายการทีวีรายการใดที่นักศึกษาสนใจมากที่สุด				
รายการข่าว	24	12	36	12.85
รายการเกมส์โชว์	22	29	51	18.21
รายการละครทีวี	32	42	74	26.42
รายการทอล์คโชว์	17	18	35	12.50
รายการสารคดี	18	14	32	11.42
รายการ show แข่งขันต่างๆ	16	11	27	9.64
รายการวาไรตี้	11	14	25	8.92
3 ช่วยเวลาที่นักศึกษาดูทีวีมากที่สุด				
06.00 น – 10.00 น	12	12	24	8.57
11.00 น - 15.00 น	8	11	19	6.78
17.00 น – 20.00น	41	41	82	29.28
21.00 น - 24.00 น	62	66	128	45.71
24.000 เป็นต้นไป	17	10	27	9.64
4 สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ที่นักศึกษาสนใจมากที่สุดประเภทใด				
หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ	35	17	52	18.57
หนังสือพิมพ์เดลินิวส์	21	18	39	13.92
หนังสือพิมพ์มติชน	20	18	38	13.57
นิตยสาร Magazine	34	48	82	29.28
นิตยสารประเภทการศึกษา	11	20	31	11.07
นิตยสารประเภทบันเทิง	19	19	38	13.57
5 คลื่นวิทยุที่นักศึกษาสนใจฟัง				
89 BANANA FM	9	13	22	7.85
93 Cool FM	6	5	11	3.92
95 ลูกทุ่งมหานคร	9	15	24	8.57
97.5 SEED FM	10	22	32	11.42
95.5 VERJIN HIT	56	36	92	32.85
90 SPORT RADIO	8	13	21	7.50
89.5 VERJIN SOFT	24	23	47	16.78
91.5 HOT WAVE	18	13	31	11.07

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อมูลเบื้องต้น	จำนวน (N = 140) กลุ่มไม่ทำงาน	จำนวน (N = 140) กลุ่มทำงาน	รวมทั้งหมด (N=280)	ร้อยละ
6 สื่อประเภทใดมีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเลือกสถาบันการศึกษา				
เพื่อน	55	40	95	33.92
รุ่นพี่ที่เรียนอยู่	28	20	48	17.14
บิดามารดา ผู้ปกครอง	20	14	34	12.14
อาจารย์สถาบันการศึกษาเดิม	18	33	51	18.21
จดหมาย ถึงตัวนักศึกษา	19	33	52	18.57
7 เว็บไซต์ที่นักศึกษาใช้เป็นฐานในการศึกษาข้อมูลการศึกษาต่าง ๆ				
M.Thai	19	13	32	11.42
Sanook	51	48	99	35.35
Dak-D	9	12	21	7.50
Kapook	42	37	79	28.21
Pantip	19	30	49	17.50
8 ช่วงเวลาที่นักศึกษาหาข้อมูลจากเว็บไซต์มากที่สุด				
9.00 – 11.00 น.	9	13	22	7.85
12.00 – 15.00 น.	27	28	55	19.64
16.00 – 19.00 น.	19	25	44	15.71
20.00 – 24.00 น.	52	46	98	35.00
24.00 น. เป็นต้นไป	33	28	61	21.78

จากตารางที่ 7 พบว่านักศึกษาสงสัยใจทีวีช่อง 3 มากที่สุด รองลงมาเป็นช่อง 7 และช่อง 5 รายการทีวีที่นักศึกษาสงสัยใจมากที่สุด คือรายการละครทีวีหลังข่าวรองลงมาเป็นเกมส์โชว์ และรายการข่าว ช่วงเวลาที่นักศึกษาคูทีวีมากที่สุดคือ เวลา 21.00 น. – 24.00 น. รองลงมาคือช่วง 24.00 น. เป็นต้นไปและ 06.00 น. – 10.00 น. สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ที่นักศึกษาสงสัยใจมากที่สุดคือ นิตยสาร Magazine รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คลื่นวิทยุที่นักศึกษาสงสัยใจฟังคือ 95.5 Vergin Hitz รองลงมาคือ 89.5 Vergin Soft และ 91.5 Hot Wave สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันการศึกษาคือ เพื่อน ร้อยละ 33.92 รองลงมาคืออาจารย์จากสถาบันเดิมและเว็บไซต์ที่นักศึกษาใช้เป็นฐานข้อมูลในการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ คือ เว็บไซต์ Sanook ช่วงเวลาศึกษาหาข้อมูลจากเว็บไซต์มากที่สุดคือเวลา 24.00 น. เป็นต้นไป

ตอนที่ 2 ผลการแสดงความคิดเห็นของผู้แทนสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ที่มีต่อแนวทางการ
ประชาสัมพันธ์วิทยาลัยราชพฤกษ์

ข้อคำถาม	สื่อมวลชนคนที่ 1	สื่อมวลชนคนที่ 2	สื่อมวลชนคนที่ 3	สื่อมวลชนคนที่ 4
1.การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อสถาบันการศึกษาอย่างไร	- เป็นการเผยแพร่ข้อมูล แต่ต้องทำติดต่อกันเพื่อย้ำเตือนให้เกิดการรับรู้โดยเฉพาะการดำเนินงานด้านการศึกษาดูต้องแสดงตนให้คนภายนอกรู้จักชื่อให้มากที่สุด	- การจัดการศึกษาคำนี้ถึงปริมาณ In Put และ Out Put นั่นคือจะต้องตั้งเป้าว่ามีเข้ามาเท่าไรทางไหนบ้างและกลุ่มเป้าหมายอยู่ทางไหนลงเจาะให้ถึงกลุ่มและ Out Put ที่ออกไป อยู่ที่ไหนต้องตามติดเพื่อเป็นฐานในการประชาสัมพันธ์ที่แสดงถึงความมั่นคง	- มีความสำคัญที่ทำให้คนรู้จักถ้าไม่บอกเล่าสู่ภายนอก บุคคลภายนอกจะไม่รู้ว่าคือใครทำอะไรจะนั่นสื่อมีความสำคัญต่องานประชาสัมพันธ์มากที่สุด	- เป็นการแข่งขันโอกาสที่จะบอกเล่าแนะนำตนเองให้บุคคลภายนอกได้รับรู้โดยเฉพาะการศึกษาต้องอาศัยสื่อต่าง ๆ ในการเผยแพร่ข้อมูลให้มากที่สุด
2.ผู้สื่อข่าวมีมุมมองต่อวิทยาลัยราชพฤกษ์อย่างไร	- เป็นสถาบันใหม่มีชื่อเสียงเปรียบกว่าสถาบันที่ตั้งมานานซึ่งความใหม่สามารถนำมาสร้างจุดประชาสัมพันธ์ในด้านสถานที่อุปกรณ์ให้เห็นภาพของความใหม่ที่มีประสิทธิภาพได้เป็นอย่างดี	- อยู่ในแหล่งอารยธรรมท้องถิ่นที่สามารถดึงมาสร้างจุดแข็งทางวิชาการการเรียนรู้ร่วมกับชุมชนและเร่งแสดงผลงานให้เร็วที่สุดจะเป็นการดี	- อยู่ในสถานที่อากาศดี สวยงาม ผู้ปกครองจะพึงพอใจกับการห่างไกลสิ่งชั่วอยู่ในใจกลางเมือง ต้องแทรกที่ความคิดของนักศึกษาให้มากที่สุด	- ควรสร้างเอกลักษณ์ของวิทยาลัยให้เด่นในด้านแหล่งเรียนรู้จากชุมชนให้มีความรู้ใหม่ที่สร้างความเป็นหนึ่งให้แก่วิทยาลัย

