

การนำเสนอกระบวนการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสาร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน*

A Process Proposal for Public Relations and Information Services for Kasetsart University,
Kamphaeng Saen Campus

กนกวรรณ ใจริน**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอกระบวนการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ 1) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาความคิดเห็นต่อสภาพการดำเนินงานและความต้องการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จำนวน 250 คน 2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สัมภาษณ์สภาพการดำเนินงานและความต้องการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จำนวน 14 คน และ 3) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ประเมินความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จำนวน 5 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) แบบสอบถาม 2) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง 3) กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสาร ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน 4) แบบประเมินความเหมาะสมของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

ผลการวิจัยพบว่ากระบวนการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน มีความเหมาะสมทั้งในด้านขององค์ประกอบ 6 องค์ประกอบ คือ 1) นโยบายของมหาวิทยาลัย 2) ผู้บริหาร 3) บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ 4) วิธีการดำเนินงาน 5) งบประมาณ และ 6) สื่อประชาสัมพันธ์ และกระบวนการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1) ศึกษาปัญหาและสภาพการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ขั้นที่ 2) การพัฒนาบุคลากรของงานประชาสัมพันธ์ โดยการอบรม และการศึกษาดูงาน ขั้นที่ 3) วิเคราะห์ผลที่ได้จากการศึกษาสภาพปัญหาด้วยการวิจัย และขั้นตอนการพัฒนาบุคลากร เพื่อจัดทำแผนงานและเขียนโครงการเพื่อการพัฒนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ขั้นที่ 4) การจัดโครงการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ และขั้นที่ 5) การประเมินผลการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าอิสระระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษาภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากรปีการศึกษา 2556 เรื่อง การนำเสนอกระบวนการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

** นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร E-mail: eang123@hotmail.com โทรศัพท์ 086-0196077 อาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร.นันทน์ เรืองฤทธิ์

Abstract

This research aimed to propose a process for Public Relations (PR) and information services(IS) for Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus (KU.KPS). The population and sample in this were as follows:

The sample used for the study of views and needs on PR by KU.KPS consisted of 250 faculty members, supporting staff, 1st -4th -year students, students' parents as well as recipients of the PR and IS by KU.KPS. 2.2) the sample used for the interviews on the operations and needs on PR were 14 interviewees. 2.3) the sample used for the evaluation of the appropriateness / suitability of the PR process by KU.KPS were 5 interviewees. The instruments used for data collection were composed of 1) a questionnaire, 2) structured interview forms, 3) a process proposal for PR and IS for KU.KPS., and 4) an evaluation form of the appropriateness / suitability of the PR. The statistical techniques were frequency, arithmetic mean ($\bar{x}$) and standard deviation (S.D.)

The results were found as follows: the proposed process for the PR for KU.KPS. was appropriate / suitable in terms of 6 factors : 1) the university policies, 2) the university administrators, 3) the PR staff, 4) the PR operations, 5) the PR budgeting, and 6) the PR media. The proposed process for the PR was composed of 5 steps : step 1) to study the problems and the operations of the PR, step 2) to develop the PR staff through trainings and study trips, step 3) to analyze the results from the research of the problems and the operations of the PR and from the development of the PR staff to formulate a plan and a project for the PR network development, step 4) to organize a PR workshop for the PR network development, step and 5) to evaluate the PR operations.

บทนำ

การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญที่มนุษย์ใช้เป็นช่องทางในการถ่ายทอดข้อมูล ความรู้สึกนึกคิดและติดต่อซึ่งกันและกัน ในอดีตการสื่อสารเป็นไปด้วยวิธีง่ายๆ ตรงไปตรงมาในกลุ่มคนเพียงกลุ่มเล็กๆ อาจเป็นครอบครัวเดียวกันหรือชุมชนเดียวกันทำให้เข้าใจกันได้ง่ายและรวดเร็ว ต่อมาเมื่อมีการติดต่อกับบุคคลอื่นที่อยู่ต่างชุมชนและห่างกันออกไป การสื่อสารจึงขยายและพัฒนาเป็นวงกว้าง จำเป็นต้องอาศัยช่องทางหรือวิธีการในการสื่อสารให้ได้ผลดีตามความต้องการของผู้สื่อสารมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะสังคมปัจจุบันซึ่งเป็นยุคไร้พรมแดนทำให้การติดต่อสื่อสารสลับซับซ้อนมากขึ้น รศ.ดร.สาโรช โศภิตรักษ์(2546) ได้กล่าวไว้ว่าการสื่อสาร (communication) คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลต่อบุคคลหรือบุคคลต่อกลุ่ม โดยใช้สัญลักษณ์ สัญญาณหรือพฤติกรรมที่เข้าใจกันจะเห็นได้ว่าการติดต่อสื่อสารเป็นการจัดการพื้นฐานของมนุษย์ ในฐานะที่มีเผ่าพันธุ์เดียวกัน พฤติกรรมที่แสดงออกในการติดต่อสื่อสาร ทำให้มนุษย์มีความแตกต่างไปจากสัตว์อื่น ซึ่งสัตว์อื่นติดต่อสื่อสารกันตามสัญชาตญาณเท่านั้น แต่มนุษย์มีการติดต่อสื่อสารกันได้หลายรูปแบบ แต่ละรูปแบบมีศักยภาพในการถ่ายทอดเนื้อหาสาระแตกต่างกันไป ดังนั้นเมื่อมนุษย์เกิดความรู้สึกต้องการความสำเร็จ ตาม

