

รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม  
และท่องเที่ยวจังหวัดสทวันนเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว



ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว  
มหาวิทยาลัยแม่โจ้  
พ.ศ. 2564

รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม  
และท่องเที่ยวจังหวัดสทวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว



Phonevilai Nammavongsa

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว

สำนักบริหารและพัฒนาระชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม  
และท่องเที่ยวจังหวัดสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

Phonevilai Nammavongsa

วิทยานิพนธ์นี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว

พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(อาจารย์ ดร.มนสิชา อินทจักร)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ....

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(อาจารย์ ดร.ยุทธการ ไวยอาภา)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ....

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(อาจารย์ ดร.เกียรติ ตระการศิริวานิช)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ....

ประธานอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

(อาจารย์ ดร.เกียรติ ตระการศิริวานิช)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ....

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการรับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ ดร.ญาณิน โอภาสพัฒนกิจ)

รองอธิการบดี ปฏิบัติการแทน

อธิการบดี มหาวิทยาลัยแม่โจ้

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ....

<b>ชื่อเรื่อง</b>	รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัดสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
<b>ชื่อผู้เขียน</b>	Mr. Phonevilai Nammavongsa
<b>ชื่อปริญญา</b>	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว
<b>อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก</b>	อาจารย์ ดร.มนสิชา อินทจักร

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1.) เพื่อศึกษาช่องทางการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัดสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 2.) เพื่อศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัดสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และ 3.) เพื่อกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัดสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามความคิดเห็น โดยการเก็บข้อมูลจากบุคลากรที่ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์สังกัดในแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัดสะหวันนะเขตทั้งหมด และใช้แบบสัมภาษณ์ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากหัวหน้าและรองหัวหน้าด้านการประชาสัมพันธ์สังกัดแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัดสะหวันนะเขต

ผลการวิจัยด้านช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว พบว่า มีระดับประสิทธิภาพในระดับปานกลาง โดยประเภทสื่อสมัยใหม่ และสื่อบุคคล มีประสิทธิภาพในระดับมาก และสื่อมวลชนมีมีประสิทธิภาพในระดับปานกลาง ผลการวิจัยด้านกระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว พบว่า มีระดับประสิทธิภาพในระดับปานกลาง โดยการสื่อสาร และการวิจัย มีประสิทธิภาพในระดับมาก สำหรับการวางแผน และการประเมิน มีระดับประสิทธิภาพในระดับปานกลาง

การกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่ 1) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสมัยใหม่ประกอบด้วย เฟซบุ๊ก ยูทูบ และเว็บไซต์ 2) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคลประกอบด้วย การพูดสนทนา การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การพูดในที่ชุมชน การฝึกอบรม การพูดในที่ชุมชน และการสัมมนา 3) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนประกอบด้วย หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ โดยมีกำหนด 1) การสื่อสาร 2) การวิจัย 3) การวางแผน และ 4) การประเมินผล เป็นกระบวนการของการประชาสัมพันธ์

คำสำคัญ : ช่องทางการประชาสัมพันธ์, กระบวนการประชาสัมพันธ์, รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

<b>Title</b>	PATTERN OF PUBLIC RELATIONS FOR TOURISM PROMOTION IN SAVANNAKHET INFORMATION CULTURE AND TOURISM DEPARTMENT OF LAO PEOPLE'S DEMOCRATIC REPUBLIC
<b>Author</b>	Mr. Phonevilai Nammavongsa
<b>Degree</b>	Master of Arts in Tourism Development
<b>Advisory Committee Chairperson</b>	Dr. Monsicha Inthajak

## ABSTRACT

The objectives of this research were 1.) to study tourism public relations channels of Savannakhet Information, Culture and Tourism Department Lao People's Democratic Republic, 2.) to study the process of tourism public relations of Savannakhet Information, Culture and Tourism Department Lao People's Democratic Republic. 3.) to determine the pattern of public relations for tourism promotions in Savannakhet Information, Culture and Tourism Department of Lao people's Democratic Republic. The tool used to collect the data was opinion questionnaires by collecting data with staff who work under the public relations in at Savannakhet Information, Culture and Tourism Department and the structured interview by collecting data from Head and Deputy head under the public relations at Savannakhet Information, Culture and Tourism Department.

The results of Tourism public relations channels was a moderate level of efficiency. Modern media and Personal media were high levels of efficiency and Mass media was a moderate level of efficiency. The result of the process of tourism public relations was a moderate level of efficiency. The communication and research were high level of efficiency for planning and assessment were the moderate level of efficiency.

