

การศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา*

A study of guideline for public relations website of Higher Education Commission

นารีรัตน์ โสติถิमानนท์**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาและนำเสนอแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา จำนวน 10 คน เจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา จำนวน 165 คน ผู้ใช้งานเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา จำนวน 37 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถามสภาพและความต้องการพัฒนาเว็บไซต์ แบบสัมภาษณ์ แบบประเมินคุณภาพแนวทาง และแบบประเมินแนวทางวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมศาสตร์ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

1. แนวทางการพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ประกอบด้วย 1) ข่าวประชาสัมพันธ์ควรมีการนำเสนอเนื้อหาเฉพาะของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาเท่านั้น 2) ภารกิจผู้บริหาร/งาน/อบรม/การศึกษาต่อ/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน เช่น ข้อมูลการฝึกอบรมในรายเดือน หรือแนวทางในการศึกษาต่อ เป็นต้น 3) การจัดรูปแบบเว็บไซต์ ตัวอักษร และการแบ่งเนื้อหา ควรมีการจัดรูปแบบโดยมีการออกแบบหน้าเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาให้สะอาดตา มีความเรียบง่ายเป็นหมวดหมู่ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ใช้สีที่ไม่ฉูดฉาดจนเกินไป รวมทั้งโครงสร้างของเว็บไซต์ควรเป็นมาตรฐานเดียวกัน 4) การเชื่อมโยง ระบบนำทางและการเข้าถึงข้อมูล ควรมีการใช้เมนูต่างๆที่เข้าใจง่าย เช่น เป็นการลิงค์ด้วยข้อความเพื่อไม่ให้รกเกินไปและเป็นไปในทางเดียวกัน มีการเชื่อมโยงข้อมูลทั้งภายในและภายนอกได้อย่างรวดเร็วและไม่ซับซ้อน และควรมีช่องทางสำหรับการสื่อสารระหว่างผู้ใช้บริการเว็บไซต์กับผู้ดูแลระบบ เพื่อสะดวกในการใช้งานมากขึ้น เนื้อหาในการนำเสนอจะต้องกระชับ เข้าใจง่าย และมีการนำรูปภาพมาประกอบ

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาภาคการศึกษาภาคการศึกษาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2556 เรื่องการศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

** นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร E-mail: nareerat.kung@gmail.com โทรศัพท์ 089-0589619 อาจารย์ที่ปรึกษาผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทน์ เรืองฤทธิ์

2. การนำเสนอแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ผ่านการประเมินในระดับเหมาะสม ($\bar{x}=4.82$, S.D. = 0.00)

Abstract

This research aimed to study the guidelines for developing the public relations website of Higher Education Commission; and propose guidelines for developing the public relations website of Higher Education Commission. The sample used in this research were ten executives of Higher Education Commission one hundred sixty-five officers of Higher Education Commission, thirty-seven Higher Education Commission's website users and five experts in website design for public relations. The research instruments were need assessment for website development questionnaire, interview guidelines, quality evaluation form and guideline evaluation form The Statistical Package for the Social Sciences was used to analyze mean, percentage and standard deviation.

The research results were as follows:

1. The guidelines for developing the public relations website of Higher Education Commission were 1) public relations news should only provide the content of Higher Education Commission; 2) executive mission/ job opportunities/ training/ further study/ relevant agencies should provide the current information such as monthly training program, guideline for further study; 3) website format, alphabets and fonts, and separation of content should be attractive, be simple, categorize into the same direction, not too colorful and standardize the website structure; 4) Navigation and data access should have user friendly menus such as creating a link with a message which decrease the clutter and direct into the same way, creating a linkage between internal and external data for a quick and easy usability, providing a communication channel between users and website administrator, and providing the brief, easy to understand content with diagram,
2. The evaluation of the overall guideline for developing the public relations website of Higher Education Commission passed at the appropriate level. ($\bar{x}= 4.82$, S.D. = 0.00)

บทนำ

ปัจจุบันการติดต่อสื่อสารได้เข้ามามีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ องค์กร สถาบันต่างๆ ทำให้การประชาสัมพันธ์ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของขององค์กรต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วขึ้นในการประชาสัมพันธ์ของแต่ละองค์กรนั้นจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และช่วยสร้างค่านิยมขององค์กรให้ดีขึ้น เพื่อเป็นการพัฒนาหรือปรับปรุงองค์กร แล้วยังเป็นการสร้างค่านิยมและทัศนคติที่ดีให้แก่องค์กรได้อีกทางหนึ่ง อีกทั้งการประชาสัมพันธ์ยังถือว่าการสื่อสารความรู้สึกไปยังประชาชนเพื่อชักชวนให้ประชาชนร่วมมือเห็นด้วยกับการดำเนินงานของสถาบัน ซึ่งรวมถึง ความรู้สึกที่ดี และความประทับใจของประชาชน รวมทั้งการปรับปรุงการดำเนินงานของหน่วยงานให้สอดคล้องกับความคิดเห็นของประชาชนอีกด้วย(วิจิตร อาวะกุล 2534 :12) ซึ่ง