แนวคิด ความรู้สึก หรือความต้องการของตนเอง หรือองค์กรก็สามารถเลือกวิธีการสื่อสารแต่ละรูปแบบให้เหมาะกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ รูปแบบการสื่อสาร ก็จะมี การพูด การฟัง การอ่าน การเขียน การแสดงกริยาท่าทางการติดต่อแบบตัวต่อตัว หรือผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต สื่อสิ่งพิมพ์ จำพวก วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ โปสเตอร์ เป็นต้น การประชาสัมพันธ์จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่สำคัญที่จะช่วยให้การสื่อสาร ประสบความสำเร็จ ตามเป้าหมาย ตลอดจนการใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายและการดำเนินงานขององค์กร สถาบัน เสริมสร้างและรักษาชื่อเสียง ความนิยม ความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนที่พึงมีต่อหน่วยงานของตน สื่อประชาสัมพันธ์ได้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญและมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆทั้งราชการรัฐวิสาหกิจและธุรกิจเอกชนเนื่องจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่อประชาชนหรือบุคลากรทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อที่จะเผยแพร่กิจกรรมความเคลื่อนไหวการบริหารจัดการได้อย่างจริงจังและต่อเนื่องสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทมีคุณลักษณะเฉพาะตัวและแตกต่างกันไปดังนั้นในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารจึงควรที่จะเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับงานนั้นๆโดยทั่วไปแล้วงานประชาสัมพันธ์ต้องใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีขอบเขตกว้างขวางในทางปฏิบัติการดำเนินงานต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆภายในองค์กรเดียวกันช่วยสนับสนุนจึงจะทำให้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายดังนั้นในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีแผนงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรเพื่อเป็นการกำหนดทิศทางการดำเนินงานให้ไปในทิศทางเดียวกันเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร ในการที่จะนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ให้ได้ผลมีประสิทธิภาพต่อประชาชนหรือบุคลากรในองค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อที่จะต้องการเผยแพร่กิจกรรมความเคลื่อนไหวการบริหารจัดการได้อย่างจริงจังและต่อเนื่องโดยเฉพาะในยุคโลกาภิวัตน์เช่นนี้ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ดีที่สุดคือการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์เพราะคนเราสามารถรับรู้ข่าวสารหรือความเคลื่อนไหวต่างๆของโลกได้พร้อมๆกันเนื่องจากเทคโนโลยีทางการสื่อสารได้พัฒนาให้มีประสิทธิภาพสูงและมีความรวดเร็ว บางครั้งเรียกได้ว่าเป็นข่าวสารไร้พรมแดนสามารถทำให้เกิดการรับรู้ สื่อประชาสัมพันธ์จึงมีบทบาทสำคัญในด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารสำหรับการบริหารเพื่อพัฒนาองค์กรจะเห็นได้ว่าทั้งภาครัฐและเอกชนต่างจัดให้มีหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขึ้นสำหรับเป็นเครื่องมือส่งเสริมให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กรเป็นการส่งเสริมความมั่นใจนำพาองค์กรให้มีเสถียรภาพมากขึ้นเกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มประชาคมที่เกี่ยวข้องเป็นการทำกิจกรรมที่มีการวางแผนดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีเป็นที่ยอมรับและได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มประชาคมโดยส่วนรวม ปัจจุบันเป็นยุคของการสื่อสารการแข่งขันกันด้วยสื่อประชาสัมพันธ์แม้แต่หน่วยงานภาครัฐก็ต้องมีการแข่งขันการให้บริการเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของสาธารณชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ภายในหน่วยงานซึ่งเป็นการมุ่งหวังเพื่อสร้างสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นภายในหน่วยงานระหว่างบุคลากรกับหน่วยงานและระหว่างบุคลากรด้วยกันเองสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกันภายในหน่วยงานจึงต้องมีสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์เช่นจุลสารวารสารจดหมายข่าวบทความต่างๆที่แสดงถึงความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตลอดจนการเปิดโอกาสให้บุคลากรได้รับรู้ข่าวสารในรูปแบบต่างๆเพราะนั่นคือองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดนอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์ถือเป็นปัจจัยสำคัญของการพัฒนาองค์กรในปัจจุบันเพราะในแต่ละองค์กรต่างก็ต้องมีการแข่งขันกันจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ให้เจริญก้าวหน้าและเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดหรืออาจกล่าวได้ว่า การประชาสัมพันธ์ที่ดี นอกจากจะทำให้องค์กรมีความมั่นคงแล้วยังเป็นการสร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นและ

ก่อให้เกิดบรรยากาศแห่งความเข้าใจตลอดจนให้ความร่วมมือสนับสนุนระหว่างองค์กรต่อองค์กร องค์กรต่อสถาบันและองค์กรต่อประชาชนด้วย ซึ่งทำให้ผลของการดำเนินงานนั้นประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