ข้อความ	สื่อมวลชนคนที่ 1	สื่อมวลชนคนที่ 2	สื่อมวลชนคนที่ 3	สื่อมวลชนคนที่ 4
3. สื่อมวลชนมีความคิดเห็นต่อสถาบันการศึกษาใหม่อย่างไร	- ความใหม่ทำให้ไม่มีคนรู้จักมากนักต้องใช้สื่อทุกประเภทให้มากที่สุดและชุมชนพื้นที่ที่สามารถใช้เป็นฐานในการเผยแพร่ชื่อเสียงของวิทยาลัยได้	- ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ต้องทันต่อเหตุการณ์ในการแทรกกลังสื่อทุกประเภทให้มากที่สุดเพราะความใหม่จะไม่มีคนรู้จักแต่จะมีข้อดีคือเป็นจุดสนใจง่ายควรใช้จุดนี้เร่งประชาสัมพันธ์ผ่านทุกสื่อ	- มีดีกรอบห้องเรียนดูดีไม่แออัดสิ่งแวดล้อมดีเป็นจุดแข็งที่สามารถประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะนักศึกษาไปวิทยาลัย	- ขาดความเชื่อถือต้องสร้างนักศึกษา ครู – อาจารย์ ให้มีผลงานทางวิชาการและกิจกรรมทักษะความสามารถให้เร็วที่สุด
4. วิทยาลัยราชพฤกษ์ควรวางแผนทางการประชาสัมพันธ์อย่างไร	- สร้างความคุ้นเคยและใช้สื่อเป็นฐานของตนเองให้มากที่สุด อาจจัดการพบปะสังสรรค์กับสื่อต่าง ๆ และกระจายชื่อเสียงให้รอบทิศในจุดที่ตั้งของวิทยาลัยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขึ้นและกระทำอย่างสม่ำเสมอ	- ต้องสร้างฐานให้แข็งแกร่งจากชุมชนนักศึกษาครู-อาจารย์โดยเฉพาะนักศึกษาต้องมีความร่วมมือและมีทิศทางเดียวกัน โดยวิธีการสร้างเครือข่ายระหว่างเพื่อนต่อเพื่อน พี่กับน้องให้แข็งแกร่ง	- ต้องมุ่งดำเนินการทั้งบนดินและใต้ดินงานประชาสัมพันธ์ต้องมีความไวและคล่องตัวต่อการดำเนินงานทุกสถานการณ์ซึ่งต้องตั้งอยู่บนฐานของความเสถียรที่ต้องกล้าลงทุน	- สื่อทุกชนิดมีความสำคัญอย่างยิ่งต้องสร้างเครือข่ายและดึงสื่อมาเป็นแนวร่วมโดยเริ่มจากการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีร่วมกัน ทั้งทางการพบปะพูดคุยและเชิญร่วมงานต่าง ๆ ของวิทยาลัยหรือจัดกิจกรรมพิเศษ

จากข้อมูลการแสดงความคิดเห็นของผู้แทนสื่อมวลชนทั้ง 4 แขนง สรุปได้ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อสถาบันการศึกษา เพราะเป็นการเผยแพร่ข้อมูลที่ต้องทำติดต่อกัน เพื่อประชาสัมพันธ์ให้เกิดการรับรู้และการจัดการศึกษาค้นคว้า คำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายและ

ต้องตั้งเป้าหมายว่าจะมีมาเท่าไร ต้องมีฐานข้อมูลติดตามเพื่อเป็นฐานประชาสัมพันธ์ถึงความมั่นคง

2. มุมมองที่ผู้สื่อข่าวมีต่อวิทยาลัยราชพฤกษ์ เป็นสถาบันใหม่ที่เสียเปรียบเรื่องฐานชื่อเสียง แต่มีข้อได้เปรียบที่ความใหม่และอยู่ในแหล่งอารยธรรมท้องถิ่นห่างไกลจากสิ่งชั่วร้าย สามารถสร้างแหล่งเรียนรู้จากชุมชนนำมาเป็นจุดขายได้

3. สื่อมวลชนมีความคิดเห็นต่อสถาบันการศึกษาใหม่ ที่มีสถานที่ไม่แออัด สิ่งแวดล้อมที่สามารถสร้างเป็นจุดขายได้ และความใหม่ทำให้ไม่ได้รับความเชื่อถือมากนัก วิทยาลัยต้องสร้างนักศึกษา ครู-อาจารย์ ให้มีผลงานทางวิชาการและกิจกรรมทักษะความสามารถให้เร็วที่สุด ผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ต้องไวและทันต่อเหตุการณ์

4. วิทยาลัยราชพฤกษ์ ควรวางแผนทางการประชาสัมพันธ์ด้วยการสร้างความคุ้นเคยกับสื่อทุกชนิดพยายามดึงสื่อมาเป็นฐานข้อมูลและสร้างเครือข่ายระหว่างเพื่อนต่อเพื่อน พี่กับน้องในกลุ่มนักศึกษาให้แข็งแกร่ง และควรดึงชุมชนเข้าร่วมกิจกรรมให้มากที่สุด งานประชาสัมพันธ์ต้องกระจายข้อมูลให้กว้างและให้มีพื้นที่ได้มากที่สุด

