



การศึกษาความพึงพอใจ ของบุคลากรเกี่ยวกับ การประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสาร มหาวิทยาลัยขอนแก่น

งานเชิงพัฒนา รวิพร สายแสนทอง 2563





รายงาน ผลงานที่เป็นผลการดำเนินงานที่ผ่านมา
เรื่อง
การศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
ต่อข่าวสาร มหาวิทยาลัยขอนแก่น

เสนอ
ผู้อำนวยการกองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ประกอบ การประเมินผลการปฏิบัติงาน มิถุนายน ๒๕๖๒ – พฤษภาคม ๒๕๖๓

ผู้ศึกษา : นางสาวรวิพร สายแสนทอง
ตำแหน่ง : นักประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติการ
กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี
มหาวิทยาลัยขอนแก่น

เอกสารรายงานฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่ง
ของการพัฒนาการปฏิบัติงานในหน้าที่ ตำแหน่งนักประชาสัมพันธ์
ปีที่พิมพ์ : พ.ศ. ๒๕๖๓

คำนำ

รายงาน การศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อชาวสภามหาวิทยาลัยขอนแก่น ฉบับนี้ เป็นผลสำเร็จของงานที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงานในหน้าที่นักประชาสัมพันธ์ โดยได้วิเคราะห์และสรุปความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อชาวสภามหาวิทยาลัยขอนแก่น ทั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ทำการศึกษาข้อมูลโดยใช้ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่น สายวิชาการและสายสนับสนุน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ Google form เกี่ยวกับความพึงพอใจของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ต่อชาวสภามหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านสื่อต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป EXCELประมวลผลข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และแปลผลเป็นการแบ่งระดับความผูกพัน ๕ ระดับ โดยการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น เพื่อนำผลข้อมูลที่ได้และข้อเสนอแนะของบุคลากรมาปรับปรุงและพัฒนาการผลิตสื่อต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย ที่จะส่งผลเป็นการพัฒนาระบบการผลิตสื่อต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยให้มีมาตรฐานการประชาสัมพันธ์สูงขึ้น

ขอขอบพระคุณบุคลากรในกองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่นทุกท่าน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ได้ให้ข้อคิด ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ จนสำเร็จจุล่ง ปรากฏเป็นเอกสารฉบับนี้

ขอขอบพระคุณ นักวิจัย นักค้นคว้า นักเขียน สำนักพิมพ์ต่าง ๆ ที่ได้บุกเบิกงานวิชาการแขนงต่าง ๆ ไว้ทำให้ผู้ศึกษามีแรงบันดาลใจที่งดงามในอันที่จะมีมุมมองด้านบวก จากแต่ละสถานการณ์ ให้เป็นโอกาสที่ผู้ศึกษาจะได้ปรับปรุงงานและพัฒนาตนเอง

คุณค่าและประโยชน์ที่จะเกิดแก่สาธารณะจากเอกสารฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอมอบแด่มหาวิทยาลัยขอนแก่น คุณครู อาจารย์ ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา วิทยาการแขนงต่าง ๆ ให้แก่ผู้ศึกษา ขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

รวีพร สายแสนทอง

มิถุนายน ๒๕๖๓

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกที่ตั้งขึ้นในภาคอีสานตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๐๗ เพื่อขยายโอกาสให้นักเรียนในภูมิภาคนี้สามารถเข้าถึงการศึกษาขั้นสูงได้ พร้อมกับการที่นักวิชาการได้พัฒนาผลงานวิจัยและนวัตกรรมต่างๆ เพื่อแก้ปัญหาของภูมิภาคแห่งนี้ ในปัจจุบันการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์การบริหาร มหาวิทยาลัยขอนแก่น พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๖ และเมื่อวันที่ ๙ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๕๕ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ได้ประกาศจัดตั้ง “กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น” ขึ้น โดยกองสื่อสารองค์กรมีพันธกิจหลักในการเผยแพร่ สื่อสาร สนับสนุน ส่งเสริม สร้างสรรค์กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์และภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยขอนแก่นต่อบุคลากรภายในและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายนอก ด้วยเครื่องมือและเทคนิคการสื่อสารที่ทันสมัย เพื่อสร้างความร่วมมือในการขับเคลื่อนให้มหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลก

ประกอบกับในยุคปัจจุบันเป็นยุคของการสื่อสารที่ไร้พรมแดนและไร้ขีดจำกัด มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นการที่กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น จะสามารถดำเนินการต่าง ๆ ได้ตามพันธกิจหลัก จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสาร ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการสำรวจความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อที่จะนำไปสู่การปรับปรุง พัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารองค์กรให้มีประสิทธิภาพต่อไป

ฉะนั้น การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น และ ความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ที่เป็นบุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน ๔๐ คน ทั้งสายวิชาการ และ สายสนับสนุน เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ และ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง อายุระหว่าง ๓๑-๔๐ ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ประเภทตำแหน่งมีสายวิชาการมากกว่าสายสนับสนุน ส่วนใหญ่ ทราบข่าวสารประชาสัมพันธ์ข่าวสารของมหาวิทยาลัยขอนแก่นทาง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น (www.kku.ac.th) โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ชื่นชอบ ข่าว การประชาสัมพันธ์ข่าวสารในเว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น (www.kku.ac.th) ด้านความสะดวก รวดเร็ว ในการเข้าถึงข่าวสาร ข่าวประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น หรือหน่วยงานภายในได้อย่างเหมาะสม

ความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านสื่อต่างๆ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมากที่สุด โดยพบว่า พึงพอใจสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (www.kku.ac.th) เป็นอันดับ ๑ อันดับ ๒ คือ สื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ Pop mail [KKU-POP] อันดับ ๓ คือ สื่อเฟซบุ๊ก FACEBOOK PAGE : Khon Kaen University อันดับ ๔ คือ สื่อวิทยุและหอกระจายข่าว

อันดับ ๕ คือ สื่อสิ่งพิมพ์(ป้ายโปสเตอร์ ประชาสัมพันธ์) และ อันดับ ๖ คือ สื่อยูทิวบ์ YOUTUBE channel : Khon Kaen University

ข้อเสนอแนะของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น แบ่งเป็น ๒ ประเภท คือ การชื่นชมการทำงานของผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ ที่สามารถทำงานรวดเร็ว กระตือรือร้น มีประสิทธิภาพ มีความเป็นมืออาชีพสูงมาก ประทับใจในการบริการ และ คำแนะนำเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับการรับข้อมูลข่าวสารทาง Line@ ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร และ ความต้องการในการเพิ่มช่องทางการส่งข่าวสารที่สำคัญจากคณะหน่วยงานต่างๆเพื่อสื่อสารผ่านสื่อของมหาวิทยาลัย

ผู้ศึกษาขอเสนอแนวทางในการพัฒนา ดังนี้

๑. จากความพึงพอใจด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (www.kku.ac.th) พบว่า การจัดเรียงหมวดหมู่ ง่ายต่อการเข้าถึงเนื้อหา อยู่ในอันดับสุดท้าย ฉะนั้นการพิจารณาปรับปรุงรูปแบบเว็บไซต์ จึงเป็นอีกหนึ่งแนวทางในการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

๒. สื่อเฟซบุ๊ก FACEBOOK PAGE : Khon Kaen University และ สื่อยูทิวบ์ YOUTUBE channel : Khon Kaen University พบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจ ผู้ดูแล (admin) มีทักษะในการตอบคำถามผู้ติดตามที่รวดเร็ว สม่ำเสมอ เป็นอันดับสุดท้าย เช่นเดียวกัน ฉะนั้น การพัฒนาประสิทธิภาพของ ผู้ดูแล (admin) เป็นอีกประเด็นหนึ่งในการพัฒนา ด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร โดยเฉพาะ ด้านสื่อสังคมออนไลน์

๓. สื่อยูทิวบ์ YOUTUBE channel : Khon Kaen University ความพึงพอใจ เป็นอันดับสุดท้าย เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อด้านอื่น ๆ ของมหาวิทยาลัย ฉะนั้น ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ จึงควรมีแนวทางในการพัฒนาสื่อด้านนี้ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อส่งเสริมงานด้านการประชาสัมพันธ์องค์กรให้เข้มแข็ง

ข้อเสนอในเชิงวิชาการ

๑. ควรขยายฐานประชากร หรือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรให้มากขึ้น เพื่อนำไปสู่การทำวิจัยสถาบัน เนื่องจากข้อมูลดังกล่าว เป็นประโยชน์ในการพัฒนาการสื่อสารภายในองค์กร

๒. ควรมีการศึกษา ด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยใช้ประชากรกลุ่มอื่น นอกเหนือจากบุคลากรมหาวิทยาลัย เนื่องจากข้อมูลเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการพัฒนาการสื่อสารภายนอกองค์กร

๓. การศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น ควรมีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลด้านบุคลกรร่วมด้วย เพื่อออกแบบสื่อ ให้สอดคล้องกับ ความพึงพอใจ ความต้องการและการใช้งานอย่างแท้จริง เช่น สายวิชาการ สายสนับสนุน ย่อมมีความพึงพอใจต่อสื่อ การใช้ งานสื่อขององค์กรที่แตกต่างกัน หรือบุคลากรที่อายุ แตกต่างกัน ย่อมมีความพึงพอใจต่อสื่อ การใช้ งานสื่อของ องค์กรที่แตกต่างกัน ซึ่งความสัมพันธ์ของข้อมูลชุดดังกล่าว ย่อมมีประโยชน์อย่างยิ่ง ในการพัฒนาเนื้อหา รูปแบบ การผลิตสื่อขององค์กรต่อไป

สารบัญ

หน้า

คำนำ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ก-ข

บทที่ ๑ บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญ

๑

๑.๒ วัตถุประสงค์ในการศึกษา

๒

๑.๓ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๓

๑.๔ ขอบเขตการศึกษา

๓

๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะ

๓

บทที่ ๒ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๑ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ

๕

๒.๒ แนวคิดและทฤษฎีการประชาสัมพันธ์

๖

๒.๓ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์

๘

บทที่ ๓ วิธีดำเนินการศึกษา

๓.๑ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

๑๐

๓.๒ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

๑๐

๓.๓ การเก็บรวบรวมข้อมูล

๑๑

๓.๔ การวิเคราะห์ข้อมูล

๑๑

๓.๕ เกณฑ์การแปลผล

๑๑

บทที่ ๔ ผลการศึกษา

๔.๑ ตอนที่ ๑ การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

๑๓

๔.๒ ตอนที่ ๒ ความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสาร

๑๖

มหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านสื่อต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย

๔.๓ ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสาร

๒๒

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทที่ ๕ สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

๕.๑ สรุปผลการศึกษา

๒๓

๕.๒ อภิปรายผล

๒๕

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

๒๖

เอกสารอ้างอิง และประวัติผู้เขียน

๒๘

ภาคผนวก ก. แบบประเมินความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสาร

๓๐

ภาคผนวก ข. ลิงค์ไฟล์เอกสาร ประมวลผลการประเมินความพึงพอใจของบุคลากร

ภาคผนวก ค. ผลการประเมินความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

สารบัญตาราง

	หน้า
ตอนที่ ๑ การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	๑๓
ตารางที่ ๑ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	๑๓
ตารางที่ ๒ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	๑๓
ตารางที่ ๓ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	๑๔
ตารางที่ ๔ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทตำแหน่งในมหาวิทยาลัยขอนแก่น	๑๔
ตารางที่ ๕ แสดงช่องทางการทราบข่าวการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของมหาวิทยาลัยขอนแก่น	๑๔
ตารางที่ ๖ แสดงข่าว การประชาสัมพันธ์ข่าวสารในเว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น (www.kku.ac.th) ที่บุคลากรชื่นชอบ	๑๕
ตอนที่ ๒ ความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านสื่อต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย	๑๖
ตารางที่ ๗ แสดงความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านสื่อ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (www.kku.ac.th)	๑๖
ตารางที่ ๘ แสดงความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านสื่อเฟซบุ๊ก FACEBOOK PAGE : Khon Kaen University	๑๗
ตารางที่ ๙ แสดงความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านสื่อยูทิวบ์ YOUTUBE channel : Khon Kaen University	๑๘
ตารางที่ ๑๐ แสดงความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผ่านสื่อวิทยุและหอกระจายข่าว	๑๙
ตารางที่ ๑๑ แสดงความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ Pop mail [KKU-POP]	๒๐
ตารางที่ ๑๒ แสดงความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านสื่อสิ่งพิมพ์(ป้ายโปสเตอร์ ประชาสัมพันธ์)	๒๐
ตารางที่ ๑๓ แสดงความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผ่านสื่อต่าง ๆ	๒๐

บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญ

มหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกที่เกิดขึ้นในภาคอีสานตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๐๗ เพื่อขยายโอกาสให้นักเรียนในภูมิภาคนี้สามารถเข้าถึงการศึกษาขั้นสูงได้ พร้อมกับการที่นักวิชาการได้พัฒนาผลงานวิจัยและนวัตกรรมต่างๆ เพื่อแก้ปัญหาของภูมิภาคแห่งนี้ ให้มีคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งตลอดระยะเวลา ๕๐ ปีที่ผ่านมา มหาวิทยาลัยขอนแก่นได้สะสมองค์ความรู้ต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก รวมทั้งการให้ความช่วยเหลือประชาชนในภูมิภาคนี้อย่างต่อเนื่อง ทั้งการยกระดับการศึกษา การยกระดับคุณภาพชีวิต การสร้างเสริมสุขภาพที่ดี การสร้างอาชีพ การสร้างรายได้ เป็นต้น

ปัจจุบันการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์การบริหารมหาวิทยาลัยขอนแก่น พ.ศ. ๒๕๖๓ – ๒๕๖๖ ฉบับคณะกรรมการสภามหาวิทยาลัยขอนแก่นให้ความเห็นชอบ ในคราวประชุมครั้งที่ ๕/๒๕๖๒ เมื่อวันที่ ๒๗ เมษายน ๒๕๖๒ ซึ่งได้กำหนดวิสัยทัศน์ที่มุ่งการนำมหาวิทยาลัยขอนแก่นสู่การเป็น “มหาวิทยาลัยวิจัยและพัฒนาชั้นนำระดับโลก” ที่ยังคงการเป็นสถาบันที่มีคุณค่าต่อสังคม โดยมีนโยบายและพันธกิจหลักที่สำคัญ ๓ ด้าน คือ

ด้านประชาคม หรือ ผู้มีส่วนได้เสียของมหาวิทยาลัย (People) มุ่งเน้นการพัฒนาประชาคมมหาวิทยาลัย มีความรู้ความสามารถและทักษะดิจิทัล มีความเชี่ยวชาญศาสตร์วิชาการการวิจัยและพัฒนา การนำไปใช้ประโยชน์ การบริการสังคมสหวิทยาการ บริหารจัดการ มีความพร้อมในการเรียนรู้ การเชื่อมโยงกับนานาชาติ และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง

ด้านระบบนิเวศของมหาวิทยาลัย (Ecological) มุ่งเน้นการพัฒนาระบบนิเวศของมหาวิทยาลัย เกื้อหนุนการเรียนรู้วิจัย เสริมประสิทธิภาพการทำงาน และเพิ่มพูนคุณภาพชีวิตของชุมชนมหาวิทยาลัยและผู้มาเยือน

ด้านจิตวิญญาณแห่งความเป็นมหาวิทยาลัยขอนแก่น (Spiritual) มุ่งเน้นการพัฒนาจิตวิญญาณของมหาวิทยาลัยมีความสันติสุขและสมานฉันท์ของชุมชนทั้งภายในและภายนอก

