

### บรรณานุกรม

- กมลรัตน์ หล้าสุวงษ์ จิตวิทยาการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ศรีเดชา, 2528.
- กฤติพล ทศพร ปัจจัยที่มีผลต่อการบังคับใช้กฎหมายจราจรของตำรวจจราจร ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์) สาขารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีการศึกษา 2547.
- กฤษณ์ เสรีจกจิดี. ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของครูระดับประถมศึกษาของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดสุพรรณบุรี. ปริญญารัฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา 2548.
- กานต์ชนก ดาบสมเด็จ. การดำเนินงานและปัญหาการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปริญญามหาบัณฑิตสาขาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2543.
- กันตภณ กิจเป็รื่อง. การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดมหาวิทยาลัยเอกชน. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขา บรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- กุลธิดา ธรรมวิภังค์ 2545:145-146 การสำรวจภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี : ศึกษาเฉพาะกรณี 19 โรงเรียนในชุมชน วารสารวิจัยและพัฒนา มจร. ปีที่ 25 ฉบับที่ 2 เมษายน – มิถุนายน 2545.
- ชม ภูมิภาค. หลักการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, 2526.
- ไชยยศ เรื่องสุวรรณ. การประชาสัมพันธ์ : หลักการและแนวปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช, 2522.
- ณรงค์ สมพงษ์. สื่อเพื่อการส่งเสริมเผยแพร่. ฝ่ายสื่อศึกษาสำนักงานส่งเสริมและฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, (ม.ป.ท.), 2530.
- จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2533.
- จินดาภรณ์ วัฒนสินธุ์. การประเมินผลนโยบายสาธารณชน. ในเอกสารการสอนชุดนโยบายสาธารณชน และการวางแผนหน่วยที่ 6 สาขาวิชาวิทยาการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 2 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี: บริษัทมวลชนการพิมพ์, 2529. 135

ชนะบุญ พึ่งคุณพระ กลยุทธ์การใช้สื่อสารมวลชนเพื่อส่งเสริมการขายของบริษัทเปปเปอร์ไทย  
 อิศระวิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. นิเทศศาสตร์ (การสื่อสารมวลชน) บัณฑิตวิทยาลัย  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

ชูชีพ อ่อน โคนสูง. จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : โครงการผลิตตำรามหาวิทยาลัย ศรีนครี  
 นทรวิโรฒ บางเขน, 2518.

ญาดา ตั้งประเสริฐ และ ศันสนีย์ ตันติวิภา ประสิทธิภาพสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ของโครงการ  
 รวมพลังหารสองต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้ทรัพยากร : กรณีศึกษานักศึกษา  
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (ภาคภาษาไทย) 9, 1  
 (ม. ค. - มิ.ย. 44) : 13 – 16.

คำรงค์ดี จงวิบูลย์. แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
 นิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาชุมชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย  
 เกษตรศาสตร์, 2543.

เทพพนม เมืองแมน และสวิง สวรรณ. พฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทย  
 พัฒนาพานิช, 2529.

ทวีศักดิ์ เจริญทรัพย์. ประสิทธิภาพของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในการรณรงค์เพื่อเพิ่มจำนวน  
 นักศึกษา : ศึกษาเฉพาะกรณี มหาวิทยาลัยเกริก. บัณฑิตวิทยาลัย วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต  
 หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารองค์กร มหาวิทยาลัยเกริก, 2543.

นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ กรุงเทพมหานคร : อัลฟ่าพับลิชชิง, 2545.

นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์. นักบริหารกับงานประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์  
 คอมแพคพรีน, 2542.

นวพร วิสิฐศิริ. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการรณรงค์และเผยแพร่ข่าวสารการเลือกตั้งสมาชิกวุฒิสภา  
 (ส.ว.)ของคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. นิเทศศาสตร์  
 (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์, 2527.