บทที่ 5

สรุปการอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องแนวทางการประชาสัมพันธ์ตามคุณลักษณะ ของนักศึกษาวิทยาลัยราชพฤกษ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์ตามคุณลักษณะของนักศึกษาวิทยาลัยราชพฤกษ์ และศึกษาถึงช่องทางการรับรู้ข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกกลุ่ม โดยใช้ตาราง Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 96% ได้ตัวอย่างทั้งหมด 385 คน จากนั้น สุ่มเป็นสัดส่วนได้กลุ่มทำงาน 137 คน และกลุ่มไม่ทำงาน 248 คน ซึ่งเป็นนักศึกษาของวิทยาลัยราชพฤกษ์ปีการศึกษา 2551 ระดับปริญญาตรี หลักสูตร 4 ปี และระดับปริญญาตรี หลักสูตรต่อเนื่อง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยแบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสถานภาพส่วนตัว ตามคุณลักษณะของนักศึกษาปีการศึกษา 2551 เป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมี 3 ส่วน ส่วนที่ 1) สอบถามสถานภาพส่วนตัว ที่เกี่ยวกับ เพศ อายุ วิชา อาชีพบิดา อาชีพมารดา รายได้บิดาและรายได้มารดาต่อปี สถานภาพของครอบครัว พื้นที่อยู่อาศัยจำนวน 7 ข้อ ส่วนที่ 2) แบบสอบถามการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยราชพฤกษ์ที่ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ในปีการศึกษา 2550 จำนวน 6 ข้อ ส่วนที่ 3) แบบสอบถามแนวทางการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ของนักศึกษาปีการศึกษา 2551 จำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้แทนสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ที่มาเยี่ยมชมวิทยาลัยโดยกำหนดหัวข้อ คือ 1)การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อสถาบันการศึกษาอย่างไร 2) ผู้สื่อข่าวนั้นมีแนวคิดและทัศนคติต่อวิทยาลัยราชพฤกษ์อย่างไร 3) สื่อมวลชนมีความคิดเห็นต่อสถาบันการศึกษาใหม่ควรมีจุดเด่นอย่างไร 4) วิทยาลัยราชพฤกษ์ควรสร้างแนวทางการประชาสัมพันธ์ในลักษณะใด

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้นักเรียนนักศึกษาในระดับปริญญาตรีหลักสูตร 4 ปี และหลักสูตรต่อเนื่องในวันขึ้นทะเบียนนักศึกษา วันที่ 26 -28 มีนาคม 2551 ด้วยตนเอง นำแบบสอบถามมาตรวจสอบรายการ เรียงลำดับคำร้อยละ โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ตามหัวข้อของแบบสอบถามที่ตั้งไว้

2. สัมภาษณ์ผู้แทนสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ จำนวน 4 ท่าน ในวันที่ 9 พฤษภาคม 2551 ณ วิทยาลัยราชพฤกษ์ โดยเก็บประเด็นสำคัญตามหัวข้อในการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้แทนสื่อที่มีต่อวิทยาลัยราชพฤกษ์นำข้อมูลมาจัดเรียงลำดับความสำคัญ

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1.1 สถานภาพส่วนตัวตามคุณลักษณะของนักศึกษาผลวิจัยพบว่า

1.1.1 กลุ่มไม่ทำงานในหลักสูตร 4 ปีพบว่า เป็นเพศชายมากที่สุดมีอายุระหว่าง 17 – 20 ปี บิดามารดา ประกอบอาชีพรัฐวิสาหกิจ และอยู่ในครอบครัวที่บิดามารดาอยู่ด้วยกัน มีรายได้ที่ 110,000 – 150,000 บาท มีพื้นที่อยู่อาศัยในเขตธนบุรีเป็นส่วนใหญ่ ส่วนหลักสูตรต่อเนื่องเป็นเพศหญิงมากที่สุดมีอายุ 17 -20 ปี บิดาประกอบอาชีพรัฐวิสาหกิจ มารดาประกอบอาชีพรับจ้าง มีรายได้ต่อครอบครัวที่ 110,000 – 150,000 บาท สถานภาพครอบครัวบิดามารดาอยู่ด้วยกัน และมีพื้นที่อาศัยในเขตธนบุรีมากที่สุด

1.1.2 กลุ่มทำงานแล้วในหลักสูตร 4 ปี พบว่าเป็นหญิงมากที่สุดมีอายุในช่วง 17 – 30 ปี บิดาประกอบอาชีพรับจ้าง มารดาประกอบอาชีพค้าขายมีรายได้ในครอบครัว 110,000 – 150,000 บาทต่อปี และมีสถานภาพครอบครัวหย่าร้าง มีเขตพื้นที่อยู่อาศัยในเขตพระประแดงมากที่สุด ส่วนหลักสูตรต่อเนื่องพบว่า เป็นเพศชายมากที่สุด มีอายุระหว่าง 21 -30 ปี บิดาประกอบอาชีพรัฐวิสาหกิจ และมารดามีอาชีพค้าขายมีรายได้ในครอบครัวที่ 110,000 – 150,000 บาท สถานภาพครอบครัวแยกกันอยู่ตามอาชีพและมีเขตพื้นที่อยู่อาศัยในเขตธนบุรีมากที่สุด

เมื่อพิจารณาโดยรวมถึงคุณลักษณะของนักศึกษาแล้วจะเห็นว่าสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นนักศึกษากลุ่มที่ทำงานแล้วจะอยู่ในสภาพแวดล้อมเดียวกันคือฐานะทางครอบครัว ไม่นักมีอายุในช่วงที่สูงขึ้นกว่าเกณฑ์การศึกษาที่กำหนด ส่วนนักศึกษาที่ไม่ได้ทำงานจะมีสภาพครอบครัวที่อยู่ในฐานะปานกลางและบิดามารดาประกอบอาชีพที่มีความมั่นคง มีสภาพครอบครัวทั้งบิดามารดาอยู่ด้วยกันและมีอายุอยู่ในเกณฑ์การศึกษาตามกำหนด และจำนวน นักศึกษาของวิทยาลัยราชพฤกษ์ กลุ่มผู้ที่ทำงานแล้วมีจำนวนสูงกว่าผู้ยังไม่ได้ทำงาน