To determine the pattern of public relations for tourism promotions in Savannakhet Information, Culture and Tourism Department of Lao People's Democratic Republic, most of the respondents' opinions showed that 1) Public relations through modern media consist of Facebook, YouTube and, website 2) Public relations through personal media consist of talks, discussions, lectures, meetings, community speaking, training, public speaking in community and, seminars 3) public relations through mass media consisting of newspapers, radio broadcasts, and television, with the determination of 1) communication, 2) research 3) planning and 4) evaluation in a process of public relations.

**Keywords :** Tourism public relations channel, Process of tourism public relations, Pattern of public relations for tourism promotion

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยความกรุณา และความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจาก อาจารย์ ดร. มนสิชา อินทจักร ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาหลักที่ได้ให้คำปรึกษาช่วยชี้แนะแนวทางที่ถูกต้อง และทุ่มเทในการถ่ายทอดความรู้ให้ข้าพเจ้าตลอดมา รวมทั้งกรรมการที่ปรึกษาร่วม อาจารย์ ดร. ยุทธการ ไวยอาภา และ อาจารย์ ดร. กิรติ ตระการศิริวานิช ที่ได้ให้ข้อคิด คำแนะนำตลอดจนปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ ทั้งในส่วนเนื้อหาของเนื้อหาในแบบสอบถามการวิจัยด้วยความเอาใจใส่อย่างดีตลอดมา ผู้วิจัย จึงขอขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้เป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณบุคลากรผู้ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แขนงท่องเที่ยว สถานีโทรทัศน์ สถานีวิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์สัปดาห์พัฒนา แผนกแถลงข่าววัฒนธรรมและท่องเที่ยว จังหวัดสกลนครเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่อำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ซึ่งได้ให้ความอนุเคราะห์ และสละเวลาในการตอบแบบสอบถามในการทำวิจัยครั้งนี้ ขอขอบพระคุณคณาจารย์คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ที่ได้อบรมสั่งสอนให้ ความรู้เสมอมา ขอขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ และนักศึกษาปริญญาโทที่ให้การสนับสนุนกำลังใจ และให้ คำปรึกษาได้มีส่วนช่วยในการทำวิทยานิพนธ์จนลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบพระคุณกรมความร่วมมือระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ (Thailand International Cooperation Agency) ในการสนับสนุน ทุนการศึกษาในค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการศึกษา รวมทั้งงบประมาณในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้จนสำเร็จ ลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้ที่อยู่เบื้องหลังในครั้งนี้ได้มอบความรักความห่วงใย ความช่วยเหลือดูแล และเป็นกำลังใจที่ดียิ่งเสมอมาจนสำเร็จการศึกษา

Phonevilai Nammavongsa

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ปัญหาการวิจัย.....	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	6
ขอบเขตของการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์ทั่วไป.....	9
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	10
บทที่ 2 แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
แนวคิดการประชาสัมพันธ์.....	11
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	37
ภาคสรุป.....	45
กรอบแนวความคิดการวิจัย.....	47
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	48
สถานที่ดำเนินการวิจัย.....	48
ประชากร และกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย.....	48



ตัวแปร และการวัดตัวแปร.....	49
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	50
วิธีการเก็บข้อมูล.....	55
บทที่ 4 ผลการวิจัย และวิจารณ์.....	57
ส่วนที่ 1 การศึกษาช่องทางการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และ ท่องเที่ยว จังหวัดสกลนครเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.....	58
ส่วนที่ 2. การศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และ ท่องเที่ยว จังหวัดสกลนครเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.....	76
ส่วนที่ 3 การกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนครเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว....	83
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	98
สรุปผลการวิจัย.....	98
อภิปรายผลการวิจัย.....	109
ข้อเสนอแนะ.....	119
บรรณานุกรม.....	121
ภาคผนวก ก แบบสอบถามการวิจัย.....	127
ภาคผนวก ข ผลการตรวจสอบเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญ .....	151
ภาคผนวก ค ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ.....	161
ภาคผนวก ง รายละเอียดผู้ให้ข้อมูล.....	167
ภาคผนวก จ เอกสารขอความอนุเคราะห์.....	172
ประวัติผู้วิจัย.....	174



## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ผลสังเคราะห์กระบวนการประชาสัมพันธ์.....	36
ตารางที่ 2 แสดงผลจำนวน และคำร้อยละของประชากร.....	59
ตารางที่ 3 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานช่องทางการประชาสัมพันธ์.....	60
ตารางที่ 4 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อสมัยใหม่.....	61
ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อสมัยใหม่ (เฟซบุ๊ก) .....	61
ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อสมัยใหม่ (ยูทูป).....	63
ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อสมัยใหม่ (เว็บไซต์).....	64
ตารางที่ 8 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อบุคคล .....	65
ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อบุคคล (การพูดสนทนา) .....	66
ตารางที่ 10 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อบุคคล (การอภิปราย).....	67
ตารางที่ 11 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อบุคคล (การบรรยาย) .....	68
ตารางที่ 12 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อบุคคล (การประชุม).....	69
ตารางที่ 13 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อบุคคล (การฝึกอบรม) .....	70
ตารางที่ 14 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อบุคคล (การสัมมนา).....	71
ตารางที่ 15 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อบุคคล (การพูดในที่ชุมชน).....	72
ตารางที่ 16 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อมวลชน .....	73
ตารางที่ 17 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อมวลชน (หนังสือพิมพ์) .....	73
ตารางที่ 18 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อมวลชน (วิทยุกระจายเสียง) .....	74
ตารางที่ 19 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อมวลชน (โทรทัศน์).....	76
ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกระบวนการประชาสัมพันธ์.....	77
ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกระบวนการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)...	77

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการบรรณการประชาสัมพันธ์ (การวิจัย) .....	79
ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการบรรณการประชาสัมพันธ์ (การวางแผน) .	80
ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการบรรณการประชาสัมพันธ์ (การประเมินผล)	
.....	82



## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กระบวนการ และขั้นตอนในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์.....	34
ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย .....	47
ภาพที่ 3 รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสมัยใหม่.....	88
ภาพที่ 4 รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล.....	94
ภาพที่ 5 รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน.....	97
ภาพที่ 6 รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และ ท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรี.....	108



## บทที่ 1

### บทนำ

การท่องเที่ยวในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (ส.ป.ป.ลาว) เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วที่สุด ปัจจุบันรัฐบาลให้ความสนใจเป็นพิเศษกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพราะเป็นสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติที่ช่วยสร้างรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศเข้ามาในประเทศ ทั้งทางตรง และทางอ้อมให้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้องเช่น ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร การขนส่ง ร้านขายของที่ระลึก นอกจากนี้ยังส่งเสริมการลงทุนในการสร้างโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน สนามบิน ท่าเรือ ระบบสื่อสาร โทรคมนาคม ไฟฟ้า น้ำประปา ตลอดจนช่วยในการสร้างอาชีพให้กับคนในท้องถิ่น และสินค้าอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทำให้การท่องเที่ยวของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว กลายเป็นหน่วยงานที่มีการส่งออกจัดอยู่ในระดับที่ 4 สามารถสร้างรายรับเฉลี่ย 811,010,661 ดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2561 (กระทรวงแผนการและการลงทุน, 2562: 12)

กระทรวงแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว (Ministry of Information Culture and Tourism) เป็นหน่วยงานภาครัฐของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้เห็นความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยได้สร้างเงื่อนไขความสะดวกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเช่น ได้มีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน ระบบน้ำประปา ไฟฟ้า ถนน อินเทอร์เน็ต ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวอำนวยความสะดวกด้านที่พักร้านอาหาร จึงทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมากขึ้น ในปี 2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 4,186,432 คน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2560 ถึง 317, 594 คน หรือเท่ากับร้อยละ 8.2 โดยยึดถือเอาการท่องเที่ยวเป็น 1 ใน 11 แผนงานที่มีความสำคัญของรัฐบาล ที่ได้กำหนดและประกาศการพัฒนาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์หลากหลายสีสัน ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสีเขียวที่มีลักษณะแบบยั่งยืนด้วยการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อรองรับให้แก่แก่นักท่องเที่ยว และการบริการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอีกหนึ่งในแผนงานของรัฐบาลที่จะขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยว คือ กระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และมีความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่รัฐบาล สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้ให้การส่งเสริมสนับสนุนคือ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น การออกแบบการท่องเที่ยว ผลิตแผนที่ คู่มือนำเที่ยว ผลิตวิดีโอประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว มีการปรับปรุงเนื้อหาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ออกแบบ

เว็บไซต์ รวมไปถึงเสนอข้อมูลทางการท่องเที่ยวผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ (กระทรวงแถลงข่าว วัฒนธรรมและท่องเที่ยว, 2562)

แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัดสระหวุ่นนะเขต ที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ ท้องถิ่นรับผิดชอบในการทำการโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด โดย สร้างคำขวัญที่เป็นสัญลักษณ์ของจังหวัด เช่น สระหวุ่นนะเขต ผืนแผ่นดินคำ วัฒนธรรมหลายเผ่าชน ล้ำเลิศ ถิ่นกำเนิด ไคโนเสาร์ร้อยล้านปี ปูชนียสถาน พระธาตุอิงฮัง งามสง่า สมนามว่า ถิ่นกำเนิด วีรบุรุษ แห่งชาติลาว และกระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในหลายรูปแบบ ประกอบไปด้วย การสร้างสารคดีประชาสัมพันธ์ในรูปแบบ วีดีโอ วีซีดี แผ่นพับ คู่มือแนะนำเที่ยว ปฏิทินการท่องเที่ยว วารสารการท่องเที่ยว โปสเตอร์ นอกจากนี้ยังได้มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ วิทยุ โทรทัศน์ และสารคดีการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวกับหน่วยงานดังกล่าวในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดสระหวุ่นนะเขต ให้เป็นที่รู้จัก ของนักท่องเที่ยวมากขึ้นและกลายเป็นจุดหมายปลายทางในการเดินทางท่องเที่ยวใน สาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนลาว (แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัดสระหวุ่นนะเขต, 2560)

### ปัญหาการวิจัย

แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระหวุ่นนะเขต เป็นหน่วยงานในสังกัดของ กระทรวงแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย หน่วยงานโฆษณาการท่องเที่ยว แขนงแถลงข่าว สถานีโทรทัศน์จังหวัดสระหวุ่นนะเขต สถานีวิทยุกระจายเสียงจังหวัดสระหวุ่นนะเขต หนังสือพิมพ์สระหวุ่นพัฒนา ที่มีหน้าที่ในการจัดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภายในจังหวัด หรือ งานราชการอื่น ๆ ของรัฐบาล โดยมีการจัดทำแผนการออกแบบการประชาสัมพันธ์ กำหนดทิศ ทางการประชาสัมพันธ์ ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องของกระบวนการประชาสัมพันธ์ ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นตัวแทนของรัฐบาล (แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และ ท่องเที่ยวจังหวัดสระหวุ่นนะเขต, 2560) เนื่องด้วยการมีหน้าที่ และความรับผิดชอบที่หลากหลาย เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และถือว่าเป็นสิ่งสำคัญในการแนะนำ หรือบอกกล่าวให้ นักท่องเที่ยว ได้รับรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อสามารถเรียกนักท่องเที่ยว และสร้างข้อมูล ข่าวสารที่ดีต่อนักท่องเที่ยว ให้ได้รู้ถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดสระหวุ่นนะเขตให้เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น รูปการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญต่อกระบวนการประชาสัมพันธ์ เพราะจะ



เป็นแนวทางในการวางแผน การออกแบบ การทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้สามารถบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