ฝ่ายวางแผนและพัฒนา. รายงานประจำปี 2548 มหาวิทยาลัยมหิดล. สำนักงานอธิการบดี  
 มหาวิทยาลัยมหิดล, 2548. 136

- ปณิตา นิตยาพร. ความสัมพันธ์เชิงปฏิสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชนที่เนื้อหารุนแรงและสภาพแวดล้อมทางสังคมต่อพฤติกรรมก้าวร้าวของกลุ่มวัยรุ่นชาย วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. นิเทศศาสตร์ (การหนังสือพิมพ์) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ประคอง สอนไม้. การจัดประชาสัมพันธ์โรงเรียนมัธยมศึกษา จังหวัดนครราชสีมา วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2534.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. ทศนคติ : การเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพมหานคร : โอเคียนสโตร์, 2526.
- ประทีพย์ คนทัด. การรับรู้ของคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดราชบุรีที่มีต่อบทบาทหน้าที่ตามระเบียบกระทรวงศึกษาธิการ. ปริญญาครุศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 2545.
- ปुरुชัย เปี่ยมสมบูรณ์. การวิจัยประเมินผล. กรุงเทพมหานคร : คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. 2526.
- พจนา สุวรรณประทีป. การรับรู้เกี่ยวกับพิษภัยของการบริโภคอาหารที่มีสิ่งปนเปื้อนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสุพรรณบุรี. ปริญญาโทมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, 2532. (อัดสำเนา)
- ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2525.
- ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2530.
- ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์นานมี บุ๊คพลับลิเคชั่น, 2546.
- พนัส หันนาคินทร์. หลักการบริหารโรงเรียน. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช, 2524.
- พรทิพย์ พิมลสินธุ์. ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ประกายพริก, 2540.
- พรทิพย์ พิมลสินธุ์. การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ประกายพริก 2545.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เอกสารการสอนชุดวิชาประชาสัมพันธ์หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ เล่ม 2 หน่วยที่ 8-15. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2531: 4. 137

พวงรัตน์ ทวีรัตน์ . วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 7

กรุงเทพมหานคร : สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิ  
โรฒประสานมิตร, 2540.

มงคล เดชวรรณ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ของโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรม  
สามัญศึกษา เขตการศึกษาที่ 11. ปรินญาณิพันธ์ กศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัย  
มหาสารคาม, 2524.

มณฑล รอยตระกูล. แรงจูงที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของสรรพากรพื้นที่สาขา. วิทยานิพนธ์  
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพิจารณา บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 2546.

มนตรีรา พานิชยิ่ง. คู่มือการจัดทำโครงการและการจัดกิจกรรมห้องสมุด กรุงเทพฯ : อุดมศึกษา.  
2544.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์. ภาษาเพื่อการสื่อสาร : เอกสารการสอน  
พิมพ์ครั้งที่ 18. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2542.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. สาขานิเทศศาสตร์. เอกสารการสอนชุดหลักการโฆษณาและการ  
ประชาสัมพันธ์ พิมพ์ครั้งที่ 3. นนทบุรี, 2543.

ยุพา สุภากุล. การสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, 2540.

รวีวงศ์ ศรีทองรุ่ง. การพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์ พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : นานาส์พิมพ์,  
2542.

ระเด่น ทักษณา. การประชาสัมพันธ์ภายนอก. For Quality 43 (พ.ค.) 2544 :118-123.

ลักษณ์ สตะเวทิน. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : เฟื่องฟ้าการพิมพ์, 2540.

วชิราภรณ์ เรื่อง ไพบูลย์. ประสิทธิผลของสื่อในการให้ความรู้เรื่อง ภูมิคุ้มกันโรคแก่มารดา  
หลังคลอด : ศึกษา เฉพาะกรณี โรงพยาบาลราชวิถี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศ  
ศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.

วารุณี สุวรรณพิสิทธิ์. การสื่อสารระหว่างบุคคลในการสนับสนุนให้เกิดการทาประกันชีวิต  
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. นิเทศศาสตร์ (วทวิทยา) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย, 2543.

วาสนา จันทร์สว่าง และคณะ. ภาพลักษณ์กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ กรุงเทพมหานคร : คณะ  
สาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2541. 138

