

บทที่ 4

ผลการศึกษา และการอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การศึกษาประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการรับรู้และการจูงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย นำข้อมูลมาประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS ดังนั้นเพื่อให้เกิดความเข้าใจและสื่อความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์ต่างๆที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ความคิดเห็นของศึกษาเกี่ยวกับระดับของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการรับรู้และการจูงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ จะนำเสนอ เป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์สถานภาพส่วนตัวของนักศึกษา

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการรับรู้ และการจูงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อ ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สิ่งที่ต้องการให้มหาวิทยาลัยแก้ปัญหาและปรับปรุง ความเต็มใจของนักประชาสัมพันธ์ต่อการให้บริการที่นักศึกษาพบ ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์และข้อเสนอแนะอื่นๆ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานและปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของนักประชาสัมพันธ์ ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์จะนำเสนอ เป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์สถานภาพส่วนตัวของนักประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับการดำเนินงานและระดับปัญหาในการดำเนินงานของนักประชาสัมพันธ์

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สิ่งที่ต้องการให้มหาวิทยาลัยแก้ไขปรับปรุง และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงด้านอื่นๆ

ส่วนที่ 1 ความคิดเห็นของนักศึกษา เกี่ยวกับระดับของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการรับรู้ และการจูงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ได้ผลดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์สถานภาพส่วนตัวของนักศึกษา

ตารางที่ 1 จำนวนและค่าร้อยละ ของสถานภาพส่วนตัวของนักศึกษา

สถานภาพส่วนตัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	50	79.36
หญิง	13	20.63
รวม	63	100.0
2. คณะสาขาที่กำลังศึกษาในปัจจุบัน		
การจัดการงานก่อสร้าง	5	22.73
สถาปัตยกรรมศาสตร์	7	31.82
อิเล็กทรอนิกส์	2	9.09
วิศวกรรม	1	4.55
คอมพิวเตอร์	6	27.27
วิทยาลัยเพาะช่าง	1	4.55
รวม	63	100.0
3. ภูมิลำเนาเดิม		
กรุงเทพมหานคร	16	25.40
ภาคตะวันออก	5	7.94
ภาคกลาง	19	30.16
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2	3.17
ภาคเหนือ	9	14.29
ภาคใต้	12	19.05
รวม	63	100.0

สถานภาพส่วนตัว (ต่อ)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
4. บุคคลที่รับผิดชอบค่าใช้จ่าย		
บิดา มารดา	45	71.43
ญาติพี่น้อง	9	14.29
ทุนรัฐบาล/ทุนอื่นๆ	9	14.29
รวม	63	100.0
5. ค่าใช้จ่ายในการศึกษาที่ได้รับ		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	26	41.27
5,000 - 10,000 บาท	24	38.10
10,001 - 15,000 บาท	12	19.05
15,001 - 20,000 บาท	0	0.00
20,001 - 25,000 บาท	1	1.59
มากกว่า 25,000 บาท	0	41.27
รวม	63	100.0
6. ระดับการศึกษาเดิม ก่อนที่จะมาศึกษาที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์		
มัธยมศึกษาตอนปลาย	20	31.75
ประกาศนียบัตร (ปวช.)	29	46.03
อนุปริญญา (ปวส.)	14	22.22
รวม	63	100.0
7. สาเหตุที่เลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ใกล้ที่พักอาศัย	26	19.85
ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเป็นที่ยอมรับ	28	21.37
หลักสูตรน่าสนใจหลากหลาย	24	18.32
ค่าใช้จ่ายถูกกว่าที่อื่น	13	9.92
อาจารย์มีคุณภาพสูง	10	7.63
บรรยากาศและสิ่งแวดล้อม	17	12.98
อาคารสถานที่ทันสมัย	13	9.92

8. สถานที่พักอาศัยปัจจุบัน ขณะที่ศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บ้านตนเอง	32	50.79
บ้านญาติหรือคนรู้จัก	18	28.57
บ้านเช่า แฟลต อพาร์ทเมนต์	11	17.46
หอพักภายในมหาวิทยาลัย	2	3.17
รวม	63	100.00
9. ระยะทางในการเดินทางระหว่างที่พักกับมหาวิทยาลัย		
น้อยกว่า 5 กิโลเมตร	20	31.75
5 - 10 กิโลเมตร	12	19.05
11 - 15 กิโลเมตร	16	25.40
16 - 20 กิโลเมตร	7	11.11
มากกว่า 20 กิโลเมตร	8	12.70
รวม	63	100.00
10. สื่อที่ทำให้ทราบข่าวการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
สื่อบุคคล	30	28.85
สื่อสิ่งพิมพ์	5	4.81
สื่อวิทยุ	4	3.85
สื่อโทรทัศน์	9	8.65
อินเทอร์เน็ต	30	28.85
เว็บไซต์มหาวิทยาลัย	26	25.00

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนตัวนักศึกษา จำนวน 63 คน จำแนกตามตัวแปรได้ผลดังนี้

เพศ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 79.36 และเพศหญิง ร้อยละ 20.63

คณะสาขาที่กำลังศึกษา พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่กำลังศึกษาในคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ร้อยละ 31.82 รองลงมาคือ คณะวิศวกรรมศาสตร์สาขาคอมพิวเตอร์ ร้อยละ 27.27 ลำดับสุดท้าย ได้แก่ คณะวิศวกรรมศาสตร์สาขาวิศวกรรม ร้อยละ 0.6

ภูมิลำเนาเดิม พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง ร้อยละ 30.16 รองลงมาคือ กรุงเทพฯ ร้อยละ 25.40 ลำดับที่ 3 คือ ภาคใต้ ร้อยละ 19.05 และลำดับสุดท้าย คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 3.17

บุคคลที่รับผิดชอบค่าใช้จ่าย พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ได้รับค่าใช้จ่ายจาก บิดา มารดา ร้อยละ 94.3 รองลงมาคือ ทุนรัฐบาล/ทุนอื่นๆ ร้อยละ 4.6 ลำดับสุดท้ายได้แก่ ญาติพี่น้อง ร้อยละ 1.1

ค่าใช้จ่ายในการศึกษาที่ได้รับ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ได้รับค่าใช้จ่ายต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 55.7 รองลงคือ 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 40.6 ลำดับสุดท้ายได้แก่ 20,001-25,000 ร้อยละ 0.0

ระดับการศึกษาเดิม ก่อนที่จะมาศึกษาที่มหาวิทยาลัยฯ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาเดิม คือ เป็นประกาศนียบัตร (ปวช.) ร้อยละ 46.03 และส่วนที่เหลือ มัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 31.75 กับอนุปริญญา (ปวส.) ร้อยละ 22.22