จากวิสัยทัศน์ นโยบายและพันธกิจที่สำคัญ ๓ ด้าน มีความครอบคลุมการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยขอนแก่นทุกด้าน กอปรกับประกาศสภามหาวิทยาลัยขอนแก่น ฉบับที่ ๕/๒๕๕๕ ลงวันที่ ๙ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๕๕ เรื่อง การจัดตั้งหน่วยงานภายในสำนักงานอธิการบดี ได้ระบุถึงการปรับโครงสร้างการบริหารงานของสำนักงานอธิการบดี เพื่อให้การดำเนินงานของสำนักงานอธิการบดี สามารถสนับสนุนวิสัยทัศน์และพันธกิจของมหาวิทยาลัยได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล รองรับการเปลี่ยนแปลงและตอบสนองยุทธศาสตร์การบริหารมหาวิทยาลัย ในการนี้ จึงได้จัดตั้ง “กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดีมหาวิทยาลัยขอนแก่น” ขึ้น โดยกองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีพันธกิจในการเผยแพร่ สื่อสาร สนับสนุน ส่งเสริม สร้างสรรค์กิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์และภาพลักษณ์ที่ดีต่อบุคลากรของมหาวิทยาลัยขอนแก่นและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายนอก ด้วยเครื่องมือและเทคนิคการสื่อสารที่ทันสมัย เพื่อสร้างความร่วมมือในการขับเคลื่อนให้มหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลก

การศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น

โดยแผนการดำเนินงาน ณ ปัจจุบัน กองสื่อสารองค์กรมีพันธกิจหลัก ในการรับผิดชอบการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ สื่อสารและจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัย การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัยให้ชุมชน สังคม หรือสาธารณชน หรือองค์กรทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยได้รับทราบพร้อมทั้งการสร้าง ความเข้าใจที่ดี การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายประเภท ได้แก่ เว็บไซต์มหาวิทยาลัย เฟซบุ๊ก ยูทิวบ์ สถานีวิทยุและโทรทัศน์ วารสารข่าว ข่าวกิจกรรมมหาวิทยาลัย ป้ายประชาสัมพันธ์ ข่าวการเผยแพร่ผลงานวิจัยและผลงานทางวิชาการของบุคลากรมหาวิทยาลัย การบันทึกภาพกิจกรรมสำคัญและพิธีการต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย รวมถึงกิจกรรมพิธีการส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างความเข้าใจที่ดี การสร้างระบบต้อนรับบุคคลสำคัญ ระบบการส่งเสริมสนับสนุนทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่งเสริมสนับสนุนสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อสื่อมวลชน และการอำนวยความสะดวกในติดต่อประสานงานแหล่งข่าว การให้ข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ เครือข่ายประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสาร ตลอดจนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน ของชุมชน สังคม หรือสาธารณชน หรือองค์กรทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัย การรายงานสรุปผลการประชาสัมพันธ์และกิจกรรมของมหาวิทยาลัย และ ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ได้รับมอบหมาย (อ้างอิงจากพันธกิจ กองสื่อสารองค์กร https://cad.kku.ac.th/?page_id=๑๒๐๓) โดยยุทธศาสตร์ของกองสื่อสารองค์กร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ มี ๓ ด้าน ได้แก่

๑. การสื่อสารภายในเชิงรุก
๒. การส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงรุก
๓. ชุมชนสัมพันธ์ และการนำความรู้สู่ชุมชน

สอดคล้องกับในโลกยุคข้อมูลข่าวสารไร้พรมแดนยอมรับกันว่า การประชาสัมพันธ์เป็นขบวนการ และกิจกรรมในการสร้างความสัมพันธ์ และ ความเข้าใจอันดีร่วมกัน ฉะนั้นตราบใดที่หน่วยงาน สถาบัน ยังคงต้องอาศัยศรัทธาและแรงสนับสนุนจากประชาชน ตราบนั้น การประชาสัมพันธ์ได้ จึงเป็นส่วนประกอบสำคัญในการบริหารงานเพื่อให้กิจการทั้งหลายดำเนินไปด้วยดีมีความราบรื่น และประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับและความพึงพอใจของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง (สะอาด ตันสุกผล, ๒๕๒๗ อ้างถึงใน ทวีศาสตร์ตั้งปฐมวงศ์, ๒๕๔๔)

ประกอบกับในยุคปัจจุบันเป็นยุคของการสื่อสารที่ไม่มีขีดจำกัด และ มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้นการที่กองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น จะสามารถดำเนินการต่าง ๆ ได้ตามพันธกิจ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสาร ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจในการสำรวจความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อที่จะนำไปสู่การปรับปรุง พัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารองค์กรให้มีประสิทธิภาพต่อไป

๑.๒ วัตถุประสงค์การศึกษา

๑. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น
๒. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย

๑.๓ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น
๒. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย
๓. ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสามารถใช้เป็นแนวทางแก้ไขปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ข่าวสารมหาวิทยาลัยต่อไป

๑.๔ ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหา: การศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษามุ่งถึงความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ขอบเขตด้านพื้นที่และประชากร: การศึกษาครั้งนี้ ศึกษาจากบุคลากรในปัจจุบันของมหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน ๔๐ คน ประกอบด้วย สายวิชาการ และ สายสนับสนุน

ขอบเขตด้านระยะเวลา: ระยะเวลาในการศึกษา เดือนมิถุนายน ๒๕๖๓

๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะ

ความพึงพอใจของบุคลากร หมายถึง การแสดงออกทางด้านความรู้สึก ความคิดเห็น ทัศนคติของบุคลากรที่ปฏิบัติงานภายในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่มีต่อ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นในส่วนของ ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (www.kku.ac.th) สื่อเฟซบุ๊ก FACEBOOK PAGE : Khon Kaen University สื่อยูทิวบ์ YOUTUBE channel : Khon Kaen University สื่อวิทยุและหอกระจายข่าว สื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ Pop mail [KKU-POP] สื่อสิ่งพิมพ์(ป้ายโปสเตอร์ ประชาสัมพันธ์)

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง วิธีการของหน่วยงานที่มีแผนการกระทำต่อเนื่องกันไปในทางการสร้างหรือรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้ข้อมูลความรู้ความเข้าใจ และให้ความสนับสนุนร่วมมือซึ่งกันและกันเพื่อให้งานสถาบันดำเนินไปได้ด้วยดี

สื่อต่างๆของมหาวิทยาลัยประกอบด้วย (อ้างอิงจาก https://cad.kku.ac.th/?page_id=๑๒)

ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นในส่วนของ (www.kku.ac.th) โดยมี รูปแบบของเว็บไซต์ที่ทันสมัย น่าสนใจ มีช่องทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ ทำให้บุคลากรได้รับความสะดวก รวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ในการเข้าถึงข่าวสารด้านข่าว การประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัย

สื่อเฟซบุ๊ก FACEBOOK PAGE : Khon Kaen University หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นในส่วนของ (<https://www.facebook.com/kkuthailand>) โดยมี รูปแบบของ เนื้อหาให้ความรู้มีประโยชน์ การตกแต่งหน้าเพจที่สวยงาม การจัดเรียงอัลบั้มเป็นหมวดหมู่ การนำเสนอภาพ info Graphic เพื่อให้ความรู้เรื่องต่าง ๆ อย่างเข้าใจ การนำเสนอคลิปต่าง ๆ เข้าใจง่าย เป็นประโยชน์ การใช้คำบรรยาย (Caption) ที่อ่านง่าย น่าสนใจ ดึงดูด ขวนติดตาม การเปิดพื้นที่การมีส่วนร่วมของผู้ติดตามให้สามารถแสดงความคิดเห็นแนะนำ ติ-ชม ผู้ดูแลเพจ (admin) มีทักษะในการตอบคำถามผู้ติดตามที่ดี รวดเร็ว สม่่าเสมอ

สื่อยูทิวบ์ YOUTUBE channel : Khon Kaen University หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นในส่วนช่อง (KKU channel <https://www.youtube.com/user/KKUchannel>) โดยมีรูปแบบของ เนื้อหาให้ความรู้มีประโยชน์ การตกแต่งหน้าปกสวยงาม ดึงดูดการเข้าชม การจัดเรียงเนื้อหาเป็นหมวดหมู่ชัดเจน สืบค้นง่าย การนำเสนอคลิปต่าง ๆ เข้าใจง่าย เป็นประโยชน์ การใช้คำบรรยาย (Caption) น่าสนใจ ดึงดูด ชวนติดตามเนื้อหา การเปิดพื้นที่การมีส่วนร่วมของผู้ติดตามให้สามารถแสดงความคิดเห็น แนะนำ ติ-ชม ผู้ดูแล (admin) มีทักษะในการตอบคำถามผู้ติดตามที่ดี รวดเร็ว สม่ำเสมอ

สื่อวิทยุและหอกระจายข่าว หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นในส่วนช่อง สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยขอนแก่น : FM ๑๐๓ Mhz. โดยมีการสื่อสารถึงประชาชนตามเวลาที่เหมาะสม ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ข่าวสารมีความทั่วถึง ทำให้บุคลากรมีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข่าวสาร ที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยขอนแก่น

สื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ Pop mail [KKU-POP] หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นในส่วนช่อง จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งไปยังบุคลากรในปัจจุบันของมหาวิทยาลัย ภายใต้โดเมน kku.ac.th โดยมีรูปแบบของ เนื้อหา มีประโยชน์ การใช้คำบรรยาย (Caption) ที่อ่านง่าย น่าสนใจ ดึงดูด ชวนติดตาม ทำให้ทราบถึงการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัยอย่างชัดเจน

สื่อสิ่งพิมพ์(ป้ายโปสเตอร์ ประชาสัมพันธ์) หมายถึง สื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นในส่วนช่องป้ายประชาสัมพันธ์ตามจุดสำคัญของมหาวิทยาลัย มีการสื่อสารข้อมูลที่ใช้ภาษาสื่อสารที่ง่าย ไม่ซับซ้อน สีสันภาพประกอบสวยงาม เน้นข้อมูล รายละเอียดที่ชัดเจนและสถานที่ติดตั้งที่ เหมาะสมเด่นชัด

บทที่ ๒

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อชาวสภามหาวิทยาลัยขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อชาวสภามหาวิทยาลัยขอนแก่น และ ความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆของมหาวิทยาลัย ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีจากเอกสารที่เกี่ยวข้องในประเด็นสำคัญเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

๒.๑ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ

๒.๒ แนวคิดและทฤษฎีการประชาสัมพันธ์

๒.๓ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๑ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ

ความหมายของความพึงพอใจในการให้บริการ

ความหมายของคำว่าความพึงพอใจในการให้บริการนั้น มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้ได้แก่ เอเดย์ และแอนเดอร์สัน(Aday & Anderson, ๑๙๗๕ อ้างถึงใน เศรษฐพงศ์ชัย อัครพลประชิด, ๒๕๕๑, หน้า๓๒) ความพึงพอใจในการให้บริการเป็นความรู้สึกหรือความคิดเกี่ยวกับ ทศนคติของคนที่เกิดจากประสบการณ์ผู้ที่รับบริการไปใช้บริการในสถานที่ให้บริการนั้น ๆ และ ประสบการณ์นั้นเป็นไปตามความคาดหวังเพียงใด ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกัน

โดยที่ความพึงพอใจ ในการให้บริการถือเป็นเกณฑ์หนึ่งที่ใช้ในการวัดคุณภาพของการให้บริการ ฟิทซ์เจอร์รี และดูแรน (Fitzgerald & Durant, ๑๙๘๐ อ้างถึงใน เศรษฐพงศ์ชัยอัครพลประชิด, ๒๕๕๑, หน้า๓๒) เสนอไว้ว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ หรือความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะ(Public Service Satisfaction) เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของหน่วยงาน โดยมี พื้นฐานมาจากการรับรู้ (Perception) ถึงการให้บริการที่แท้จริง และการประเมินผลนี้ก็จะแตกต่างกัน ไปขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ เกณฑ์ที่แต่ละบุคคลตั้งไว้รวมทั้งการตัดสินใจของบุคคล นั้นด้วย

โดยที่เกณฑ์ในการประเมินผลนั้นสามารถจำแนกออกได้เป็นเกณฑ์ด้านอัตวิสัย(Subjective) ซึ่งเกิดจากการได้รับรู้ถึงการให้บริการ และเกณฑ์ด้านวัตถุวิสัย คือ การได้รับปริมาณและคุณภาพ การให้บริการและในแต่ละด้านของเกณฑ์การประเมินดังกล่าวก็จะมีวิธีการวัดความพึงพอใจของ ประชาชนที่มีต่อการจัดบริการสาธารณะที่แตกต่างกันไป

จากแนวคิดดังกล่าวพอจะสรุปความหมายของคำว่าพึงพอใจว่าความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจ และความรู้สึกเป็นสุขที่เกิดจากการปรับตัวของบุคคลจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งที่ต้องการ เป็นความรู้สึกในเชิงการประเมินค่าของบุคคลต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

การวัดความพึงพอใจต่อการให้บริการ

กมล ชูทรัพย์ และเสถียร เหลืองอร่าม(๒๕๑๖, หน้า๕๕๒-๕๕๓ อ้างถึงใน อดุลย์ หริรักษ์ เสาวนีย์, ๒๕๔๒, หน้า ๓๓) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้คนพอใจในการบริการประกอบด้วย

๑. ผู้ใช้บริการได้รับค่าตอบแทนจากการให้บริการคุ้มกับมาให้บริการ
๒. ลักษณะให้บริการ ผู้ใช้บริการบางคนเห็นว่า การให้บริการที่มีคุณภาพย่อมสำคัญกว่าการบริการจากเทคโนโลยีสิ่งแวดล้อม
๓. ผู้ใช้บริการได้รับการยกย่องนับถือ หรือความเคารพจากผู้ให้บริการ
๔. ผู้ให้บริการมีโอกาที่จะเจริญก้าวหน้าในธุรกิจที่ใช้บริการ เพราะผลตอบแทนจาก การให้บริการ
๕. ประชาธิปไตยจากการให้บริการ คือ ผู้ใช้บริการ มีโอกาสแสดงความคิดเห็นหรือมี ส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบการบริการ
๖. ความมีระเบียบในการบริการ

มิลเลท (Millet, ๑๙๕๔, p. ๓๕๗ อ้างถึงใน ประสิทธิ์ ศิริแสง, ๒๕๔๒, หน้า ๓๐) อธิบายว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะ (Satisfactory Service) หรือ ความสามารถในการที่จะพิจารณาว่าบริการสาธารณะนั้นจะเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ ให้พิจารณาได้จากสิ่งต่างๆดังนี้ คือ

๑. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างยุติธรรม โดยลักษณะการจัดให้นั้นจะต้อง เป็นไปอย่างเสมอภาคและเสมอหน้า (Equitable Service) แก่ผู้รับบริการ
๒. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely Service) ตามลักษณะของความจำเป็นรีบด่วนในการบริการและความต้องการของประชาชนในบริการนั้น ๆ
๓. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างเพียงพอต่อความต้องการของผู้รับบริการ
๔. ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) โดยไม่มีการหยุดชะงักหรือติดขัดในการให้บริการนั้น ๆ
๕. ความสามารถในการพัฒนาการบริการที่จัดให้ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพให้มี ความเจริญก้าวหน้า (Progressive Service) ตามลักษณะของบริการนั้นขึ้นไปเรื่อย ๆ

จากแนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจในการบริการของนักวิชาการ สามารถสรุปได้ว่าความพึงพอใจในบริการ หมายถึง ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับบุคคลที่ต้องการได้รับการตอบสนองพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจเป็นความพยายามที่จะขจัดความตึงเครียดเมื่อได้รับในสิ่งที่ต้องการ ซึ่งผู้ศึกษาได้นำมาใช้เป็นกรอบในการสร้างแบบประเมินความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อชาวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น

๒.๒ แนวคิดและทฤษฎีการประชาสัมพันธ์

ความหมายและความสำคัญของการประชาสัมพันธ์

คำว่าประชาสัมพันธ์มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้หลากหลาย ดังนี้ ลักษณะ สตะเวทิน (๒๕๔๒, หน้า ๑๖๐) การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารแบบหนึ่งที่ต้องอาศัยผู้มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านความเชี่ยวชาญและประสบการณ์มาจัดการดำเนินการในงานเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ โดยมีแนวคิด ๒ ประการ คือ

ประการแรก การประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งของงานบริหารองค์กรผู้บริหารฝ่ายงาน ประชาสัมพันธ์ ควรมีบทบาทและมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย ทิศทางการดำเนินงานนโยบายหลักขององค์กรมา กำหนดเป็นนโยบายแผนงาน และกิจกรรมสำหรับการประชาสัมพันธ์