- วิจิตร อวาทกุล. การประชาสัมพันธ์หลักและวิธีปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- \_\_\_\_\_. การประชาสัมพันธ์หลักและวิธีปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- \_\_\_\_\_. เทคนิคการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2541.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.
- \_\_\_\_\_. การประชาสัมพันธ์ : หลักวิธีการปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- \_\_\_\_\_. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์. ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติมใหม่ พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- วิไลพร จิตต์จุพานนท์. รูปแบบการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคชายในกรุงเทพมหานคร ปรินญา นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- วีระ อรัญมงคล. หลักการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สุกจิตออฟเซต, 2538.
- ศิริโสภาค บุรพาเดชะ. จิตวิทยาธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2528.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และสมชาย หิรัญกิตติ. การบริหารสำนักงานแบบใหม่ ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พัฒนาการศึกษา, 2530.
- สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. “คู่มือขั้นตอนการปฏิบัติงานเพื่อมุ่งเน้นความสำคัญที่ผู้รับบริการและการทบทวนความต้องการของผู้รับบริการ PM-4.4.3”.
- [Online]. Available from : <http://www.qa.car.chula.ac.th/index.htm> [2002, August 15].
- เสถียร เขยประทับ. ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการพัฒนา. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- เสนีย์ แดงวัง. การประชาสัมพันธ์แนวคิดและหลักวิธีการปฏิบัติ กรุงเทพมหานคร : อักษรศาสตร์บัณฑิต, 2525:6
- เสรี วงษ์มณฑา. การประชาสัมพันธ์ : ทฤษฎีและปฏิบัติ กรุงเทพมหานคร : DIAMOND IN BUSINESS WORLD. 2542. 139

- แสงรพี ภัทรกิจกุลธร. การเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ ที่ให้ความรู้ ในการพัฒนาภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมปลายในเขต กรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. นิเทศศาสตร์ (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- สมพงษ์ เกษมสิน. การบริหารบุคคลแผนใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช, 2526.
- สัมคม ภูมิพันธุ์. ทฤษฎีและกระบวนการสื่อสาร. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม : ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2536.
- สิริพงษ์ วัฒนาศรีทานัง. การดำเนินการประชาสัมพันธ์ของฝ่ายสุศึกษาและประชาสัมพันธ์ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2537.
- อนันต์ธนา อังกินันท์. การผลิตและการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคาแหง, 2524.
- อรวรรณ ปิรันชนโอวาท. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- อัปพรศรี พลอดเปลี่ยว. การประชาสัมพันธ์โรงเรียน. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคาแหง, 2530.
- อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโหมยิต. โครงการบรรยายวิชาการ เรื่อง การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ณ หอสมุดแห่งชาติ 25 กันยายน 2545.
- อุดมศักดิ์ เวชราภรณ์. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : วิทยุการพิมพ์, 2537.
- อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโหมยิต. การเขียนสื่อต่างๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกร มหาวิทยาลัย, 2545.
- อุทัย ปัญญาโกญ. ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของครูประถมศึกษา สังกัดสำนักงาน คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการ บริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2539.
- เอ็ด สารภูมิ. พฤติกรรมบุคคลในองค์กร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์รัชดา, 2529. 140

- Beach, Dale S. *Personnel: The Management of People at Work*. New York: The Macmillan Company, 1965.
- Bulter, David Wilson. "Survey of Current Public Relations and Marketing Practices in Pennsylvania Public Libraries: Guideline for Improvement," in *Library Science Dissertation 1973-1981 ; an Annotation Bibliography* p.142 Littleton :Libraries Unlimited, 1982.
- Cronbach, Lee J. *Essentials of Psychology Testing*. 3 rd ed. New York : Harper & Publisher, 1974.
- Cutlip, Scott M. and Allen H. Center. *Effective Public Relations*. 5th ed. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice-Hall, 1978.
- Cutlip, Scott M.,Center,Allen H and Broom. *Effective Public Relations*.8 the ed. W.J. :Prentice Hall,1999.
- Dafe, R.L. *Management*. Chicago : The Dryden Press., 1988.
- Dworkin, Kristine D. Eight ways to get unconventional creative. Online January/February 2001.
- Ford, Vikki.: PR The state of public relations in academic libraries. *College & Research Libraries* 46 September,1985.
- Garrison K.C., Magoon R. *Educational Psychology*. Columbus : Charles E.Meril Publishing, 1972.
- Guth David W. and March Charks. *Public Relations:a values-driven approach*. Boston, Allyn And Bacon, C 2000.
- Hamilton, Feona. *In for promotion : publicity and marketing ideas for the information profession* Hampshire : Gower. 1990.
- John W. Best, *Research in Education* (Englewood Cliffs, New Jersey:Prent6ice Hall Inc,1970), 204-208.
- Katz E. and Menzal H. *Social Relations and innovation in the Medical Profession* Public Opinion Quarterly. New York: The Basic Book, 1955.
- KatZ E. and Paul F. Lazars feld. *Personal Influence*. New York: The Free Press, 1955. 141