สาเหตุที่เลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยฯ พบว่า ส่วนใหญ่คือ ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเป็นที่ยอมรับ ร้อยละ 21.31 รองลงมาคือ ใกล้ที่พัก ร้อยละ 19.85 ลำดับที่ 3 หลักสูตรน่าสนใจหลากหลาย ร้อยละ 18.32 และ ลำดับสุดท้ายคือ อาจารย์มีคุณภาพสูง ร้อยละ 7.63

สถานที่พักอาศัยปัจจุบัน ขณะที่ศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า ส่วนใหญ่คือ บ้านตนเอง ร้อยละ 50.79 บ้านญาติหรือคนรู้จัก ร้อยละ 28.57 รองลงมาคือ บ้านเช่า แฟลต อพาร์ทเมนท์ และลำดับสุดท้ายคือ หอพักภายในมหาวิทยาลัย ร้อยละ 3.17

ระยะทางในการเดินทางระหว่างที่พักกับมหาวิทยาลัยฯ พบว่า ส่วนใหญ่ คือ น้อยกว่า 5 กิโลเมตร ร้อยละ 31.75 รองลงมาคือ 11-15 กิโลเมตร ร้อยละ 25.40 มากกว่า 5-10 กิโลเมตร ร้อยละ 19.05 และลำดับสุดท้ายได้แก่ 16-20 กิโลเมตร ร้อยละ 11.11

สื่อที่ทำให้ทราบข่าวการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยฯ พบว่า ส่วนใหญ่คือ สื่อบุคคลและอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 28.85 รองลงมาคือ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยฯ ร้อยละ 25.00 และ ลำดับ ลำดับสุดท้ายได้แก่ สื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 8.65 สื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 4.81 และสื่อวิทยุ ร้อยละ 3.85

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการรับรู้และการจงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อ ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของระดับการรับรู้และระดับการจงใจด้านสื่อบุคคล

สื่อบุคคลที่ทำให้ทราบข่าวการรับสมัคร จากมหาวิทยาลัยฯ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D	แปลผล
1. บิดา / มารดา	2.94	1.25	ปานกลาง
2. ญาติ / พี่น้อง	2.97	1.14	ปานกลาง
3. เพื่อน	3.51	1.18	มาก
4. ศิษย์เก่า	3.05	1.24	ปานกลาง
5. นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ปัจจุบัน	3.08	1.24	ปานกลาง
6. อาจารย์	3.14	1.22	ปานกลาง
7. ข้าราชการ/พนักงาน	2.52	1.11	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	2.99	1.19	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า ในภาพรวมระดับการรับรู้และระดับการจงใจด้านสื่อบุคคล อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.99$ S.D = 1.19) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้และระดับแรงจงใจ อยู่ในระดับปานกลาง โดยบุคคลที่ทำให้ทราบข่าวการรับสมัครจากในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ สูงสุด คือ เพื่อน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.51$ S.D = 1.18) ส่วนบุคคลที่ทำให้ทราบข่าวการรับสมัครจากในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ต่ำสุด คือ ข้าราชการ / พนักงาน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.52$ S.D = 1.19)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของระดับการรับรู้และระดับการงูใจ
ด้านสื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์ที่ทำให้ทราบข่าวการรับสมัคร	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D	แปลผล
1. แผ่นพับ/โบว์รชัวร์	2.67	1.17	ปานกลาง
2. หนังสือเวียนของมหาวิทยาลัย	2.70	1.14	ปานกลาง
3. วารสารมหาวิทยาลัย	2.75	1.18	ปานกลาง
4. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ	2.56	1.07	ปานกลาง
5. หนังสือพิมพ์ข่าวสด	2.41	1.02	พอใช้
6. หนังสือพิมพ์มติชน	2.32	0.92	พอใช้
7. หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์	2.38	1.01	พอใช้
รวมเฉลี่ย	2.56	1.07	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 พบว่าในภาพรวม ระดับการรับรู้และระดับการงูใจ ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.56$ S.D = 1.07) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ที่ทำให้ทราบข่าวการรับสมัครจากมหาวิทยาลัยฯ สูงสุด คือ วารสารมหาวิทยาลัย ($\bar{x} = 2.75$ S.D = 1.18) และลำดับที่ 2 คือ หนังสือเวียนของมหาวิทยาลัย ($\bar{x} = 2.70$ S.D = 1.14) ลำดับที่ 3 คือ แผ่นพับ/โบว์รชัวร์ ($\bar{x} = 2.67$ S.D = 1.17) ในระดับปานกลาง และสื่อสิ่งพิมพ์ที่ทำให้ทราบข่าวการรับสมัครต่ำสุดคือ หนังสือพิมพ์มติชน ในระดับพอใช้ ($\bar{x} = 2.32$ S.D = 0.92)

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของระดับการรับรู้และระดับการงูใจ
ด้านสื่อวิทยุและโทรทัศน์

สื่อวิทยุและโทรทัศน์ที่ทำให้ทราบข่าวการรับสมัคร จากในมหาวิทยาลัยฯ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D	แปลผล
1. รายการวิทยุ	2.44	1.05	พอใช้
2. โทรทัศน์	2.83	1.20	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	2.57	1.08	ปานกลาง

จากตารางที่ 4 พบว่า ในภาพรวมระดับการรับรู้และระดับการงูใจ ด้านสื่อวิทยุและโทรทัศน์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.57$ S.D = 1.08) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้และระดับการงูใจ ในระดับปานกลาง โดยสื่อวิทยุและโทรทัศน์ที่ทำให้ทราบข่าวการรับสมัครจากในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ สูงสุด คือ โทรทัศน์ ($\bar{x} = 2.83$ S.D = 1.20) ในระดับปานกลาง ลำดับที่ 2 คือ รายการวิทยุ ($\bar{x} = 2.44$ S.D = 1.05) ในระดับพอใช้

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของระดับการรับรู้และระดับการงูใจ
ด้านสื่ออื่นๆ

สื่ออื่นๆ ที่ทำให้ทราบข่าวการรับสมัคร จากในมหาวิทยาลัยฯ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D	แปลผล
1. การค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ตเว็บไซต์	4.05	1.10	มาก
2. การจัดนิทรรศการแนะแนว	3.14	1.15	ปานกลาง
3. การสอบถามทางโทรศัพท์	2.90	0.09	ปานกลาง
4. บอร์ดการประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัย	3.05	1.17	ปานกลาง
5. สื่อโฆษณากลางแจ้ง “ป้ายคัดเอาท์”	2.71	1.08	ปานกลาง
6. ป้ายผ้า	2.62	1.08	ปานกลาง
7. ป้ายไม้	2.52	1.04	ปานกลาง
8. การค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ตเว็บไซต์	3.05	1.09	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.05	1.09	ปานกลาง