จังหวัดสระบุรีนั้นเขต เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่น เช่น สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่โลกต้องจารึกไว้คือ ร่องรอยการสู้รบจากสมัยสงคราม เส้นทางประวัติศาสตร์โฮจิมิน (Ho Chi Minh Route) รามเซิน 719 (Ramsern 719) ที่คนรุ่นใหม่จะต้องได้เรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นในอดีต มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม เช่น ดงนาตาล ดงพญาเย็น บึงพระ ภูเขาตุงอึ้งยัง พระธาตุโพน และวัดวาอารามต่าง ๆ รวมไปถึงตัวเมืองเก่าของจังหวัดสระบุรีที่บ่งบอกถึงการดำรงวิถีชีวิตแบบเรียบง่ายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะคนท้องถิ่น สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวทุกครั้งที่ได้มาเยือน และมีประเพณีที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์ของภาคกลางตอนใต้ ในการ ลำ (ขับลำ) 4 จังหวัดคือ ลำบ้านชอก ลำคอนสวรรค์ ลำตั้งหวาย ลำผู้ไท (เพลงพื้นบ้านประจำท้องถิ่น) ที่มีชื่อเสียงโด่งดังทั้งภายในและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้าน โครงสร้างพื้นฐานเช่น โรงแรม เกสต์เฮาส์ ร้านอาหาร หน่วยงานบริการด้านการท่องเที่ยว มีผลิตภัณฑ์ทอผ้าจากชนเผ่าที่มีความเป็นเอกลักษณ์ มีชื่อเสียงทั้งใน และต่างประเทศ นอกจากนี้ยังอุดมไปด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติที่เป็นเหมือนคลังสมบัติแห่งชาติ เช่น บ่อคำทองเซโปน (Sepon Goldmine) และเหมืองแร่ต่าง ๆ (แผนกแกลงข้าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัดสระบุรี, 2560) ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งปัจจุบันได้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาอย่างต่อเนื่อง จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดสระบุรีจะเห็นได้จากจำนวนของนักท่องเที่ยวมาเยือนมีถึง 1,120,021 คน ในปี 2558 ดังที่ไม่เคยมีมาก่อน ซึ่งผ่านการสำรวจล่าสุดในปี 2561 พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดสระบุรีทั้งหมด 603,623 คน เทียบกับปี 2558 ลดลงถึงกว่าครึ่งหรือเท่ากับร้อยละ 50,52 ในนั้นมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 8,977 คน และนักท่องเที่ยวภายใน 594,646 คน สามารถสร้างรายรับถึง 30,181,150 ดอลลาร์สหรัฐ (รายงานสถิติการท่องเที่ยวลาว, 2562) จะเห็นได้ว่าสภาพการท่องเที่ยวภายในจังหวัดสระบุรีนั้นมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากผลกระทบหลายปัจจัย เช่น วิกฤตการณ์จากเศรษฐกิจโลกที่เกิดจากโรคระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 (Covid 19) ที่แพร่ระบาดไปทั่วโลก ที่มีผู้ติดเชื้อสะสมมากกว่า 8 ล้านคน ซึ่งภาครัฐหลายประเทศจำเป็นต้องใช้มาตรการล็อกดาวน์ เพื่อสกัดกั้นการแพร่ระบาดของโรคที่ส่งผลต่อการดำรงชีวิตของประชาชน และทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ ต้องหยุดไปด้วย เช่น การปิดตัวของร้านอาหาร ร้านบันเทิง โรงแรม และภาคอุตสาหกรรมการบิน เป็นต้น ทั้งหมดนี้ส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตนี้ หยุดชะงักลงไป

พร้อม ๆ กัน ทำให้รายได้ และกำลังซื้อของกิจกรรมการผลิตลดลงอย่างมาก และลูกกลามเป็นวิกฤติของเศรษฐกิจทั่วโลกในที่สุด (ศูนย์ข้อมูล และการศึกษาเพื่อสุขภาพ, 2563) นอกจากนี้ โครงสร้างพื้นฐานในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสระหวั้นนะเขต บางแห่งยังไม่มี การปรับปรุงที่ดีเพื่อให้เข้าถึงจุดหมายปลายทางของแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึง การขาดการวิจัย การวางแผน การปฏิบัติ และการประเมินการทำงาน รวมไปถึงวิธีการดำเนินงานของกระบวนการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดสระหวั้นนะเขต ยังไม่ดีพอเพื่อดึงดูด และสร้างความสนใจ ในการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในจังหวัดสระหวั้นนะเขตให้มากขึ้น (หน่วยงานวิจัยการท่องเที่ยวสระหวั้นนะเขต, 2562)

การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของแผนกแกลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระหวั้นนะเขต คือการบอกกล่าว หรือแจ้งเตือนให้กับนักท่องเที่ยวได้รับรู้ ข้อมูลข่าวสารหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวของภายในตัวจังหวัดเอง ให้กับนักท่องเที่ยวทั้งภายใน และต่างประเทศได้รับรู้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว ตามสถานที่ท่องเที่ยวแห่งต่าง ๆ ของจังหวัดให้มากขึ้นที่จะนำไปสู่กระบวนการด้านการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ และบรรลุตามกระบวนการที่วางไว้ ซึ่งกระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในแผนก แกลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระหวั้นนะเขตนั้นพบว่า การประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ไม่มีผลกระทบในวงกว้าง นั้น อาจหมายถึงผู้ชม ผู้ที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ เช่น จะต้องเป็นการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความรู้สึกปลอดภัย ให้ประโยชน์ และสร้างความคุ้มค่าให้กับนักท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องที่น่าสนใจเฉพาะในวงแคบ หรือน่าสนใจเฉพาะแก่บุคคลในองค์กรเองเท่านั้น เน้นนโยบาย และโฆษณามากเกินไป ข่าวประชาสัมพันธ์ไม่มีความใกล้ชิดกับผู้อ่าน ไม่เป็นเรื่องที่ประชาชนสนใจ ไม่เป็นเรื่องที่สดใหม่ ไม่ทันเหตุการณ์ เช่น มีการประชาสัมพันธ์ที่ซ้ำซ้ำ เหตุกิจกรรมกำลังดำเนินการอยู่แต่เพิ่งมีการประชาสัมพันธ์ ทำให้ไม่เหมาะสมกับสถานการณ์นั้น ๆ นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ไม่มีความโดดเด่น ข่าวประชาสัมพันธ์ไม่มีความแปลกใหม่ ไม่ทันสมัย มีแต่การประชาสัมพันธ์แบบเดิม ๆ ไม่มีความสะเทือนทางอารมณ์ ผู้นำเสนอข้อมูลไม่มีลักษณะในการสื่อสารที่ดีพอ ทำให้เรื่องที่น่าสนใจหมดความน่าสนใจ นักประชาสัมพันธ์ขาดประสบการณ์ไม่มีความสามารถของการประชาสัมพันธ์ ทำให้ไม่มีการกระตุ้นเกิดการรับรู้การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้เผยแพร่ออกไป ถึงแม้ว่าแผนกแกลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวประจำจังหวัดสระหวั้นนะเขต เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แต่จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า การประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสระหวั้นนะเขต ยังขาดช่องทาง และ