- Krejcie, R.V. and Morgan, D.W. "Determining sample size for research activities." *Educational and Psychological Measurement*. 30, 3. 1970.
- Marston John E. *Modern Public Relations*. New York : McGraw-Hill Book Company, 1979.
- Maslow, A.H. *Motivation and Personality*. 2nd ed. New York : Harper and Row, 1970.
- Mays, Russis O. "Superintendents' Perceptions of the Effectiveness of Public School Public Relation Processes," Newsom, Doug and Carrell, Bob. *Public relations writing : form and style Belmont :Wadsworth*. 1995.
- Olson, Wade Robert. "School Public Relations Practices and Perceptions of Elementary Principals and High School Principals in Four Midwestern States," *Dissertation Abstract International*. 50(8) : 2336-A ; February, 1989.
- Rogers Everett M. *Communication Channels in Handbook of Communication*. Chicago : Rand Mc.-Nelly, 1978.
- Romine, Laurence Albert. "Role of the Community College public Relations Manager," *Dissertation Abstracts International*. 47 (1) : 63-A ; July, 1978.
- Williams, Charles Owen. "An In-depth Investigation of Explicit Tasks Performed by Selected Indiana junior High School Principals." *Dissertation Abstracts International*. 47(1) : 63-A ; July, 1978.

แบบสอบถาม

(ฉบับที่ 1)

ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับระดับของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการรับรู้และการจูงใจให้นักเรียนสนใจ  
เข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

เรื่อง

การวิจัยเพื่อศึกษาประสิทธิผลในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัย  
เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

นางกุลภรณ์ หงษ์ทอง

อาจารย์ สาขาเทคโนโลยีนิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

ผู้ดำเนินการวิจัย

## คำชี้แจง

แบบสอบถาม (ฉบับที่ 1) มีจำนวน 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับระดับของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการรับรู้และการจงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. ระดับการรับรู้และระดับการจงใจ ด้านสื่อบุคคล
2. ระดับการรับรู้และระดับการจงใจ ด้านสื่อสิ่งพิมพ์
3. ระดับการรับรู้และระดับการจงใจด้านสื่อวิทยุและโทรทัศน์
4. ระดับการรับรู้และระดับการจงใจ ด้านสื่ออื่นๆ

ตอนที่ 3 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆ ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบปลายเปิดให้แสดงความเห็นอย่างอิสระในประเด็นปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการรับรู้และการจงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ในฐานะที่ท่านเป็นผู้มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการรับรู้และการจงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ จึงขอความกรุณาจากท่านได้ตอบแบบสอบถามให้ตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด ผู้วิจัยขอรับรองว่าจะไม่มีผลต่อตัวท่านแต่อย่างใด เพราะการวิเคราะห์ข้อมูลจะออกมาเป็นภาพรวม งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งเพื่อทราบประสิทธิผลของการใช้สื่อในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการใช้สื่อในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัยมหิดล และเพื่อศึกษาระดับของการรับรู้และระดับการจงใจจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์เพื่อให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์และขอบเขตการวิจัยที่ตั้งไว้

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย  ลงในหน้าข้อความที่เป็นจริงและกรอกข้อความในช่องว่างที่กำหนด

1. เพศ

1.  หญิง

2.  ชาย

2. คณะที่ท่านกำลังศึกษาอยู่ปัจจุบัน คือ.....

3. ภูมิภาคเดิมก่อนที่ท่านจะมาศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

1.  กรุงเทพมหานคร

2.  ภาคตะวันออก

3.  ภาคกลาง

4.  ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

5.  ภาคเหนือ

6.  ภาคใต้

4. ค่าใช้จ่ายในการศึกษาท่านได้รับจาก

1.  บิคา มารดา

2.  ญาติพี่น้อง

3.  ทุนรัฐบาล/ทุนอื่นๆ

4.  อื่นๆ.....

5. ค่าใช้จ่ายในการศึกษาที่ท่านได้รับต่อเดือนจำนวน

1.  ต่ำกว่า 5,000 บาท

2.  5,001 – 10,000 บาท

3.  10,001 – 15,000 บาท

4.  15,001 – 20,000 บาท

5.  20,001 – 25,000 บาท

6.  มากกว่า 25,000 บาท

7.  อื่นๆ.....

6. ก่อนมาศึกษาต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์นี้ ท่านจบการศึกษาในระดับใด

1.  มัธยมศึกษาตอนปลาย

2.  ประกาศนียบัตร (ปวช.)