จากตารางที่ 5 พบว่า ในภาพรวม ระดับการรับรู้และระดับการงูใจ ด้านสื่ออื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.05$ S.D = 1.09) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้และระดับแรงงูใจในระดับปานกลาง จำนวน 7 ข้อ โดยสื่ออื่นๆ ที่ทำให้ทราบข่าวการรับสมัครจากมหาวิทยาลัยฯ สูงสุดคือ การค้นคว้าจากเว็บไซต์ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.05$ S.D = 1.10) และสื่ออื่นๆ ที่ทำให้ทราบข่าวการรับสมัครจากในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ต่ำสุด คือ ป้ายไม้ ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.52$ S.D = 1.04)

ตารางที่ 6 สรุป ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของระดับของการรับรู้และระดับการงูใจให้นักเรียนเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

การรับรู้และการงูใจ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D	แปลผล
1. ด้านสื่อบุคคล	2.99	1.19	ปานกลาง
2. ด้านสื่อสิ่งพิมพ์	2.56	1.07	ปานกลาง
3. ด้านวิทยุและโทรทัศน์	2.57	1.08	ปานกลาง
4. ด้านสื่ออื่นๆ	3.05	1.09	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	2.79	1.11	ปานกลาง

จากตารางที่ 6 พบว่า ในภาพรวม ระดับการรับรู้และระดับการงูใจให้นักเรียนเข้าศึกษาต่อในในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ทุกสื่ออยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.79$ S.D = 1.11) โดยมีระดับการรับรู้และระดับการงูใจ ด้านสื่ออื่นๆ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.05$ S.D = 1.09) ลำดับที่ 2 คือ ด้านสื่อบุคคล ($\bar{x} = 2.99$ S.D = 1.19) ลำดับที่ 3 คือ ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ($\bar{x} = 2.56$ S.D = 1.07) และลำดับสุดท้ายคือ ด้านสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ($\bar{x} = 2.57$ S.D = 1.08)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และข้อเสนอแนะอื่นๆ ของนักศึกษา ดังตารางที่ 7-9

ตารางที่ 7 สรุปปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ตามความคิดเห็นของนักศึกษา

ด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูล	ร้อยละ
<ul style="list-style-type: none"> - การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง และรายละเอียดมีน้อย - มีหลากหลายวิทยาเขตทำให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์ลำบากไม่ เป็นไปในแนวทางเดียวกัน 	88.2
ด้านการวางแผนและตัดสินใจ	ร้อยละ
<ul style="list-style-type: none"> - เสียงในการประชาสัมพันธ์เบาเกินไป ประกาศเรื่องเดิมซ้ำๆ ไปมา - ขาดการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ผู้อยู่ห่างไกลไม่ได้รับ ข้อมูลของมหาวิทยาลัยทำให้ขาดโอกาสในการสอบเข้าศึกษาต่อ - เวล่านักประชาสัมพันธ์พูด ฟังแล้วไม่รู้เรื่อง ไม่มีการเตรียมความพร้อมมาก่อน - นักประชาสัมพันธ์บางคนยังขาดความสุภาพ และขาดประสิทธิภาพในการ ทำงาน 	96.9
ด้านการติดต่อสื่อสาร	ร้อยละ
<ul style="list-style-type: none"> - เว็บไซต์ยังไม่ทันสมัย ยังไม่ Update โบว์ชัวร์ยังไม่มีการปรับปรุง รายละเอียดน้อยไม่น่าสนใจ ข้อมูลข่าวสาร ไม่ปรับปรุง เพิ่มเติม - มีเอกสาร และ โบว์ชัวร์น้อย และไม่ปรับปรุงเพิ่มเติม 	88.2
ด้านการประเมินผล	ร้อยละ
<ul style="list-style-type: none"> - ขาดการนำข้อมูลย้อนกลับที่ได้จากการดำเนินงานเพื่อมาประกอบการ ตัดสินใจสำหรับผู้บริหาร - ขาดการประเมินโดยใช้แบบประเมิน มีบางคณะเท่านั้นที่มีการแจก แบบสอบถามเพื่อสอบถามความพึงพอใจในการดำเนินงานด้าน ประชาสัมพันธ์ 	49.3

จากตารางที่ 7 พบว่าปัญหาและอุปสรรคในการในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์ ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ตามความคิดเห็นของนักศึกษาที่มีค่าสูงสุด คือ ด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูล เรื่อง การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง และรายละเอียดมีน้อย ร้อยละ 88.2 ด้านการวางแผนและตัดสินใจ เรื่อง เสี่ยงในการประชาสัมพันธ์เบาเกินไป ประกาศเรื่องเดิมซ้ำๆ ไปมา ร้อยละ 96.9 ด้านการติดต่อสื่อสาร เรื่อง เว็บไซต์ยังไม่ทันสมัย ยังไม่ Update โบว์ชัวร์ยังไม่มีการปรับปรุง รายละเอียดไม่น่าสนใจ ข้อมูลข่าวสาร ไม่ปรับปรุง เพิ่มเติม ร้อยละ 88.2 และ ด้านการประเมินผล เรื่อง ขาดการนำข้อมูลย้อนกลับที่ได้จากการดำเนินงานเพื่อมาประกอบการตัดสินใจสำหรับผู้บริหาร ร้อยละ 49.3

ตารางที่ 8 สรุป ความเต็มใจของนักประชาสัมพันธ์ต่อการให้บริการที่นักศึกษาพบ

ความเต็มใจของนักประชาสัมพันธ์ต่อการให้บริการที่พบ	ร้อยละ
- ค่อนข้างเป็นทางการ ยากต่อการเข้าหาและสอบถาม	94.7
- เต็มใจดี ยิ้มแย้มแจ่มใสดี	93.0
- คนที่อยู่ห่างไกลไม่ค่อยเจอนักประชาสัมพันธ์ ได้รับเพียงเอกสารที่บางคณะส่งมาที่โรงเรียน และจากครูแนะแนวเท่านั้น	43.2
- ไม่ค่อยมีสิ่งดึงดูดใจในการเข้าชมนิทรรศการ เท่าที่ควร	33.6

จากตารางที่ 8 พบว่า ความเต็มใจของนักประชาสัมพันธ์ต่อการให้บริการที่นักศึกษาพบในการดำเนินงานในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ มากที่สุด คือ เรื่อง ค่อนข้างเป็นทางการ ยากต่อการเข้าหาและสอบถาม ร้อยละ 94.7 รองลงมาคือ เต็มใจดี ยิ้มแย้มแจ่มใสดี ร้อยละ 93.0 คน ลำดับที่ 3 คือ อยู่ห่างไกลไม่ค่อยเจอนักประชาสัมพันธ์ ได้รับเพียงเอกสารที่บางคณะส่งมาที่โรงเรียนและจากครูแนะแนวเท่านั้น ร้อยละ 43.2 และลำดับสุดท้าย คือ ไม่ค่อยมีสิ่งดึงดูดใจในการเข้าชมนิทรรศการ เท่าที่ควร ร้อยละ 33.6