ประการที่สอง การประชาสัมพันธ์มีภาระหน้าที่ซึ่งต้องรับผิดชอบคือการบอกกล่าว ชี้แจงข่าวสารของ องค์กรไปสู่ประชาชนในขณะเดียวกันต้องรับฟังความคิดเห็นจากประชาชน กลับมาสู่องค์กรด้วยเพื่อให้การ ปฏิบัติงานขององค์กรสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน การแนะนำผู้บริหารให้ทราบถึงวิธีการและ แนวทางเพื่อให้ได้มาซึ่งการยอมรับของประชาชนการเป็น สื่อกลางในการติดต่อสื่อสารและเชื่อมความเข้าใจ กับกลุ่มประชาชนภายในองค์กรและนอกองค์กร และการติดตามผลการดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหาและ อุปสรรคที่เกิดขึ้น

เสรี วงษ์มณฑา (๒๕๒๗, หน้า ๗๑ อ้างถึงใน ทวีศาสตร์ ตั้งปฐมวงศ์, ๒๕๔๔) ได้ให้ความหมาย ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ มาจากคำว่า ประชา กับ สัมพันธ์ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Public Relations หรือเรียกย่อ ๆ ว่า PR หมายถึง การมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับประชาชน การสร้างสรรค์จรรโลงความเข้าใจอันดีระหว่าง หน่วยงานกับกลุ่มประชาชน เพื่อป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดตลอดจนขจัดและลดสาเหตุแห่งความขัดแย้ง ต่าง ๆ รวมทั้งสนับสนุนนโยบายการดำเนินงานของสถาบัน เสริมสร้างรักษา ชื่อเสียง เกียรติคุณ ความนิยม เชื่อถือศรัทธาและความร่วมมือจากประชาชนที่พึงมีต่อหน่วยงาน สถาบัน

จากที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ ได้ให้ความหมายของคำว่า ประชาสัมพันธ์ สรุปได้ว่า การ ประชาสัมพันธ์ เป็นการเสริมสร้าง ความรู้ความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานกับบุคคลที่เกี่ยวข้องหรือ ประชาชนทั่วไป ให้ได้รับทราบข่าวสารเพื่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ ให้ความสนับสนุนการดำเนินงานของ องค์กร ให้องค์กรดำเนินงานเป็นไปตามวัตถุประสงค์ได้เป็นอย่างดี ซึ่งกรอบแนวคิดการประชาสัมพันธ์ข้างต้น จะใช้ในการอธิบายและวิเคราะห์ เพื่อการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์องค์กร การปรับปรุงเนื้อหา ให้ เป็นไปตามเป้าหมายของพันธกิจกองสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่นต่อไป

วิรัช ภีรตันกุล(๒๕๔๐ อ้างถึงใน ทวีศาสตร์ ตั้งปฐมวงศ์, ๒๕๔๔) ได้กล่าวถึง การประชาสัมพันธ์มี หลักสำคัญที่พึงจะยึดถือและปฏิบัติดังต่อไปนี้

๑. ต้องมุ่งประโยชน์ส่วนรวมเป็นส่วนใหญ่ เพราะประโยชน์ของคนกลุ่มต่าง ๆ มักขัดกัน การแก้ไขข้อ ขัดแย้งให้เป็นเรื่องสมานฉันท์จึงเป็นเรื่องที่ต้องอาศัยเวลาและการให้การศึกษาด้วย การใช้ศิลปะและชั้นเชิงใน การเจรจาจึงจะเกิดสัมฤทธิ์ผล

๒. ต้องรู้จักใจคนกลุ่มต่าง ๆ ความรู้ในทางจิตวิทยาและสังคมวิทยาจะช่วยได้มาก หากไม่รู้จิตใจก็ไม่ สามารถประสานผลประโยชน์ให้เข้ากันได้

๓. ต้องรู้นโยบายของหน่วยงานเพราะนโยบายกับการปฏิบัติอาจเน้นไปทางใดทางหนึ่ง และปฏิบัติสิ่ง ใดก่อน-หลัง ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเทศะ

๔. ต้องรู้เทคนิคเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น การปาฐกถา หนังสือพิมพ์ เอกสาร วิทยูกระจ่ายเสียง โทรทัศน์ภาพยนตร์ และต้องทราบเครื่องมือเหล่านี้จะเหมาะสมแก่งานประเภทใด เป็นต้น

๕. ต้องยึดหลักความจริงและความซื่อสัตย์สุจริต เพื่อให้คนทั้งหลายไว้วางใจ

๖. ต้องปฏิบัติงานโดยติดต่อกันเสมอ จึงจะสามารถตั้งใจคน การทำงานต้องมีแผนและควรวหาโอกาสทราบนโยบายจากผู้บริหารเพื่อนำไปจัดทำโครงการที่ต่อเนื่องและสัมพันธ์กัน

๗. ต้องเปิดเผยอย่างไม่มีเงื่อนไข

๘. การประชาสัมพันธ์รวมทั้งบุคคลและอุปกรณ์ประชาสัมพันธ์ต้องมีคุณภาพสูง

๙. ต้องมุ่งถึงผู้มีอิทธิพลในสังคมเป็นประการแรก เพราะผู้มีอิทธิพลในสังคมได้รับ การยอมรับจะทำให้เปลี่ยนแปลงความคิดเห็นของคนหมู่มากได้

๑๐. การประชาสัมพันธ์ต้องใช้ควบคู่ไปกับการพูด เพราะส่งผลถึงพลเมืองทุกกลุ่มของ ประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้มีอิทธิพลที่จะเป็นมติมหาชน หรือเปลี่ยนแปลงนโยบายของ ประเทศได้

สรุปได้ว่า ความสำคัญของประชาสัมพันธ์ เป็นการสร้างภาพลักษณ์ สร้างค่านิยม เป็นการรักษาชื่อเสียง และสร้างความเข้าใจให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ว่าจะเป็นหน่วยราชการ หรือ เอกชนก็ตามจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารอย่างต่อเนื่องและต้องยึดหลักความจริง

๒.๓ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์

กษมา เทียมเพ็ชร (๒๕๕๖) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อการจัดเก็บภาษี ในเขตเทศบาลเมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจและเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนต่อการประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดเก็บภาษีของเทศบาลเมืองสระแก้ว ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ ๓๑-๔๐ ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สมรสแล้ว มีรายได้ต่อเดือน ๑๕,๐๐๑ บาทขึ้นไป และส่วนใหญ่ทราบข่าว การประชาสัมพันธ์การจัดเก็บภาษีจากสื่อวิทยุและหอกระจายข่าว โดยในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้สำรวจความพอใจที่มีต่อ การประชาสัมพันธ์ด้านการจัดเก็บภาษีในส่วนของสื่อสิ่งพิมพ์(แผ่นพับ) ในด้านการสื่อสารข้อมูลที่ง่ายใช้ภาษาสื่อ ไม่ซับซ้อน สีสันภาพประกอบสวยงาม เน้นข้อมูลและรายละเอียดที่ชัดเจน สื่อสิ่งพิมพ์(ป้ายโปสเตอร์ ประชาสัมพันธ์) ในด้านป้ายประชาสัมพันธ์ตามจุดสำคัญของชุมชน มีการสื่อสารข้อมูลที่ง่ายใช้ภาษาสื่อสารที่ง่าย ไม่ซับซ้อน สีสันภาพประกอบสวยงาม เน้นข้อมูล รายละเอียดที่ชัดเจน และ สถานที่ติดตั้งที่ เหมาะสมเด่นชัด สื่อวิทยุและหอกระจายข่าว ในด้าน การสื่อสารถึงประชาชนตามเวลาที่เหมาะสม ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ข่าวสารมีความทั่วถึงในชุมชน ทำให้ประชาชนมีความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงข่าวสาร ด้านการจัดเก็บภาษี สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (เว็บไซต์) ด้านรูปแบบของเว็บไซต์ที่ทันสมัย น่าสนใจ มีช่องทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ ทำให้ประชาชนมีความสะดวก รวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์ในการเข้าถึงข่าวสารด้านการจัดเก็บภาษี

จากงานวิจัยข้างต้นผู้ศึกษาได้นำมาใช้เป็นกรอบในการประเมินความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยขอนแก่นใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารองค์กร

มินตรา ครองห้าว และ รศ.กัลยกร วรกุลลัญฐานีย์ (๒๕๕๙) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ Facebook Thai PBS Exposure and Satisfaction of Audiences toward Thai PBS ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจต่อ Facebook Thai PBS ของกลุ่มตัวอย่างที่เคยเปิดรับข้อมูล Facebook รายเนื้อหา พบว่า ประเด็นความพึงพอใจต่อรายการทั่วไป กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อเนื้อหาเหมาะสมกับทุกเพศ ทุกวัยมากที่สุด และส่วนของภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างที่มีความพึงพอใจต่อ Facebook Thai PBS

การศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ด้านรูปแบบการนำเสนออยู่ในระดับมาก เช่นกัน โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการ นำเสนอรายการ จากหน้าจอผ่าน Facebook Live ของสถานีฯ ที่ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายให้แฟนรายการมากที่สุด ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ความพึงพอใจ หลังการติดตาม Facebook Thai PBS อันเนื่องมาจาก ๒ องค์ประกอบ ได้แก่ ๑.ความพึงพอใจด้านเนื้อหา ที่ปรากฏบน Facebook Thai PBS ซึ่งประกอบด้วยเนื้อหารายการ ข่าว รายการทั่วไป เกร็ดความรู้ต่าง ๆ ที่ไม่ได้อยู่ในรายการของสถานีฯ และกิจกรรมประชาสัมพันธ์องค์กร และ ๒.ความพึงพอใจ ด้านรูปแบบการนำเสนอ หมายถึงองค์ประกอบต่าง ๆ วิธีการนำเสนอเนื้อหา ที่ปรากฏบน Facebook Thai PBS เช่น รูปภาพ คลิปวิดีโอ การใช้ภาษา และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ติดตามเพจ

จากงานวิจัยข้างต้นผู้ศึกษาได้นำมาใช้เป็นกรอบในการประเมินความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อเฟซบุ๊ก FACEBOOK PAGE : Khon Kaen University ที่มหาวิทยาลัยขอนแก่นใช้เป็นอีกเครื่องมือหนึ่งในช่องทางการสื่อสาร

บทที่ ๓

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น และ ความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆของมหาวิทยาลัย ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีการ ดังต่อไปนี้

๑. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
๒. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
๓. การเก็บรวบรวมข้อมูล
๔. การวิเคราะห์ข้อมูล
๕. เกณฑ์การแปลผล

๓.๑ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ คือ บุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่น สายวิชาการ และ สายสนับสนุน จำนวน ๔๐ คน

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการโดยไม่มีหลักเกณฑ์ ฉะนั้นกลุ่มตัวอย่างจึงเป็นใครก็ได้ ที่เป็นบุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่สามารถให้ข้อมูลได้

๓.๒ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ Google form เกี่ยวกับความพึงพอใจของบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านสื่อต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย โดยแบ่งเป็น ๒ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ สถานภาพส่วนบุคคล และ การทราบข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ของกลุ่มตัวอย่าง เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed Ended Question) ได้แก่

เพศ อายุ การศึกษา ประเภทตำแหน่งในมหาวิทยาลัยขอนแก่น จำนวน ๔ ข้อ

ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ๑ ข้อ

สิ่งที่ชื่นชอบในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารจากเว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น (www.kku.ac.th) ๑ ข้อ

ตอนที่ ๒ ความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผ่านสื่อต่างๆของมหาวิทยาลัย เป็น แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ๕ ระดับ จำนวน ๓๕ ข้อ โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ความพึงพอใจมากที่สุด ให้ ๕ คะแนน

ความพึงพอใจมาก ให้ ๔ คะแนน

ความพึงพอใจปานกลาง ให้ ๓ คะแนน

การศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ความพึงพอใจน้อย ให้ ๒ คะแนน

ความพึงพอใจน้อยที่สุด ให้ ๑ คะแนน

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อชาวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นเป็นแบบสอบถามแบบคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) ที่เปิดโอกาสให้บุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่นสามารถแสดงความคิดเห็นเพื่อการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ได้

๓.๓ การเก็บรวบรวมข้อมูล

๑. ขั้นเตรียมการ

๑.๑ เตรียมแบบสอบถาม ตามกรอบของแนวคิดเรื่องความพึงพอใจ และ ลักษณะของสื่อแต่ละประเภท

๑.๒ ผู้ศึกษาแจ้งผู้ช่วยส่งแบบสอบถาม ชักซ้อมความเข้าใจเกี่ยวกับเป้าหมายแนวคิด

๑.๓ ผู้ศึกษาและผู้ช่วยส่งแบบสอบถาม คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จนครบ ๔๐ คน

๒. ขั้นตอนการ

๒.๑ ผู้ศึกษาและผู้ช่วยส่งแบบสอบถาม ส่งแบบสอบถามออนไลน์จนครบ ๔๐ คน

๓.๔ การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาทำการประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรม EXCEL แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น ๓ ตอน ดังนี้

๑. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยหาการค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

๒. ความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อชาวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยหาการค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

๓.๕ เกณฑ์การแปลผล

เกณฑ์ในการแปลค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของตัวแปรต่าง ๆ ที่มีต่อระดับความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อชาวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น แบ่งระดับความผูกพันออกเป็น ๕ ระดับ โดยการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} = (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{จำนวนชั้น} = (๕ - ๑) / ๕ = ๐.๘$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อชาวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น ได้ดังนี้

ระดับค่าเฉลี่ย การแปลผล

๔.๒๑ - ๕.๐๐ ความพึงพอใจมากที่สุด

๓.๔๑ - ๔.๒๐ ความพึงพอใจมาก

๒.๖๑ - ๓.๔๐ ความพึงพอใจปานกลาง

๑.๘๑ - ๒.๖๐ ความพึงพอใจน้อย

๑.๐๐ - ๑.๘๐ ความพึงพอใจน้อยที่สุด

บทที่ ๔

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น และ ศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆของมหาวิทยาลัย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประกอบด้วย สายวิชาการ สายสนับสนุน จำนวน ๔๐ คน ซึ่งผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น ๓ ตอนดังนี้

ตอนที่ ๑ สถานภาพส่วนบุคคล และ การทราบข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ ๒ ความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผ่านสื่อต่างๆของมหาวิทยาลัย

ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น

๔.๑ ตอนที่ ๑ การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ ๑ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	๒๑	๕๒.๕
หญิง	๑๙	๔๗.๕
รวม	๔๐	๑๐๐

จากตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โดยคิดเป็นร้อยละ ๕๒.๕ และ เป็นเพศหญิงร้อยละ ๔๗.๕

ตารางที่ ๒ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
๒๐-๓๐ ปี	๒	๕
๓๑-๔๐ ปี	๑๙	๔๗.๕
๔๑-๕๐ ปี	๑๖	๔๐
๕๑-๖๐ ปี	๓	๗.๕
รวม	๔๐	๑๐๐

จากตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ ๓๑-๔๐ ปี โดยคิดเป็นร้อยละ ๔๗.๕ รองลงมาได้แก่ ๔๑-๕๐ ปี ๕๑-๖๐ ปี และ อายุ ๒๐-๓๐ ปี คิดเป็นร้อยละ ๔๗.๕, ๔๐, ๗.๕ และ ๕ ตามลำดับ

ตารางที่ ๓ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	๐	๐
ปริญญาตรี	๗	๑๗.๕
ปริญญาโท	๑๙	๔๗.๕
ปริญญาเอก	๑๔	๓๕
	๔๐	๑๐๐

จากตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาระดับ ปริญญาโท โดยคิดเป็นร้อยละ ๔๗.๕ รองลงมาได้แก่ ระดับ ปริญญาเอก ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ ๓๕ และ ๑๗.๕ ตามลำดับ

ตารางที่ ๔ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทตำแหน่งในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ประเภทตำแหน่งในมหาวิทยาลัยขอนแก่น	จำนวน	ร้อยละ
สายวิชาการ	๒๔	๖๐
สายสนับสนุน	๑๖	๔๐

จากตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทตำแหน่งในมหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สายวิชาการ โดยคิดเป็นร้อยละ ๖๐ และ สายสนับสนุน ร้อยละ ๔๐