3.  อนุปริญญา (ปวส.)

4.  อื่นๆ.....

7. สาเหตุที่เลือกเรียนที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์เพราะเหตุใด (ตอบมากกว่า 1 ข้อ)

1.  ใกล้ที่พักอาศัย

2.  ชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ

3.  หลักสูตรน่าสนใจหลากหลาย

4.  ค่าใช้จ่ายถูกกว่าที่อื่น

5.  อาจารย์มีคุณภาพสูง

6.  บรรยากาศและสิ่งแวดล้อม

7.  อาคารสถานที่ทันสมัย

8.  อื่นๆ.....

8. สถานที่พักอาศัยปัจจุบันของท่าน ขณะที่ยังศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยฯ

1.  บ้านตนเอง

2.  บ้านญาติหรือคนรู้จัก

3.  บ้านเช่า แฟลต อพาร์ทเมนท์

4.  หอพักภายในมหาวิทยาลัย

5.  อื่นๆ.....

9. ระยะทางในการเดินทางระหว่างที่พักกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์เป็นระยะทางเท่าใด

- |   |  |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 5 กิโลเมตร | 2. <input type="checkbox"/> 5 - 10 กิโลเมตร  |
| 3. <input type="checkbox"/> 11 - 15 กิโลเมตร    | 4. <input type="checkbox"/> 16 - 20 กิโลเมตร |
| 5. <input type="checkbox"/> มากกว่า 20 กิโลเมตร |  |

10. ท่านทราบข่าวการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยจากสื่อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- |   |  |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> สื่อบุคคล   | 2. <input type="checkbox"/> สื่อสิ่งพิมพ์            |
| 3. <input type="checkbox"/> สื่อวิทยุ   | 4. <input type="checkbox"/> สื่อโทรทัศน์             |
| 5. <input type="checkbox"/> Internet    | 6. <input type="checkbox"/> เว็บไซต์มหาวิทยาลัยมหิดล |
| 7. <input type="checkbox"/> อื่นๆ ..... |  |

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

**ตอนที่ 2** ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับ ระดับของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการรับรู้ และการจูงใจ ให้  
นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อ ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ข้อคำถามเพื่อต้องการทราบระดับ  
การรับรู้และระดับการจูงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ โดย  
กำหนดประเภทของสื่อ 4 ด้าน ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและโทรทัศน์ และสื่ออื่นๆ

**คำชี้แจง** กรุณาเขียนเครื่องหมาย  ลงในช่องแสดงความคิดเห็นที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านในช่องหมายเลข 1-5  
ซึ่งกำหนดตัวเลขไว้ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีความหมายดังนี้

มากที่สุด	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ 5
มาก	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ 4
ปานกลาง	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ 3
น้อย	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ 2
น้อยที่สุด	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ 1

ระดับการรับรู้และระดับการจูงใจ ด้านสื่อบุคคล					
1. ท่านทราบข่าวการรับสมัครนักศึกษาจาก มหาวิทยาลัยมหิดลจากสื่อบุคคลใดบ้าง	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1.1. บิดา / มารดา					
1.2.ญาติ / พี่น้อง					
1.3. เพื่อน					
1.4. ศิษย์เก่า					
1.5. นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ปัจจุบัน					
1.6. อาจารย์					
1.7.ข้าราชการ/พนักงาน					
ระดับการรับรู้และระดับการจูงใจ ด้านสื่อสิ่งพิมพ์					
2.ท่านทราบข่าวการรับสมัครนักศึกษาจาก มหาวิทยาลัยฯ จากสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทใด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
2.1. แผ่นพับ/โบว์รัวร์					
2.2. หนังสือเวียนของมหาวิทยาลัย					
2.3. วารสารมหาวิทยาลัย					
2.4. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ					
2.5. หนังสือพิมพ์ข่าวสด					
2.6. หนังสือพิมพ์มติชน					
2.7. หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์					
2.8. อื่นๆ					