ตารางที่ 9 สรุป ข้อเสนอแนะด้านอื่นๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการใช้สื่อ
ประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการรับรู้และการจูงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ข้อเสนอแนะ	ร้อยละ
- ควรจัดทำเว็บไซต์ให้ Update และปรับปรุงให้ทันสมัยและนำเข้าไปอ่าน	95.1
- ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์ให้มากขึ้น	93.0
- จัดทำป้ายคัดเอาท์ที่มีขนาดใหญ่เพื่อมองเห็นได้ชัดเจน	82.5
- ป้ายในการประกาศควรมีการดูแลความสะอาด ไม่ให้เก่าเกินไป	50.2
- ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมทุกคณะที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยฯ	45.8
- ควรมีการจัดทำแบบสอบถามเพื่อสอบถามความพึงพอใจในการเข้าศึกษาต่อเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปประเมินผลการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ต่อไป	33.2

จากตารางที่ 9 พบว่าข้อเสนอแนะด้านอื่นๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการใช้สื่อ
ประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการรับรู้และการจูงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ที่มากที่สุด คือ ควรจัดทำเว็บไซต์ให้ Update และปรับปรุงให้
ทันสมัยและนำเข้าไปอ่าน ร้อยละ 95.1 รองลงมา คือ ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์
ให้มากขึ้น ร้อยละ 93.0 และจัดทำ ป้ายคัดเอาท์ ที่มีขนาดใหญ่เพื่อมองเห็นได้ชัดเจน ร้อยละ 82.5
ป้ายในการประกาศควรมีการดูแลความสะอาด ไม่ให้เก่าเกินไป ร้อยละ 50.2 ควรมีการ
ประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมทุกคณะที่เปิดสอนในมหาวิทยาลัยฯ ร้อยละ 45.8 ควรมีการจัดทำ
แบบสอบถามเพื่อสอบถามความพึงพอใจในการเข้าศึกษาต่อเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปประเมินผลการ
ดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ต่อไป ร้อยละ 33.2 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของนักประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับการดำเนินงานและปัญหา
ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์ ในมหาวิทยาลัยมหิดล ได้ผลดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์สถานภาพส่วนตัวของนักประชาสัมพันธ์
ตารางที่ 10 จำนวนและค่าร้อยละของสถานภาพส่วนตัวของนักประชาสัมพันธ์

สถานภาพส่วนตัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
หญิง	7	70.0
ชาย	3	30.0
รวม	10	100.0
2. อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	6	60.0
30 - 39 ปี	4	40.0
40 - 49 ปี	0	0.0
50 ปีขึ้นไป	0	0.0
รวม	10	100.0
3. วุฒิการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2	20.0
ปริญญาตรี	7	70.0
สูงกว่าปริญญาตรี	1	10.0
รวม	10	100
4. ประสบการณ์ในการทำงาน		
ต่ำกว่า 1 ปี	4	40.0
1 - 2 ปี	3	30.0
3 - 4 ปี	2	20.0
5 -10 ปี	1	10.0
10 ปีขึ้นไป	0	0.0
รวม	10	100

สถานภาพส่วนตัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. การประชาสัมพันธ์ที่ให้ความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เคยเรียนในบางวิชาในสถาบันการศึกษา	4	11.11
สำเร็จการศึกษาด้านนี้โดยตรง	3	8.33
ศึกษาจากตำราและเอกสารต่าง ๆ	8	22.22
สอบถามจากผู้รู้และผู้เชี่ยวชาญ	4	11.11
เคยฝึกอบรมระยะสั้น	7	19.44
สื่อสารมวลชน	4	11.11
สื่ออื่น ๆ	6	16.67

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพส่วนตัวของนักประชาสัมพันธ์ จำนวน 44 คน จำแนกตามตัวแปรได้ผลดังนี้

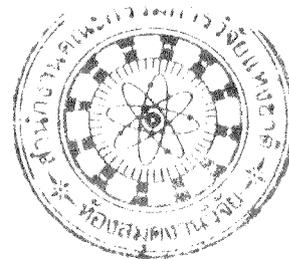
เพศ พบว่า นักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 70.00 และที่เหลือเป็นเพศชาย ร้อยละ 30.00

อายุ พบว่า นักประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ อายุ 30 - 39 ปี ร้อยละ 40.00

วุฒิการศึกษา พบว่านักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 72.7 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 70 และลำดับสุดท้าย ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 20.00 สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 10.00

ประสบการณ์ในการทำงาน พบว่านักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ในการทำงานต่ำกว่า 1 ปี ร้อยละ 40.0 ทำงาน 1 - 2 ปี ร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ ลำดับที่ 3 คือ 3 - 4 ปี ร้อยละ 20.00 และลำดับที่ 4 ประสบการณ์ในการทำงาน 5 -10 ปี ร้อยละ 10.00

การประชาสัมพันธ์ที่ให้ความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ พบว่า นักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ ศึกษาจากตำราและเอกสารต่าง ๆ ร้อยละ 22.22 รองลงมาคือ เคยฝึกอบรมระยะสั้น ร้อยละ 19.44 และ เคยเรียนในบางวิชาในสถาบันการศึกษา,สอบถามจากผู้รู้และผู้เชี่ยวชาญ, สื่อสารมวลชน ร้อยละ 11.11 และลำดับสุดท้าย คือ สำเร็จการศึกษาด้านนี้โดยตรง ร้อยละ 8.33



ตอนที่ 2.1 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์ ทั้ง 4 ด้าน คือ 1. ด้านการวิจัย และแสวงหาข้อมูล 2. ด้านการวางแผนและตัดสินใจ 3. ด้านการติดต่อสื่อสาร 4. ด้านการประเมินผล ผลการวิจัยปรากฏดังตารางที่ 11 – 15

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
ด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูล

การวิจัยและแสวงหาข้อมูล	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D	แปลผล
1. มีการศึกษา สํารวจ วิจัย สถานการณ์ สภาพแวดล้อมที่มีผลเกี่ยวข้องหรือผลกระทบต่อ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์	3.91	0.67	มาก
2. มีการสำรวจความต้องการในการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา	3.73	0.45	มาก
3. มีการสัมภาษณ์หรือออกพบปะพูดคุยกับ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเพื่อสำรวจความคิดเห็น	3.73	0.62	มาก
4. ออกแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นของ ประชาชนทั่วไป ภายในจังหวัดใกล้เคียง	3.55	0.50	มาก
5. จัดทำตู้หรือกล่องรับความคิดเห็นไว้สำหรับแสดง ความคิดเห็น	3.36	0.48	ปานกลาง
6. มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารกับหน่วยงานอื่นๆ	4.00	0.95	มาก
7. ปฏิทินจัดกิจกรรมของสถาบันเพื่อการเผยแพร่ ออกสู่ชุมชน และสื่อมวลชนอื่นๆ อย่างสม่ำเสมอ	3.64	0.88	มาก
รวมเฉลี่ย	3.76	0.68	มาก

จากตารางที่ 11 เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า นักประชาสัมพันธ์ เห็นด้วยต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูลในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$ S.D = 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่เห็นด้วยในระดับมาก ทุกรายการ โดยนักประชาสัมพันธ์ เห็นด้วยสูงสุด ในเรื่อง มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารกับหน่วยงานอื่นๆ ($\bar{x} = 4.00$ S.D = 0.95) ส่วนสิ่งที่นักประชาสัมพันธ์เห็นด้วยน้อยที่สุด คือเรื่อง จัดทำตู้หรือกล่องรับความคิดเห็นไว้สำหรับแสดงความคิดเห็น ($\bar{x} = 3.36$ S.D = 0.48) เห็นด้วยในระดับมาก

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
ด้านการวางแผนและตัดสินใจ

การวางแผนและตัดสินใจ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D	แปลผล
1. คณะมีคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์	4.09	0.51	มาก
2. คณะมีแผนงานด้านการประชาสัมพันธ์ไว้อย่างชัดเจน	4.00	0.60	มาก
3. มีการนำปัญหาที่ได้จากการสำรวจมาวิเคราะห์ห้ด้านการ ดำเนินการและการวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	3.91	0.67	มาก
4. มีการกำหนดตัวบุคคลเพื่อมอบหมายงานการประชาสัมพันธ์ ในแต่ละด้าน	4.00	0.74	มาก
5. ภาควิชา หรือหน่วยงานระดับภาควิชามีโอกาสร่วมกำหนด แผนงานการประชาสัมพันธ์	4.00	0.74	มาก
6. ผู้บริหารและนักการประชาสัมพันธ์ได้ร่วมกันจัดทำ แผนปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์	3.75	0.75	มาก
7. มีการจัดสรรงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ไว้อย่าง พอเพียง	3.75	0.75	มาก
8. มีการวางแผนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	3.82	0.94	มาก
รวมเฉลี่ย	3.92	0.70	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่า ในภาพรวมนักประชาสัมพันธ์ มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ด้านการวางแผนและตัดสินใจ ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.92$ S.D = 0.07) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยในระดับมาก โดยนักประชาสัมพันธ์มีความเห็นด้วยสูงสุด ระดับมาก ในเรื่อง คณะมีคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ ($\bar{x} = 4.09$ S.D = 0.51) ส่วนข้อที่นักประชาสัมพันธ์มีความเห็นด้วยน้อยที่สุด คือ เรื่อง ผู้บริหารและนักการประชาสัมพันธ์ได้ร่วมกันจัดทำแผนปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์, มีการจัดสรรงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ไว้อย่างพอเพียง ($\bar{x} = 3.75$ S.D = 0.75)

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
ด้านการติดต่อสื่อสาร

ด้านการติดต่อสื่อสาร	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D	แปลผล
1. เสนอข่าวสารและความเคลื่อนไหวของคณะผู้ สาธารณชนเป็นประจำและต่อเนื่อง	4.09	0.67	มาก
2. มีการจัดทำป้ายประกาศเพื่อการประชาสัมพันธ์ในที่ที่ สามารถมองเห็นได้ชัดเจน	4.27	0.62	มาก
3. มีการจัดทำจุลสาร หรือเอกสารของคณะออกเผยแพร่	4.18	0.72	มาก
4. มีการประชาสัมพันธ์โดยติดป้ายโฆษณาเมื่อมีการจัดสัมมนา นิทรรศการหรือจัดกิจกรรมอื่นๆ ในคณะ	4.09	0.79	มาก
5. มีการตัดข่าวความเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับคณะและสถาบัน โดยตรงจากสื่อมวลชนเพื่อนำเสนอให้ผู้บริหารทราบ	3.91	0.79	มาก
6. มีการติดประกาศประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ อยู่เสมอๆ	3.91	0.79	มาก
7. ส่งเสริมให้มีการจัดทำป้ายปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่	3.91	0.79	มาก
8. ส่งเสริมให้มีการจัดนิทรรศการด้านวิชาการ	3.67	0.75	มาก
9. มีการจัดทำเอกสารรายงานประจำปี	3.91	0.90	มาก
10. มีการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ผลงานของคณะและ สถาบันการศึกษาทาง อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์	3.64	0.64	มาก
รวมเฉลี่ย	4.03	0.72	มาก

จากตารางที่ 13 พบว่า ในภาพรวม นักประชาสัมพันธ์ มีความเห็นต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ด้านการติดต่อสื่อสารในระดับมาก ($\bar{x} = 4.03$ S.D = 0.72) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักประชาสัมพันธ์ เห็นด้วยในระดับมากทุกรายการ โดยเห็นด้วยสูงสุดในระดับมาก คือเรื่อง มีการจัดทำป้ายประกาศเพื่อการประชาสัมพันธ์ในที่ที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{x} = 4.27$ S.D = 0.62) ส่วนเรื่อง ที่นักประชาสัมพันธ์เห็นด้วยน้อยที่สุด คือ มีการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ผลงานของคณะและสถาบันการศึกษาทาง อินเทอร์เน็ตเว็บไซต์ ($\bar{x} = 3.64$ S.D = 0.64)

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
ด้านการประเมินผล

การประเมินผล	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D	แปลผล
1. มีการประเมินผล และการวัดผลงานด้านประชาสัมพันธ์โดยจัดทำเป็นสถิติรายงานประจำปี	3.64	0.64	มาก
2. ประเมินผลการประชาสัมพันธ์โดยการสนทนากับประชาชนเป็นรายบุคคล	3.55	0.50	มาก
3. ประเมินผลการประชาสัมพันธ์โดยใช้แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นเป็นจากนักศึกษาและพนักงาน	4.00	0.63	มาก
4. ตรวจสอบ ติดตามประเมินผลการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ	3.82	0.57	มาก
5. นำข้อมูลย้อนกลับที่ได้จากการประชาสัมพันธ์เสนอเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของผู้บริหารในการดำเนินงานของคณะ	3.91	0.51	มาก
6. ติดตามข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อรับทราบผลที่เกิดจากการประชาสัมพันธ์	3.82	0.72	มาก
7. ประเมินประสิทธิภาพของสื่อที่ได้จัดทำและเผยแพร่เป็นประจำตามระยะเวลาอันเหมาะสม	3.64	0.64	มาก
8. ประเมินประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ว่าสื่อใดได้รับความสนใจมากที่สุด	3.64	0.64	มาก
รวมเฉลี่ย	3.74	0.62	มาก