กระบวนการทำงานที่ชัดเจน และผู้เชี่ยวชาญในการวางแผนในการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดสทว้นนะเขตจึงถือเป็นหนึ่งในนโยบายหลักที่จะต้องขยายไปสู่แนวทางในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้รู้จัก วัฒนธรรม และประเพณีของสทว้นนะเขต เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มากขึ้น จึงจำเป็นต้องรู้ถึงกระบวนการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้อง เหมาะสมในการประชาสัมพันธ์

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทว้นนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งให้ผู้วิจัยต้องการหาคำตอบเชิงประจักษ์ ขณะเดียวกันกระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว สำหรับการวางแผนการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ และให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น ซึ่งกระบวนการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ในการเปิดรับข้อมูล และให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสทว้นนะเขตนั้น สามารถกำหนด ระบุ รูปแบบความสนใจ และเนื้อหาของ การประชาสัมพันธ์ หรือรายละเอียดของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในจังหวัดสทว้นนะเขต ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดสทว้นนะเขต จะปรับปรุงวิธีการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุดทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสทว้นนะเขต

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทว้นนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทว้นนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
2. เพื่อศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทว้นนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
3. เพื่อกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทว้นนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

## ประโยชน์ที่ได้รับ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวจะทำให้เกิดประโยชน์ ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับนโยบาย และระดับปฏิบัติการ ดังนี้

### 1. ระดับนโยบาย

1.1 หัวหน้าแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัดสกลนครสามารถนำข้อมูล ต่าง ๆ เกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และ ท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อกำหนดนโยบาย ในการ วางกลยุทธ์แผนงานการประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ของ แผนกเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ตลอดจนให้มีการส่งเสริม และ สนับสนุนการดำเนินงานตามแผนในการส่งเสริมการพัฒนาการประชาสัมพันธ์

1.2 หัวหน้าฝ่ายบริหารแผนกแถลงข่าววัฒนธรรมและท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร สามารถนำผลการการวิจัยนี้ ไปใช้กับการวางแผนพัฒนาเพื่อสร้างการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวใน จังหวัดสกลนคร เพื่อส่งเสริมให้จังหวัดสกลนครเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวให้มี คุณภาพ และได้มาตรฐาน

1.3 หัวหน้าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการปรับปรุงงานที่มี ผลต่อการพัฒนาอาชีพภายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร

### 2. ระดับปฏิบัติการ

2.1 หัวหน้าแผนกแถลง ข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัดสกลนครสามารถใช้ รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัด สกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และ สามารถใช้เป็นรูปแบบการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอื่น ๆ เพื่อผลประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพสำหรับ หน่วยงาน

2.2 สถาบันการศึกษา และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถ นำผลการการวิจัยไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารทางการท่องเที่ยว หรือประชาสัมพันธ์ข่าวสาร อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่มากขึ้น

2.3 ผู้สนใจทั่วไปที่สนใจสามารถต่อยอดการศึกษานี้เพื่อให้เกิดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดรูปแบบการประชาสัมพันธ์แบบใหม่ เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับหน่วยงานที่รับผิดชอบของจังหวัดในการตัดสินใจพัฒนา และนำไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในจังหวัดสะหวันนะเขต

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวดั่งนั้น ผู้วิจัยได้แบ่งขอบเขตของการศึกษาออกเป็น 3 ส่วนหลัก ดังนี้

#### 1. ขอบเขตของพื้นที่

งานวิจัยนี้เป็นการกำหนดพื้นที่ศึกษาในแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

#### 2. ขอบเขตของประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ เจ้าหน้าที่ของแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขต ที่รับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

#### 3. ขอบเขตของเนื้อหา

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวผลที่ได้จะเป็นการพัฒนาทักษะการทำงานในภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน สารสนเทศและหน่วยงานการท่องเที่ยวของจังหวัดสะหวันนะเขต ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ ประกอบไปด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อสมัยใหม่ โดยที่สื่อบุคคลประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ 1) การพูดสนทนา 2) การอภิปราย 3)การบรรยาย 4) การประชุม 5) การฝึกอบรม 6) การสัมมนา และ7) การพูดในที่ชุมชน ในส่วนของสื่อมวลชน ประกอบด้วย 3 สื่อ ได้แก่ 1) หนังสือพิมพ์ 2) โทรทัศน์ 3) วิทยุกระจายเสียงและสื่อสมัยใหม่ ประกอบด้วย 3 สื่อ ได้แก่ 1) เว็บไซต์ 2) ยูทูป 3) เฟซบุ๊ก

กระบวนการประชาสัมพันธ์ ประกอบไปด้วย การวิจัย การวางแผน การปฏิบัติงาน และการสื่อสาร การประเมินผลทั้งหมดนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว และรูปแบบการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว



## นิยามศัพท์ทั่วไป

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้มีการให้คำนิยาม ศัพท์ทั่วไปที่มีความหมาย เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันระหว่างผู้วิจัย และผู้อ่าน โดยมีรายละเอียด ของนิยามศัพท์ ดังต่อไปนี้

**การประชาสัมพันธ์ (Public Relations)** หมายถึง การประชาสัมพันธ์นั้น กระทำขึ้นเพื่อ สร้างความรู้ความเข้าใจอันดี สร้างความเชื่อถือศรัทธาให้แก่ประชาชน เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ ดีให้เกิดขึ้นแก่องค์กร สถาบัน สินค้า หรือบริการ ตลอดจนเพื่อคาดการณ์ล่วงหน้ารวมทั้งการป้องกัน และแก้ไขความเข้าใจผิดให้หมดสิ้นไป ซึ่งการกระทำดังกล่าวจะสัมฤทธิ์ผลย่อมขึ้นอยู่กับความร่วมมือ ของบุคคลหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อการบริหารขององค์กร (จันทร์เพ็ญ ชาติดีพันธ์, 2547: 20)

**การท่องเที่ยว** หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อาศัยอยู่ประจำไปยัง สถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว และเดินทางกลับไปสถานที่ที่อาศัยเดิม โดยการเดินทางนั้นไม่ใช่เพื่อ ประกอบอาชีพโดยตรง (วรรณ วลัยวานิช, 2546: 40)

**การส่งเสริมการท่องเที่ยว** หมายถึง การส่งเสริมให้มิ้นท์ท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในแหล่ง ท่องเที่ยวของท้องถิ่น หรือชุมชน และใช้บริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น (กรมพัฒนาการ ท่องเที่ยว, 2560: 30)

## นียมคัพทเฉพะ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้มีการให้ คำนียมคัพทเฉพะเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันระหว่างผู้อ่าน และผู้วิจัยที่จะช่วยในการเก็บข้อมูล ได้อย่าง ถูกต้อง น่าเชื่อถือ โดยมีรายละเอียดของนียมคัพท ดังต่อไปนี้

**ช่องทางการประชาสัมพันธ์** หมายถึง วิธีการแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรมและท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขต ใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อสมัยใหม่

**กระบวนการประชาสัมพันธ์** หมายถึง วิธีการแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรมและท่องเที่ยว จังหวัด สะหวันนะเขตใช้เป็นกระบวนการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 1) การการวิจัย 2) การวางแผน 3) การสื่อสาร และ 4) การประเมินผล

**รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว** หมายถึง การกำหนดรูปแบบการ ประชาสัมพันธ์ โดยประกอบด้วยช่องทางการประชาสัมพันธ์ และกระบวนการประชาสัมพันธ์