1.2 การรับรู้ข่าวสารของวิทยาลัยราชพฤกษ์ที่ลงประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ในปีการศึกษา 2550 ในภาพรวมพบว่านักศึกษาหลักสูตร 4 ปี และหลักสูตรต่อเนื่องรับรู้ข้อมูลจากสื่อประเภททีวีช่อง 3 และช่อง 7 มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนสื่อประเภทหนังสือ พบว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และหนังสือโลกการศึกษา นักศึกษาได้พบเห็นมีค่าเฉลี่ยรองลงมาและนักศึกษานิเทศศาสตร์ใช้วิธีการสอบถามข้อมูลและติดต่อกับวิทยาลัยทางโทรศัพท์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มผู้ไม่ทำงานและกลุ่มทำงานแล้ว พบประเด็นการรับรู้ข่าวสารที่เหมือนกันดังนี้

กลุ่มไม่ทำงานและกลุ่มทำงาน นักศึกษาพบเห็นข้อมูลการประชาสัมพันธ์ทางทีวีช่อง 3 และช่อง 7 และใช้วิธีสอบถามข้อมูลจากวิทยาลัยด้วยการโทรศัพท์ถามที่วิทยาลัยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด นักศึกษาตัดสินใจเลือกเรียนที่ราชพฤกษ์เพราะรับรู้ข้อมูลจากงานนิทรรศการต่าง ๆ และบรรยายในห้องเรียนมีค่าเฉลี่ยสูงสุดและสิ่งที่นักศึกษาแสดงความคิดเห็น ควรปรับปรุงระบบการให้ข้อมูลข่าวสารคือระบบโทรศัพท์

1.3 แนวทางการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ของนักศึกษาปีการศึกษา 2551 พบว่านักศึกษาหลักสูตร 4 ปีและหลักสูตรต่อเนื่อง มีแนวทางการรับรู้ข้อมูลจากสื่อประเภททีวีช่อง 3 มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และรายการที่นักศึกษาสนใจคือรายการละครหลังข่าว โดยมีช่วงเวลาในการรับรู้ข้อมูล 21.00 น. – 24.00 น. ส่วนสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ นิตยสารบันเทิง และนิตยสารการศึกษาเป็นสื่อที่นักศึกษาให้ความสนใจมีค่าเฉลี่ยรองลงมา และคลื่นวิทยุที่นักศึกษาสนใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คลื่นวิทยุ 97.5 Seed F.M. และ 95.5 Virgin Hitz สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกสถาบันการศึกษาคือเพื่อนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด และฐานข้อมูลที่นักศึกษาใช้ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ คือเว็บไซต์ Sanook.com ช่วงเวลาที่ศึกษาหาข้อมูลจากเว็บไซต์เวลา 24.00 น. เป็นต้นไปมีค่าเฉลี่ยสูงสุด เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มไม่ทำงานและกลุ่มผู้ทำงานแล้ว พบประเด็นที่สำคัญดังนี้

กลุ่มทำงานและกลุ่มไม่ทำงาน มีค่าเฉลี่ยแนวทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสูงสุดที่เหมือนกันคือทางทีวีช่อง 3 และเป็นรายการละครหลังข่าวในช่วงเวลา 21.00 น. – 24.00 น. สูงสุดและสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์ไทยรัฐเป็นสื่อที่นักศึกษาสนใจ นักศึกษาจะศึกษาข้อมูลจากเว็บไซต์ที่นักศึกษาใช้ในการหาข้อมูลคือเว็บ Sanook.com และเพื่อนมีผลต่อการตัดสินใจต่อการเลือกสถาบันการศึกษามากที่สุด แนวทางการรับรู้ข่าวสารของกลุ่มทำงานและกลุ่มไม่ทำงาน ที่มีความต่างกันคือหนังสือประเภทนิตยสารบันเทิง นักศึกษากลุ่มทำงานจะให้ความสนใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด และช่วงเวลาค้นหาข้อมูลในเว็บไซด์กลุ่มไม่ทำงานจะใช้ช่วงเวลา 21.00 น. – 24.00 น. มากที่สุด ส่วนกลุ่มทำงานแล้วจะใช้ช่วงเวลา 24.00 น. เป็นต้นไป

อภิปรายผลการวิจัย

1.1 คุณลักษณะของนักศึกษาในปีการศึกษา 2551 จากการวิจัยพบว่าคุณลักษณะในภาพรวมหลักสูตร 4 ปี และหลักสูตรต่อเนื่องมีฐานะครอบครัวในระดับปานกลาง และอยู่ในสภาพ

ครอบครัวที่ย่ำร้าง หรือผู้ปกครองแยกกันอยู่ตามอาชีพค่อนข้างมาก ในหลักสูตร 4 ปีเป็นเพศชาย มีจำนวนมากกว่าเพศหญิง และหลักสูตรต่อเนื่องเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มผู้ไม่ทำงานกับกลุ่มผู้ทำงาน ผู้วิจัยมีประเด็นที่จะนำมาอภิปรายดังนี้

1.1.1 กลุ่มไม่ทำงานในหลักสูตร 4 ปีพบว่า เป็นเพศชายมากที่สุดมีอายุระหว่าง 17 – 20 ปี บิดามารดา ประกอบอาชีพรัฐวิสาหกิจ และอยู่ในครอบครัวที่บิดามารดาอยู่ด้วยกัน มีรายได้ที่ 110,000 – 150,000 บาท มีพื้นที่อยู่อาศัยในเขตธนบุรีเป็นส่วนใหญ่ ส่วนหลักสูตรต่อเนื่องเป็นเพศหญิงมากที่สุดมีอายุ 17 -20 ปี บิดาประกอบอาชีพรัฐวิสาหกิจ มารดาประกอบอาชีพรับจ้าง มีรายได้ต่อครอบครัวที่ 110,000 – 150,000 บาท สถานภาพครอบครัวบิดามารดาอยู่ด้วยกัน และมีพื้นที่อาศัยในเขตนนทบุรีมากที่สุด