ระดับการรับรู้และระดับการจูงใจด้านสื่อวิทยุและโทรทัศน์					
3. ท่านทราบข่าวการรับสมัครนักศึกษาในมหาวิทยาลัยฯ จากสื่อมวลชนประเภทใด	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
3.1. รายการวิทยุ					
3.2. โทรทัศน์					
3.3. อื่นๆ					
ระดับการรับรู้และระดับการจูงใจ ด้านสื่ออื่นๆ					
4. ท่านทราบข่าวการรับสมัครนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยฯ จากสื่อสื่ออื่นๆ ประเภทใด	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
4.1. การค้นคว้าจาก อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โกลบินทร์					
4.2. การจัดนิทรรศการแนะแนว					
4.3. การสอบถามทางโทรศัพท์					
4.4. บอร์ดการประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โกลบินทร์					
4.5. สื่อโฆษณากลางแจ้ง “ป้ายคัดเอาท์”					
ระดับการรับรู้และระดับการจูงใจ ด้านสื่ออื่นๆ (ต่อ)					
4. ท่านทราบข่าวการรับสมัครนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยฯ จากสื่อสื่ออื่นๆ ประเภทใด	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
4.6. ป้ายผ้า					
4.7. ป้ายไม้					
4.8. อื่นๆ					

ตอนที่ 3 ปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และข้อเสนอแนะอื่นๆ

**คำชี้แจง** ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบปลายเปิดโปรดแสดงความเห็นอย่างอิสระในประเด็นปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการรับรู้และการจูงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1. ปัญหาและอุปสรรคในการในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์ ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ท่านพบคือ

.....

2. ท่านต้องการให้มหาวิทยาลัย แก้ปัญหาและปรับปรุงอย่างไรบ้างเพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการรับรู้และการจูงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

.....

3. ความเต็มใจของนักประชาสัมพันธ์ต่อการให้บริการที่ท่านพบเป็นอย่างไรบ้าง

.....

4. ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงด้านอื่นๆ คือ

.....

ขอขอบคุณที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

.....

แบบสอบถาม

(ฉบับที่ 2)

ความคิดเห็นของนักประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับการดำเนินงานและปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของ  
นักประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

เรื่อง

การศึกษาประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการรับรู้และการจูงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อใน  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

นางกุลภรณ์ หงษ์ทอง

อาจารย์ สาขาเทคโนโลยีนิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

ผู้ดำเนินการวิจัย

## คำชี้แจง

แบบสอบถาม ฉบับที่ 2 มีจำนวน 3 ตอน ประกอบด้วย

**ตอนที่ 1** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

**ตอนที่ 2** เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และปัญหาในการดำเนินงานของนักประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. ด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูล
2. ด้านการวางแผนและตัดสินใจ
3. ด้านการติดต่อสื่อสาร
4. ด้านการประเมินผล

**ตอนที่ 3** เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆ ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบปลายเปิดให้แสดงความเห็นอย่างอิสระในประเด็นปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการรับรู้และการจงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในฐานะที่ท่านเป็นผู้มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการรับรู้และการจงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ จึงขอความกรุณาจากท่านได้ตอบแบบสอบถามให้ตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด ผู้วิจัยขอรับรองว่า จะไม่มีผลต่อหน้าที่การงาน และต่อตัวท่าน เพราะการวิเคราะห์ข้อมูลจะออกมาเป็นภาพรวม งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งเพื่อทราบประสิทธิผลของการใช้สื่อในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการใช้สื่อ ในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ ของนักประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ และเพื่อศึกษาระดับของการรับรู้และระดับการจงใจจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่ให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์เพื่อให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์และขอบเขตการวิจัยที่ตั้งไว้ดังนี้



## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

## ตอนที่ 2

2.1 ข้อคำถามเกี่ยวกับ ด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์ ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ 4 ด้าน คือ ด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูล ด้านการวางแผนและตัดสินใจ ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านการประเมินผลที่ท่านได้ปฏิบัติจริงในขณะนี้สังกัดอยู่ ณ ปัจจุบัน

คำชี้แจง กรุณาเขียนเครื่องหมาย  ลงในช่องแสดงความคิดเห็นที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านในช่อง ซึ่งกำหนดตัวเลือกไว้ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีความหมายดังนี้

มากที่สุด	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ 5
มาก	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ 4
ปานกลาง	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ 3
น้อย	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ 2
น้อยที่สุด	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ 1