ตารางที่ ๕ แสดงช่องทางการทราบข่าวการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ช่องทางสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
๑. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น (www.kku.ac.th)	๓๔	๘๕
๒. สื่อเฟซบุ๊ก เฟซบุ๊กแฟนเพจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น FACEBOOK PAGE : Khon Kaen University	๓๒	๘๐
๓. สื่อยูทิวบ์ ยูทิวบ์ช่องมหาวิทยาลัยขอนแก่น YOUTUBE channel : KKU channel	๑๕	๓๗.๕
๔. สื่อสถานีวิทยุ สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยขอนแก่น: FM ๑๐๓ Mhz.	๑๑	๒๗.๕
๕. สื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ kku Pop mail	๒๗	๖๗.๕
๖. ป้ายประชาสัมพันธ์	๒๒	๕๕
๗. workplace	๑	๒.๕
๘. สื่อบุคคล	๑	๒.๕

จากตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบข่าวการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น (www.kku.ac.th) รองลงมาสื่อเฟซบุ๊ก เฟซบุ๊กแฟนเพจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
 FACEBOOK PAGE : Khon Kaen University สื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ kku Pop mail ป้ายประชาสัมพันธ์
 สื่อยูทิวบ์ ยูทิวบ์ช่องมหาวิทยาลัยขอนแก่น YOUTUBE channel : Kku channel สื่อสถานีวิทยุ สถานีวิทยุ
 กระจายเสียงมหาวิทยาลัยขอนแก่น: FM ๑๐๓ Mhz. และ workplace และ สื่อบุคคล ตามลำดับ โดยคิดเป็น
 ร้อยละ ๘๕, ๘๐, ๖๗.๕, ๕๕, ๓๗.๕, ๒๗.๕, ๒.๕ ตามลำดับ

ตารางที่ ๖ แสดงข่าว การประชาสัมพันธ์ข่าวสารในเว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น (www.kku.ac.th)
 ที่บุคลากรชื่นชอบ

ช่องทางสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
๑. การออกแบบรูปแบบเว็บไซต์และการนำเสนอข้อมูลน่าสนใจ	๒๒	๕๕
๒. การจัดหน้าและคอลัมน์ ง่ายต่อการเปิดไปสู่หน้าต่างๆ ของเว็บไซต์	๑๘	๔๕
๓. มีช่องทางการแสดงความคิดเห็น และ ช่องทางการติดต่อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น หรือ หน่วยงานภายใน อย่างเหมาะสม	๑๕	๓๗.๕
๔. ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีความรวดเร็ว ทันต่อ สถานการณ์	๒๗	๖๗.๕
๕. มีความสะดวก รวดเร็ว ในการเข้าถึงข่าวสาร ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น หรือหน่วยงานภายใน อย่างเหมาะสม	๒๙	๗๒.๕
๖. ไม่เคยเข้าไปดูโดยตรง	๑	๒.๕

จากตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ชื่น
 ชอบ ข่าว การประชาสัมพันธ์ข่าวสารในเว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น (www.kku.ac.th) ด้านความสะดวก
 รวดเร็ว ในการเข้าถึงข่าวสาร ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น หรือหน่วยงานภายใน อย่างเหมาะสม
 รองลงมา ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีความรวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์
 การออกแบบรูปแบบเว็บไซต์และการนำเสนอข้อมูลน่าสนใจ การจัดหน้าและคอลัมน์ ง่ายต่อการเปิดไปสู่
 หน้าต่าง ๆ ของเว็บไซต์ มีช่องทางการแสดงความคิดเห็น และ ช่องทางการติดต่อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
 หรือหน่วยงานภายใน อย่างเหมาะสม โดยในประเด็นนี้ยังพบผู้ที่ไม่เคยเข้าไปดูโดยตรง โดยคิดเป็น ร้อยละ
 ๗๒.๕, ๖๗.๕, ๕๕, ๔๕, ๓๗.๕, ตามลำดับ

๔.๒ ตอนที่ ๒ ความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อชาวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านสื่อต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย

ตารางที่ ๗ แสดงความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อชาวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านสื่อ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (www.kku.ac.th)

การประชาสัมพันธ์	ความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
๑. ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารเข้าใจง่าย มีตัวอักษรที่อ่านง่าย	๘	๒๐	๓	๐	๐	๔.๓๗	๐.๖๓	มากที่สุด	๓
๒. ข้อมูลที่ได้รับอ่านแล้วเข้าใจในทันที ไม่ซับซ้อน	๑๗	๒๑	๓	๐	๐	๔.๓๕	๐.๖๒	มากที่สุด	๔
๓. การออกแบบมีสีสันสวยงาม สะดุดตา มีภาพประกอบที่น่าสนใจ	๒๑	๑๑	๘	๑	๐	๔.๓	๐.๘๕	มากที่สุด	๕
๔. ข้อมูลให้ความรู้มีประโยชน์	๑๙	๑๙	๑	๑	๐	๔.๔๑	๐.๖๘	มากที่สุด	๒
๕. ทราบความเคลื่อนไหวช่วงระยะเวลาการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยขอนแก่นชัดเจน	๒๓	๑๔	๓	๑	๐	๔.๔๕	๐.๗๕	มากที่สุด	๑
๖. การจัดเรียงหมวดหมู่ง่ายต่อการเข้าถึงเนื้อหา	๑๔	๒๑	๕	๐	๑	๔.๑๕	๐.๘๓	มาก	๖
รวม						๔.๓๓	๐.๗๓	มากที่สุด	

จากตาราง พบว่า ในด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (www.kku.ac.th) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ๔.๓๓ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ๐.๗๓ เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในด้านทราบความเคลื่อนไหว ช่วงระยะเวลาการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยขอนแก่นชัดเจน เป็นอันดับ ๑ อันดับ ๒ คือ ข้อมูลให้ความรู้มีประโยชน์ อันดับ ๓ คือ ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารเข้าใจง่าย มีตัวอักษรที่อ่านง่าย อันดับ ๔ คือ ข้อมูลที่ได้รับอ่านแล้วเข้าใจในทันที ไม่ซับซ้อน อันดับ ๕ คือ การออกแบบมีสีสันสวยงาม สะดุดตา มีภาพประกอบที่น่าสนใจ อันดับ ๖ คือ การจัดเรียงหมวดหมู่ง่ายต่อการเข้าถึงเนื้อหา

ตารางที่ ๘ แสดงความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผ่านสื่อเฟซบุ๊ก FACEBOOK PAGE : Khon Kaen University

การประชาสัมพันธ์	ความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
๑. เนื้อหาให้ความรู้มีประโยชน์	๑๗	๑๙	๓	๐	๐	๔.๓๗	๐.๖๓	มากที่สุด	๑
๒. การตกแต่งหน้าเพจที่สวยงาม	๑๔	๑๗	๗	๑	๐	๔.๑๖	๐.๗๙	มาก	๕
๓. การจัดเรียงอัลบั้มเป็นหมวดหมู่	๑๔	๑๕	๙	๐	๑	๔.๐๘	๐.๙๑	มาก	๖
๔. การนำเสนอภาพ info Graphic เพื่อให้ความรู้เรื่องต่าง ๆ อย่างเข้าใจ	๑๖	๑๘	๔	๑	๐	๔.๒๖	๐.๗๖	มากที่สุด	๔
๕. การนำเสนอคลิปต่างๆ เข้าใจง่าย เป็นประโยชน์	๑๖	๑๙	๔	๐	๐	๔.๓๑	๐.๖๖	มากที่สุด	๒
๖. การใช้คำบรรยาย (Caption) ที่อ่านง่าย น่าสนใจ ดึงดูด ขวนติดตาม	๑๕	๒๑	๓	๐	๐	๔.๓๑	๐.๖๒	มากที่สุด	๒
๗. การเปิดพื้นที่การมีส่วนร่วมของผู้ติดตามให้สามารถแสดงความคิดเห็นแนะนำ ดี-ชม	๑๔	๒๒	๓	๐	๐	๔.๒๙	๐.๖๑	มากที่สุด	๓
๘. ผู้ดูแลเพจ (admin) มีทักษะในการตอบคำถาม ผู้ติดตามที่ดี รวดเร็ว สม่ำเสมอ	๑๒	๑๗	๙	๐	๑	๔.๐๓	๐.๘๘	มาก	๗
รวม						๔.๒๓	๐.๗๔	มากที่สุด	

จากตาราง พบว่า ในด้านสื่อเฟซบุ๊ก FACEBOOK PAGE : Khon Kaen University กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ๔.๒๓ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ๐.๗๔ เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในด้านเนื้อหาให้ความรู้มีประโยชน์เป็นอันดับ ๑ อันดับ ๒ คือ การนำเสนอคลิปต่างๆ เข้าใจง่าย เป็นประโยชน์ และ การใช้คำบรรยาย (Caption) ที่อ่านง่าย น่าสนใจ ดึงดูด

ชวนติดตาม อันดับ ๓ คือ การเปิดพื้นที่การมีส่วนร่วมของผู้ติดตามให้สามารถแสดงความ อันดับ ๔ คือ การนำเสนอภาพ info Graphic เพื่อให้ความรู้เรื่องต่าง ๆ อย่างเข้าใจ อันดับ ๕ คือ การตกแต่งหน้าเพจที่สวยงาม อันดับ ๖ คือ การจัดเรียงอัลบั้มเป็นหมวดหมู่ อันดับ ๗ คือ ผู้ดูแลเพจ (admin) มีทักษะในการตอบคำถามผู้ติดตามที่ดี รวดเร็ว สม่่าเสมอ

ตารางที่ ๙ แสดงความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผ่านสื่อยูทิวบ์ YOUTUBE channel : Khon Kaen University

การประชาสัมพันธ์	ความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
๑. เนื้อหาให้ความรู้มีประโยชน์	๑๕	๑๖	๖	๑	๐	๔.๑๘	๐.๘๐	มาก	๓
๒.การตกแต่งหน้าปกสวยงาม ดึงดูดการเข้าชม	๑๓	๑๖	๗	๐	๑	๔.๐๘	๐.๘๙	มาก	๕
๓.การจัดเรียงเนื้อหาเป็นหมวดหมู่ชัดเจน สืบค้นง่าย	๑๓	๑๗	๖	๑	๐	๔.๑๓	๐.๗๙	มาก	๔
๔.การนำเสนอคลิปต่างๆ เข้าใจง่าย เป็นประโยชน์	๑๔	๒๑	๒	๐	๐	๔.๓๒	๐.๕๘	มากที่สุด	๑
๕.การใช้คำบรรยาย (Caption) น่าสนใจ ดึงดูดชวนติดตามเนื้อหา	๑๓	๑๙	๕	๐	๐	๔.๒๗	๐.๖๗	มากที่สุด	๒
๖.การเปิดพื้นที่การมีส่วนร่วมของผู้ติดตามให้สามารถแสดงความคิดเห็นแนะนำ ดี-ชม	๑๒	๑๘	๕	๑	๐	๔.๑๓	๐.๗๖	มาก	๔
๗.ผู้ดูแล (admin) มีทักษะในการตอบคำถามผู้ติดตามที่ดี รวดเร็ว สม่่าเสมอ	๑๐	๑๘	๘	๑	๐	๔	๐.๗๘	มาก	๖
รวม						๔.๑๕	๐.๗๖	มาก	

จากตารางแสดงว่า ในด้านสื่อยูทิวบ์ YOUTUBE channel : Khon Kaen University กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมาก ค่าเฉลี่ย ๔.๑๕ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ๐.๗๖ เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในการนำเสนอคลิปต่างๆ เข้าใจง่าย เป็นประโยชน์ เป็นอันดับ ๑ อันดับ ๒ คือ การใช้คำบรรยาย (Caption) น่าสนใจ ดึงดูด ขวนติดตามเนื้อหา อันดับ ๓ คือ เนื้อหาให้ความรู้มีประโยชน์ อันดับ ๔ คือ การจัดเรียงเนื้อหาเป็นหมวดหมู่ชัดเจน สืบค้นง่าย และ การเปิดพื้นที่การมีส่วนร่วมของผู้ติดตามให้สามารถแสดงความคิดเห็นแนะนำ ดี-ชม อันดับ ๕ คือ การตกแต่งหน้าปกสวยงาม ดึงดูดการเข้าชม อันดับ ๖ คือ ผู้ดูแล (admin) มีทักษะในการตอบคำถามผู้ติดตามที่ดี รวดเร็ว สม่ำเสมอ

ตารางที่ ๑๐ แสดงความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผ่านสื่อวิทยุและหอกระจายข่าว

การประชาสัมพันธ์	ความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
๑. เนื้อหากับเวลาในการประชาสัมพันธ์เพียงพอต่อการเข้าใจ	๑๐	๑๗	๓	๑	๐	๔.๑๖	๐.๗๓	มาก	๒
๒. ภาษาที่ใช้สื่อสารฟังแล้วเข้าใจได้ง่าย	๑๕	๑๔	๒	๐	๐	๔.๔๑	๐.๖๒	มากที่สุด	๑
๓. ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความเพียงพอและทั่วถึง	๑๐	๑๕	๕	๑	๐	๔.๐๙	๐.๗๘	มาก	๔
๔. ความเหมาะสมของช่วงวันเวลาในการประชาสัมพันธ์	๑๑	๑๓	๗	๐	๐	๔.๑๒	๐.๗๖	มาก	๓
๕. มีความสะดวก รวดเร็วในการเข้าถึงข่าวสาร ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น หรือหน่วยงานภายใน	๑๒	๑๓	๕	๑	๐	๔.๑๖	๐.๘	มาก	๒
รวม						๔.๑๙	๐.๗๕	มาก	

จากตารางพบว่า ในด้านสื่อวิทยุและหอกระจายข่าวกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมาก ค่าเฉลี่ย ๔.๑๙ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ๐.๗๕ เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในภาษาที่ใช้สื่อสารฟังแล้วเข้าใจได้ง่าย เป็นอันดับ ๑ อันดับ ๒ คือ มีความสะดวก รวดเร็วในการเข้าถึงข่าวสาร ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น หรือหน่วยงานภายใน และ เนื้อหากับเวลาในการประชาสัมพันธ์เพียงพอต่อการเข้าใจ อันดับ ๓ คือ ความเหมาะสมของช่วงวันเวลาในการประชาสัมพันธ์ อันดับ ๔ คือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความเพียงพอและทั่วถึง

ตารางที่ ๑๑ แสดงความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ Pop mail [KKU-POP]

การประชาสัมพันธ์	ความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
๑. เนื้อหาประโยชน์	๑๘	๑๗	๒	๒	๐	๔.๓๑	๐.๗๙	มากที่สุด	๒
๒. การใช้คำบรรยาย (Caption) ที่อ่านง่าย น่าสนใจ ดึงดูด ขวนติดตาม	๑๔	๒๑	๒	๒	๐	๔.๒๐	๐.๗๗	มาก	๓
๓. ทำให้ทราบถึงการจัดกิจกรรมต่างๆภายในมหาวิทยาลัยอย่างชัดเจน	๒๐	๑๖	๒	๑	๐	๔.๔๑	๐.๗๒	มากที่สุด	๑
รวม						๔.๓๑	๐.๗๖	มากที่สุด	

จากตารางพบว่า ในด้านสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ Pop mail [KKU-POP]กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ๔.๓๑ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ๐.๗๖ เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจที่ทำให้ทราบถึงการจัดกิจกรรมต่างๆภายในมหาวิทยาลัยอย่างชัดเจน เป็นอันดับ ๑ อันดับ ๒ คือ เนื้อหาประโยชน์ อันดับ ๓ คือ การใช้คำบรรยาย (Caption) ที่อ่านง่าย น่าสนใจ ดึงดูด ขวนติดตาม

ตารางที่ ๑๒ แสดงความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านสื่อสิ่งพิมพ์(ป้ายโปสเตอร์ ประชาสัมพันธ์)

การประชาสัมพันธ์	ความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
๑. การออกแบบมีความน่าสนใจ สีสันสะดุดตา	๑๓	๒๓	๓	๐	๐	๔.๒๕	๐.๕๙	มากที่สุด	๑
๒. ข้อมูลอ่านแล้วเข้าใจง่าย ไม่มีความซับซ้อน	๑๒	๒๓	๔	๐	๐	๔.๒๐	๐.๖๑	มาก	๒
๓. ความเหมาะสมของจุดที่ตั้ง	๑๒	๒๑	๔	๒	๐	๔.๑๐	๐.๗๘	มาก	๕