1.1.2 กลุ่มทำงานแล้วในหลักสูตร 4 ปี พบว่าเป็นหญิงมากที่สุดมีอายุในช่วง 17 – 30 ปี บิดาประกอบอาชีพรับจ้าง มารดาประกอบอาชีพค้าขายมีรายได้ในครอบครัว 110,000 – 150,000 บาทต่อปี และมีสถานภาพครอบครัวหย่าร้าง มีเขตพื้นที่อยู่อาศัยในเขตพระประแดงมากที่สุด ส่วนหลักสูตรต่อเนื่องพบว่า เป็นเพศชายมากที่สุด มีอายุระหว่าง 21 -30 ปี บิดาประกอบอาชีพรัฐวิสาหกิจ และมารดามีอาชีพค้าขายมีรายได้ในครอบครัวที่ 110,000 – 150,000 บาท สภาพครอบครัวแยกกันอยู่ตามอาชีพและมีเขตพื้นที่อยู่อาศัยในเขตธนบุรีมากที่สุด

เมื่อพิจารณาโดยรวมถึงคุณลักษณะของนักศึกษาแล้วจะเห็นว่าสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้น นักศึกษากลุ่มที่ทำงานแล้วจะอยู่ในสภาพแวดล้อมเดียวกันคือฐานะทางครอบครัวไม่คือนักมีอายุในช่วงที่สูงขึ้นกว่าเกณฑ์การศึกษาที่กำหนด ส่วนนักศึกษาที่ไม่ได้ทำงานจะมีสภาพครอบครัวที่อยู่ในฐานะปานกลางและบิดามารดาประกอบอาชีพที่มีความมั่นคง มีสภาพครอบครัวทั้งบิดามารดาอยู่ด้วยกันและมีอายุอยู่ในเกณฑ์การศึกษาตามกำหนด และจำนวนนักศึกษาของวิทยาลัยราชพฤกษ์ กลุ่มผู้ทำงานแล้วมีจำนวนสูงกว่าผู้ยังไม่ได้ทำงาน

1.2 การรับรู้ข่าวสารของวิทยาลัยราชพฤกษ์ที่ลงประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ในปีการศึกษา 2550 ในภาพรวมพบว่านักศึกษาหลักสูตร 4 ปี และหลักสูตรต่อเนื่องรับรู้ข้อมูลจากสื่อประเภททีวีช่อง 3 และช่อง 7 มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ส่วนสื่อประเภทหนังสือ พบว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และหนังสือโลกการศึกษา นักศึกษาได้พบเห็นมีค่าเฉลี่ยรองลงมาใช้วิธีการสอบถามข้อมูลและติดต่อกับวิทยาลัยทางโทรศัพท์มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มผู้ไม่ทำงานและกลุ่มทำงานแล้ว พบประเด็นการรับรู้ข่าวสารที่เหมือนกันดังนี้

กลุ่มไม่ทำงานและกลุ่มทำงาน นักศึกษาพบเห็นข้อมูลการประชาสัมพันธ์ทางทีวีช่อง 3 และช่อง 7 และใช้วิธีสอบถามข้อมูลจากวิทยาลัยด้วยการ โทรศัพท์ถามที่วิทยาลัยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด นักศึกษาดัดสินใจเลือกเรียนที่ราชพฤกษ์เพราะรับรู้ข้อมูลจากงานนิทรรศการต่าง ๆ และบรรยายในห้องเรียนมีค่าเฉลี่ยสูงสุดและสิ่งที่นักศึกษาแสดงความคิดเห็น ควรปรับปรุงระบบการให้ข้อมูลข่าวสารคือระบบโทรศัพท์

ดังนั้น สิ่งทำงานประชาสัมพันธ์ควรดำเนินการในปีการศึกษา 2551 คือการลงประชาสัมพันธ์ทางสื่อประเภททีวี และเน้นหนักที่การประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการบรรยายในห้องเรียนเพื่อให้ถึงกลุ่มเป้าหมายหลักสูตร 4 ปี ให้มีปริมาณเพิ่มขึ้นและนักศึกษากลุ่มทำงานแล้วมีจำนวนมากค่าเฉลี่ยในการศึกษาในหลักสูตรต่อเนื่องสูงมาก ซึ่งมาจากระดับ ปวส. ของสถาบันในเครือฯ และโรงเรียนพาณิชย์เอกชนเป็นส่วนใหญ่จึงควรใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ให้ถึงตัวนักศึกษา

จากผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มพูน (2543:88-89) ที่กล่าวว่าสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทคำพูดด้วยการอาศัยบุคคล เป็นเครื่องมือสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนมากที่สุด มีความสะดวกและประหยัด และสื่อที่สามารถเข้าถึงเป้าหมายที่กว้างและรวดเร็วที่สุดคือประเภทโทรทัศน์และคลื่นวิทยุ

1.3 แนวทางการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ของนักศึกษาปีการศึกษา 2551 พบว่า นักศึกษาหลักสูตร 4 ปีและหลักสูตรต่อเนื่อง มีแนวทางการรับรู้ข้อมูลจากสื่อประเภททีวีช่อง 3 มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และรายการทีวีที่นักศึกษาสนใจคือรายการละครหลังข่าว โดยมีช่วงเวลาในการรับรู้ข้อมูล 21.00 น. – 24.00 น. ส่วนสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ นิตยสารบันเทิง และนิตยสารการศึกษาเป็นสื่อที่นักศึกษาให้ความสนใจมีค่าเฉลี่ยรองลงมา และคลื่นวิทยุที่นักศึกษาสนใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คลื่นวิทยุ 97.5 Seed F.M. และ 95.5 Virgin Hitz สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกสถาบันการศึกษาคือเพื่อนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด และฐานข้อมูลที่นักศึกษาใช้ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ คือเว็บไซต์ Sanook.com ช่วงเวลาที่ศึกษาหาข้อมูลจากเว็บไซต์เวลา 24.00 น. เป็นต้นไปมีค่าเฉลี่ยสูงสุด เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มไม่ทำงานและกลุ่มผู้ทำงานแล้ว พบประเด็นที่สำคัญดังนี้

กลุ่มทำงานและกลุ่มไม่ทำงาน มีค่าเฉลี่ยแนวทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสูงสุดที่เหมือนกันคือทางทีวีช่อง 3 และเป็นรายการละครหลังข่าวในช่วงเวลา 21.00 น. – 24.00 น. สูงสุดและสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์ไทยรัฐเป็นสื่อที่นักศึกษาสนใจ นักศึกษาจะศึกษาข้อมูลจากเว็บไซต์ที่นักศึกษาใช้ในการหาข้อมูลคือเว็บ Sanook.com และเพื่อนมีผลต่อการตัดสินใจต่อการเลือกสถาบันการศึกษามากที่สุด แนวทางการรับรู้ข่าวสารของกลุ่มทำงานและกลุ่มไม่ทำงาน ที่มีความต่างกันคือหนังสือประเภทนิตยสารบันเทิง นักศึกษากลุ่มทำงานจะให้ความสนใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด และช่วงเวลาค้นหาข้อมูลในเว็บไซด์กลุ่มไม่ทำงานจะใช้ช่วงเวลา 21.00 น. – 24.00 น. มากที่สุด ส่วนกลุ่มทำงานแล้วจะใช้ช่วงเวลา 24.00 น. เป็นต้นไป