หลักการประชาสัมพันธ์ยังเป็นกลไกแห่งการชักนำความประทับใจและภาพพจน์ที่ดีจากหน่วยงานองค์การสถาบันไปสู่ประชาชนด้วยการบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนได้รับทราบและเกิดความรู้ความเข้าใจในหน่วยงานซึ่งการบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนได้รับทราบและเกิดความรู้ความเข้าใจในหน่วยงานรวมถึงการชี้แจงเผยแพร่นโยบายวัตถุประสงค์การดำเนินงานและกิจกรรมผลงานต่างๆของหน่วยงานตลอดจนข่าวคราวความเคลื่อนไหวของหน่วยงานสถาบันให้กลุ่มประชาชนเป้าหมายและประชาชนทั่วไปได้ทราบและรู้เห็นกิจกรรมหรือการกระทำดังกล่าวซึ่งนับเป็นการปูพื้นฐานแห่งความเข้าใจให้แก่หน่วยงานทำให้หน่วยงานเป็นที่รู้จักเข้าใจเลื่อมใสศรัทธาแก่ประชาชนรวมทั้งทำให้เกิดความรู้สึกเป็นไปในทางที่ดีต่อหน่วยงาน (วิจิตรอวาทกุล. 2541 : 20) การประชาสัมพันธ์องค์การจะประสบผลสำเร็จได้นั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยความร่วมมือของบุคลากรในองค์กรในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพนั้นนักประชาสัมพันธ์จะต้องถือหลักในการปฏิบัติในการกระทำที่หมายถึงประพฤติดีมีคุณธรรมสมควรแก่การเชื่อถือและศรัทธาและยังเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพราะหากองค์กรสถาบันมีพฤติกรรมการประพฤติปฏิบัติที่ไม่ดีประชาชนย่อมจะเสื่อมศรัทธาตั้งแต่เริ่มแรกการปฏิบัติงานขององค์การจะดำเนินไปได้ด้วยดีมีความซื่อสัตย์มีผลงานซึ่งควรค่าแก่การเผยแพร่ให้ประชาชนรับทราบการสร้างความสนใจให้แก่ประชาชนจะต้องมีเทคนิคหรือวิธีการให้ประชาชนเกิดความสนใจในเรื่องหรือสิ่งที่เราประสงค์จะสื่อสารและประชาสัมพันธ์ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชนโดยส่วนรวมด้วยการใช้เครื่องมือสื่อสารประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะต้องมีการวางแผนในการใช้สื่อหรือเครื่องมือที่รัดกุมเหมาะสมรวมทั้งวิธีการและเทคนิคในการใช้สื่อต่างๆ และคุณภาพของเครื่องมือหรือสื่อต่างๆในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์บางครั้งต้องใช้สื่อหรือเครื่องมือหลายๆประเภทประกอบกันเช่นการแถลงชี้แจงด้วยวาจาการใช้เอกสารสิ่งพิมพ์การจัดนิทรรศการและเหตุการณ์พิเศษการใช้สื่อมวลชนช่วยกระจายข่าวเช่นโทรทัศน์วิทยุกระจายเสียงภาพยนตร์ เป็นต้น (วิรัชกรรัตนกุล.2539 : 23-24)

ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตถูกนำมาใช้เป็นสื่อในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในเวลาอันรวดเร็ว และได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งอินเทอร์เน็ตยังเป็นระบบเครือข่ายเปิดที่สามารถติดต่อเชื่อมโยงได้ตลอด 24 ชั่วโมง จึงสามารถเข้าถึงข้อมูลซึ่งประกอบด้วย ข้อความ ภาพ และเสียง ที่มีผู้นำเสนอไว้โดยผ่านรูปแบบและเนื้อหาที่แตกต่างกัน นอกจากนั้นยังเป็นที่สื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ที่หลากหลายอีกด้วย (อชิปัตย์ คลีสุนทร, 2542) องค์กรต่างๆได้นำระบบอินเทอร์เน็ตเข้ามานำเสนอข้อมูลสารสนเทศขององค์กรในรูปแบบต่างๆได้มากขึ้น มีบริการต่างๆมากมายที่เกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ต ให้กับผู้ที่สนใจและต้องการติดต่อกับองค์กรในรูปแบบต่างๆและยังเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์องค์กร โดยการนำสื่อเข้ามาใช้ในการประชาสัมพันธ์องค์กร สื่อที่จะนำมาใช้นั้นจะต้องดูถึงความเหมาะสมของแต่ละองค์กร แต่ส่วนใหญ่แล้วสื่อที่นิยมใช้ในการประชาสัมพันธ์ คือสื่อเว็บไซต์ เนื่องจากเว็บไซต์เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสาร ที่นับว่าเป็นช่องทางที่สำคัญที่สุดทางหนึ่งที่สามารถเข้าถึงง่าย และแพร่หลาย ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบ Two-Way Communication และ Action ประกอบด้วย ข้อมูลสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ ครอบคลุมและเป็นปัจจุบัน รวมทั้งเป็นช่องทางที่เปิดรับฟังความคิดเห็นและแนวความคิดของผู้รับบริการ รวมทั้งเป็นช่องทางการรับฟังข้อร้องเรียนต่างๆ พร้อมทั้งต้องมีบุคลากรที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงดั่งนั้นเว็บไซต์ (Web Site) จึงเป็นแหล่งที่รวบรวมเว็บเพจเรื่องเดียวกันจำนวนมากมาอยู่ด้วยกัน แต่สิ่งหนึ่งในการเสนอเรื่องราวที่อยู่บนเว็บไซต์ที่แตกต่างไปจากโปรแกรมโทรทัศน์ เนื้อหาในนิตยสาร หรือหนังสือพิมพ์ เนื่องจากการทำงานบนเว็บไซต์

จะไม่มีวันสิ้นสุด เนื่องจากเราสามารถเปลี่ยนแปลงและเพิ่มสารสนเทศบนเว็บไซต์ได้ตลอดเวลาและแต่ละเว็บเพจมีการเชื่อมโยงกันภายในเว็บไซต์ หรือเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นๆ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถอ่านได้ในเวลาอันรวดเร็ว (ปิยวิทย์ เจนกิจจาไพยบุลย์ 2540 : 4 ; จักรพงษ์ เจือจันทร์ 2543 : 24)