การประชาสัมพันธ์คือความพยายามของสถาบันที่จะแสวงหาความสัมพันธ์ความร่วมมือและการสนับสนุนจากประชาชนตลอดจนดำรงไว้ซึ่งทัศนคติที่ดีของประชาชนต่อสถาบันให้คงอยู่ต่อไปเพื่อให้ประชาชนยอมรับสนับสนุนให้ความร่วมมือในการดำเนินงานตามกระบวนการนโยบายวัตถุประสงค์ การประชาสัมพันธ์เป็นศาสตร์และศิลป์ที่จะสื่อสารความรู้สึคนึกคิดเป็นกิจกรรมและวิธีที่องค์กรสถาบันหน่วยงานปฏิบัติเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีกับสังคมและประชาชน ดังนั้น องค์กรทุกองค์กรไม่ว่าจะเป็นองค์กรของภาครัฐหรือเอกชนต่างมีภารกิจหน้าที่หลักในการดำเนินงานตามนโยบายของตนเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้หากองค์กรได้รู้จักนำเอาวิธีการประชาสัมพันธ์เข้าไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพก็ย่อมเป็นที่คาดหวังได้ว่าจะมีส่วนช่วยทำให้การดำเนินงานขององค์กรนั้นมีความราบรื่นดียิ่งขึ้น ก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีเกิดความเข้าใจต่อกันทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จึงเป็นการสร้างสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับบุคคลในขณะเดียวกันองค์กรจำเป็นต้องใช้ความพยายามอย่างต่อเนื่องที่จะดำเนินการเพื่อให้เกิดความกลมเกลียวกันระหว่างองค์กรกับกลุ่มประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องด้วย (คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ 2540:58) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน มุ่งเน้น ให้การศึกษาดูแลศึกษา สร้างสรรค์และพัฒนาความรู้ ให้บริการทางวิชาการ สืบสานและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตทางการเกษตรและทรัพยากรอย่างยั่งยืนซึ่งภารกิจดังกล่าวมีความจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เพื่อเสริมสร้างและผลักดันให้เกิดความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นในกลุ่มบุคลากรภายในและภายนอกสถาบันได้มีการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์และใช้สื่อสำหรับการประชาสัมพันธ์ที่มีอยู่ในองค์กรเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคลสื่อสิ่งพิมพ์สื่อวิทยุโทรทัศน์และสื่ออื่นๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์แต่ไม่แพร่หลายและยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควรเนื่องจากขาดแนวทางในการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจนสอดคล้องกับรายงานผลการประเมินคุณภาพสำนักงานวิทยาเขตกำแพงแสน ประจำปี 2554

โดยปัจจุบันการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หลักสูตร และผลงานวิจัยด้านการเกษตร แก่หน่วยงานภายในและภายนอก มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน รวมถึงประชาชน และสังคมโดยรวม ยังไม่กว้างขวางและครอบคลุมเพียงพอ เพราะไม่มีแนวทางในการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน ซึ่งจะมีผลต่อประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ด้วยเหตุนี้การปฏิบัติงานจะดำเนินไปได้อย่างสะดวก มีประสิทธิภาพ และประสบผลสำเร็จได้นั้น ส่วนหนึ่งมาจากการนำเสนอผลการปฏิบัติงานโดยอาศัยสื่อในการประชาสัมพันธ์ หรือเครื่องมือในการสื่อสารเป็นตัวช่วยให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว และประสบผลสำเร็จ อีกทั้งยังช่วยสร้างและส่งเสริมความเข้าใจให้เกิดขึ้นในหน่วยงานของตน หรือระหว่างหน่วยงานกับหน่วยงาน และยังเป็นประโยชน์ต่อการขยายผลการปฏิบัติงานขององค์กรของตนให้องค์กรอื่นๆ ได้ทราบข่าวความเคลื่อนไหวขององค์กรตามสภาพและตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดดังนั้นเพื่อเป็นการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

ผู้วิจัยในฐานะเป็นผู้มีหน้าที่รับผิดชอบและปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์โดยตรง จึงมีความสนใจที่จะศึกษาค้นคว้าใน เรื่อง การนำเสนอกระบวนการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน เพื่อนำผลการวิจัยและข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนำเสนอในการ

วางแผนและนำไปพัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้มีความเหมาะสม สอดคล้องกับพันธกิจของมหาวิทยาลัยที่วางไว้ให้บังเกิดผลดีและมีประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อนำเสนอกระบวนการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

ขอบเขตการวิจัย

1. คำถามการวิจัย

1.1 ความคิดเห็นที่มีต่อสภาพการดำเนินงานและความต้องการของผู้ใช้บริการงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน เป็นอย่างไร

1.2 กระบวนการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสาร ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนเป็นอย่างไร

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งนำเสนอแนวทางการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสารมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่

1. กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อสภาพการดำเนินงานและความต้องการ การดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน เป็นคณาจารย์ บุคลากรมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน นิสิตชั้นปีที่ 1-4 ผู้ปกครองนิสิต รวมถึงผู้ที่เข้ามาติดต่อขอข้อมูลและใช้บริการงานประชาสัมพันธ์ จำนวน 250 คน ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีคัดเลือกแบบสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

2. กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้สัมภาษณ์สภาพการดำเนินงานและความต้องการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จำนวน 14 คน ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3. กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ประเมินความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จำนวน 5 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่

1. แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจความคิดเห็นสภาพการดำเนินงานและความต้องการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนที่ผ่านการตรวจค่าดัชนีความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน มีค่าเท่ากับ 0.83

2. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยนำผลการวิเคราะห์การตอบแบบสอบถามความต้องการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ที่ผ่านการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.90

3. กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

4. แบบประเมินความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์ ของผู้ทรงคุณวุฒิ สำหรับการประเมินความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การนำเสนอกระบวนการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสารมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ Survey Research โดยผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพและความต้องการและการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน โดยใช้แบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 2 การนำเสนอกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และประเมินกระบวนการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยในครั้งนี้ประกอบด้วย

1. หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถาม
2. หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง
3. วิเคราะห์แบบสอบถาม สภาพการดำเนินงานและความต้องการการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้วยการหาค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ และหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การนำเสนอกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามแบบสัมภาษณ์ และแบบประเมินความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์ นำข้อมูลมาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และนำเสนอผลการศึกษา โดยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ศึกษาความคิดเห็นที่ผู้เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน นำเสนอกระบวนการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

โดยผลการศึกษาดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จากแบบสอบถามจำนวน 250 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 250 คน เป็นเพศหญิงร้อยละ 62 และเพศชายคิดเป็น ร้อยละ 38

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21- 25 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 26.8 รองมาคือช่วงอายุ 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.4 อันดับที่ 3 คือช่วงอายุ 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 24 และช่วงอายุ 15-20 ปีมีจำนวนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 4

อาชีพของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นอาจารย์และบุคลากร มากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 46 รองลงมาคือนักเรียนนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 28 อันดับที่ 3 คือ พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 15.2 และพนักงานเอกชนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 4.4

ตอนที่1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3$ และ S.D.=0.38)

การดำเนินงานด้านการให้บริการและกิจกรรมอยู่ในระดับปานกลาง($\bar{x} = 3.09$ และ S.D.=0.89)

การดำเนินงานด้านการจัดกิจกรรมในระดับปานกลาง($\bar{x} = 3.13$ และ S.D.= 0.76)

ความคิดเห็นด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์สามารถสรุปดังนี้

การใช้สื่อ หนังสือพิมพ์ในระดับปานกลาง($\bar{x} = 3.15$ และ S.D.=0.49)การใช้สื่อประชาสัมพันธ์
(วารสาร) ในระดับปานกลาง($\bar{x} = 3.04$ และ S.D.=0.44)

การดำเนินงานด้านการการใช้สื่อวิทยุทัศน์ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.87$ และ S.D.=0.39)

การใช้สื่อที่นักประชาสัมพันธ์สร้างขึ้นในระดับ ปานกลาง ($\bar{x} = 2.85$ และ S.D.=0.41)

การใช้สื่อหนังสือรายงานประจำปีในระดับ ปานกลาง($\bar{x} = 3.03$ และ S.D.=0.64)

การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ (จดหมายข่าว) ในระดับ ปานกลาง ($\bar{x} = 3.03$ และ S.D.=0.59)

การใช้ป้ายประกาศในระดับ ปานกลาง ($\bar{x} = 3.17$ และ S.D.=0.38)

การใช้สื่อโปสเตอร์ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.18$ และ S.D.=0.38)

การใช้สื่อแผ่นพับในระดับ ปานกลาง ($\bar{x} = 3.03$ และ S.D.=0.19)

การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ (ใบปลิว)ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.03$ และ S.D.=0.2)

การจัดนิทรรศการในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.01$ และ S.D.=0.12)

การดำเนินงานด้านการจัดงานแถลงข่าวในระดับ ปานกลาง ($\bar{x} = 3.26$ และ S.D.=0.31)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการการดำเนินการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการให้มีการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ ในระดับปานกลาง($\bar{x} = 3.45$ และ S.D.=0.72)

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านความต้องการให้มีการดำเนินงานด้านการให้บริการและกิจกรรมอยู่ใน
ระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.79$ และ S.D. =1.2)

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านความต้องการให้มีการดำเนินงานด้านการจัดกิจกรรมในระดับ ปาน
กลาง ($\bar{x} = 3.47$ และ S.D. =0.97)

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านความต้องการการใช้สื่อประชาสัมพันธ์(หนังสือพิมพ์)ในระดับปาน
กลาง($\bar{x} = 3.25$ และ S.D.= 0.57)

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์(วารสาร)ในระดับ ปานกลาง($\bar{x} = 3.03$ และ S.D. = 0.62)

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านความใช้สื่อวิทยุทัศน์ในระดับปานกลาง($\bar{x} = 2.81$ และ S.D. = 0.72)