แนวทางการรับรู้ข่าวสารของนักศึกษาทั้ง 2 กลุ่มเป็นข้อมูลทำงานประชาสัมพันธ์ในปีการศึกษา 2551 ควรมีการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ และเลือกสื่อประเภททีวีให้มากขึ้น และช่วงเวลาในการใช้สื่อควรเป็นช่วงเวลา 21.00 น. – 24.00 น. ส่วนเว็บไซต์ควรเป็นช่วงเวลาในการใช้สื่อช่วงเวลา 22.00 น. เป็นต้นไป และการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลของนักศึกษาปัจจุบันซึ่งเป็นกลุ่มจากที่ทำงานต่าง ๆ และกลุ่มเพื่อนในระดับการศึกษามัธยมศึกษาต่างๆ ฉะนั้นจึงควรมีกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบกิจกรรมกลุ่ม หรือแทรกตัวไปที่การ

ประชาสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อนต่อเพื่อน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความสำคัญในการวางแผนประชาสัมพันธ์ ของแฟรงค์ เจฟกินส์ (อ้างในเรื่องกิตต์ เหลืองสกุลทอง 2542 : 35) ที่กล่าวถึงขั้นตอนการวางแผนประชาสัมพันธ์ด้วยการสำรวจข้อมูล กำหนดกลุ่มเป้าหมายแล้วจัดกิจกรรมและสื่อที่ใช้ให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสามารถกำหนดกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์ที่เจาะที่กลุ่มเป้าหมายเป็นรายกลุ่มได้มากขึ้น โดยใช้วิธีการบรรยายแนะแนวเป็นกลุ่ม

2. การแสดงความคิดเห็นของผู้แทนสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ที่มีต่อแนวทางการประชาสัมพันธ์วิทยาลัย ในภาพรวมพบว่าผู้แทนสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ได้ให้ความคิดเห็นดังนี้ 1) ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพราะเป็นการบอกเล่าและแนะนำให้บุคคลภายนอกได้รู้จัก และครอบคลุมเขตพื้นที่ให้กว้างให้มากที่สุด 2) วิทยาลัยราชพฤกษ์เป็นสถาบันใหม่มีชื่อเสียงเปรียบเรื่องฐานชื่อเสียงแต่ตั้งอยู่ในแหล่งอารยธรรมท้องถิ่น สามารถดึงมาเป็นจุดขายในการสร้างเอกลักษณ์ทางด้านวิชาการและกิจกรรมนักศึกษา 3) ต้องสร้างความเชื่อถือจากนักศึกษาครู – อาจารย์ งานประชาสัมพันธ์ต้องมีความไวและทันต่อเหตุการณ์ทุกรูปแบบและให้มีพื้นที่ที่กว้างให้มากที่สุด 4) ควรสร้างความคุ้นเคยกับสื่อและใช้สื่อเป็นฐานของตนเองและสร้างความแข็งแกร่งที่นักศึกษาให้มีเครือข่ายความร่วมมือ

จากการแสดงความคิดเห็นของผู้แทนสื่อมวลชนดังกล่าว งานประชาสัมพันธ์ควรนำข้อมูลมาปรับปรุงระบบงานประชาสัมพันธ์ให้มีศักยภาพทั้งตัวบุคคล ให้มีความคล่องตัวในการดำเนินงาน สร้างเครือข่ายทั้งสื่อมวลชน นักศึกษา และกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ วิรัช อภิรัตน์กุล (2540:268) ที่กล่าวถึงเครื่องมือและสื่อในการดำเนินงานประเภทบุคคล เป็นสื่อที่มีอิทธิพลอย่างยิ่งสำหรับการประชาสัมพันธ์ และสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ทั้งตัวบุคคลและเครื่องมือสื่อทุกชนิดมีอำนาจในการกระจายข่าวสาร การจัดกิจกรรมด้วยเหตุการณ์พิเศษต่าง ๆ จะทำให้นักศึกษา ชุมชนสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ และกลุ่มเป้าหมายได้มาร่วมกิจกรรมสามารถสร้างความคุ้นเคยนำมาซึ่งการเป็นกลุ่มเดียวกัน ก่อให้เกิดการสนับสนุนในการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1 อาจารย์ที่ปรึกษา คณาจารย์ผู้สอนประจำวิชา ควรคำนึงถึงคุณลักษณะของนักศึกษาปีการศึกษา 2551 มีสถานภาพส่วนตัวในครอบครัว ที่มีฐานะความเป็นอยู่ที่ต้องดูแลอย่างใกล้ชิด และต้องให้คำแนะนำปรึกษาชี้แนะแนวทางอยู่ตลอดเวลา

2 จากการศึกษาครั้งนี้ งานประชาสัมพันธ์ควรพัฒนารูปแบบและวิธีการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการเลือกสื่อที่เหมาะสมแก่แนวทางการรับรู้ข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย และการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อทุกชนิด งานประชาสัมพันธ์ควรจัดกิจกรรมให้มีความร่วมมือและการ

สร้างเครือข่ายกับชุมชน นักศึกษาและต้องสร้างความเป็นเอกลักษณ์โดยใช้แหล่งอารยธรรมจากชุมชน เป็นฐานข้อมูลในการประชาสัมพันธ์

3 นักศึกษามีการติดต่อกับวิทยาลัยด้วยการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ มากที่สุด ควรพัฒนา Call Center ของวิทยาลัย และทีมคณาจารย์ผู้รับผิดชอบให้เข้มแข็งขึ้น

4 งานประชาสัมพันธ์ต้องวางแผนการประชาสัมพันธ์ในปีการศึกษาต่อไปด้วยการจัดกิจกรรมที่ดำเนินการร่วมกัน เช่น เข้าบรรยายในห้องเรียน พบปะกลุ่มเป้าหมายในชุมชน ลักษณะเครือข่ายเพื่อนต่อเพื่อน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