การประชาสัมพันธ์	ความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
๔. ตัวอักษรสวยงาม มีขนาดที่มองเห็นได้ชัดเจน	๑๒	๒๐	๗	๐	๐	๔.๑๒	๐.๗๐	มาก	๔
๕. ทำให้ทราบถึงการจัดกิจกรรมต่างๆภายในมหาวิทยาลัยอย่างชัดเจน	๑๔	๑๘	๗	๐	๐	๔.๑๘	๐.๗๒	มาก	๓
รวม						๔.๓๑	๐.๗๖	มากที่สุด	

จากตารางแสดงว่า ในด้านสื่อสิ่งพิมพ์(ป้ายโปสเตอร์ ประชาสัมพันธ์) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมาก ค่าเฉลี่ย ๔.๑๗ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ๐.๖๘ เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจการออกแบบมีความน่าสนใจ สีสันสะดุดตาเป็นอันดับ ๑ อันดับ ๒ คือ ข้อมูลอ่านแล้วเข้าใจง่าย ไม่มีความซับซ้อน อันดับ ๓ คือ ทำให้ทราบถึงการจัดกิจกรรมต่างๆภายในมหาวิทยาลัยอย่างชัดเจน อันดับ ๔ คือ ตัวอักษรสวยงาม มีขนาดที่มองเห็นได้ชัดเจน อันดับ ๕ คือ ความเหมาะสมของจุดที่ตั้ง

ตารางที่ ๑๓ แสดงความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านสื่อต่าง ๆ

สื่อประชาสัมพันธ์	ความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านสื่อต่าง ๆ			
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ	อันดับ
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (www.kku.ac.th)	๔.๓๓	๐.๗๒	มากที่สุด	๑
สื่อเฟซบุ๊ก FACEBOOK PAGE : Khon Kaen University	๔.๒๓	๐.๗๓	มากที่สุด	๓
สื่อยูทิวบ์ YOUTUBE channel : Khon Kaen University	๔.๑๕	๐.๗๕	มาก	๖
สื่อวิทยุและหอกระจายข่าว	๔.๑๙	๐.๗๔	มาก	๔
สื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ Pop mail [KKU-POP]	๔.๓๑	๐.๗๖	มากที่สุด	๒
สื่อสิ่งพิมพ์(ป้ายโปสเตอร์ ประชาสัมพันธ์)	๔.๑๗	๐.๖๘	มาก	๕
รวม	๔.๒๒	๐.๗๔	มากที่สุด	

จากตารางพบว่า ความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านสื่อต่างๆ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ๔.๒๒ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

๐.๗๔ เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า พึงพอใจสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (www.kku.ac.th) เป็นอันดับ ๑ อันดับ ๒ คือ สื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ Pop mail [KKU-POP] อันดับ ๓ คือ สื่อเฟซบุ๊ก FACEBOOK PAGE : Khon Kaen University อันดับ ๔ คือ สื่อวิทยุและหอกระจายข่าว อันดับ ๕ คือ สื่อสิ่งพิมพ์(ป้ายโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์) อันดับ ๖ คือ สื่อยูทิวบ์ YOUTUBE channel : Khon Kaen University

๔.๓ ตอนที่ ๓ ข้อเสนอแนะของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อชาวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น

จากการส่งแบบสอบถามออนไลน์ให้กลุ่มตัวอย่าง ๔๐ คน มี ๑๑ คน ที่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อชาวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น ดังนี้

๑. เจ้าหน้าที่กองสื่อสารทำงานรวดเร็ว และมีความเป็นมืออาชีพสูงมาก ขอชื่นชมทุกท่าน
๒. ทำงานได้มีประสิทธิภาพมาก
๓. อยากให้ Line@ ต้องมีข่าวแจ้งเตือนมาทุกวัน
๔. ในการประเมินน่าจะมีตัวอย่างผลงาน เช่น มีlink รวมผลงานมาประกอบการประเมิน เพราะกลุ่มเป้าหมายบางคนอาจไม่เห็นสื่อบางชนิด
๕. ข้อที่ไม่ตอบ คือ ไม่เคยใช้บริการสื่อสาร
๖. การสืบค้นข่าวเดิม ยังเข้าถึงได้ยาก
๗. เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ใช้บริการทาง facebook, youtube และ FM.๑๐๓ Mhz ดังนั้น จึงขอไม่ตอบแบบสอบถามในส่วนนั้น
๘. ช่องทางทุกช่องทาง ควรมีระยะเวลาในการ ปชส. กิจกรรมที่ยาว สั้นแตกต่างกัน เช่น งานพระราชพิธี งานเทศกาล งานระดับชาติ ภูมิภาค หรือ งานภายในมหาวิทยาลัย ดังนั้นหากงานไหน สำคัญ ควรใช้เวลาในการ ปชส. ยาวนาน และ update ข่าวคราว ต่างๆ เป็นระยะ ตามความเหมาะสม
๙. อยากให้มีช่องทางการส่งข่าวสารที่สำคัญจากคณะหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อลง สื่อของมหาวิทยาลัย โดยมีแบบฟอร์มออนไลน์ให้กรอกข้อมูลและภาพส่งไปได้ง่ายและสะดวกขึ้น ครับ
๑๐. พอดีไม่ได้ติดตามทางสถานีวิทยุครับ
๑๑. กองสื่อคนคุณภาพคับแก้ว กระตือรือร้น ยอดฝีมือ บริการประทับใจไม่เคยผิดหวัง

บทที่ ๕

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น และ ศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆของมหาวิทยาลัย ซึ่งผู้ศึกษาขอเสนอ สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษาและ ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาโดยจำแนกเนื้อหาเสนอ ตามลำดับดังนี้

๕.๑ สรุปผลการศึกษา

๑. คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีทั้งสิ้นจำนวน ๔๐คน เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง อายุระหว่าง ๓๑-๔๐ ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาโท ประเภทตำแหน่งมีสายวิชาการมากกว่าสายสนับสนุน ส่วนใหญ่ ทราบข่าวสารประชาสัมพันธ์ข่าวสารของมหาวิทยาลัยขอนแก่นทาง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น (www.kku.ac.th) โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ชื่นชอบ ข่าว การประชาสัมพันธ์ข่าวสารในเว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น (www.kku.ac.th) ด้านความสะดวก รวดเร็ว ในการเข้าถึงข่าวสาร ข่าวประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น หรือหน่วยงานภายใน อย่างเหมาะสม

๒. ความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านสื่อต่างๆของมหาวิทยาลัย

ด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (www.kku.ac.th) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในด้านทราบความเคลื่อนไหว ช่วงระยะเวลาการจัดกิจกรรมต่างๆในมหาวิทยาลัยขอนแก่นชัดเจน เป็นอันดับ๑ และอันดับสุดท้าย คือ การจัดเรียงหมวดหมู่ ง่ายต่อการเข้าถึงเนื้อหา

ด้านสื่อเฟซบุ๊ก FACEBOOK PAGE : Khon Kaen University กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในด้านเนื้อหาให้ความรู้มีประโยชน์เป็นอันดับ๑ และ อันดับสุดท้าย คือ ผู้ดูแลเพจ (admin) มีทักษะในการตอบคำถามผู้ติดตามที่ดี รวดเร็ว สม่าเสมอ

ด้านสื่อยูทิวบ์ YOUTUBE channel : Khon Kaen University กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในการนำเสนอคลิปต่าง ๆ เข้าใจง่าย เป็นประโยชน์ เป็นอันดับ๑ และ อันดับสุดท้าย คือ ผู้ดูแล (admin) มีทักษะในการตอบคำถามผู้ติดตามที่ดี รวดเร็ว สม่าเสมอ

ด้านสื่อวิทยุและหอกระจายข่าวกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในภาษาที่ใช้สื่อสารฟังแล้วเข้าใจได้ง่าย เป็นอันดับ๑ และ อันดับสุดท้าย คือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความเพียงพอและทั่วถึง

ด้านสื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ Pop mail [KKU-POP]กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจที่ทำให้ทราบถึงการจัดกิจกรรมต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัยอย่างชัดเจน เป็นอันดับ๑ และ อันดับสุดท้าย คือ การใช้คำบรรยาย (Caption) ที่อ่านง่าย น่าสนใจ ดึงดูด ขวนติดตาม

ด้านสื่อสิ่งพิมพ์(ป้ายโปสเตอร์ ประชาสัมพันธ์) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจการออกแบบมีความน่าสนใจ สีสันสะดุดตาเป็นอันดับ๑ และ อันดับสุดท้าย คือ ความเหมาะสมของจุดที่ตั้ง

โดยความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านสื่อต่างๆ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ๔.๒๒ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ๐.๗๔ เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า พึงพอใจสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (www.kku.ac.th) เป็นอันดับ๑ ค่าเฉลี่ย ๔.๓๓ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ๐.๗๒ อันดับ๒ คือ สื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ Pop mail [KKU-POP] ค่าเฉลี่ย ๔.๓๑ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ๐.๗๖ อันดับ๓ คือ สื่อเฟซบุ๊ก FACEBOOK PAGE : Khon Kaen University ค่าเฉลี่ย ๔.๒๓ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ๐.๗๓ อันดับ๔ คือ สื่อวิทยุและหอกระจายข่าว ค่าเฉลี่ย ๔.๑๙ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ๐.๗๔ อันดับ๕ คือ สื่อสิ่งพิมพ์(ป้ายโปสเตอร์ ประชาสัมพันธ์) ค่าเฉลี่ย ๔.๑๗ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ๐.๖๘ อันดับ๖ คือ สื่อยูทิวบ์ YOUTUBE channel : Khon Kaen University ค่าเฉลี่ย ๔.๑๕ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ๐.๗๕

๓. ข้อเสนอแนะของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ข้อเสนอแนะของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น	
ชื่นชมการทำงาน	คำแนะนำเพื่อพัฒนางานประชาสัมพันธ์
กองสื่อฯ คนคุณภาพคับแก้ว กระตือรือร้น ยอดฝีมือ บริการประทับใจไม่เคยผิดหวัง	อยากให้Line@ต้องมีข่าวแจ้งขึ้นมาทุกวัน
เจ้าหน้าที่กองสื่อสารทำงานรวดเร็ว และมีความเป็นมืออาชีพสูงมาก ขอชื่นชมทุกท่าน	การสืบค้นข่าวเดิม ยังเข้าถึงได้ยาก
ทำงานได้มีประสิทธิภาพมาก	ช่องทางทุกช่องทาง ควรมีระยะเวลาในการ ปชส กิจกรรมที่ยาว สั้นแตกต่างกัน เช่น งานพระราชพิธี งานเทศกาล งานระดับชาติ ภูมิภาค หรือ งานภายในมหาวิทยาลัย ดังนั้นหากงานไหน สำคัญ ควรใช้เวลาในการ ปชส ยาวนาน และ update ข่าวคราว ต่างๆ เป็นระยะ ตามความเหมาะสม
	อยากให้มีช่องทางการส่งข่าวสารที่สำคัญจากคณะ หน่วยงานต่างๆ เพื่อลง สื่อของมหาวิทยาลัย โดยมีแบบฟอร์มออนไลน์ให้กรอกข้อมูลและภาพส่งไปได้ง่ายและสะดวกขึ้น ครับ

สรุป ข้อเสนอแนะของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อชาวสารมมหาวิทยาลัยขอนแก่น แบ่งเป็น ๒ ประเภท คือ **การขึ้นชมการทำงานของผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์** ที่สามารถทำงานรวดเร็ว กระตือรือร้น มีประสิทธิภาพ มีความเป็นมืออาชีพสูงมาก ประทับใจในการบริการ และ **คำแนะนำเพื่อพัฒนา งานประชาสัมพันธ์** เกี่ยวกับการรับข้อมูลข่าวสารทาง Line@ ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการทราบข่าวเป็นประจำทุกวัน อุปสรรคในการเข้าถึงข้อมูลในการสืบค้นข่าวที่เข้าถึงได้ยาก ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ควรมีการวางแผน หากเป็นกิจกรรมใหญ่ สำคัญ ควรใช้ระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์มากกว่า กิจกรรมที่มีขนาดย่อย หรือ เล็ก และความต้องการในการเพิ่มช่องทางการส่งข่าวสารที่สำคัญจากคณะ หน่วยงานต่าง ๆ เพื่อลงสื่อของมหาวิทยาลัย **ให้สะดวกยิ่งขึ้น โดยสามารถกรอกแบบฟอร์มออนไลน์ได้**

๕.๒ อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อชาวสารมมหาวิทยาลัยขอนแก่น อภิปรายผลการศึกษาดังนี้

สรุปผลการศึกษา

บุคลากรส่วนใหญ่ ทราบข่าวการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของมหาวิทยาลัยขอนแก่นทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น (www.kku.ac.th) โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ชื่นชอบ ข่าว การประชาสัมพันธ์ข่าวสารในเว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น (www.kku.ac.th) ด้านความสะดวก รวดเร็ว ในการเข้าถึงข่าวสาร ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น หรือหน่วยงานภายในอย่างเหมาะสม จากผล การศึกษา สอดคล้องกับ มิลเลท(Millet, ๑๙๕๔, p. ๓๕๗ อ้างถึงใน ประสิทธิ์ ศิริแสง, ๒๕๔๒, หน้า๓๐) ที่ อธิบายว่า ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อบริการสาธารณะ(Satisfactory Service) หรือ ความสามารถในการที่จะพิจารณาว่าบริการสาธารณะนั้นจะเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ พิจารณาได้จาก หลายประเด็น ซึ่ง ความสามารถในการจัดบริการให้อย่างรวดเร็วทันต่อเวลา(Timely Service) ตามลักษณะของความจำเป็น รับผิดชอบในการบริการ และ ความต้องการของประชาชนในบริการนั้น ๆ เป็นคุณลักษณะหนึ่งที่ทำให้บริการนั้น เป็นที่พึงพอใจ

บุคลากรมีความพึงพอใจต่อชาวสารมมหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านสื่อต่าง ๆ ในภาพรวมระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า พึงพอใจสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (www.kku.ac.th) เป็นอันดับ๑ รองลงมา คือ สื่อ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ Pop mail [KKU-POP] สื่อเฟซบุ๊ก FACEBOOK PAGE : Khon Kaen University สื่อวิทยุและหอกระจายข่าว สื่อสิ่งพิมพ์(ป้ายโปสเตอร์ ประชาสัมพันธ์) และ สื่อยูทิวบ์ YOUTUBE channel : Khon Kaen University เป็นอันดับสุดท้าย สอดคล้องกับ ความหมายของคำว่าความพึงพอใจในการให้บริการ ของ เอเดย์ และแอนเดอร์สัน(Aday & Anderson, ๑๙๗๕ อ้างถึงใน เศรษฐพงศ์ชัย อัครพลประชิต, ๒๕๕๑, หน้า๓๒) ที่ระบุว่า ความพึงพอใจในการให้บริการเป็นความรู้สึก หรือ ความคิดเกี่ยวกับ ทศนคติของคนที่เกิด จากประสบการณ์ผู้รับบริการไปใช้บริการในสถานที่ให้บริการนั้น ๆ ซึ่งในที่นี้ สะท้อนให้เห็นว่า ความพึงพอใจ ของบุคลากรต่อชาวสารมมหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านสื่อต่างๆ แตกต่างกันไปเนื่องจาก ได้รับประสบการณ์ในการใช้ สื่อที่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ พบว่า บุคลากรมีความพึงพอใจต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นผ่านสื่อต่าง ๆ ในภาพรวมระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ หลักสำคัญการของประชาสัมพันธ์ที่พึงจะยึดถือและปฏิบัติ ของ วิรัช ภีรรัตนกุล (๒๕๔๐ อ้างถึงใน ทวีศาสตร์ ตั้งปฐมวงศ์, ๒๕๔๔) ที่ได้ระบุว่า การประชาสัมพันธ์รวมทั้งบุคคลและอุปกรณ์ประชาสัมพันธ์ต้องมีคุณภาพสูง ฉะนั้นจึงกล่าวได้ว่า เมื่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นมีคุณภาพในระดับสูง ความพึงพอใจของบุคลากรจึงอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น ผู้ศึกษาขอเสนอแนวทางในการพัฒนา ดังนี้