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์(สื่อที่นักประชาสัมพันธ์สร้างขึ้น)ในระดับปานกลาง($\bar{x} = 3.57$ และ $S.D. = 0.83$)

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านความต้องการใช้สื่อ หนังสือรายงานประจำปี ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.68$ และ $S.D. = 0.81$)

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านความต้องการการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ จดหมายข่าวในระดับ ปานกลาง ($\bar{x} = 3.41$ และ $S.D. = 0.8$)

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านความต้องการใช้ป้ายประกาศระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.36$ และ $S.D. = 0.49$)

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านความต้องการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ (แผ่นพับ) ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.08$ และ $S.D. = 0.29$)

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านความต้องการใช้สื่อใบปลิวในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.03$ และ $S.D. = 0.18$)

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านการดำเนินงานด้านการให้บริการและกิจกรรมในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.01$ และ $S.D. = 0.12$)

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านต้องการจัดแถลงข่าวในระดับมาก ($\bar{x} = 3.53$ และ $S.D. = 0.51$)

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จากการสัมภาษณ์

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์และสรุปผลการสัมภาษณ์ และนำเสนอในรูปแบบการบรรยายเป็นประเด็นสำคัญได้ดังนี้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในสถาบันอุดมศึกษามีการแข่งขันที่สูงขึ้น เนื่องมาจากสถาบันการศึกษาที่เปิดการศึกษาด้านอุดมศึกษามากขึ้นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกจึงมีความเหมาะสมกับการประชาสัมพันธ์ในสถาบันอุดมศึกษา เพราะการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเป็น การกำหนดรูปแบบที่ชัดเจน มีการดำเนินงานที่เป็นระบบเพื่อตัดสินใจเลือกแนวทางปฏิบัติให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ซึ่งเป็นกระบวนการที่ช่วยตัดสินใจเลือกสิ่งที่จะปฏิบัติให้บรรลุจุดหมายและวัตถุประสงค์ที่วางไว้มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นสถานศึกษาให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น ทั้งการประชาสัมพันธ์ภายนอกและการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ ผู้บริหาร วิธีการดำเนินงาน นโยบายของมหาวิทยาลัย บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ งบประมาณและสื่อประชาสัมพันธ์โดยมี ขั้นตอนการดำเนินงาน คือ

1. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย
2. วางแผนการดำเนินงาน
3. กำหนดกลยุทธ์การดำเนินงาน
4. ประเมินผลการดำเนินงาน

ตอนที่ 2 ผลการนำเสนอกระบวนการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนจากแบบประเมินความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์

1. กระบวนการการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบคือ ดังนี้ 1) นโยบายของมหาวิทยาลัย 2) ผู้บริหาร 3) บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ 4)วิธีการดำเนินงาน 5)งบประมาณ และ6) สื่อประชาสัมพันธ์ และกระบวนการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

กระบวนการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน



2. ผลการประเมินความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

จากการใช้แบบประเมินความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์โดยนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ ผู้บริหารด้านการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน และผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์จำนวน 5 ท่าน พบว่า

ตอนที่ 1 ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับรายละเอียดและองค์ประกอบของกระบวนการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน พบว่าองค์ประกอบของกระบวนการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน มีความเหมาะสม

อภิปรายผล

1. การนำเสนอกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และเผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์แล้วเห็นว่ากระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ที่ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ 1) นโยบายของมหาวิทยาลัย 2) ผู้บริหาร 3) บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ 4) วิธีการดำเนินงาน 5) งบประมาณ และ 6) สื่อประชาสัมพันธ์ เมื่อนำไปใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะทำให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ประสบความสำเร็จ เพราะกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ผู้วิจัยได้ศึกษานั้น เหมาะสมกับสภาพการดำเนินงาน และความต้องการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน โดยกระบวนการที่ได้นำเสนอมีความสอดคล้องกับ ชาราวรณ ภูวนา (2542) ที่ได้ศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ในด้านการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร กิจกรรมและเคลื่อนไหวด้วยสื่อมวลชนเพื่อสร้างความเข้าใจที่ดีตรงกันกับกลุ่มเป้าหมาย ภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยมีการสร้างโครงสร้างและกำหนดนโยบายด้านการดำเนินและผู้บริหารที่จะเป็นผู้ดูแลและกำหนดกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และควรมีงบประมาณดำเนินการอย่างเพียงพอมีระบบการบริหารงานอย่างยืดหยุ่น อีกทั้งการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ต้องมีเครือข่ายการดำเนินงานตามการศึกษาของ กิตติกานต์ ศรีวิชัย (2551) ได้พัฒนากลยุทธ์ด้านการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเกษตรจังหวัดกำแพงเพชรได้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย วัตถุประสงค์และกลยุทธ์ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยกลยุทธ์ที่สำคัญได้แก่ การจัดทำแผนและนโยบายในการส่งเสริม บูรณาการงานประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัย สร้างเครือข่ายการประสานการประชาสัมพันธ์ และพัฒนาความรู้เจ้าหน้าที่ทุกระดับในเรื่องการประเมินงานประชาสัมพันธ์ และส่วนประกอบที่สำคัญของการดำเนินงานงานประชาสัมพันธ์ คือ องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับ อุบลวรรณ ปิติพัฒน์ (2545) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบในการประชาสัมพันธ์ ไว้ว่า 1.องค์กรทุกองค์กรที่มีการประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะเริ่มต้นที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์เป็นผู้กำหนดนโยบาย งบประมาณ บุคลากร ของงานประชาสัมพันธ์เนื่องจากงานประชาสัมพันธ์ เป็นกลไกสำคัญของฝ่ายบริหารขององค์กรที่จะติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย 2. นักประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องเกี่ยวกับอาชีพ ซึ่งนับว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้งานประชาสัมพันธ์ขององค์กรดำเนินการเป็นไปได้อย่างดี เพราะนักประชาสัมพันธ์เป็นผู้ปฏิบัติงานและสร้างสรรค์ให้งานประชาสัมพันธ์ดำเนินไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ คุณสมบัติสำคัญของนักประชาสัมพันธ์จึงต้องเป็นบุคคลที่มี