2.1 ควรมีการวิจัยและพัฒนาในการสร้างฐานข้อมูลการประชาสัมพันธ์จากชุมชน แหล่งอารยธรรมที่สอดคล้องกับวิชาการ

2.2 ควรมีการวิจัยคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาวิทยาลัยราชพฤกษ์

บรรณานุกรม

- กิติมา ปรีดีดีลิก. 2532. การบริหารและการนิเทศการศึกษาเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : อักษรภาพิพัฒนา.
- คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, สำนักงาน. 2542. พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ 2542. กรุงเทพฯ : พริกหวานกราฟฟิค.
- คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, สำนักงาน. 2541. รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ทิพย์วิสุทธิ.
- จิตรารณ สุธิธรเศรษฐ. 2534. ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชม ภูมิภาค. 2516. หลักการประชาสัมพันธ์ : กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- ชิดเชื้อ ชมปรีดา. 2538. ความคิดเห็นของผู้บริหารและครู – อาจารย์ที่เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โรงเรียน ในโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 7, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. 2537. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์วิศิษฐ์การพิมพ์.
- ทัศนีย์ จันทร. 2533. เทคนิคการบริหารและควบคุมการประชาสัมพันธ์ ในเอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. หน่วยที่ 12. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บริษัทประชาชน จำกัด.
- ชนะศักดิ์ รอดเมฆ. 2528. การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ สังกัดกรมสามัญศึกษา ในเขตการศึกษา 6, วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารการศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์. 2530. การประชาสัมพันธ์โรงเรียน. สำนักพิมพ์ พี เค พรินติ้งเฮาส์.
- นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์. 2534. หลักการบริหารการศึกษา. กรุงเทพฯ : บพิศการพิมพ์.
- บุญเกื้อ ควรรหาเวช. 2537. การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เอส อาร์ พรินติ้งเฮาส์.
- บุญเกื้อ ควรรหาเวช. 2539. การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : เอส อาร์ พรินติ้งเฮาส์.
- ประคอง วรรณสุด. 2538. สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมมนุษย์ศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรณี ชูทัย. 2552. จิตวิทยาการสอน. กรุงเทพฯ : วรวิดิการพิมพ์.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. 2530. ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พนัส หันนาคินทร์. 2524. หลักการบริหารโรงเรียน. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : วัฒนพานิช.
- มงคล เดชวรรณ. 2534. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรม

- สามัญศึกษา เขตการศึกษา 11. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.
- มยุรี บารมี. ประธานฝ่ายประชาสัมพันธ์ โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง. สัมภาษณ์, 26 กันยายน 2544.
- แม่นไทย์ เชื่อมจิต. 2538. การประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย ภาควิชาบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เรืองกิตต์ เหลืองสกุลทอง. 2542. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์. นครราชสีมา : ภาควิชาการจัดการ สถาบันราชภัฏนครราชสีมา.
- ลักขณา สตะเวทิน. 2540. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เฟื่องฟ้าพริ้นติ้ง.
- วิจิตร อวาศกุล. 2541. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วิจิตร อวาศกุล. 2541. เทคนิคการประชาสัมพันธ์. (ฉบับปรับปรุง) กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิทย์ ศิวะศรียานนท์. การประชาสัมพันธ์. เอกสารประกอบคำบรรยายของกรมการปกครอง, ม.ป.ป.
- วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มความดี. 2543. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ฟิสิกส์เซ็นเตอร์
- วิรัช อภิรัตน์กุล. 2540. การประชาสัมพันธ์. (ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติมใหม่) สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์
- วิรัช อภิรัตน์กุล. 2542. นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ ยุคสารสนเทศ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ด้านสุทธาการพิมพ์
- สะอาด พรหมน้อย. 2523. การจัดการประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา กรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุพัตรา ใฝ่แก้ว. 2543. การประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา กรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2540. การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : บริษัท เอเอ็น การพิมพ์.
- เสาวนีย์ สิกขาบัณฑิต. 2528. เทคโนโลยีทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม

สถานภาพความเป็นอยู่ของนักศึกษาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ระดับปริญญาตรี ปีการศึกษา 2551

คำชี้แจงแบบสอบถามนี้มี 6 ข้อ เป็นแบบสอบถามสถานภาพส่วนตัวของนักศึกษาโปรดกรอก
ข้อมูลในแบบสอบถามให้ตรงกับสถานภาพเป็นจริงเพื่อประโยชน์ในการเก็บข้อมูลของ
นักศึกษาต่อไป

1. เพศ ชาย หญิง
2. ปัจจุบันนักศึกษามีอายุระหว่าง
 17 – 20 ปี 21 – 30 ปี 31 – 40 ปีขึ้นไป
3. บิดาของนักศึกษาประกอบอาชีพ
 รัฐวิสาหกิจ รับราชการ รับจ้าง
 ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย ไม่ได้ประกอบอาชีพ
4. มารดาของนักศึกษาประกอบอาชีพ
 รัฐวิสาหกิจ รับราชการ รับจ้าง
 ธุรกิจส่วนตัว ค้าขาย ไม่ได้ประกอบอาชีพ
5. บิดามารดามีรายได้ในครอบครัวต่อปี
 90,000 บาท – 100,000 บาท 110,000 บาท – 150,000 บาท
 160,000 บาท – 190,000 บาท 200,000 บาทขึ้นไป
6. สถานภาพของครอบครัวในปัจจุบัน
 บิดามารดาอยู่ด้วยกัน บิดามารดาแยกกันอยู่ตามอาชีพ
 หย่าร้าง บิดาถึงแก่กรรม
 มารดาถึงแก่กรรม บิดาพิการ
 มารดาพิการ บิดาตกงาน
 มารดาตกงาน

ตอนที่ 2 ปัจจุบันนักศึกษาอาศัยในเขตพื้นที่ใด (ตอบบริเวณที่ใกล้เคียงที่สุด)