๑.เมื่อพิจารณาความพึงพอใจด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (www.kku.ac.th) แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมากที่สุด แต่เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า การจัดเรียงหมวดหมู่ ง่ายต่อการเข้าถึงเนื้อหาอยู่ในอันดับสุดท้าย ฉะนั้นการพิจารณาปรับปรุงรูปแบบเว็บไซต์ จึงเป็นอีกหนึ่งแนวทางในการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์

๒.ด้านสื่อเฟซบุ๊ก FACEBOOK PAGE : Khon Kaen University และ สื่อยูทิวบ์ YOUTUBE channel : Khon Kaen University แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมากที่สุด และ ระดับมากตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจใน ผู้ดูแล (admin) มีทักษะในการตอบคำถามผู้ติดตามที่ดี รวดเร็ว สม่าเสมอ เป็นอันดับสุดท้าย เช่น เดียวกัน จึงเป็นที่น่าสังเกตว่า การพัฒนาประสิทธิภาพของ ผู้ดูแล (admin) เป็นอีกประเด็นหนึ่งในการพัฒนา ด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร โดยเฉพาะ ด้านสื่อสังคมออนไลน์

๓.ด้านสื่อยูทิวบ์ YOUTUBE channel : Khon Kaen University แม้กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมระดับมาก แต่ขณะเดียวกันพบว่า เป็นช่องทางสื่อของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจเป็นอันดับสุดท้าย เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อด้านอื่นๆของมหาวิทยาลัย ผู้ปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ จึงควรมีแนวทางในการพัฒนาสื่อด้านนี้ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อส่งเสริมงานด้านการประชาสัมพันธ์องค์กรให้เข้มแข็ง เนื่องจาก สื่อยูทิวบ์ เป็นสื่ออีกประเภทที่ได้รับความนิยมอย่างสูงจากผู้รับสารในปัจจุบัน

ผู้ศึกษาขอเสนอแนวทางในเชิงวิชาการ ดังนี้

๑. ควรขยายฐานประชากร หรือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นบุคลากรให้มากขึ้น เพื่อนำไปสู่การทำวิจัยสถาบัน เนื่องจากข้อมูลดังกล่าว เป็นประโยชน์ในการพัฒนา ด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารภายในองค์กรของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

๒.ควรมีการศึกษา ด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยใช้ประชากรกลุ่มอื่น นอกเหนือจากบุคลากรมหาวิทยาลัย เนื่องจากจะได้รับข้อมูลที่สามารสะท้อนความคิดเห็นของบุคคลภายนอกองค์กรที่มีต่อมหาวิทยาลัย ซึ่งถือเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มใหญ่ที่จะให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการพัฒนา ด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารภายนอกองค์กร ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

๓. การศึกษาความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อชาวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น
 ควรมีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลด้านบุคคลร่วมด้วย เพื่อออกแบบสื่อ ให้สอดคล้องกับ ความพึงพอใจ
 ความต้องการ และการใช้งานอย่างแท้จริง เช่น สายวิชาการ สายสนับสนุน ย่อมมีความพึงพอใจสื่อ การใช้งาน
 สื่อขององค์กรที่แตกต่างกัน หรือ บุคลากรที่มีอายุแตกต่างกัน ย่อมมีความพึงพอใจสื่อ การใช้งานสื่อของ
 องค์กรที่แตกต่างกัน ซึ่งความสัมพันธ์ของข้อมูลชุดดังกล่าว ย่อมมีประโยชน์อย่างยิ่งในการพัฒนา เนื้อหา
 รูปแบบ การผลิตสื่อขององค์กรต่อไป

เอกสารอ้างอิง

หนังสือ

คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, รายงานการวิจัย ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการของ เทศบาลตำบลหนองไผ่แก้ว. มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๖๑

สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยบูรพา, รายงานผลการวิจัย โครงการ “การสำรวจความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดฉะเชิงเทรา” ประจำปีงบประมาณ พ๒๕๕๙ .ศ. สำหรับองค์การบริหารส่วนตำบลคลองเปรง อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา นำเสนอ องค์การบริหารส่วนตำบลคลองเปรง อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา. ๒๕๕๙

วิรัช ลภีรัตนกุล. ๒๕๕๖. นักประชาสัมพันธ์ กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติ ยุคสารนิเทศ. พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิทยานิพนธ์

กษมา เทียมเพ็ชร, ความพึงพอใจของประชาชนเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อการจัดเก็บภาษี ในเขตเทศบาลเมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว. วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, ๒๕๕๖

บทความ

มินตรา ครองห้าว และ รศ.กัลยกร วรกุลลัญญานีย์, การเปิดรับและความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อ Facebook Thai PBS Exposure and Satisfaction of Audiences toward Thai PBS' Facebook Page. การค้นคว้าอิสระในการศึกษาหลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ๒๕๕๙

ประวัติผู้เขียน

รวิพร สายแสนทอง

- เกิดเมื่อ** : วันที่ ๒๗ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๒๕
- การศึกษา** : ประถมศึกษา โรงเรียนสาธิต คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
 : มัธยมศึกษาตอนต้น-ตอนปลาย โรงเรียนสาธิต คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
 : ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
 พ.ศ. ๒๕๔๓-๒๕๔๗
 : ปริญญาโท วารสารศาสตรมหาบัณฑิต(สื่อสารมวลชน) สาขาการจัดการการสื่อสารองค์กร
 (แผน ก แบบ ก ๒ เป็นหลักสูตรที่มีการศึกษารายวิชาและทำวิทยานิพนธ์)
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พ.ศ. ๒๕๕๗-๒๕๕๙
 วิทยานิพนธ์ : “การบริหารจัดการเรื่องร้องเรียนจากประชาชนตามข้อบังคับองค์การกระจาย
 เสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทยว่าด้วยจริยธรรมของวิชาชีพเกี่ยวกับการผลิต
 และการเผยแพร่รายการของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส” ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ
 (Qualitative Research)
- การทำงาน** : เอกชน ด้านการสื่อสารมวลชน พ.ศ. ๒๕๔๗-๒๕๕๕
 : นักจัดการความรู้ สังกัด โครงการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติ ว่าด้วย การเสริมสร้าง
 สุขภาวะในระยะท้ายชีวิต กระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. ๒๕๕๘
 : นักประชาสัมพันธ์ ปฏิบัติการ กองสื่อสารองค์กร สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น
 ตั้งแต่วันที่ ๓๐ มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๕๘ – ปัจจุบัน

ภาคผนวก ก.

แบบประเมินความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
ต่อข่าวสาร มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ภาคผนวก ข

ลิงค์ไฟล์เอกสาร ประมวลผลการประเมินความพึงพอใจของบุคลากร

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/๑๙EqG๗JC๕QAtDcl๒๕๓twzekgyuqEXJY๓sfFVDYlRr-E/edit#gid=๑๑๘๓๐๘๙๙๕๖>

ภาคผนวก ค.

ผลการประเมินความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
ต่อข่าวสาร มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการ ประชาสัมพันธ์ต่อชาวสาธารณสุข มหาวิทยาลัย ขอนแก่น

แบ่งเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ชาวสาธารณสุขมหาวิทยาลัยขอนแก่น

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

*** Required**

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. 1. เพศ *

Mark only one oval.

☐ ชาย

☐ หญิง

2. 2. อายุ *

Mark only one oval.

☐ 20-30 ปี

☐ 31-40 ปี

☐ 41-50 ปี

☐ 51-60 ปี

3. ระดับการศึกษา *

Mark only one oval.

- ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ☐ ปริญญาตรี
- ☐ ปริญญาโท
- ☐ ปริญญาเอก

4. ประเภทตำแหน่งในมหาวิทยาลัยขอนแก่น *

Mark only one oval.

- ☐ สายวิชาการ
- ☐ สายสนับสนุน

5. ท่านทราบข่าวการประชาสัมพันธ์ชาวสาธารณสุขมหาวิทยาลัยขอนแก่นจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) *

Check all that apply.

- ☐ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น (www.kku.ac.th)
- ☐ สื่อเฟชบุ๊ก เฟซบุ๊กแฟนเพจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น FACEBOOK PAGE : Khon Kaen University
- ☐ สื่อยูทิวบ์ยูทิวบ์ช่องมหาวิทยาลัยขอนแก่น YOUTUBE channel : KCU channel
- ☐ สื่อสถานีวิทยุ สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยขอนแก่น: FM 103 Mhz.
- ☐ สื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ kku Pop mail
- ☐ ป้ายประชาสัมพันธ์

Other: ☐ _____

6. ข่าวก การประชาสัมพันธ์ข่าวสารในเว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น (www.kku.ac.th) ท่านขึ้น
ชอบ ข้อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) *

Check all that apply.

- ☐ การออกแบบรูปแบบเว็บไซต์และการนำเสนอข้อมูลน่าสนใจ
- ☐ การจัดหน้าและคอลัมน์ ง่ายต่อการเปิดไปสู่หน้าต่างๆ ของเว็บไซต์
- ☐ มีช่องทางการแสดงความคิดเห็น และ ช่องทางการติดต่อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น หรือหน่วยงาน
ภายใน อย่างเหมาะสม
- ☐ ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีความรวดเร็ว ทันต่อสถานการณ์
- ☐ มีความสะดวก รวดเร็ว ในการเข้าถึงข่าวสาร ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น หรือหน่วย
งานภายใน อย่างเหมาะสม

Other: ☐ _____

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อชาวสภามหาวิทยาลัยขอนแก่น
โปรดระบุระดับความพึงพอใจของท่านต่อการประชาสัมพันธ์ชาวสภามหาวิทยาลัยขอนแก่น

7. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (www.kku.ac.th)

Mark only one oval per row.

	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารเข้าใจง่าย มีตัว อักษรที่อ่านง่าย	☐	☐	☐	☐	☐
ข้อมูลที่ได้รับอ่านแล้วเข้าใจในทันที ไม่ซับซ้อน	☐	☐	☐	☐	☐
การออกแบบมีสีสันสวยงาม สะดุดตา มีภาพ ประกอบที่น่าสนใจ	☐	☐	☐	☐	☐
ข้อมูลให้ความรู้มีประโยชน์	☐	☐	☐	☐	☐
ทราบความเคลื่อนไหว ช่วงระยะเวลาการ จัดกิจกรรมต่างๆในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ชัดเจน	☐	☐	☐	☐	☐
การจัดเรียงหมวดหมู่ ง่ายต่อการเข้าถึง เนื้อหา	☐	☐	☐	☐	☐

8. สื่อเฟซบุ๊ก FACEBOOK PAGE : Khon Kaen University

<https://www.facebook.com/kkuthailand>

Mark only one oval per row.

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
เนื้อหาให้ความรู้มีประโยชน์	☐	☐	☐	☐	☐
การตกแต่งหน้าเพจสวยงาม	☐	☐	☐	☐	☐
การจัดเรียงอัลบั้มเป็นหมวดหมู่	☐	☐	☐	☐	☐
การนำเสนอภาพ info Graphic เพื่อให้ ความรู้เรื่องต่าง ๆ เข้าใจง่าย	☐	☐	☐	☐	☐
การนำเสนอคลิปต่างๆ เข้าใจง่าย เป็น ประโยชน์	☐	☐	☐	☐	☐
การใช้คำบรรยาย (Caption) ที่อ่านง่าย น่า สนใจ ดึงดูด ชวนติดตาม	☐	☐	☐	☐	☐
การเปิดพื้นที่การมีส่วนร่วมของผู้ติดตามให้ สามารถแสดงความคิดเห็นแนะนำ ดี-ชม	☐	☐	☐	☐	☐
ผู้ดูแลเพจ (admin) มีทักษะในการตอบ คำถามผู้ติดตามที่ดี รวดเร็ว สม่ำเสมอ	☐	☐	☐	☐	☐

9. สื่อยูทิวบ์ YOUTUBE channel : Khon Kaen University

<https://www.youtube.com/user/KKUchannel>

Mark only one oval per row.

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
เนื้อหาให้ความรู้มีประโยชน์	☐	☐	☐	☐	☐
การตกแต่งหน้าปกสวยงาม ดึงดูดการเข้าชม	☐	☐	☐	☐	☐
การจัดเรียงเนื้อหาเป็นหมวดหมู่ชัดเจน สืบค้นง่าย	☐	☐	☐	☐	☐
การนำเสนอคลิปต่างๆ เข้าใจง่าย เป็นประโยชน์	☐	☐	☐	☐	☐
การใช้คำบรรยาย (Caption) น่าสนใจ ดึงดูด ขวนติดตามเนื้อหา	☐	☐	☐	☐	☐
การเปิดพื้นที่การมีส่วนร่วมของผู้ติดตามให้สามารถแสดงความคิดเห็นแนะนำ ดี-ชม	☐	☐	☐	☐	☐
ผู้ดูแล (admin) มีทักษะในการตอบคำถาม ผู้ติดตามที่ดี รวดเร็ว สม่ำเสมอ	☐	☐	☐	☐	☐

10. สื่อสถานีวิทยุ สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยขอนแก่น: FM 103 Mhz.

Mark only one oval per row.

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
เนื้อหาเกี่ยวกับเวลาในการประชาสัมพันธ์เพียงพอต่อการเข้าใจ	☐	☐	☐	☐	☐
ภาษาที่ใช้สื่อสารฟังแล้วเข้าใจได้ง่าย	☐	☐	☐	☐	☐
ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมีความเพียงพอและทั่วถึง	☐	☐	☐	☐	☐
ความเหมาะสมของช่วงวันเวลาในการประชาสัมพันธ์	☐	☐	☐	☐	☐
มีความสะดวก รวดเร็วในการเข้าถึงข่าวสาร ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น หรือหน่วยงานภายใน	☐	☐	☐	☐	☐

11. สื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ Pop mail [KKU-POP]

Mark only one oval per row.

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
เนื้อหาที่มีประโยชน์	☐	☐	☐	☐	☐
การใช้คำบรรยาย (Caption) ที่อ่านง่าย น่าสนใจ ดึงดูด ขวนติดตาม	☐	☐	☐	☐	☐
ทำให้ทราบถึงการจัดกิจกรรมต่างๆภายในมหาวิทยาลัยอย่างชัดเจน	☐	☐	☐	☐	☐

12. สื่อสิ่งพิมพ์(ป้ายโปสเตอร์ ประชาสัมพันธ์)

Mark only one oval per row.