จากตารางที่ 14 พบว่า ในภาพรวม นักประชาสัมพันธ์ มีความเห็นด้วยต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ด้านการประเมินผลในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.74$ S.D = 0.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่านักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ เห็นด้วยในระดับมากทุกรายการ โดย นักประชาสัมพันธ์เห็นด้วยสูงสุด ในเรื่อง ประเมินผลการประชาสัมพันธ์โดยใช้แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นจากนักศึกษาและพนักงาน ($\bar{x} = 4.00$ S.D = 0.63) ส่วนข้อที่นักประชาสัมพันธ์เห็นด้วยน้อยที่สุด คือเรื่อง ประเมินผลการประชาสัมพันธ์โดยการสนทนากับประชาชนเป็นรายบุคคล ($\bar{x} = 3.55$ S.D = 0.50)

ตารางที่ 15 สรุป ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของการดำเนินงานประชาสัมพันธ

การดำเนินงานประชาสัมพันธ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D	แปลผล
1. ด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูล	3.92	0.70	มาก
2. ด้านการวางแผนและตัดสินใจ	3.92	0.70	มาก
3. ด้านการติดต่อสื่อสาร	4.03	0.72	มาก
4. ด้านการประเมินผล	3.74	0.62	มาก
รวมเฉลี่ย	3.90	0.68	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่า ในภาพรวม นักประชาสัมพันธ มีความเห็นด้วยต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.90$ S.D = 0.68) โดยด้านที่เห็นด้วยสูงสุดอยู่ใน คือ ด้านการติดต่อสื่อสาร ($\bar{x} = 4.03$ S.D = 0.72) รองลงมา คือ ด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูล, ด้านการวางแผนและตัดสินใจ ($\bar{x} = 3.92$ S.D = 0.70) และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการประเมินผล ($\bar{x} = 3.74$ S.D = 0.62)

ตอนที่ 2.2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์ การวิเคราะห์เกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์ ทั้ง 4 ด้าน คือ 1. ด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูล 2. ด้านการวางแผนและตัดสินใจ 3. ด้านการติดต่อสื่อสาร และ 4. ด้านการประเมินผล ผลการวิจัยปรากฏดังตารางที่ 16 – 20

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของปัญหาการดำเนินงาน

ประชาสัมพันธ์ ด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูล

ด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูล	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D	แปลผล
1. ไม่ได้ได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามหรือการให้ข้อมูลในการทำการวิจัยและแสวงหาข้อมูล	2.93	.66	ปานกลาง
2. คณะไม่ได้กำหนดนโยบายในการประชาสัมพันธ์ไว้ให้ชัดเจน	2.73	.92	ปานกลาง
3. คณะไม่ได้มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารกับหน่วยงานอื่นๆ	2.66	.99	ปานกลาง
4. ผู้บริหารไม่ได้ให้ความสำคัญต่อกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์	2.70	1.02	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	2.76	.76	ปานกลาง

จากตารางที่ 16 พบว่า ในภาพรวม นักประชาสัมพันธ์ เห็นด้วยกับปัญหาด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูล ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.76$ S.D = .76) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ เห็นด้วยในระดับปานกลาง โดยปัญหาที่นักประชาสัมพันธ์มีความเห็นด้วยสูงสุด คือ เรื่องไม่ได้ได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามหรือการให้ข้อมูลในการทำการวิจัยและแสวงหาข้อมูล ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.93$ S.D=.66) ส่วนปัญหาข้อที่นักประชาสัมพันธ์ มีความเห็นด้วยน้อยที่สุด คือเรื่อง คณะไม่ได้มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารกับหน่วยงานอื่นๆ ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.66$ S.D = .99)

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของปัญหาการดำเนินงาน
 ประชาสัมพันธ์ ด้านการวางแผนและตัดสินใจ

ด้านการวางแผนและตัดสินใจ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D	แปลผล
1. คณะไม่มีการวางแผนที่ชัดเจนในการ ประชาสัมพันธ์	2.61	1.06	ปานกลาง
2. ฝ่ายต่างๆ ในคณะไม่มีโอกาสเข้าร่วมในการ กำหนดแผนงานประชาสัมพันธ์	2.75	1.04	ปานกลาง
3. การจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ของคณะและ สถาบันไม่เหมาะสม	2.89	.99	ปานกลาง
4. ผู้กำหนดแผนงานประชาสัมพันธ์มักจะเป็น ผู้กระทำการแต่เพียงฝ่ายเดียว	3.20	1.30	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	2.86	.96	ปานกลาง

จากตารางที่ 17 พบว่า ในภาพรวม นักประชาสัมพันธ์ เห็นด้วยกับปัญหาด้านการวางแผน
 และตัดสินใจ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.86$ S.D = .96) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นัก
 ประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ เห็นด้วยในระดับปานกลาง โดยปัญหาที่นักประชาสัมพันธ์มีความเห็นด้วย
 สูงสุด คือเรื่องผู้กำหนดแผนงานประชาสัมพันธ์มักจะเป็นผู้กระทำการแต่เพียงฝ่ายเดียว ในระดับ
 ปานกลาง ($\bar{x} = 3.20$ S.D = 1.30) ส่วนปัญหาข้อที่นักประชาสัมพันธ์ เห็นด้วยน้อยที่สุด คือ เรื่อง คณะ
 ไม่มีการวางแผนที่ชัดเจนในการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.61$ S.D = 1.06)

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
ด้านการติดต่อสื่อสาร

ด้านการติดต่อสื่อสาร	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D	แปลผล
1. นักประชาสัมพันธ์ขาดความรู้ในการใช้เครื่องมือและวัสดุอุปกรณ์ในการจัดการประชาสัมพันธ์	2.68	.98	ปานกลาง
2. นักประชาสัมพันธ์ขาดประสบการณ์ในการประชาสัมพันธ์	2.82	.92	ปานกลาง
3. นักประชาสัมพันธ์ขาดความรู้เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์	2.77	.94	ปานกลาง
4. นักประชาสัมพันธ์มีปัญหาในการเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์	2.80	.93	ปานกลาง
5. ผู้บริหารไม่ให้ความสำคัญและขาดความเอาใจใส่ในด้านการประชาสัมพันธ์	2.86	1.11	ปานกลาง
6. คณะไม่คอยให้การสนับสนุนงบประมาณในการจัดทำกิจกรรมในด้านการประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร	3.07	1.04	ปานกลาง
7. วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการประชาสัมพันธ์ไม่เหมาะสมและล้าสมัย	3.14	1.21	ปานกลาง
8. ไม่ได้ได้รับความร่วมมือจากสื่อมวลชนในท้องถิ่นในการประชาสัมพันธ์	2.80	1.07	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	2.87	.80	ปานกลาง