ความอดทนต่อสถานการณ์ต่างๆ นอกเหนือจากความรู้ความสามารถ รู้เทคนิควิธีต่างๆ ของงานประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี ฉลาด มีไหวพริบ ขยัน มีความรู้ความเข้าใจในเรื่อง เศรษฐกิจการเมือง ศิลปวัฒนธรรม เช่นเดียวกับ วิรัช ลภีรัตนกุล (2532) ได้ให้ความหมายว่าวิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์คือวิธีการหรือขั้นตอนและความพยายามขององค์กรที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ได้มาซึ่งประโยชน์ของหน่วยงาน ซึ่ง วิมลพรรณ อาภาเวช (2546) กล่าวว่า การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสถาบันและองค์กรต่างๆ นักประชาสัมพันธ์มีแนวทางในการปฏิบัติที่คล้ายคลึงกัน คือ ค้นหาหาข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อวางแผนการประชาสัมพันธ์ โดยกำหนดรายละเอียดของกิจกรรมและสื่อประชาสัมพันธ์ นำแผนที่ได้กำหนดไว้ไปปฏิบัติ โดยใช้เครื่องมือและเทคนิคการสื่อสารเพื่อให้งานลุล่วงไปด้วยดี ขั้นตอนสุดท้ายคือการวัดและติดตามความก้าวหน้าของการทำงาน ประสิทธิภาพของการดำเนินงานใช้สื่อในการรับรู้และสนใจผู้รับสื่อนอกจากในด้านภาพพจน์ของมหาวิทยาลัยเกริกเป็นมหาวิทยาลัยขนาดเล็ก และหากมหาวิทยาลัยใหญ่ขึ้นก็จะทำให้มีงบประมาณในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่ดีขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตามแนวทางที่ผู้วิจัยได้ศึกษามีการดำเนินงาน 5 ขั้นตอน คือ ขั้นที่

- 1) ศึกษาปัญหาและสภาพการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
- ขั้นที่ 2) การพัฒนาบุคลากรของงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสนโดยการอบรมและการศึกษาดูงาน
- ขั้นที่ 3) วิเคราะห์ผลที่ได้จากการศึกษาสภาพปัญหาด้วยการวิจัยและขั้นตอนการพัฒนาบุคลากร เพื่อจัดทำแผนงานและเขียนโครงการเพื่อการพัฒนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
- ขั้นที่ 4) การจัดโครงการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
- ขั้นที่ 5) การประเมินผลการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน เป็นกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เป็นที่ยอมรับและประสบความสำเร็จตามนโยบายการบริหารงานของมหาวิทยาลัย สอดคล้องกับ สุวิสาข์ เหล่าเกิด (2551) ได้ทำการวิจัยเรื่องการนำเสนอรูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุก สำหรับงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่ารูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเหมาะสมกับมหาวิทยาลัยศิลปากร กล่าวคือ รูปแบบการประชาสัมพันธ์แบบสร้างเครือข่ายโดยใช้งานประชาสัมพันธ์ กองกลางเป็นส่วนเชื่อมโยงกับองค์กรภายในทั้งหมด รูปแบบของการประชาสัมพันธ์เชิงรุกคือ 1) การศึกษาสภาพปัญหาและสภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 2) การพัฒนาบุคลากรงานประชาสัมพันธ์เป็นการฝึกอบรมและศึกษาดูงาน 3) วิเคราะห์ผลการศึกษาดูงานเพื่อเขียนโครงการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ 4) จัดทำโครงการอบรมพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ 5) ประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ขั้นที่ 1 ศึกษาปัญหาและสภาพการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญในการดำเนินงานของการประชาสัมพันธ์ในงานราชการ การประชาสัมพันธ์ จึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นในระยะเริ่มแรกของการให้บริการแก่กลุ่มเป้าหมาย เพราะจะเป็นผลที่ต่อเนื่องจากการได้รับข่าวสาร ในเบื้องต้นและคอยติดตามข้อมูล หากมีการศึกษาปัญหาและสภาพการดำเนินการ