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การออกแบบมีความน่าสนใจ สีสันสะดุดตา	☐	☐	☐	☐	☐
ข้อมูลอ่านแล้วเข้าใจง่าย ไม่มีความซับซ้อน	☐	☐	☐	☐	☐
ความเหมาะสมของจุดที่ตั้ง	☐	☐	☐	☐	☐
ตัวอักษรสวยงาม มีขนาดที่มองเห็นได้ชัดเจน	☐	☐	☐	☐	☐
ทำให้ทราบถึงการจัดกิจกรรมต่างๆภายในมหาวิทยาลัยอย่างชัดเจน	☐	☐	☐	☐	☐

ตอนที่3ข้อเสนอแนะ

13. ข้อเสนอแนะ

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

1. เพศ	2. อายุ	ระดับการศึกษา	ประเภทตำแหน่งในมหาวิทยาลัย
หญิง	31-40 ปี	ปริญญาตรี	สายสนับสนุน
หญิง	31-40 ปี	ปริญญาโท	สายสนับสนุน
ชาย	31-40 ปี	ปริญญาตรี	สายสนับสนุน
หญิง	41-50 ปี	ปริญญาโท	สายสนับสนุน
หญิง	31-40 ปี	ปริญญาเอก	สายวิชาการ
ชาย	31-40 ปี	ปริญญาโท	สายวิชาการ
ชาย	51-60 ปี	ปริญญาเอก	สายวิชาการ
หญิง	41-50 ปี	ปริญญาตรี	สายสนับสนุน
หญิง	31-40 ปี	ปริญญาโท	สายสนับสนุน
ชาย	41-50 ปี	ปริญญาเอก	สายวิชาการ
ชาย	41-50 ปี	ปริญญาเอก	สายวิชาการ
ชาย	31-40 ปี	ปริญญาตรี	สายวิชาการ
ชาย	31-40 ปี	ปริญญาตรี	สายสนับสนุน
หญิง	41-50 ปี	ปริญญาโท	สายสนับสนุน
หญิง	31-40 ปี	ปริญญาเอก	สายวิชาการ
ชาย	31-40 ปี	ปริญญาโท	สายสนับสนุน
หญิง	31-40 ปี	ปริญญาโท	สายวิชาการ
หญิง	41-50 ปี	ปริญญาโท	สายสนับสนุน
หญิง	41-50 ปี	ปริญญาเอก	สายวิชาการ
หญิง	31-40 ปี	ปริญญาเอก	สายวิชาการ
หญิง	51-60 ปี	ปริญญาตรี	สายสนับสนุน
หญิง	41-50 ปี	ปริญญาโท	สายวิชาการ
หญิง	31-40 ปี	ปริญญาโท	สายวิชาการ
หญิง	41-50 ปี	ปริญญาเอก	สายวิชาการ
ชาย	31-40 ปี	ปริญญาเอก	สายวิชาการ
ชาย	31-40 ปี	ปริญญาโท	สายวิชาการ
ชาย	31-40 ปี	ปริญญาโท	สายวิชาการ
ชาย	20-30 ปี	ปริญญาโท	สายวิชาการ
ชาย	51-60 ปี	ปริญญาเอก	สายวิชาการ
ชาย	31-40 ปี	ปริญญาโท	สายสนับสนุน
หญิง	41-50 ปี	ปริญญาโท	สายสนับสนุน
ชาย	41-50 ปี	ปริญญาโท	สายสนับสนุน
ชาย	41-50 ปี	ปริญญาเอก	สายวิชาการ
ชาย	31-40 ปี	ปริญญาตรี	สายสนับสนุน
ชาย	41-50 ปี	ปริญญาโท	สายวิชาการ
ชาย	31-40 ปี	ปริญญาเอก	สายวิชาการ
ชาย	41-50 ปี	ปริญญาเอก	สายวิชาการ
ชาย	20-30 ปี	ปริญญาโท	สายวิชาการ
หญิง	41-50 ปี	ปริญญาเอก	สายวิชาการ
หญิง	41-50 ปี	ปริญญาโท	สายสนับสนุน

[illegible]

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (www.kku.	สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (www.kku.	สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (www.kku.	สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (www.kku.
3	5	5	4
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	4
4	4	4	4
5	4	4	4
5	5	5	5
3	4	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
3	4	3	3
5	5	5	5
3	4	4	4
5	5	5	4
5		5	4
4	4	4	4
5	5	5	5
3	3	3	4
4	4	4	3
4	4	4	4
4	5	3	4
5	5	5	4
5	5	5	5
5	5	5	5
5	4	4	4
5	4	5	4
4	4	4	4
4	4	5	3
3	4	5	4
4	4	4	3
3	4	4	4
2	2	2	1
4	4	5	3
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
4.3	4.41025641	4.45	4.15
0.853349359	0.677376857	0.7493587	0.833589704

สื่อเฟซบุ๊ก FACEBOOK PA(	สื่อเฟซบุ๊ก FACEBOOK PA(	สื่อเฟซบุ๊ก FACEBOOK PA(	สื่อเฟซบุ๊ก FACEBOOK PA(
5	5	3	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	4	4	4
4	4	3	4
4	4	4	4
5	5	5	5
3	3	3	4
4	4	4	5
5	5	5	5
3	4	4	4
5	4	4	5
5	5	5	5
4	3	3	3
5	5	5	5
4	3	3	4
5	4	4	5
4	3	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
3	3	3	4
4	4	4	4
4	4	4	3
5	4	4	4
5	5	5	5
5	4	5	5
4	5	5	4
4	4	4	4
4	3	3	3
4	4	3	3
4	4	4	4
4	5	5	4
4	2	1	2
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
4.368421053	4.157894737	4.078947368	4.263157895
0.633354545	0.789331424	0.911831508	0.759950586

สื่อเฟซบุ๊ก FACEBOOK PA(	สื่อเฟซบุ๊ก FACEBOOK PA(	สื่อเฟซบุ๊ก FACEBOOK PA(	สื่อเฟซบุ๊ก FACEBOOK PA(
5	4	5	3
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	4	4
4	5	5	4
4	3	4	3
4	4	4	4
5	5	5	5
3	4	4	3
5	4	4	3
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
3	3	3	3
5	5	4	4
4	4	4	3
4	4	4	4
5	5	5	5
3	4	4	4
4	4	4	4
3	4	4	4
4	4	5	5
5	5	5	5
4	4	4	3
4	4	5	4
4	4	4	4
4	4	3	3
4	3	3	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	5
4	4	4	1
4	5	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
4.315789474	4.315789474	4.289473684	4.026315789
0.6619081	0.619732425	0.611064412	0.884913864

สื่อวิทยุ YOUTUBE channel	สื่อวิทยุ YOUTUBE channel	สื่อวิทยุ YOUTUBE channel	สื่อวิทยุ YOUTUBE channel
5	3	3	4
5	5	5	5
5	5	5	5
4	4	4	4
5	4	5	5
4	4	4	5
3	3	3	3
5	5	5	5
3			
4	4	4	4
5	5	5	5
3	4	4	4
4	3	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
3	3	3	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
3	4	4	4
4	4	4	4
5	5	4	4
5	4	5	4
5	5	5	5
5	5	5	5
4	3	3	3
5	5	4	4
4	4	4	4
3	3	3	4
4	3	3	4
4	4	4	4
4	4	4	4
2	1	2	5
4	4	4	4
4	4	4	4
4	5	5	5
5	5	5	5
4.184210526	4.081081081	4.135135135	4.324324324
0.800515481	0.893755447	0.78747706	0.579945115

สื่อวิทยุ YOUTUBE channel	สื่อวิทยุ YOUTUBE channel	สื่อวิทยุ YOUTUBE channel	สื่อสถานีวิทยุ สถานีวิทยุกระจายเสียง
3	4	3	4
4	5	4	5
5	5	5	5
4	4	4	4
5	4	4	4
5	3	3	4
3	3	3	
5	5	5	
5	4	3	
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	5
5	5	5	4
4	4	4	2
5	5	5	5
3	3	3	3
4	4	4	5
4	4	4	
5	5	5	5
4	4	4	3
4	4	4	4
4	4	5	4
5	5	4	4
4	4	4	5
5	5	5	4
3	2	3	4
4	4	4	5
4	4	4	4
4		3	3
3	3	3	4
4	4	4	
4	5	4	
4	3	2	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	4
5	5	5	5
4.216216216	4.138888889	4	4.161290323
0.672273718	0.761681515	0.78173596	0.734700583

สื่อสถานีวิทย์	สถานีวิทย์กระจุ	สื่อสถานีวิทย์	สถานีวิทย์กระจุ	สื่อสถานีวิทย์	สถานีวิทย์กระจุ	สื่อสถานีวิทย์	สถานีวิทย์กระจุ
	4		3		3		4
	5		4		4		4
	5		5		5		5
	4		4		4		4
	4		4		4		4
	4		4		4		5
	5		5		5		5
	5		5		5		5
	5		5		4		5
	4		4		4		4
	3		3		3		3
	5		5		5		5
	4		3		3		3
	5		5		5		5
	5		5		5		5
	3		3		3		3
	4		4		4		4
	5		4		4		4
	4		4		4		4
	5		5		5		5
	5		4		5		5
	4		4		5		4
	5		4		4		4
	4		4		4		4
	4		3		3		3
	4		4		3		3
	4		2		3		2
	5		4		4		4
	4		4		4		4
	5		5		5		5
	5		5		5		5
4.419354839		4.096774194		4.129032258		4.161290323	
0.620440357		0.789718883		0.76341057		0.820437858	

สื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ Pc	สื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ Pc	สื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ Pc	สื่อสิ่งพิมพ์(ป้ายโปสเตอร์ ประ
5	4	4	5
4	4	5	4
5	5	5	5
5	5	5	4
4	4	4	4
4	4	5	4
4	4	4	3
5	5	5	
4	4	4	4
4	4	5	4
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
4	4	4	5
3	3	4	3
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	4
			4
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	4
5	5	5	5
5	5	5	5
4	4	4	4
5	4	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
4.307692308	4.205128205	4.41025641	4.256410256
0.799797545	0.767068486	0.715171997	0.594622778

สื่อสิ่งพิมพ์(ป้ายโปสเตอร์ ประ	สื่อสิ่งพิมพ์(ป้ายโปสเตอร์ ประ	สื่อสิ่งพิมพ์(ป้ายโปสเตอร์ ประ	สื่อสิ่งพิมพ์(ป้ายโปสเตอร์ ประ
5	4	4	5
4	5	4	5
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
4	3	4	4
3	3	3	3
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
4	4	4	5
5	5	5	5
4	4	3	4
5	5	5	5
3	4	3	3
4	4	4	4
4	3	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
3	3	3	3
3	4	4	4
4	4	4	4
4	2	3	3
4	4	4	4
5	5	4	5
5	5	5	5
4	4	5	3
5	5	5	4
4	4	4	4
4	4	4	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	5	5
4	2	3	3
4	4	3	4
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
4.205128205	4.102564103	4.128205128	4.179487179
0.614709481	0.787897662	0.695076186	0.72081076

ข้อเสนอแนะ

เจ้าหน้าที่กองสื่อสารทำงานรวดเร็ว และมีความเป็นมืออาชีพสูง4 ขอชื่นชมทุกท่าน

ทำงานได้มีประสิทธิภาพ4

อยากให้Line@ต้องมีข่าวเด่นขึ้นมาทุกวัน

ในการประเมินน่าจะมีตัวอย่างผลงาน เช่น มีlink รวมผลงานมาประกอบการประเมิน เพราะกลุ่มเป้าหมายบางคนอาจไม่เห็นข้อที่ไม่ตอบ คือ ไม่เคยใช้บริการสื่อสาร

การสืบค้นข่าวเดิม ยังเข้าถึงได้ยาก

เนื่องด้วยผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ใช้บริการทาง facebook, youtube และ FM103Mhz ดังนั้นจึงขอไม่ตอบแบบสอบถาม

ช่องทางทุกช่องทาง ควรมีระยะเวลาในการ ปชส กิจกรรมที่ยาว สั้นแตกต่างกัน เช่น งานพระราชพิธี งานเทศกาล งานระดับ
อยากให้มียุทธศาสตร์การส่งข่าวสารที่สำคัญจากคณะหน่วยงานต่างๆเพื่อลง สื่อของมหาวิทยาลัย โดยมีแบบฟอร์มออนไลน์ใ้

พอดีไม่ได้ติดตามทางสถานีวิทยุครับ

กองสื่อคนคุณภาพคับแก้ว กระตือรือร้น ยอดฝีมือ บริการประทับใจไม่เคยผิดหวัง

4.226279876

0.733444835

สื่อบางชนิด

ในส่วนนั้น

เบชาติ ภูมิภาค หรือ งานภายในมหาวิทยาลัย ดังนั้นหากงานไหน สำคัญ ควรใช้เวลาในการ ปชส ยาวนาน และ up
ห้กรอกข้อมูลและภาพส่งไปได้ง่ายและสะดวกขึ้น ครับ

วdate ข้าวคราว ต่างๆ เป็นระยะ ตามความเหมาะสม

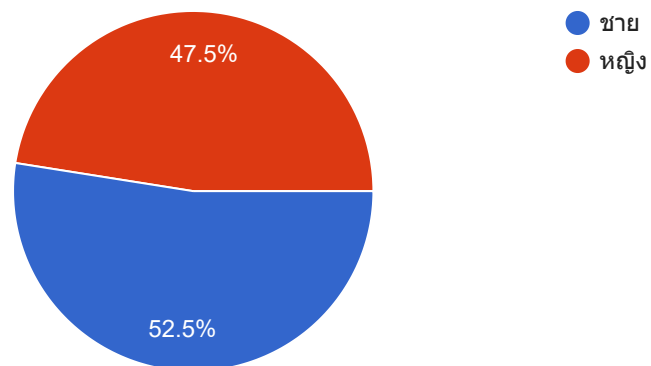
ความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการ ประชาสัมพันธ์ต่อชาวสารมหาวิทยาลัย ขอนแก่น

40 responses

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

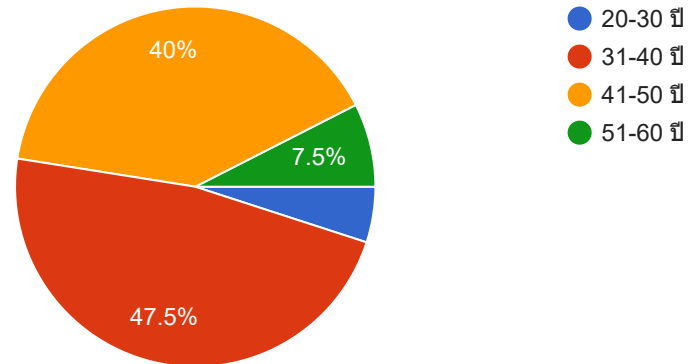
1. เพศ

40 responses



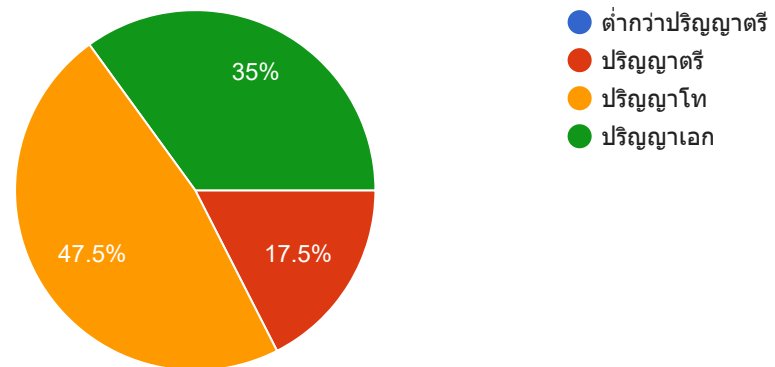
2. อายุ

40 responses



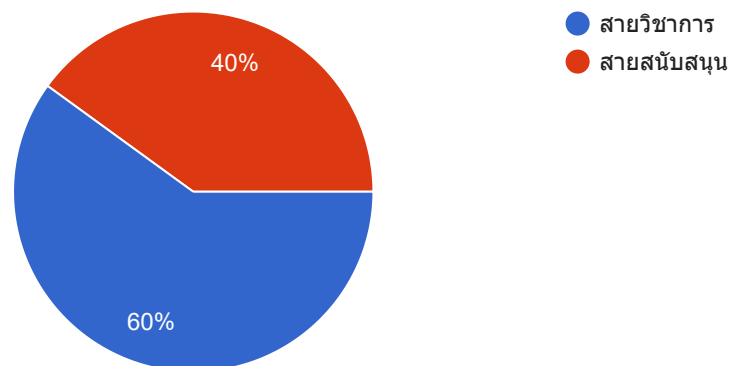
ระดับการศึกษา

40 responses



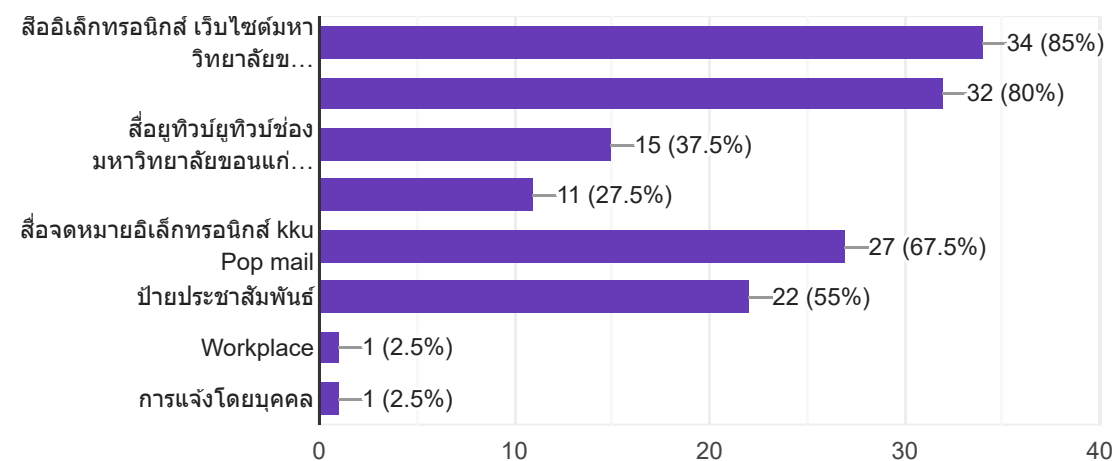
ประเภทตำแหน่งในมหาวิทยาลัยขอนแก่น

40 responses



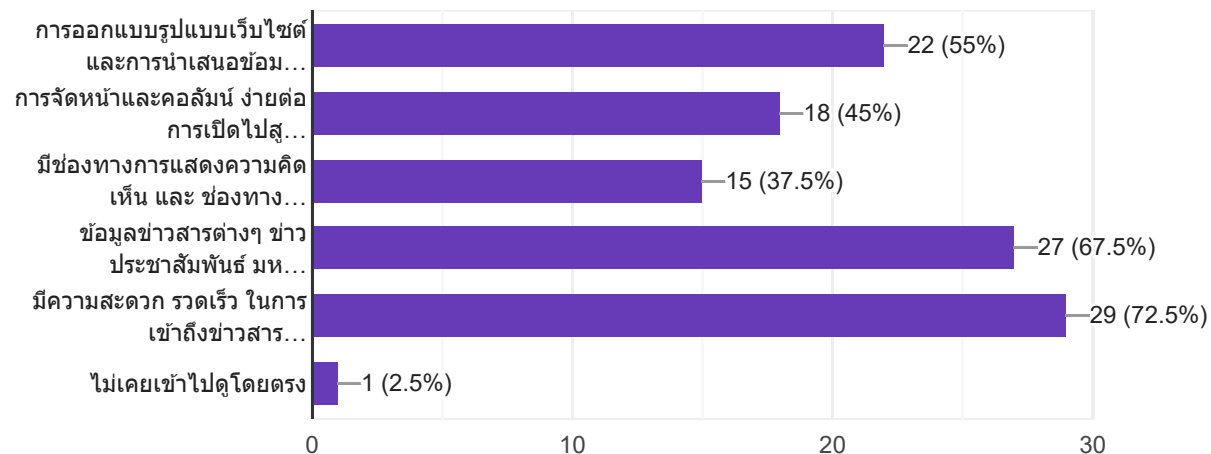
ท่านทราบข่าวการประชาสัมพันธ์ชาวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่นจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