1. ด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูล	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1.1 มีการศึกษา สํารวจ วิจัย สถานการณ์ สภาพแวดล้อม ที่มีผลเกี่ยวข้องหรือผลกระทบต่อการทำงานประชาสัมพันธ์					
1.2 มีการสำรวจความต้องการ ในการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อการประชาสัมพันธ์ในสถานศึกษา					
1.3 มีการสัมภาษณ์หรือออกพบปะพูดคุยกับประชาชนกลุ่ม เป้าหมายเพื่อสำรวจความคิดเห็น					
1.4 ออกแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นของประชาชนทั่วไปภายในจังหวัดใกล้เคียง					
1.5 จัดทำคู่มือหรือกล่องรับความคิดเห็นไว้สำหรับแสดงความคิดเห็น					
1.6 มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารกับหน่วยงานอื่นๆ					
1.7 ปฏิบัตินกิจกรรมของสถาบันเพื่อการเผยแพร่ออกสู่ชุมชน และสื่อมวลชนอื่นๆ อย่างสม่ำเสมอ					

2. ด้านการวางแผนและตัดสินใจ	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
2.1. คณะมีคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์					
2.2. คณะมีแผนงานด้านการประชาสัมพันธ์ไว้อย่างชัดเจน					
2.3. มีการนำปัญหาที่ได้จากการสำรวจมาวิเคราะห์ด้านการดำเนินการและการวางแผนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์					
2.4. มีการกำหนดตัวบุคคลเพื่อมอบหมายงานการประชาสัมพันธ์ในแต่ละด้าน					
2.5. ภาควิชา หรือหน่วยงานระดับภาควิชามีโอกาสร่วมกำหนดแผนงานการประชาสัมพันธ์					
2.6. ผู้บริหารและนักการประชาสัมพันธ์ได้ร่วมกันจัดทำแผนปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์					
2.7. มีการจัดสรรงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ไว้อย่างพอเพียง					
2.8. มีการวางแผนการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์					
ด้านการติดต่อสื่อสาร	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
3.1. เสนอข่าวสารและความเคลื่อนไหวของคณะสู่สาธารณชนเป็นประจำและต่อเนื่อง					
3.2. มีการจัดทำป้ายประกาศเพื่อการประชาสัมพันธ์ในที่ที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน					
3.3. มีการจัดทำจุลสาร หรือเอกสารของคณะออกเผยแพร่					
3.4. มีการประชาสัมพันธ์โดยติดป้ายโฆษณาเมื่อมีการจัดสัมมนา นิทรรศการหรือจัดกิจกรรมอื่นๆ ในคณะ					
3.5. มีการตัดข่าวความเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับคณะและสถาบันโดยตรงจากสื่อมวลชนเพื่อนำเสนอให้ผู้บริหารทราบ					
3.6. มีการติดประกาศประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ อยู่เสมอๆ					
3.7. ส่งเสริมให้มีการจัดทำป้ายปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่					
3.8. ส่งเสริมให้มีการจัดนิทรรศการด้านวิชาการ					
3.9. มีการจัดทำเอกสารรายงานประจำปี					
3.10. มีการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ผลงานของคณะและสถาบันการศึกษาทาง อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์					

4. ด้านการประเมินผล	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
4.1. มีการประเมินผล และการวัดผลงานด้านประชาสัมพันธ์โดยจัดทำเป็นสถิติรายงานประจำปี					
4.2. ประเมินผลการประชาสัมพันธ์ โดยการสนทนากับประชาชนเป็นรายบุคคล					
4.3. ประเมินผลการประชาสัมพันธ์ โดยใช้แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นจากนักศึกษา และพนักงาน					
4.4. ตรวจสอบ ติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ					
4.5. นำข้อมูลย้อนกลับที่ได้จากการประชาสัมพันธ์เสนอเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของผู้บริหารในการดำเนินงานของคณะของท่าน					
4.6. ติดตามข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อรับทราบผลที่เกิดจากการประชาสัมพันธ์					
4.7. ประเมินประสิทธิภาพของสื่อที่จัดทำและเผยแพร่เป็นประจำตามระยะเวลาอันเหมาะสม					
4.8. ประเมินประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ว่าสื่อใดได้รับความสนใจมากที่สุด					

## ตอนที่ 2

2.2 ข้อคำถามเกี่ยวกับ ด้านปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์ ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ 4 ด้าน คือ ด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูล ด้านการวางแผน และตัดสินใจ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการประเมินผลที่เกิดขึ้นจริงในปัจจุบัน ในหน่วยงานของท่าน

คำชี้แจง กรุณาเขียนเครื่องหมาย  ลงในช่องแสดงความคิดเห็นที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านในช่อง ซึ่งกำหนดตัวเลือกไว้ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีความหมายดังนี้

มากที่สุด	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ 5
มาก	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ 4
ปานกลาง	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ 3
น้อย	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ 2
น้อยที่สุด	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ 1

