

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์คณะครุศาสตร์
 อดสาหกรรมและเพื่อศึกษาการประเมินสื่อแต่ละประเภทในการประชาสัมพันธ์ของคณะครุศาสตร์
 อดสาหกรรม จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ได้มาจากอาจารย์ เจ้าหน้าที่หรือประชาชนภายนอกที่เกี่ยวข้อง
 กับส่วนงานต่าง ๆ ของคณะทั้ง 6 หน่วยงาน จำนวน 90 คน โดยมาจากหน่วยงานละ 15 คน ตาม
 หน่วยงาน คือ 1. ส่วนบริหารงานทั่วไป 2. สาขาวิชาศิลปศาสตร์ประยุกต์ 3. สาขาวิชาครุศาสตร์
 อดสาหกรรม 4. สาขาวิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ 5. สาขาวิชาครุศาสตร์
 วิศวกรรม และ 6. สาขาวิชาครุศาสตร์เกษตร ประเภทของสื่อที่ประเมิน ในงานวิจัยแบ่งออกเป็น 3
 ประเภท คือ 1. วัสดุ(Software) หรือ Small media เป็นสื่อขนาดเล็กหรือสื่อเบา 2. เครื่องมือหรือ
 อุปกรณ์(Hardware) หรือ Big Media 3. เทคนิคและวิธีการ(Technique or Method)

ผลการวิจัยพบว่า 1) การเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์สื่อสิ่งพิมพ์พบว่า ส่วนใหญ่จะเป็นการใช้
 ป้ายประกาศ ค่าเฉลี่ย 3.47 รองลงมาคือโปสเตอร์ ค่าเฉลี่ย 3.39 ส่วนแผ่นพับ/แผ่นปลิวและจดหมาย
 ข่าวยังจะเป็นค่าเฉลี่ย 3.23 และ 2.53 ตามลำดับ ส่วนการใช้สื่อรองอันดับสุดท้ายจะเป็นสื่อประเภท
 รายการประจำปี คือค่าเฉลี่ย 2.53 ส่วนใหญ่การใช้สื่อสิ่งพิมพ์จะมีค่าเฉลี่ยที่ 2.97 ซึ่งอยู่ในระดับ
 ปานกลาง 2) ด้านวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือ ค่าเฉลี่ย 3.44 อยู่ในระดับปานกลาง 3) การเลือกใช้สื่อ
 ในการประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อบุคคลนั้น อันดับที่ 1 คือการพบปะคุยกัน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.84 อยู่
 ในระดับมาก รองลงมาคือ การพูดคุยติดต่อทางโทรศัพท์ ค่าเฉลี่ย 3.60 อยู่ในระดับมาก การ
 ประชุม ค่าเฉลี่ย 3.30 อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่า อันดับที่ 1 คือการ
 ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ย 3.61 อยู่ในระดับดี รองลงมาคือ การใช้กระดานข่าว ค่าเฉลี่ย
 3.36 อยู่ในระดับดี การเข้าเว็บไซต์ ค่าเฉลี่ย 2.98 อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการใช้วารสาร
 อิเล็กทรอนิกส์และการสนทนาเครือข่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 2.79 อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น
 สรุปได้ว่า การใช้สื่อโสตอิเล็กทรอนิกส์ ของคณะครุศาสตร์อดสาหกรรมนั้นมีค่าเฉลี่ย 2.67 อยู่ใน
 ระดับปานกลาง

This research aims to study the selection of media for the public relations of the Faculty of Industrial Education and the evaluation of each kind of media for its public relations. The samples of are the faculty members, the officials, or the public related to the 6 departments of the Faculty of Industrial Education. At a total of 90 persons, 15 people are from each department. The 6 departments include 1. General Administration Division, 2. Department of Applied Arts, 3. Department of Industrial Education, 4. Department of Architectural and Design Education, 5. Department of Engineering Education, and 6. Department of Agricultural Education. The media evaluated in this research are divided into 3 categories: 1. software of small media, 2. hardware or big media, and 3. techniques or methods.

The research results are as follows: 1. Regarding the selection of media for the public relations, billboards are mostly used at the average of 3.47, followed by posters at the average of 3.39. Leaflets/brochures and newsletters are next at the average of 3.23 and 2.53, respectively. Annual reports are used at the average of 2.53. Mostly, print media are used at 2.97, which is in the mid range. 2. As for the software and hardware, the average is at 3.44 which is in the mid range. 3. About the selection of personal media for the public relations, the most used is face-to-face meetings at the average of 3.84, followed by phone calls at the average of 3.60. Both are in the high range. Meetings are used at the average of 3.30, which is in the mid range. As for the electronics media, it is found that the most used is e-mails at the average of 3.61, followed by web boards at the average of 3.36. Both are in the high range. Next is websites, at the average of 2.98, which is in the mid range. As for the electronics magazines and network chat, their averages are equal at 2.79, which is in the mid range. Therefore, it can be concluded that the use of electronics media of the Faculty of Industrial Education is at the average of 2.67, which is in the mid range.