จากตารางที่ 18 พบว่า ในภาพรวม นักประชาสัมพันธ์ เห็นด้วยกับปัญหาด้านการติดต่อสื่อสาร ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.87$ S.D = .80) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ เห็นด้วยในระดับปานกลางทุกข้อ โดยปัญหาที่นักประชาสัมพันธ์ เห็นด้วยสูงสุด คือเรื่อง วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการประชาสัมพันธ์ไม่เหมาะสมและล้าสมัย ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.14$ S.D = 1.21) ส่วนปัญหาข้อที่นักประชาสัมพันธ์มีความเห็นด้วยน้อยที่สุด คือเรื่อง นักประชาสัมพันธ์ขาดความรู้ในการใช้เครื่องมือและวัสดุอุปกรณ์ในการจัดการประชาสัมพันธ์ ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.68$ S.D = .98)

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
ด้านการประเมินผล

ด้านการประเมินผล	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D	แปลผล
1. เอกสารที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างเครื่องมือที่ใช้การ วัดผลและประเมินผลไม่เพียงพอ	2.95	.99	ปานกลาง
2. การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินผล ขาดประสิทธิภาพ	2.91	.94	ปานกลาง
3. วัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ผลิตเครื่องมือในการวัดและประเมินผล ไม่เพียงพอ	2.89	.92	ปานกลาง
4. มีเวลาไม่เพียงพอในการวัดผลและประเมินผลโดยการ สนทนากับประชาชน	3.00	1.03	ปานกลาง
5. มีเวลาไม่เพียงพอในการวัดผลและประเมินผลโดยการ สังเกต	3.05	.91	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	2.96	.88	ปานกลาง

จากตารางที่ 19 พบว่า ในภาพรวม นักประชาสัมพันธ์ เห็นด้วยกับปัญหาด้านการประเมินผล ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.96$ S.D = .88) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ เห็นด้วยในระดับปานกลางทุกข้อ โดยปัญหาที่นักประชาสัมพันธ์เห็นด้วยสูงสุด คือ เรื่อง มีเวลาไม่เพียงพอในการวัดผลและประเมินผล โดยการสังเกตในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.05$ S.D = .91) ส่วนปัญหาข้อที่นักประชาสัมพันธ์เห็นด้วยน้อยที่สุด คือเรื่อง วัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ผลิตเครื่องมือในการวัดและประเมินผลไม่เพียงพอ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.89$ S.D = .92)

ตารางที่ 20 สรุป ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของปัญหาการดำเนินงาน
ประชาสัมพันธ์

ปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{x}	S.D	แปลผล
1. ด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูล	2.76	.76	ปานกลาง
2. ด้านการวางแผนและตัดสินใจ	2.86	.96	ปานกลาง
3. ด้านการติดต่อสื่อสาร	2.87	.80	ปานกลาง
4. ด้านการประเมินผล	2.96	.88	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	2.86	.81	ปานกลาง

จากตารางที่ 20 พบว่าในภาพรวม นักประชาสัมพันธ์เห็นด้วยกับปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.86$ S.D = .81) โดยปัญหาด้านที่นักประชาสัมพันธ์เห็นด้วยสูงสุดคือ ด้านการประเมินผล ($\bar{x} = 2.96$ S.D = .88) รองลงมาคือ ด้านการติดต่อสื่อสาร ($\bar{x} = 2.87$ S.D = .80) ลำดับที่ 3 ด้านการวางแผนและตัดสินใจ ($\bar{x} = 2.86$ S.D = .96) และลำดับสุดท้าย คือ ด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูล ($\bar{x} = 2.76$ S.D = .76)

ตอนที่ 3 ปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และข้อเสนอแนะอื่นๆ ของนักประชาสัมพันธ์
 ดังนี้คือ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์ ใน
 มหาวิทยาลัยมหิดล 4 ด้าน คือ 1. ด้านการวิจัย และแสวงหาข้อมูล 2. ด้านการวางแผนและ
 ตัดสินใจ 3. ด้านการติดต่อสื่อสาร และ 4. ด้านการประเมินผล ดังตารางที่ 21-23

ตารางที่ 21 สรุปปัญหาในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์และข้อเสนอแนะของนัก
 ประชาสัมพันธ์

ด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูล	ร้อยละ
- การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึงกับกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง	19.0
- ศึกษาข้อมูลจากทุกๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องไม่ทั่วถึงทั้งภายในและภายนอก	11.9
- จัดหาและจัดทำข้อมูลด้านสารสนเทศยังไม่เป็นระบบ ข้อมูลใน Homepage ไม่ทันสมัย และยังไม่เป็นปัจจุบัน	9.5
- การจัดกิจกรรมสู่ภายนอกยังน้อย และไม่สม่ำเสมอ	7.1
ด้านการวางแผนและตัดสินใจ	ร้อยละ
- ขาดการสนับสนุนอย่างจริงจังจากผู้บริหารทำให้ขาดแรงจูงใจในการทำงาน	16.7
- ขาดความร่วมมือจากผู้บริหาร ผู้บริหารไม่เห็นความสำคัญในการประชาสัมพันธ์	16.7
- ขาดการประสานงาน และไม่ได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานอื่น	14.2
- ขาดนักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ และที่มีอยู่ก็ไม่มีประสิทธิภาพในการทำงาน	14.2
- ด้านการประชาสัมพันธ์ และงานไม่ระบุชัดเจนแน่นอน	
- ไม่มีเวลาเนื่องจากมีงานอื่นทำมากเกินไป ขาดโอกาสในการเสนอผลงาน	11.9
- การประชาสัมพันธ์ขาดความน่าสนใจไม่ทั่วถึงกลุ่มเป้าหมาย	9.5
- ขาดงบประมาณในการดำเนินงาน การจัดสรรงบประมาณต่ำซ้ำไม่ทันต่อการผลิตสื่อในการประชาสัมพันธ์	7.1
ด้านการติดต่อสื่อสาร	ร้อยละ
- การติดต่อสื่อสารยังไม่ทั่วถึง เช่น ผู้ที่อยู่ห่างไกลมากๆ ไม่ได้ข้อมูลทำให้ขาดโอกาสดีๆ ในการถือกรับสื่อที่ดีได้	28.6
- อุปกรณ์บางอย่างไม่เหมาะสม และยังไม่ทันสมัยเกินไป	21.4
- เว็บไซต์ยังไม่ทันสมัย โบว์ชัวร์ ยังไม่มีการปรับปรุง รายละเอียดน้อย ไม่น่าสนใจ ข้อมูลข่าวสาร ไม่ปรับปรุง	14.3