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาเป็นหน่วยงานที่อยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงศึกษาธิการ มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการศึกษา วิเคราะห์ วิจัย ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการอุดมศึกษาและจัดทำข้อเสนอแนะนโยบายและมาตรฐานการอุดมศึกษา จัดทำแผนพัฒนาการอุดมศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และแผนการศึกษาแห่งชาติ และพันธสัญญาที่เป็นไปตามข้อเสนอตกลงระหว่างประเทศ พร้อมทั้งวิเคราะห์ หลักเกณฑ์ และแนวทางการสนับสนุนทรัพยากร จัดตั้ง จัดสรรงบประมาณอุดหนุนสถาบันอุดมศึกษาและวิทยาลัยชุมชนตามหลักเกณฑ์และแนวทางที่กำหนด ตลอดจนเสนอแนะการจัดตั้ง ยุบ รวม ปรับปรุงและยกเลิกสถาบันอุดมศึกษาและวิทยาลัยชุมชน นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ประสานและส่งเสริมการดำเนินงานพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และศักยภาพนักศึกษา รวมทั้งผู้พิการ ผู้ด้อยโอกาสในระบบอุดมศึกษาและการประสาน ส่งเสริม สนับสนุนการวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ และเพื่อสนับสนุนการพัฒนาประเทศ รวมทั้งพัฒนาระบบและดำเนินการติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลการจัดการอุดมศึกษา และการรวบรวมข้อมูล จัดทำสารสนเทศด้านการอุดมศึกษา และดำเนินงานฝ่ายเลขานุการของคณะกรรมการการอุดมศึกษาและคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา ตลอดจนปฏิบัติงานอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนด ดังนั้นในการปฏิบัติหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาจึงมีความสัมพันธ์ เกี่ยวข้องกับผู้รับบริการเป็นจำนวนมาก รวมถึง สถาบันอุดมศึกษา คณาจารย์ นิสิตนักศึกษา หน่วยงานภาครัฐและเอกชนต่างๆ และประชาชนทั่วไป ฉะนั้นการติดต่อสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ในการปฏิบัติงานให้บรรลุผลสัมฤทธิ์ และเว็บไซต์จึงเป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สำคัญที่สุด เนื่องจากมีความครอบคลุมกลุ่มผู้รับบริการทุกกลุ่มเป้าหมาย และในฐานะที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาเป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา เว็บไซต์จึงจะต้องมีข้อมูลที่สำคัญและผู้ใช้บริการสามารถใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด ทางสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาได้เล็งเห็นความสำคัญในการนำเสนอข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อบุคลากรในองค์กรและประชาชนทั่วไปในด้านเกี่ยวกับการศึกษาและด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องจึงได้จัดทำเว็บไซต์ขึ้นเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และให้บริการข้อมูลดังกล่าวกับบุคคลภายในและภายนอก ซึ่งรายละเอียดเนื้อหาในเว็บไซต์ประกอบด้วย3ส่วนใหญ่คือ 1.ส่วนของเมนูหลัก 2.ส่วนข่าวประชาสัมพันธ์ 3.ส่วนบริการประชาชน

เว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาในปัจจุบันยังมีกระบวนการและวิธีการปฏิบัติงานยังไม่ครอบคลุม เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบยังมีไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงานและยังขาดความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงานบางเรื่อง การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารบางอย่างยังไม่เป็นปัจจุบัน และขาดความต่อเนื่อง เนื่องจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษามีรายละเอียดเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์ที่ค่อนข้างเยอะทำให้บางครั้งขาดความต่อเนื่องในการเผยแพร่ข้อมูล อาจจะทำให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการไม่สามารถทราบถึงข้อมูลที่ใหม่ๆได้และอาจจะมีความสับสนในหน้าเว็บเพจ ทำให้ไม่สามารถสืบค้นข้อมูลได้ตามที่ต้องการ จึงเล็งเห็นว่าควรมีการศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาให้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการปรับแก้ไขเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา โดยมีการสำรวจข้อมูลจากผู้ให้บริการโดยตรงเพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการใช้งานและเพื่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

จากการศึกษาสภาพปัญหาของเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาที่ได้กล่าวมานั้น ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าควรมีการศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาโดยการศึกษาหาแนวทางเพื่อพัฒนารูปแบบความต้องการของเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา เพื่อเป็นการง่ายต่อเข้าใช้งานมากขึ้นและสะดวกต่อผู้ใช้งาน เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ขององค์กร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา
2. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ของสกอ.ทั้งภายในและภายนอก จำแนกได้ดังนี้

1.1 เจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา แบ่งเป็นแต่ละสำนัก จำนวน 10 สำนัก จำนวน 293 คน ประกอบด้วย

1. สำนักอำนวยการ จำนวน 59 คน
2. สำนักส่งเสริมและพัฒนาสมรรถนะบุคลากรจำนวน 54 คน
3. สำนักประสานและส่งเสริมกิจการอุดมศึกษา จำนวน 30 คน
4. สำนักนโยบายและแผนการอุดมศึกษา จำนวน 49 คน
5. หน่วยตรวจสอบภายในจำนวน 5 คน
6. สำนักมาตรฐานและประเมินผลอุดมศึกษา จำนวน 59 คน
7. กลุ่มพัฒนาระบบบริหารจำนวน 4 คน
8. สำนักยุทธศาสตร์อุดมศึกษาต่างประเทศจำนวน 28 คน
9. สำนักส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพนักศึกษาจำนวน 30 คน
10. สำนักบริหารงานวิทยาลัยชุมชน จำนวน 34 คน

1.2 ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ภายนอกซึ่งไม่ทราบจำนวนแน่นอนเช่น บุคลากรทางการศึกษา ครู อาจารย์ นักศึกษา ใช้การเลือกแบบอาสาสมัคร (Volunteer Sampling)

1.3 ผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาภายใน 10 สำนัก จำนวน 10 คน

1.4 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 คน

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

2.1 เจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา โดยใช้การสุ่มโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนในการศึกษาครั้งนี้ ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random