40 responses



ข่าว การประชาสัมพันธ์ข่าวสารในเว็บไซต์มหาวิทยาลัยขอนแก่น (www.kku.ac.th)
ท่านชื่นชอบ ข้อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

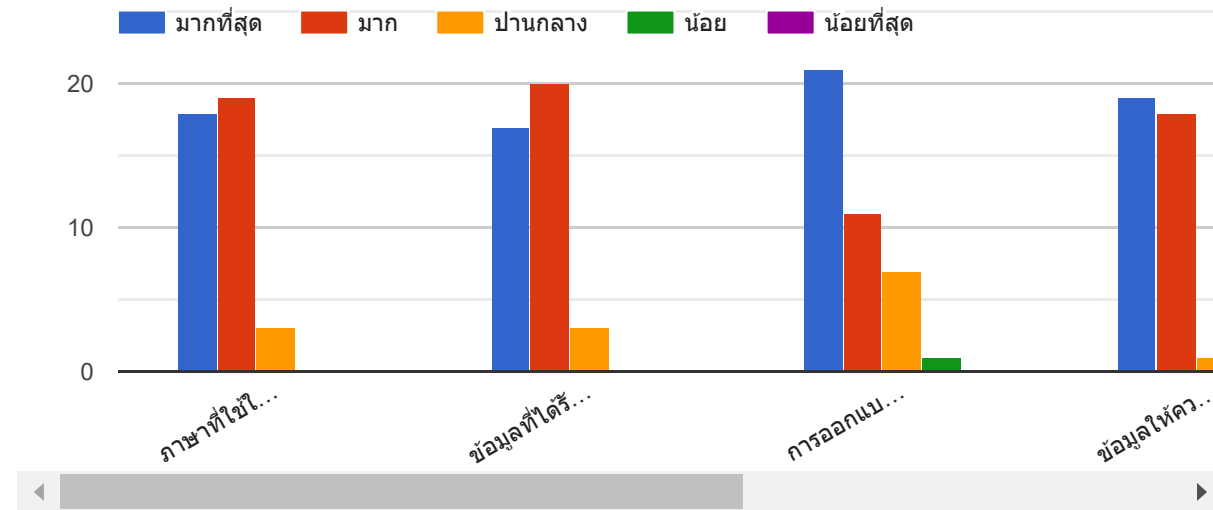
40 responses



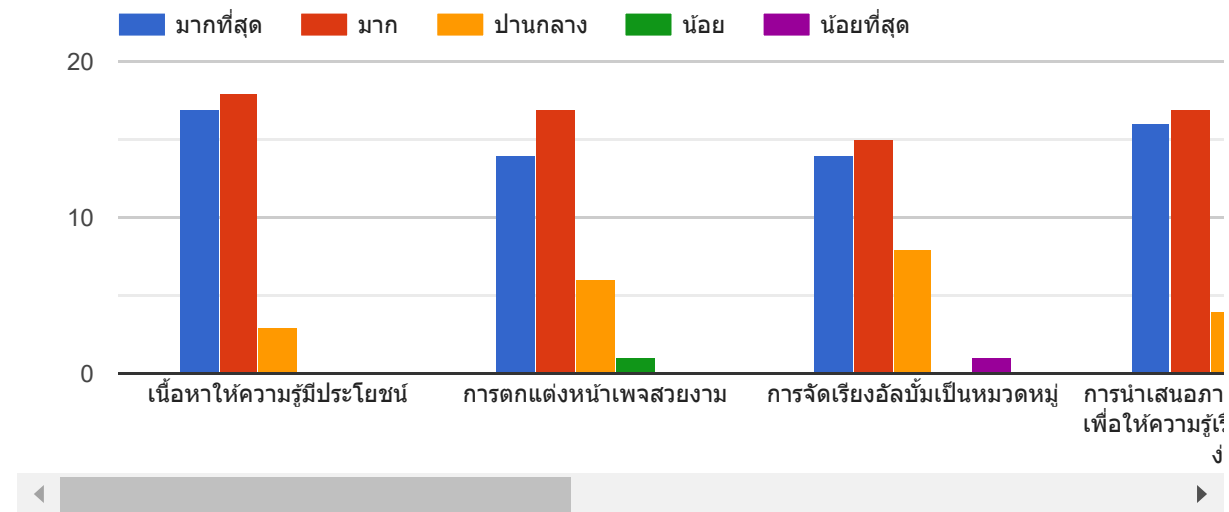
ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ต่อข่าวสารมหาวิทยาลัยขอนแก่น



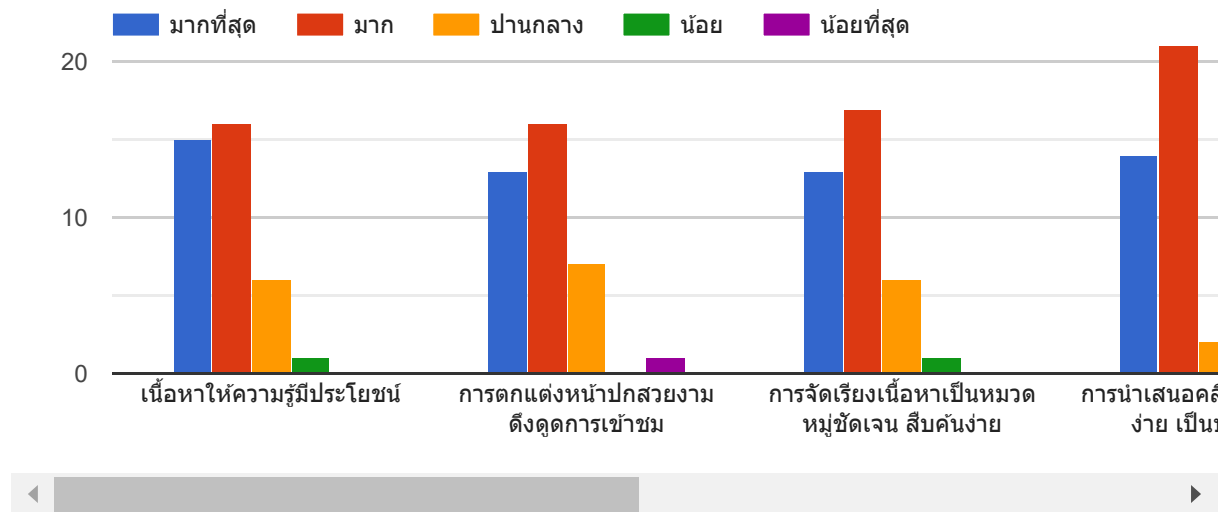
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (www.kku.ac.th)



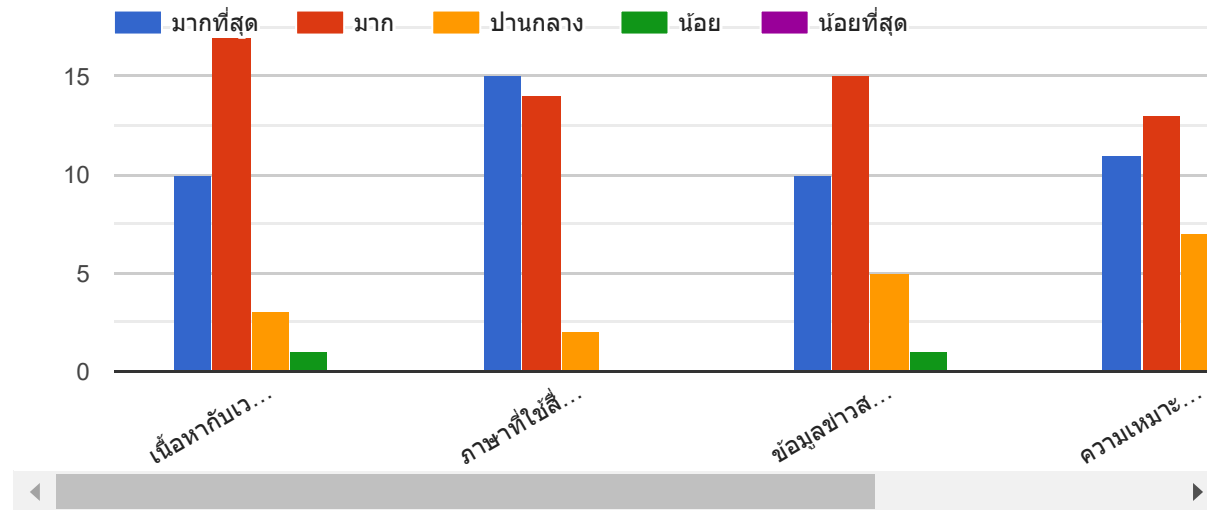
สื่อเฟชบุ๊ก FACEBOOK PAGE : Khon Kaen University
<https://www.facebook.com/kkuthailand>



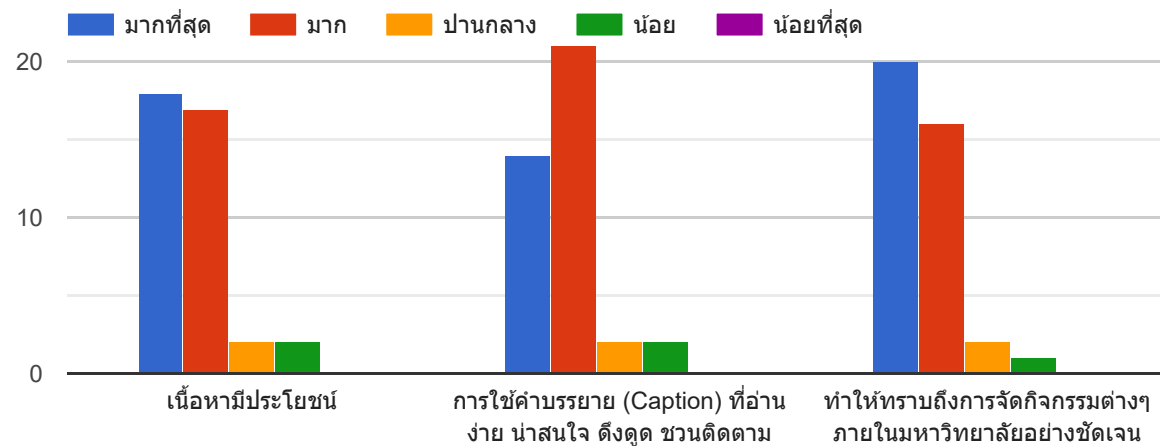
สื่อบทวิทย์ YOUTUBE channel : Khon Kaen University
<https://www.youtube.com/user/KKUchannel>



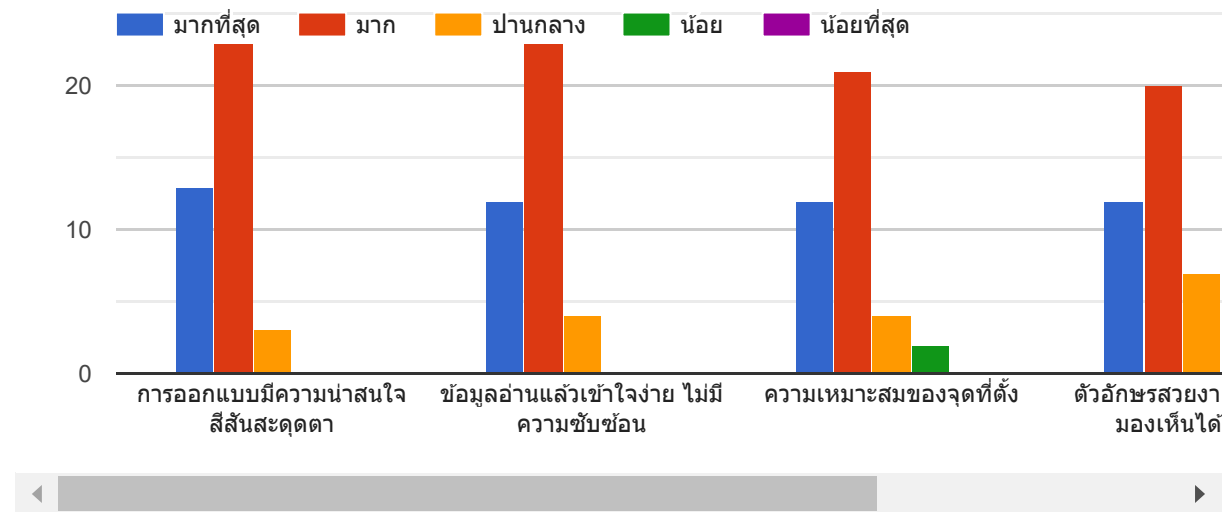
สื่อสถานีวิทยุ สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยขอนแก่น: FM 103 Mhz.



สื่อจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ Pop mail [KKU-POP]



สื่อสิ่งพิมพ์(ป้ายโปสเตอร์ ประชาสัมพันธ์)



ตอนที่3ข้อเสนอแนะ



ข้อเสนอแนะ

11 responses

เจ้าหน้าที่กองสื่อสารทำงานรวดเร็ว และมีความเป็นมืออาชีพสูงมาก ขอชื่นชมทุกท่าน

ทำงานได้มีประสิทธิภาพมาก

อยากให้Line@ต้องมีชาวเดชขึ้นมาทุกวัน

ในการประเมินน่าจะมีตัวอย่างผลงาน เช่น มีlink รวมผลงานมาประกอบการประเมิน เพราะกลุ่มเป้าหมายบางคนอาจไม่เห็นสื่อบางชนิด

ข้อที่ไม่ตอบ คือ ไม่เคยใช้บริการสื่อสาร

การสืบค้นข่าวเดิม ยังเข้าถึงได้ยาก

เนื่องด้วยผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ใช้บริการทาง facebook, youtube และ FM103Mhz ดังนั้นจึงขอไม่ตอบแบบสอบถามในส่วนนั้น

ช่องทางทุกช่องทาง ควรมีระยะเวลาในการ ปชส กิจกรรมที่ยาว สั้นแตกต่างกัน เช่น งานพระราชพิธี งานเทศกาล งานระดับชาติ ภูมิภาค หรือ งานภายในมหาวิทยาลัย ดังนั้นหากงานไหน สำคัญ

This content is neither created nor endorsed by Google. [Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#).

Google Forms