1. ด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูล	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1.1. ไม่ได้ได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามหรือการให้ข้อมูล ในการทำการวิจัยและแสวงหาข้อมูล					
1.2. คณะของท่านไม่ได้กำหนดนโยบายในการประชาสัมพันธ์ไว้ให้ชัดเจน					
1.3 คณะของท่านไม่ได้มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารกับหน่วยงานอื่นๆ					
1.4 ผู้บริหารไม่ได้ให้ความสำคัญต่อกิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์					
2. ด้านการวางแผนและตัดสินใจ	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
2.1. คณะของท่านไม่มีการวางแผนที่ชัดเจนในการประชาสัมพันธ์					
2.2. ฝ่ายต่างๆ ในคณะของท่านไม่มีโอกาสเข้าร่วมในการกำหนดแผนงานประชาสัมพันธ์					
2.3. การจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ของคณะและสถาบันของท่านไม่เหมาะสม					
2.4. ผู้กำหนดแผนงานประชาสัมพันธ์มักจะเป็นผู้กระทำการกิจกรรมแต่เพียงฝ่ายเดียว					

3. ด้านการติดต่อสื่อสาร	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
3.1. นักประชาสัมพันธ์ขาดความรู้ในการใช้เครื่องมือและวัสดุอุปกรณ์ในการจัดการประชาสัมพันธ์					
3.2. นักประชาสัมพันธ์ขาดประสบการณ์ในการประชาสัมพันธ์					
3.3. นักประชาสัมพันธ์ขาดความรู้เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์					
3.4. นักประชาสัมพันธ์มีปัญหาในการเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์					
3.5. ผู้บริหารไม่ให้ความสำคัญและขาดความเอาใจใส่ในด้านการประชาสัมพันธ์					
3.6. คณะไม่คอยให้การสนับสนุนงบประมาณในการจัดทำกิจกรรมในด้านการประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร					
3.7. วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการประชาสัมพันธ์ไม่เหมาะสมและล้าสมัย					
3.8 ไม่ได้รับความร่วมมือจากสื่อมวลชนในท้องถิ่นในการประชาสัมพันธ์					
4. ด้านการประเมินผล	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
4.1. เอกสารที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างเครื่องมือที่ใช้การวัดผลและประเมินผลไม่เพียงพอ					
4.2. การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินผลขาดประสิทธิภาพ					
4.3. วัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ผลิตเครื่องมือในการจัดและประเมินผลไม่เพียงพอ					
4.4. มีเวลาไม่เพียงพอในการวัดผลและประเมินผลโดยการสนทนากับประชาชน					
4.5. มีเวลาไม่เพียงพอในการวัดผลและประเมินผลโดยการสังเกต					

ตอนที่ 3 ปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และข้อเสนอแนะอื่นๆ

คำชี้แจง ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบปลายเปิด โปรดแสดงความเห็นอย่างอิสระในประเด็นปัญหาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการรับรู้และการจูงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

1. ปัญหาและอุปสรรคในการในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์ ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ที่ท่านพบคือ

.....

2. ท่านต้องการให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ แก้ปัญหาและปรับปรุงอย่างไรบ้างเพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการรับรู้และการจูงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

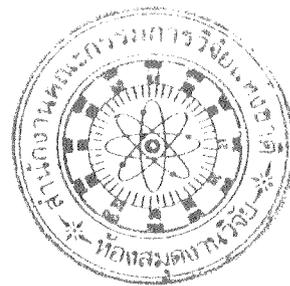
.....

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงด้านอื่นๆ คือ

.....

ขอขอบคุณที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

.....



### ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล

นางกุลภรณ์ หงษ์ทอง

ที่อยู่

49/45 ถนน พุทธรณเขต สาย 7 ตำบลท่าตลาด

อำเภอสามพราน นครปฐม 73110

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2539

สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง  
คณะบริหารธุรกิจ สาขาการบัญชี โรงเรียนเทคนิคพลศึกษาธนบุรี  
เขตบางแค กรุงเทพมหานคร

พ.ศ. 2544

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ  
สาขาการเงินการธนาคาร มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม  
จังหวัดนครปฐม

พ.ศ. 2550

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต (ศษ.ม.)  
สาขาวิชาพัฒนศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดนครปฐม

### ประวัติการทำงาน

2550-ปัจจุบัน

อาจารย์คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ  
สาขาเทคโนโลยีนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม โกสินทร์

