

บทคัดย่อปัญหาพิเศษ เสนอต่อโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ  
ความสมบูรณ์แห่งปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์  
ของนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงใหม่

โดย

นางสาวนันทนา ศรีสุข

ตุลาคม 2545

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

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

1. กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.6 เพศชายมีเพียงร้อยละ 37.4 มีรายได้  
ต่อเดือนเฉลี่ย 5,970 บาท นักศึกษาร้อยละ 77.7 มีลักษณะการครอบครองสื่อวิทยุโทรทัศน์

2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ พบว่า นักศึกษา ร้อยละ  
34.8 เปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ จากประกาศทั่วไปเป็นอันดับหนึ่ง ด้วยความถี่ใน  
การเปิดรับข่าวสารเฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง รองลงมานักศึกษาร้อยละ 28.9 ติดตามอ่านข่าวสาร  
ประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ จากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง โดยร้อยละ 72.3 เปิด  
รับข่าวสารประชาสัมพันธ์จากหนังสือพิมพ์ไทยนิวส์ นักศึกษาร้อยละ 28.1 ติดตามอ่านข่าวสาร  
ประชาสัมพันธ์จากป้ายไฟวิ่ง เฉลี่ยเดือนละ 15 ครั้ง นักศึกษาร้อยละ 33.3 ใช้บริการด้านข้อมูล  
ข่าวสารจากหน่วยติดต่อสอบถาม เฉลี่ยเดือนละ 5 ครั้ง นักศึกษาร้อยละ 34.8 เปิดรับข่าวสาร  
ประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ จากนิทรรศการเฉลี่ยเดือนละ 2 ครั้ง นักศึกษาร้อยละ 30.4 ติดตาม

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

3. ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักศึกษาต่อองค์ประกอบในด้านต่าง ๆ ของสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ ค่าคะแนนเฉลี่ยได้แก่ ความพึงพอใจต่อหน่วยติดต่อสอบถาม การจัดนิทรรศการ จดหมายข่าวพิงค์ราชม์ การนำเสนอข่าวผ่านหนังสือพิมพ์ส่วนกลางและท้องถิ่น การเสนอข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต บัณฑิตไฟว์ รายการวิทยุเสียงจากราษฎร การนำเสนอข่าวทางวิทยุกระจายเสียง ประกาศทั่วไป และการนำเสนอข่าวผ่านวิทยุโทรทัศน์ ตามลำดับ

4. การใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ อยู่ในระดับปานกลาง โดยนักศึกษาระบุว่า ทำให้เป็นคนที่ทันต่อเหตุการณ์ ได้รับทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวของกิจกรรมต่าง ๆ ภายในสถาบันฯ ตลอดเวลา

ส่วนข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ นั้น นักศึกษาส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ตามลำดับ คือ ควรมีการใช้เวลาของสถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ควรเพิ่มจำนวนที่ตั้งของประกาศทั่วไป ควรปรับปรุงข่าวสารในอินเทอร์เน็ตให้ทันสมัยอยู่เสมอ ควรปรับปรุงสถานที่ติดตั้งป้ายไฟว์ที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน ควรมีการใช้เวลาของสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ ควรมีการเพิ่มบริเวณที่จัดแสดงนิทรรศการมากขึ้น ควรปรับปรุงรูปแบบของรายการวิทยุเสียงจากราษฎรให้น่าสนใจ ควรปรับปรุงรูปแบบของหัวจดหมายข่าวพิงค์ราชม์ให้น่าสนใจ ควรปรับปรุงรูปแบบการเขียนข่าว บทความและภาพข่าวของหนังสือพิมพ์ส่วนกลางและท้องถิ่นให้น่าสนใจ การให้บริการข้อมูลข่าวสารของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ควรให้มีความสะดวกรวดเร็วและสร้างความประทับใจแก่ผู้มารับบริการ และควรมีการติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิดเพื่อรายงานข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวของทุกหน่วยงานภายในสถาบันฯ

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

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

By

**NANTANA SRESUK**

**OCTOBER 2002**

Chairman: Associate Professor Dr. Wittaya Damrongkiattisak

Department/Faculty: Agricultural Extension / Agricultural Business

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

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

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

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

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

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

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