Sampling) จำนวน 165 คน มาจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของKrejcie and Morgan (บุญชม ศรีสะอาด,25445) แบ่งเป็น

1. สำนักอำนวยการ จำนวน 25 คน
2. สำนักส่งเสริมและพัฒนาสมรรถนะบุคลากรจำนวน 22 คน
3. สำนักประสานและส่งเสริมกิจการอุดมศึกษา จำนวน 25 คน
4. สำนักนโยบายและแผนการอุดมศึกษา จำนวน 20 คน
5. หน่วยตรวจสอบภายในจำนวน 2 คน
6. สำนักมาตรฐานและประเมินผลอุดมศึกษา จำนวน 25 คน
7. กลุ่มพัฒนาระบบบริหารจำนวน 2 คน
8. สำนักยุทธศาสตร์อุดมศึกษาต่างประเทศจำนวน 13 คน
9. สำนักส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพนักศึกษาจำนวน 14 คน
10. สำนักบริหารงานวิทยาลัยชุมชน จำนวน 17 คน

2.2 ผู้ใช้บริการเว็บไซต์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ภายนอก ใช้การเลือกแบบอาสาสมัคร (Volunteer Sampling)เก็บข้อมูลภายในระยะเวลา 45 วัน ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนถึงเดือนธันวาคม

- 2.3 ผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาภายใน 10 สำนัก จำนวน 10 คน
- 2.4 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่

1. แบบสอบถามสภาพและความต้องการการพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาผ่านการตรวจสอบค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญด้านเว็บไซต์ จำนวน 3 คน และด้านเนื้อหา จำนวน 3 คนพบว่า ด้านเนื้อหาได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.98 และด้านเว็บไซต์ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.96สามารถนำไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างได้
2. แบบสัมภาษณ์แนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาผ่านการตรวจสอบค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญด้านเว็บไซต์ จำนวน 3 คน และด้านเนื้อหา จำนวน 3 คนพบว่าด้านเนื้อหาได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง 1.00 และด้านเว็บไซต์ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.96สามารถนำไปสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างได้
3. แบบประเมินคุณภาพแนวทางการเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาผ่านการตรวจสอบค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญด้านเว็บไซต์ จำนวน 3 คน และด้านเนื้อหา จำนวน 3 คนพบว่าด้านเนื้อหาได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.87 และด้านเว็บไซต์ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.97สามารถนำไปใช้ประเมินคุณภาพได้
4. แบบประเมินแนวทางการเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาผ่านการตรวจสอบค่า IOC จากผู้เชี่ยวชาญด้านเว็บไซต์ จำนวน 3 คน และด้านเนื้อหา จำนวน 3 คนพบว่าทั้งด้านเนื้อหาและด้านเว็บไซต์ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง 1.00สามารถนำไปใช้ประเมินแนวทางได้

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพและความต้องการพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

1. สอบถามสภาพและความต้องการพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาจากเจ้าหน้าที่ภายในองค์กรและผู้ใช้บริการภายนอก โดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นและแบบสอบถามออนไลน์

2. วิเคราะห์ผลการศึกษาความคิดเห็นเจ้าหน้าที่ภายในองค์กรและผู้ใช้บริการภายนอก

3. สัมภาษณ์ผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาและผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้เว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์

4. วิเคราะห์และสังเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ของผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาและผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้เว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนา(ร่าง)แนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

1. นำผลการสังเคราะห์จากขั้นตอนที่ 1 มาพัฒนาเป็น (ร่าง) แนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

2. ได้ (ร่าง) แนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาหาคุณภาพของ (ร่าง) แนวทางโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเว็บไซต์ ในการประชาสัมพันธ์ และผู้บริหาร จำนวน 10 คน

3. ปรับแก้ (ร่าง) แนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินแนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คนและนำเสนอที่ประชุมคณะกรรมการประชาสัมพันธ์

1. นำแนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมิน จำนวน 5 คน

2. วิเคราะห์และปรับปรุงการรับรองของผู้ทรงคุณวุฒิ

3. นำเสนอที่ประชุมคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วย

1. วิเคราะห์แบบสอบถามสภาพและความต้องการการพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และหาค่าร้อยละ (Percentage)

2. วิเคราะห์เนื้อหาจากแบบสัมภาษณ์แนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาจากผู้บริหาร

3. วิเคราะห์แบบประเมินคุณภาพแนวทางการเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4. วิเคราะห์แบบประเมินแนวทางการเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

1.1 ผลการสำรวจสภาพและความต้องการการพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา สรุปได้ดังนี้ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาและบุคลากรภายนอกที่มีต่อสภาพและความต้องการพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาในด้าน

1) ความคิดเห็นที่มีต่อสภาพในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.20 ,S.D. = 0.77)

2) ความต้องการในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 4.45 ,S.D = 0.65)

1.2 ผลการสัมภาษณ์แนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาจากผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์ได้ผลการวิเคราะห์ออกมา ดังนี้

1. การแบ่งหัวข้อเนื้อหาการสร้างเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์องค์กรควรมีรูปแบบเป็นหมวดหมู่ และจัดหัวข้อสำคัญต่างๆให้ชัดเจน และมีการคลิกหน้าเข้าสู่เว็บไซต์

2. ควรมีควรรนำเอาสื่อ Multimedia มาใช้ประกอบเพื่ออธิบายเนื้อหาบนเว็บไซต์ขององค์กร

3. ควรใช้ตัวอักษร MS Sans Serif หรือ Cordia ขนาดตัวอักษร 16 จึงจะเหมาะสมกับเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ขององค์กร

4. ควรมีการใช้เสียง(ดนตรี , บรรยาย) ประกอบในหน้าเว็บไซต์ขององค์กร เพื่อดึงดูดความสนใจในการใช้บริการ