ประชาสัมพันธ์ ที่ดีและประสบความสำเร็จในขั้นแรกก็หมายถึงการทำให้กลุ่มเป้าหมายเห็นความสำคัญและสนใจติดตามการนำเสนอในลำดับถัดไป และควรศึกษาปัญหาและสภาพการดำเนินงานให้ครอบคลุมทุกด้าน

ขั้นที่ 2 การพัฒนาบุคลากรงานประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนเป็นการฝึกอบรม และศึกษาดูงาน

การพัฒนาบุคลากรงานประชาสัมพันธ์ หน่วยงานแต่ละหน่วยงานจะต้องมีการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอเพราะเนื่องจากสภาวะสิ่งแวดล้อม เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆเกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงเร็วมาก การพัฒนาบุคลากรงานประชาสัมพันธ์จึงมีความสำคัญและมีความจำเป็นเพื่อให้บุคลากรงานประชาสัมพันธ์มีความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ และมีความเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน โดยการพัฒนาศักยภาพมนุษย์เป็นการวางแผนการใช้ความพยายามที่ต่อเนื่องของฝ่ายจัดการ ที่จะปรับปรุงระดับความสามารถของพนักงาน และการทำงานขององค์กรโดยอาศัยโปรแกรมการฝึกอบรมการศึกษา และการพัฒนา และ เมกกินสัน(1978) กล่าวว่า การพัฒนาบุคลากรหมายถึงความพยายามใดๆที่จะทำให้สมรรถภาพเชิงสร้างสรรค์ของบุคคลแต่ละคนสอดคล้องกับงานในหน้าที่บุคคลนั้นต้องทำซึ่งสอดคล้องกับประมุข ฤกษ์กลาง ที่ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของนักประชาสัมพันธ์ที่จะทำให้การประชาสัมพันธ์เชิงรุกมีประสิทธิภาพดังนี้

1. มีวิสัยทัศน์กว้างไกล
2. เปิดรับสื่อมากๆ
3. เป็นผู้มีไฟกระตือรือร้นไม่หยุดนิ่ง
4. มีจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์

ดังนั้นการพัฒนาบุคลากร พัฒนางานการทำงาน จะเป็นสิ่งที่ผลักดันให้การทำงานมีประสิทธิภาพส่งผลดีในการพัฒนาองค์กรต่อไป

ขั้นที่ 3 การวิเคราะห์ผลที่ได้จากการศึกษาสภาพปัญหาด้วยการวิจัยเพื่อจัดทำแผนงานและเขียนโครงการเพื่อพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

การวิเคราะห์ข้อมูลและผลที่ได้จากการศึกษาสภาพปัญหา เพื่อนำมาจัดทำแผนงานเพื่อพัฒนาเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งข้อมูลที่ได้มาคือ ด้านนโยบาย ด้านบุคลากร และด้านการสื่อสาร แล้วจัดการทำแผนการดำเนินงานเพื่อพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ต้องเป็นในแนวทางการแก้ปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญและมีความจำเป็นเร่งด่วน

ขั้นที่ 4 การจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

การฝึกอบรมเป็นวิธีการหนึ่งที่ใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาบุคคล การฝึกอบรมมีขั้นตอนการดำเนินงาน หรือที่เรียกว่า กระบวนการฝึกอบรมหลายขั้นตอน ซึ่งนับแต่การวางแผนหาความจำเป็นที่ต้องอบรม กำหนดวัตถุประสงค์การอบรม การวางแผนหลักสูตรฝึกอบรม การดำเนินการฝึกอบรม การประเมินผลและการติดตาม

การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน เป็นการใช้สื่อบุคคลซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีความรู้ ความสามารถถ่ายทอดความรู้ประสบการณ์ให้แก่ผู้เข้ารับการอบรม ให้มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องต่างๆและยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์

ที่ดีแก่หน่วยงานด้วย ในการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อการพัฒนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์ จัดให้มีการจัดกิจกรรมบรรยายจากวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ ถ่ายทอดประสบการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยที่เป็นการสร้างให้ผู้เข้าร่วมประชุมเห็นความสำคัญ ตระหนักถึงหน้าที่และความรับผิดชอบที่มีผลต่อการพัฒนามหาวิทยาลัยโดย ฟลิปโป (1979) กล่าวว่า การฝึกอบรมคือกระบวนการเสริมสร้าง เพิ่มพูนความรู้ ทักษะ หรือความชำนาญงานให้แก่ผู้ปฏิบัติงานเฉพาะด้าน เพื่อให้ทุกคนในหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง สามารถปฏิบัติหน้าที่อยู่ในหน้าที่รับผิดชอบได้ดียิ่งขึ้นรวมทั้งพัฒนาทัศนคติของผู้ปฏิบัติงานให้เป็นไปในทิศทางที่ดี มีกำลังใจรักงาน มีขวัญกำลังใจ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ปรับปรุงงานให้ดีขึ้นและจากที่อ้างถึงข้างต้นสามารถนำมาสรุปว่าการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่เครือข่ายการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน คือกระบวนการสร้างเสริมเพิ่มพูนความรู้ ทักษะในการทำงานในหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้ดียิ่งขึ้นและพัฒนาทัศนคติให้ไปในทางที่ดี มีขวัญกำลังใจ มีความคิดริเริ่มปรับปรุงงานให้ดียิ่งขึ้น