ด้านการประเมินผล	ร้อยละ
- การประเมินผลการดำเนินงานยังไม่ต่อเนื่อง	26.2
- ยังไม่มีการประเมินว่าสื่อใดดีที่สุดและน่าสนใจมากที่สุด	23.8
- รูปแบบประเมินผลน้อย รูปแบบไม่มีมาตรฐานเดียวกัน	19.0
- ขาดการนำข้อมูลย้อนกลับที่ได้จากการดำเนินงานเพื่อมาประกอบการตัดสินใจสำหรับผู้บริหาร	9.5

ตารางที่ 21 พบว่าในภาพรวม ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นสูงสุด ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์ ในมหาวิทยาลัยมหิดล ด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูล คือ เรื่องการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึงกับกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง ร้อยละ 19.0 ด้านการวางแผนและตัดสินใจ คือ เรื่องขาดการสนับสนุนอย่างจริงจังจากผู้บริหารทำให้ขาดแรงจูงใจในการทำงาน และขาดความร่วมมือจากผู้บริหาร ผู้บริหารไม่เห็นความสำคัญในการประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 16.7 ด้านการติดต่อสื่อสาร คือ เรื่องการติดต่อสื่อสารยังไม่ทั่วถึง เช่น ผู้อยู่ห่างไกลมากๆ ไม่ได้รับข้อมูลทำให้ขาดโอกาสดีๆ ในการเลือกรับสื่อ ร้อยละ 28.6 ด้านการประเมินผล คือ เรื่องการประเมินผลการดำเนินงานยังไม่ต่อเนื่อง ร้อยละ 26.2

ตารางที่ 22 สรุป สิ่งที่ต้องการให้มหาวิทยาลัยแก้ไขปัญหาและปรับปรุง เพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการรับรู้และการจูงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยฯ

ด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูล	ร้อยละ
- สนับสนุนให้ทำวิจัย ให้มีส่วนร่วมในทุกๆ ด้าน และเปิดโอกาสสำหรับทุกคน	14.3
- มีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ	7.1
- ดูแบบอย่างจากมหาวิทยาลัยอื่น	4.8
ด้านการวางแผนและตัดสินใจ	ร้อยละ
- ทีมงานมีประสิทธิภาพ และสามารถตัดสินใจได้ในบางเรื่อง	7.1
- ผู้บริหารต้องเข้าใจและให้ความสำคัญ	7.1
- นักประชาสัมพันธ์ต้องเป็นมืออาชีพ โดยมีความเข้าใจและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.8
- มีการจัดอบรมให้เจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่อง	4.8
- งบประมาณและแผนงานสนับสนุนชัดเจน	2.4

ด้านการติดต่อสื่อสาร	ร้อยละ
- มีการจัดส่งเอกสาร แผ่นพับ และเจ้าหน้าที่ไปตามสถานศึกษา รวมถึงการจัดนิทรรศการให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง	7.1
- การเข้าถึงสถานบันการศึกษาโดยใช้สื่อที่ครบถ้วน และเข้าใจง่าย	4.8
- มีผู้ให้ความช่วยเหลือด้านอุปกรณ์ และคำแนะนำเกี่ยวกับขั้นตอนต่างๆ เพื่อให้เป็นไปในทางเดียวกัน	2.4
ด้านการประเมินผล	ร้อยละ
- รูปแบบประเมินผลเป็นมาตรฐานเดียวกัน	19.0
- การประเมินผลการดำเนินงานต่อเนื่อง	16.7
- มีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ	9.5

จากตารางที่ 22 พบว่าในภาพรวม สิ่งที่ต้องการให้มหาวิทยาลัยแก้ปัญหาและปรับปรุงเพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการรับรู้และการจงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยมหิดล มากที่สุด ด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูล คือ เรื่องการสนับสนุนให้ทำวิจัย ให้มีส่วนร่วมในทุกๆ ด้าน และเปิดโอกาสสำหรับทุกๆ คน ร้อยละ 14.3 ด้านการวางแผนและตัดสินใจ คือ เรื่องทีมงานมีประสิทธิภาพและสามารถตัดสินใจได้ในบางเรื่อง ผู้บริหารต้องเข้าใจและให้ความสำคัญ ร้อยละ 7.1 ด้านการติดต่อสื่อสาร คือ เรื่องมีการจัดส่งเอกสาร แผ่นพับ และเจ้าหน้าที่ไปตามสถานศึกษา รวมถึงการจัดนิทรรศการให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง ร้อยละ 7.1 ด้านการประเมินผล คือ เรื่องรูปแบบการประเมินผลเป็นมาตรฐานเดียวกัน ร้อยละ 19.0

ตารางที่ 23 สรุป ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการรับรู้และการจงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยฯ

ข้อเสนอแนะอื่นๆ	ร้อยละ
- มีการตีตประกาศในที่เห็นชัดเจนและมองเห็นได้ง่าย	21.4
- มีการใช้แบบสอบถามในการไปประชาสัมพันธ์ทุกครั้งแล้วนำมาเป็นข้อมูลสำหรับการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ในครั้งต่อไป	16.7
- มีการนำเสนอผลงานทำวิจัย ผู้สาธารณะ เพื่อต่อยอดและปรับปรุงแก้ไข	7.1
- มีออกค่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์	4.8

ตารางที่ 23 พบว่าในภาพรวม ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการรับรู้และการจูงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยมหิดล คือเรื่องมีการตีประกาศในที่เห็นชัดเจนและมองเห็นได้ง่าย มีค่าสูงสุด ร้อยละ 21.4 รองลงมา คือเรื่องมีการใช้แบบสอบถามในการไปประชาสัมพันธ์ทุกครั้งแล้วนำมาเป็นข้อมูลสำหรับการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ในครั้งต่อไป ร้อยละ 16.7 ลำดับที่ 3 คือ เรื่องมีการนำเสนอผลงานทำวิจัยสู่สาธารณะเพื่อต่อยอดและปรับปรุงแก้ไข ร้อยละ 7.1 และลำดับสุดท้าย คือ เรื่องมีสื่อออกกายเพื่อการประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 4.8