5. การเชื่อมโยงข้อมูลเนื้อหาบนเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ขององค์กรได้หลายรูปแบบขึ้นอยู่กับเนื้อหาและความถนัดของผู้ใช้ ที่เป็นนิยมนกันมากคือ เชื่อมโยงด้วยรูปภาพ และไอคอน

6. การจัดวางแผนผังโครงสร้างข้อมูลในเว็บไซต์องค์กร ควรใช้แบบเรียงลำดับขั้นซึ่งควรเรียงข้อมูลภายในไปสู่ข้อมูลภายนอก เพื่อลดการซ้ำของข้อมูล

7. ควรจัดวางเมนู โลโก้ และภาพประกอบ ในเว็บไซต์องค์กร ตามมาตรฐานและความเหมาะสม

8. เว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรควรมีการจัดวางLayout ตามมาตรฐานของเว็บไซต์ซึ่งประกอบด้วย Header บนสุด รองลงมาเมนู และเนื้อหา ตามความเหมาะสม

9. วิธีในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ขององค์กร ให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป ควรใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ ฯลฯ

10. ปัจจุบันโปรแกรม Joomla Dreamweaver และwordpressเป็นโปรแกรมสำหรับการจัดทำเว็บไซต์ที่สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาเว็บไซต์ขององค์กรได้

ตอนที่ 2 ผลการนำเสนอแนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

2.1 แนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาด้านเนื้อหา สรุปลอกมาเป็นแนวทางได้ ดังนี้

ข่าวประชาสัมพันธ์ มีแนวทางการปรับปรุง คือ การนำเสนอด้านเนื้อหาเพื่อใช้สำหรับเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษานั้น ควรมีปริมาณไม่สั้น หรือยาวเกินไป เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อง่ายต่อผู้ให้บริการ รวมทั้งมีเนื้อหาที่ถูกต้องเป็นปัจจุบัน มีการจัดเรียงข่าวสารพร้อมภาพประกอบเพื่อดึงดูดความสนใจในการอ่าน และที่สำคัญควรมีระบบเพื่อใช้สำหรับการค้นหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อความรวดเร็ว ,**ภารกิจผู้บริหาร : งาน : อบรม : การศึกษาต่อ : หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง** มีแนวทางการปรับปรุง คือควรมีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน เช่น ข้อมูลการฝึกอบรมในรายเดือน รวมทั้ง มีการแบ่งแยกประเภทหัวข้อต่างๆชัดเจนโดยการจัดเรียงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้อยู่ในหมวดหมู่เดียวกัน ในเนื้อหาของ ภารกิจผู้บริหาร : งาน : อบรม : การศึกษาต่อ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่นเดียวกัน ในปัจจุบันมีการนำเสนอเนื้อหาที่มากเกินไป และมีการแยกประเภทหัวข้อต่างๆมากเกินไปจนเกิดความจำป็น

การออกแบบเว็บไซต์ ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาประกอบไปด้วย ดังนี้**ภาพประกอบและตัวอักษร** การใช้ภาพประกอบหรือสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายร่วมกับคำอธิบายที่ชัดเจน รวมทั้งตัวอักษรในเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ควรมีการใช้สีตัวอักษรที่มีความแตกต่างกับพื้นหลัง เช่น ถ้าพื้นหลังสีอ่อน ควรใช้ตัวอักษรสีเข้ม เพื่อง่ายต่อการอ่านของผู้ให้บริการ และมีการใช้ขนาดของตัวอักษรที่อ่านง่ายและเป็นมาตรฐาน เช่น UTF-8,Tahoma ขนาดไม่ควรต่ำกว่า 8-16 พอนต์ หัวข้อหลักเน้นสีเข้ม , **การจัดรูปแบบ** มีแนวทางการปรับปรุง คือ มีการออกแบบหน้าเว็บไซต์ให้สะอาดตา มีความเรียบง่าย และเป็นไปในทิศทางเดียวกันและมีมาตรฐานการวาง Layout ของเว็บไซต์, **แบ่งหัวข้อเนื้อหา**มีแนวทางการปรับปรุง คือ เว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ควรจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่ และมีการนำเสนอเรื่องที่มีสนใจในช่วงนั้นๆอยู่ด้านบนของHomepage,**การใช้เสียงดนตรี**มีแนวทางการปรับปรุง คือ ควรมีการใส่เสียงดนตรีเฉพาะในช่วงเทศกาล เช่นสงกรานต์ วันพ้อ เป็นต้น ,**ระบบนำทาง การเข้าถึงข้อมูล และการเชื่อมโยง** มีแนวทางการปรับปรุง คือควรให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกหน้า โดยไม่มีการปิดกั้นรวมทั้งควรมีช่องทางสำหรับการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการเว็บไซต์กับผู้ดูแลระบบ เพื่อสะดวกในการใช้งานมากขึ้น

2.2ผลการประเมินคุณภาพแนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาสรุปได้ดังนี้

1. ผลการประเมินคุณภาพของผู้บริหารของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาที่มีต่อแนวทางภาพเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษานั้น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$,S.D. = 0.41)

2. ผลการประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อแนวทางภาพเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษานั้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$,S.D. = 0.80)

2.3 ผลการประเมินแนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาสรุปได้ดังนี้

1. ผลการประเมินแนวทางของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแนวทางภาพเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษานั้นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.82$,S.D. = 0.00)

อภิปรายผล

ในการศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา โดยการสอบถามสภาพและความต้องการพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา จากเจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาและบุคคลภายนอกที่ใช้บริการเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา รวมทั้งสัมภาษณ์แนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาจากผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์ และรับรองพร้อมนำเสนอแนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา จากผู้ทรงคุณวุฒิ ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบความคิดเห็น ข้อเสนอแนะและแนวทางต่างๆของเจ้าหน้าที่ภายใน บุคลากรภายนอก ผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์และผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้ได้แนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ให้สอดคล้องกับความต้องการมากที่สุด ผู้วิจัยขอเสนอ อภิปรายผลโดยมีประเด็นสำคัญดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

จากผลการศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา พบว่า แนวทางที่สามารถนำมาพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ได้อย่างชัดเจน คือ **ด้านเนื้อหา** จากการสอบถามและสัมภาษณ์ ให้ความสำคัญในส่วนของเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์จะต้องครบถ้วน ถูกต้อง กระชับ เข้าใจง่าย มีการจัดลำดับเนื้อหาที่น่าสนใจ รวมทั้งมีการนำเสนอที่เข้าใจง่ายรวมทั้งมีการใช้รูปภาพที่สอดคล้องกับเนื้อหาประกอบเพื่อให้เข้าใจง่ายในการนำเสนอเนื้อหาในเรื่องต่างๆจะต้องมีความน่าสนใจและเป็นเรื่องที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการซึ่งในการนำเสนอเนื้อหานั้นจะต้องมีความต่อเนื่องไปในทิศทางเดียวกันและปริมาณเนื้อหาในแต่ละหน้าเว็บเพจมีความสั้น-ยาวเหมาะสมในแต่ละประเด็น และควรใช้ขนาดของตัวอักษรที่ชัดเจน อ่านง่าย มีความแตกต่างกันเพื่อลำดับความสำคัญ ซึ่งตรงตามหลักการของ (เอกเทพ ภัคศิริ มงคล, 2550:194 – 195)ที่ว่า การจัดตัวอักษรและข้อความในหน้าเว็บเพจ เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ผู้พัฒนาเว็บไซต์ต้องให้ความสนใจเช่นเดียวกัน เนื่องจากการกำหนดการแสดงผลข้อความที่เหมาะสมจะสามารถสร้างความดึงดูดใจผู้เข้าชมเว็บไซต์ได้เป็นอย่างดี และใช้จุดเชื่อมโยงที่เข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ไม่ซับซ้อนซึ่งตรงตามหลักการของ(Krusuwit, 2008) ที่ว่า องค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์ มีการใช้จุดเชื่อมโยงที่เข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว และไม่ซับซ้อน เพื่อให้ผู้ใช้เข้าใจง่ายและใช้งานได้สะดวก โดยใช้กราฟิกที่สื่อความหมายร่วมกับคำอธิบายที่ชัดเจน รวมทั้งมีรูปแบบและลำดับของรายการที่สม่ำเสมอ เช่น วางไว้ในตำแหน่งเดียวกันของทุกหน้าๆ เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้งาน**ด้านการออกแบบ** ให้ความสำคัญที่สุด คือเว็บไซต์ในการ

ประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาควรมีการจัดวางLayout ตามมาตรฐานของเว็บไซต์ ซึ่งประกอบด้วย Header บนสุด รองลงมาเมนู และเนื้อหา ตามความเหมาะสมตามหลักการของรูปแบบการกำหนดLayout ซึ่งการกำหนด Layout บนเว็บเพจโดยทั่วไปจะต้องมีอย่างน้อย 2 คอลัมน์ หรือมากกว่านี้ขึ้นอยู่กับเนื้อหาและความต้องการของผู้ใช้ รวมทั้งมีการจัดวางเมนู โลโก้ และภาพประกอบในเว็บไซต์ต้องครตามมาตรฐานและความเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (ธีรศักดิ์ สะกุล 2549) เรื่อง “การวิเคราะห์การออกแบบเว็บไซต์ของสถาบันระดับอุดมศึกษา ที่กล่าวไว้ว่า โครงสร้างของหน้าโฮมเพจส่วนใหญ่ใช้รูปแบบและโครงสร้างหน้าเว็บไซต์ตามแนวดิ่ง และมีมาตรฐานของการจัดวางส่วนต่างๆของเว็บไซต์ให้เหมาะสม รองลงมาคือการแบ่งหัวข้อเนื้อหาการสร้างเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์องค์กรควรมีรูปแบบเป็นหมวดหมู่และจัดหัวข้อสำคัญต่างๆให้ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับ (อภิสิทธิ์ ยั่งยืน, 2008) ที่กล่าวไว้ว่า เนื้อหาถือเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในเว็บไซต์ ดังนั้นในเว็บไซต์ควรจัดเตรียมเนื้อหา ข้อมูลและมีการจัดรูปแบบให้เป็นเฉพาะที่ผู้ใช้ต้องการให้ถูกต้องและสมบูรณ์ โดยมีการปรับปรุงและเพิ่มเติมให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ เนื้อหาที่สำคัญที่สุดคือ เนื้อหาที่สร้างขึ้นมาเอง โดยไม่ซ้ำกับเว็บอื่น เพราะจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดผู้ใช้ให้เข้ามาในเว็บได้เป็นอย่างดีและการใช้ตัวอักษร MS Sans Serif หรือ Tahoma ขนาดตัวอักษร 16 พอนด์ ตามมาตรฐานของเว็บไซต์ ซึ่งสอดคล้องกับ(เอกเทพ ภักดีศิริมงคล, 2550 : 201 – 203) ที่กล่าวไว้ว่า ขนาดของตัวอักษรมีผลต่อคุณสมบัติ ลักษณะของเนื้อหาหลายประการ การเข้าถึงบทบาทและความสำคัญของขนาดตัวอักษรจะช่วยให้การออกแบบเว็บเพจที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่านไปยังข้อมูลที่ต้องการ รวมทั้งมีผลต่อการนำทางให้ผู้ใช้คลิกไปยังส่วนต่างๆได้ ซึ่งแนวทางที่นิยมใช้เพื่อจะช่วยให้เพิ่มประสิทธิภาพของเนื้อหาบนเว็บเพจ รวมทั้ง การเชื่อมโยงข้อมูลเนื้อหาบนเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ขององค์กรได้หลายรูปแบบขึ้นอยู่กับเนื้อหาและความถนัดของผู้ใช้ ที่เป็นนิยมนั้นมากคือ เชื่อมโยงด้วยรูปภาพ และไอคอน

โดยจากผลการศึกษาแนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา จากการสอบถามและสัมภาษณ์ พบว่า ความคิดเห็นส่วนใหญ่ทั้งด้านสภาพความเป็นจริงและความต้องการ รวมทั้งผลการสัมภาษณ์แนวทาง ให้ความสำคัญในเรื่องของเนื้อหาที่ใช้การประชาสัมพันธ์จะต้องมีความถูกต้อง เป็นไปในทิศทางเดียวกันและตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ รวมทั้งการออกแบบให้เป็นไปตามองค์ประกอบของการออกแบบเว็บไซต์ ซึ่งข้อมูลจากการสำรวจและสัมภาษณ์สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาได้ต่อไป

ตอนที่ 2แนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ผ่านการรับรองโดยผู้ทรงคุณวุฒิ ในการทำวิจัยครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมรายละเอียดของข้อมูลจากแบบสอบถามเจ้าหน้าที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา บุคคลภายนอกที่ใช้บริการเว็บไซต์สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา และแบบสัมภาษณ์ผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษากับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ ทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล โดยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาสร้างเป็นแนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา มีความคิดเห็นตรงกันในการนำเสนอแนวทางว่ามีความเหมาะสมที่จะนำไปเป็นแนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ซึ่งแนวทางจะประกอบไปด้วยด้านเนื้อหาและด้านการออกแบบเว็บไซต์ดังนี้

1. ข่าวประชาสัมพันธ์ ในเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ควรมีการนำเสนอด้านเนื้อหาเพื่อใช้สำหรับเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาเท่านั้น เนื้อหาควรมีการปรับเปลี่ยนให้เป็นปัจจุบัน รวมทั้งมีการใช้สำนวน ภาษา รวมถึงเนื้อหาต้องมีความเหมาะสม มีปริมาณไม่สั้น หรือยาวเกินไป และครอบคลุมกลุ่มผู้ใช้บริการเว็บไซต์มีการจัดเรียงข่าวสาร แล้วมีภาพประกอบในการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดความสนใจในการอ่าน และมีระบบเพื่อใช้สำหรับการค้นหาข่าวประชาสัมพันธ์ได้สะดวก รวดเร็ว

2. การกิจผู้บริหาร : งาน : อบรม : การศึกษาต่อ : หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในเว็บไซต์การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา เพื่อประชาสัมพันธ์งานของผู้บริหารและข้อมูลในส่วนอื่นๆให้ผู้ใช้บริการได้ทราบควรมีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน เช่น ข้อมูลการฝึกอบรมในรายเดือน , แนวทางในการศึกษาต่อ เป็นต้นรวมทั้งควรมีเนื้อหาที่กระชับเข้าใจง่ายพร้อมทั้งมีภาพประกอบที่สอดคล้องกันทำให้ดึงดูดความสนใจของผู้ใช้บริการ และจัดเรียง แยกประเภทหัวข้อต่างๆให้ชัดเจน จะทำให้ผู้เข้ามาใช้บริการง่ายต่อการค้นหา ซึ่งทั้ง 2 ข้อข้างต้น สอดคล้องกับ (อภิสิทธิ์ ยิ่งยืน, 2008) ที่กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบพื้นฐานสำคัญที่ควรคำนึงถึง คือ เนื้อหาที่มีประโยชน์ เนื้อหาถือเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในเว็บไซต์ ดังนั้นในเว็บไซต์ควรจัดเตรียมเนื้อหาและข้อมูลที่ใช้ต้องการให้ถูกต้องและสมบูรณ์ โดยมีการปรับปรุงและเพิ่มเติมให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ เนื้อหาที่สำคัญที่สุดคือ เนื้อหาที่สร้างขึ้นมาเอง โดยไม่ซ้ำกับเว็บอื่น เพราะจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดผู้ใช้ให้เข้ามาในเว็บไซต์อยู่เสมอรวมทั้งความเป็นเอกลักษณ์ จะต้องคำนึงถึงลักษณะขององค์กรเป็นหลัก เนื่องจากรูปแบบของเว็บไซต์สามารถสะท้อนถึงเอกลักษณ์และลักษณะขององค์กรนั้นได้

3. การจัดรูปแบบเว็บไซต์ตัวอักษร และการแบ่งหัวข้อเนื้อหา ในเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ควรมีการจัดรูปแบบโดยมีการออกแบบหน้าเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาให้สะอาดตา มีความเรียบง่าย เป็นหมวดหมู่ และเป็นไปในทิศทางเดียวกันใช้สีที่ไม่ฉูดฉาดจนเกินไป ควรเป็นสีกลางๆที่ดูแล้วเย็นสบาย รวมทั้งโครงสร้างของเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ควรเรียงจากข้อมูลภายในของหน่วยงานก่อน แล้วจึงนำเสนอข้อมูลภายนอกและใช้มาตรฐานการวาง Layout ของเว็บไซต์ คือ ควรอยู่ในตำแหน่งที่สัดส่วนกว้าง 800 Pixel แต่สัดส่วนความสูงไม่ควรยาวมากเกินไปประมาณ 350-500 Pixel เพราะอาจทำให้ผู้ใช้งานมองว่ามีข้อมูลมากเกินไปจนไม่อยากจะเข้ามาใช้บริการรวมทั้งใช้ขนาดของตัวอักษรที่อ่านง่ายและเป็นมาตรฐานในเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา เช่น UTF-8, Tahoma ขนาดไม่ควรต่ำกว่า 8-16 พอนด์ หัวข้อหลักเน้นสีเข้ม เพื่อการอ่านที่ง่ายขึ้นขึ้นอยู่กับรูปแบบของเนื้อหาว่ามาก น้อย แคไหน และความสำคัญของเนื้อหาในส่วน และควรจัดเนื้อหาแบ่งเป็นหมวดหมู่ เริ่มต้นด้วยหน้าหลักแล้วมีปุ่มกดเข้าสู่หน้าเว็บไซต์ หรือเข้าหน้าเว็บไซต์ได้เลย และมีการนำเสนอเรื่องที่มีสนใจในช่วงนั้นๆอยู่ด้านบนของ Homepage ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (จิรศักดิ์ สะกุล 2549) เรื่อง “การวิเคราะห์การออกแบบเว็บไซต์ของสถาบันระดับอุดมศึกษา” ได้กล่าวไว้ว่า