ขั้นที่ 5 การประเมินผลการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์

ในขั้นตอนการประเมินผลการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ ควรใช้การรวบรวมข้อมูลที่มีความต่อเนื่องต่อการเปลี่ยนแปลงข้อมูลข่าวสาร การเปิดรับสื่อ และผลตอบรับที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอก

2. ผลการประเมินความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

จากผลการประเมินความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ของผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ประเมินแล้วว่ากระบวนการประชาสัมพันธ์ที่มีความเหมาะสม ทั้งในด้านขององค์ประกอบ และขั้นตอนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ โดยผู้วิจัยได้มีการสำรวจความคิดเห็นและความต้องการเกี่ยวกับการดำเนินการประชาสัมพันธ์รวมถึงได้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ ในส่วนของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ จึงทำให้กระบวนการประชาสัมพันธ์ ที่ได้มีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้พัฒนาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้จริง

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กนกวรรณ นาสมปอง. (2556). “สภาพการให้บริการการศึกษาทางอินเทอร์เน็ต งานส่งเสริมวิชาการและงาน

ทะเบียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.” วารสารวิชาการ Veridian E-Journal

ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม – สิงหาคม 2556 :734

นพมาศ ณะมาชิต. (2556). “การศึกษาสภาพปัญหา ความต้องการและแนวทางในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

และการสื่อสารเพื่อสนับสนุนการฝึกอบรมของผู้เข้ารับการอบรมสถาบันพัฒนาครู คณาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา

สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ.” วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม

– สิงหาคม 2556 : 375

กิเลน ติพนรเศรษฐ์.(2539). “ผลของการเรียนบนเครือข่าย ตามแนวคอนสตรัคติวิสต์ วิชา 212300 สื่อการ

สอน เรื่อง สื่อประเภทเครื่องมือ.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น.

กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). **หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551**. กรุงเทพฯ.

พรทิพย์ วรจิโกคาทร 2542:1 “การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์.” กรุงเทพฯ : คณะศึกษาศาสตร์

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นิลวรรณ วานิชสุขสมบัติ.(2547). “การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนคอมพิวเตอร์ ตามแนวคอนสตรัค

ติวิสต์ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบแก้ปัญหา สำหรับนักเรียนช่วงชั้นที่ 2 ตามหลักสูตรการศึกษา

ขั้นพื้นฐาน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาโสตทัศนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

ปณิดา วรรณพิรุณ. (2551). “การพัฒนารูปแบบการเรียนบนเว็บแบบผสมผสานโดยใช้ปัญหาเป็นหลักเพื่อ

พัฒนาการคิดอย่างมีวิจารณญาณของนิสิตปริญญาบัณฑิต.” วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎี

บัณฑิต สาขาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประยูร บุญใช้. (2544). “การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนตามแนวคิดประสบการณ์การเรียนรู้ผ่านสื่อกลาง

เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการคิดแก้ปัญหาและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาของนักศึกษาใน

สถาบันราชภัฏ” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน บัณฑิตวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สายชล จินใจ. (2550). **การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนแบบผสมผสานรายวิชาการเขียนโปรแกรม**

ภาษาคอมพิวเตอร์ 1 สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ กรุงเทพฯ : ดุษฎีนิพนธ์ (ปร.ด.) มหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

สุพัตรา ขาดิบัญชาชัย. (2548). **กระบวนการเรียนรู้ : แนวคิด ความหมาย และบทเรียนในสังคมไทย.**

กรุงเทพมหานคร: พิสิษฐ์ ไทย ออฟเซต.

สุภัทร จินปฐ. (2546). “ผลของการเรียนรู้จากสื่อบนเครือข่ายที่พัฒนาตามแนวคอนสตรัคติวิสต์ในวิชาสื่อการ

สอน สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี.” วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยี

การศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

วิชัย วงษ์ใหญ่. (2542). **พลังการเรียนรู้ : ในกระบวนการทัศน์ใหม่**. กรุงเทพฯ : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย

ศรีนครินทรวิโรฒ.

รศ.ดร.สาโรช ไศกรีกซ์.(2546).**การเรียนรู้ทางการวิจัย**. กรุงเทพฯ : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนคริน

ทรวิโรฒ.

ภาษาต่างประเทศ

Johnson, K., McHugo, C., and Hall, T. Analysing the efficacy of blended learning using.

Technology Enhanced Learning (TEL) and m-Learning delivery technologies.[Online].

Accessed 15 January 2012. Available from: [http://www.ascilite.org.au/conferences/](http://www.ascilite.org.au/conferences/sydney06/proceeding/pdf_papers/p73.pdf)

sydney06/proceeding/pdf_papers/p73.pdf

Polya, George. (1957). **How to Solve it**. 2nd ed. New York : Double Anchor Book.

Rovai, A.P., & Jordan, H.M. **Blended learning and sense of community: A comparative**

analysis with traditional and fully on-line graduate course. [Online]. Accessed 5

February 2012. Available from <http://www.irrodl/article/view/192/795>