- พื้นที่เขตธนบุรี ท่าพระ คลองสาน ตลาดพลู วงเวียนใหญ่ สำหรับ
- พื้นที่เขตบางขุนเทียน ดาวคะนอง พระราม2 สมุทรสงคราม
- พื้นที่เขตตลิ่งชัน บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ จรัลสนิทวงศ์
- พื้นที่เขตบางแค ภาษีเจริญ หนองแขม บางบอน เพชรเกษม
- พื้นที่เขตพุทธมณฑล ศาลายา นครปฐม
- พื้นที่เขตราษฎร์บูรณะ บางปะกอก สุขสวัสดิ์ ประชาอุทิศ ทุ่งครุ
- พื้นที่เขตพระประแดง สมุทรปราการ พระสมุทรเจดีย์ บางนา
- พื้นที่เขตอำเภอเมืองนนทบุรี บางกรวย บางใหญ่
- พื้นที่กรุงเทพฯ ชั้นนอก เขตจตุจักร ลาดพร้าว วังทองหลาง มีนบุรี
- พื้นที่เขตอำเภอเมืองปทุมบุรี คลองหลวง ลำลูกกา รัชบุรี คลองหนึ่ง ลาดหลุมแก้ว
- พื้นที่กรุงเทพฯ ชั้นใน เขตพระนคร สัมพันธวงศ์
- พื้นที่เขตสาทร บางรัก สุขุมวิท
- พื้นที่เขตบางซื่อ เตาปูน บางโพ บางซื่อน
- พื้นที่เขตประเวศน์ บางกระปิ
- พื้นที่เขตราษฎร์ ประชาณิเวศน์ ประชาณุกุล วงศ์สว่าง งามวงศ์วาน



ขอบคุณที่ให้ข้อมูล

แบบสอบถามช่องทางการรับรู้ข่าวสารของวิทยาลัยปีการศึกษา 2550
ที่ลงประชามติผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ

แบบสอบถาม

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของวิทยาลัยราชพฤกษ์ที่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ปีการศึกษา 2550

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้มี 4 ข้อ เป็นการสอบถามช่องทางการรับรู้ข่าวสารของวิทยาลัยราชพฤกษ์
ที่ลงประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ปีการศึกษา 2550

1. นักศึกษาเคยพบเห็นข้อมูลวิทยาลัยจากสื่อประเภท

<input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ	<input type="checkbox"/> ทิวช่อง 3	<input type="checkbox"/> ทิวช่อง 7
<input type="checkbox"/> ป้ายกลางแจ้ง	<input type="checkbox"/> เว็บไซต์ของวิทยาลัย	

2. นักศึกษาสอบถามข้อมูลของวิทยาลัยโดยวิธีใดมากที่สุด

<input type="checkbox"/> โทรศัพท์ตามที่วิทยาลัย	<input type="checkbox"/> สอบถามจากอาจารย์ที่วิทยาลัย
<input type="checkbox"/> สอบถามจากอาจารย์แนะแนวโรงเรียนเดิม	
<input type="checkbox"/> อาจารย์ที่ปรึกษาเดิม	

3. สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทหนังสือที่นักศึกษาเคยได้รับข้อมูลของวิทยาลัย

<input type="checkbox"/> แพร่สุดสัปดาห์	<input type="checkbox"/> หนังสือทีวีพูล	<input type="checkbox"/> หนังสือ Eduzone
<input type="checkbox"/> หนังสือ Do you Know	<input type="checkbox"/> หนังสือโลกการศึกษา	

4. นักศึกษาตัดสินใจ เรียนที่วิทยาลัยราชพฤกษ์ เพราะรับทราบข้อมูลจากที่ใดมากที่สุด

<input type="checkbox"/> เว็บไซต์ของวิทยาลัย	<input type="checkbox"/> แผ่นปลิว
<input type="checkbox"/> งานนิทรรศการต่าง ๆ	<input type="checkbox"/> การบรรยายในห้องเรียน

5. นักศึกษาเห็นว่าวิธีการให้ข่าวสารข้อมูลของวิทยาลัยราชพฤกษ์ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างไร

<input type="checkbox"/> ระบบโทรศัพท์	<input type="checkbox"/> เว็บไซต์
<input type="checkbox"/> แผ่นประชาสัมพันธ์	<input type="checkbox"/> อุปกรณ์ในการออกนิทรรศการ



ขอบคุณที่ให้ข้อมูล

แบบสอบถามช่องทางการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ ของนักศึกษา ปีการศึกษา 2551

6. สื่อประเภทใดมีผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาต่อการเลือกสถาบันการศึกษา

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> รุ่นพี่ที่เรียนอยู่ | <input type="checkbox"/> บิดามารดา ผู้ปกครอง |
| <input type="checkbox"/> อาจารย์สถาบันการศึกษาเดิม | <input type="checkbox"/> จดหมายถึงตัวนักศึกษา |

7. เว็บไซต์ที่นักศึกษาใช้เป็นฐานในการศึกษาข้อมูลการศึกษาต่าง ๆ

- | | | |
|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> M.Thai | <input type="checkbox"/> Sanook | <input type="checkbox"/> Dak-D |
| <input type="checkbox"/> Kapook | <input type="checkbox"/> Pantip | |

8. ช่วงเวลาที่นักศึกษาหาข้อมูลจากเว็บไซต์มากที่สุด

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 9.00 น. – 11.00 น. | <input type="checkbox"/> 12.00 น. – 15.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 16.00 น. – 19.00 น. | <input type="checkbox"/> 20.00 น. – 24.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 24.00 น. เป็นต้นไป | |



ขอบคุณที่ให้ข้อมูล

ภาคผนวก ข.

- แบบสัมภาษณ์ช่องทางการประชาสัมพันธ์วิทยาลัยราชพฤกษ์ของสื่อมวลชนแขนงต่างๆ

แบบสัมภาษณ์ช่องทางการประชาสัมพันธ์วิทยาลัยราชพฤกษ์ของสื่อมวลชนแขนงต่างๆ



คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์นี้เป็นการเก็บข้อมูลความคิดเห็นเพื่อเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์ของวิทยาลัยราชพฤกษ์

1. การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อสถาบันการศึกษาอย่างไร

.....
.....
.....

2. ผู้สื่อข่าวมีแนวคิดและทัศนคติต่อวิทยาลัยราชพฤกษ์อย่างไร

.....
.....
.....

3. สื่อมวลชนมีความคิดเห็นต่อสถาบันการศึกษาใหม่ควรมีจุดเด่นอย่างไร

.....
.....
.....

4. วิทยาลัยราชพฤกษ์ควรวางแนวทางการประชาสัมพันธ์ในลักษณะใด

.....
.....
.....



ขอบคุณที่ให้ข้อมูล