1. องค์ประกอบพื้นฐานของหน้าโฮมเพจที่ใช้ส่วนใหญ่จะเป็นรูปภาพสี และภาพกราฟิก ภาพเคลื่อนไหวส่วนใหญ่ ที่พบเป็นภาพแบบ Animation GIF และส่วนใหญ่ไม่พบการใช้สื่ออื่นๆเพิ่มเติม

2. ชุดสีที่ใช้ในหน้าโฮมเพจและเว็บไซต์ของสถาบันระดับอุดมศึกษา ส่วนใหญ่ใช้ชุดสีโทนเย็นและใช้จำนวนหลักเพียง 2-3 สี

3. รูปแบบของตัวอักษรที่นิยมใช้ในส่วนของหัวเรื่องคือ ตัวอักษร San Serif และใช้ขนาดมากกว่า 14 Point ส่วนตัวอักษรในส่วนเนื้อหานิยมใช้ประเภท Serif ขนาด 10 Point ส่วนเรื่องการจัดวางตำแหน่งของข้อความในหน้าโฮมเพจนั้นนิยมจัดชิดขอบซ้าย

4. การเชื่อมโยง และระบบนำทางและการเข้าถึงข้อมูล เว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาควรมีการใช้เมนูต่างๆที่เข้าใจง่าย เช่น เป็นการลิงค์ด้วยข้อความแบนเนอร์หรือไอคอน เพื่อไม่ให้รกเกินไปและเป็นไปในทางเดียวกัน มีการเชื่อมโยงข้อมูลทั้งภายในและภายนอกได้อย่างรวดเร็วและไม่ซับซ้อนรวมทั้งควรให้ผู้ใช้งานเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทุกหน้า โดยไม่มีการปิดกั้นและกลับไปยังหน้าก่อนหน้าได้อย่างรวดเร็วและควรมีช่องทางสำหรับการสื่อสารระหว่างผู้ใช้บริการเว็บไซต์กับผู้ดูแลระบบ เพื่อสะดวกในการใช้งานมากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับ(Krusuwit,2008)ที่กล่าวไว้ว่า การเชื่อมโยงและระบบนำทางเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากของเว็บไซต์ จึงต้องออกแบบให้ผู้ใช้งานเข้าใจง่ายและใช้งานได้สะดวก โดยใช้กราฟิกที่สื่อความหมายร่วมกับคำอธิบายที่ชัดเจน รวมทั้งมีรูปแบบและลำดับของรายการที่สม่ำเสมอ เช่นวางไว้ในตำแหน่งเดียวกันของทุกหน้าๆ (Krusuwit,2008) นอกจากนี้ถ้าใช้เนวิเกชันแบบกราฟิกในส่วนบนของหน้าแล้วอาจจะเพิ่มเนวิเกชันที่เป็นตัวอักษรไว้ที่ตอนท้ายของหน้า เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่สั่งให้บราวเซอร์ไม่แสดงรูปกราฟิกเพื่อความรวดเร็วในการเรียกดู

โดยแนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ผ่านการรับรองจากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน ได้แก่ ผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา จำนวน 2 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเว็บไซต์เพื่อการประชาสัมพันธ์ จำนวน 3 ท่าน ให้การประเมินแนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา และเห็นด้วยกับรูปแบบแนวทางเพื่อพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ที่ผู้วิจัยทำการศึกษา และนำเสนอในเกณฑ์มากที่สุด เพื่อนำเสนอที่ประชุมคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาต่อไป

เอกสารอ้างอิง**ภาษาไทย**

วิจิตรอวาทะกุล. การประชาสัมพันธ์หลักและวิธีปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2539.

วีรัช ลภิตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.

ปิยวิทย์ เจนกิจจาไพบุลย์. เรียนรู้การสร้างโฮมเพจ HTML. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วิศาสตร์, 2542.

อภิรักษ์ ยิ่งยืน. แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเว็บไซต์ที่ดีเป็นอย่างไร. เข้าถึงเมื่อวันที่ 16 เมษายน เข้าถึงได้จาก <http://www.techno.edu.buu.ac.th/wkshop-webdesign/1-2550/webdesign-SAT402/49540811/Web%20design.doc>

อภิชัย ศิริสวัสดิ์. (2555). "การศึกษาแนวทางการให้บริการการศึกษาผ่านทางเว็บไซต์ ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร." ปีที่ 5, ฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน) : 438-456.

ทัศนันทน์ พุ่มนุช. (2555). "การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคม (Social Network) เพื่อพัฒนาในการปฏิบัติงานของบุคลากรทางการศึกษาในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครปฐม" ปีที่ 5, ฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน) : 523-540.

เอกเทพ ภักดีศิริมงคล. Hot Hit Web Design & Art: คู่มือเว็บไซต์และข้อมูลสำหรับผู้สนใจศิลปะและการออกแบบ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สวัสดิ์ ไอที, 2550.

ภาษาต่างประเทศ

Kendall, R. (1992). Public Relations Campaign Strategies. NY : Harper Collins.