## บทที่ 2

### แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนครเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ผ่านการค้นคว้าจากเอกสาร หนังสือ ตำรา และงานวิจัยอื่น ๆ ประกอบไปด้วยแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดการประชาสัมพันธ์
  - 1.1. ความหมายของการประชาสัมพันธ์
  - 1.2. หน้าที่ของการประชาสัมพันธ์
  - 1.3. กระบวนการประชาสัมพันธ์
2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดการประชาสัมพันธ์

##### ความหมายของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ เป็นงานที่เสริมสร้างความเข้าใจที่ดีระหว่างองค์กรกับประชาชนที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์กรนั้น ๆ เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อกัน และเกิดการสนับสนุน ร่วมมือของการดำเนินงานต่าง ๆ นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ (public relations) ยังหมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจให้ถูกต้องต่อกัน และถ้าต้องการที่จะขยายความหมายให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น อาจจะหมายถึงการวางแผน และการกระทำที่ต่อเนื่องอันมีอิทธิพลต่อจิตใจของกลุ่มเป้าหมายโดยการกระทำสิ่งที่ดีมีคุณค่าให้กับสังคม เพื่อให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมสนับสนุน และร่วมมือเป็นอย่างดี โดย (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2540: 21) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจอันดี (good relationship) ระหว่างองค์กร สถาบัน กับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ความร่วมมือ และสนับสนุนจากประชาชน

เสรี วงษ์มณฑา (2540: 1) ได้กล่าวถึงการประชาสัมพันธ์ว่า คือ การกระทำที่เกิดจากการวางแผนล่วงหน้าในการสร้างความเข้าใจกับสาธารณชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และก่อให้เกิดทัศนคติ



ภาพพจน์ที่ดี ที่นำไปสู่ความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างหน่วยงาน และก่อให้เกิดการสนับสนุนความร่วมมือ เป็นอย่างดี

วิจิตร อวาระกุล (2541: 17) ได้มีความคิดเห็นของความหมายการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นความพยายามของสถาบันที่ได้แสวงหาความสัมพันธ์ ความร่วมมือ และการสนับสนุนจากประชาชน ตลอดจนดำรงไว้ซึ่งทัศนคติของประชาชนที่มีต่อสถาบันให้คงอยู่ไว้ต่อไป และพร้อมให้มีการสนับสนุน ให้มีความร่วมมือในการดำเนินงานตามกระบวนการ นโยบาย วัตถุประสงค์ และความเคลื่อนไหวของสถาบัน หรือหน่วยงานนั้น ๆ

เรืองกิตต์ เหลืองสกุลทอง (2543: 8) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจที่ดี (good relationship) ระหว่างองค์กร สถาบัน ให้เข้าถึงกลุ่มประชาชนให้เกิดความเลื่อมใส ศรัทธา และให้มีความร่วมมือ เพื่อสนับสนุนในที่สุด

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2549) การประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ต้องมีการเตรียมความพร้อมทางด้านข้อมูล พร้อมกับมีทักษะในการนำเสนอข้อมูลในการพูด จังหวะลีลา ภาษา ที่อ่อนช้อย เพื่อให้ผู้ฟัง มีความคล้อยตาม เกิดความศรัทธา ในการฟัง โดยไม่ขัดแย้งกับสิ่งที่นำเสนอออกไป ทำให้การประสานสัมพันธ์ลุล่วงไปด้วยดี มีการเปิดโอกาสให้กับผู้ฟัง ได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น

วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มความดี (2543: 4) ได้สรุปความหมายของการประสานสัมพันธ์ว่า เป็นการติดต่อสื่อสารกันระหว่างหน่วยงาน หรือองค์กรกับกลุ่มประชาชน โดยมีเป้าหมายในการสร้างความเข้าใจอันถูกต้องเพื่อที่จะสร้างความเชื่อถือ ความศรัทธา และความร่วมมือตลอดจนความสัมพันธ์ที่ดีที่จะนำไปให้การดำเนินงานของหน่วยงานนั้นให้บรรลุตามเป้าหมาย

Cutlip and Center (1994: 4) ได้กล่าวถึงความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า เป็นความพยายามที่จะมีการวางแผน ทำให้เกิดมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชนที่ทำให้มีการยอมรับการดำเนินธุรกิจของสถาบัน และเป็นการสื่อสารสองทาง

จากความหมายของนักวิชาการที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น สามารถสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในองค์กร และสถาบันนั้น ๆ ที่มีความพยายามในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และความเข้าใจอันดีในการสื่อสาร เพื่อให้ประชาชนได้มีทัศนคติมีความเข้าใจอันดีต่อภาพพจน์ที่ดีต่อสถาบัน ทำให้ยอมรับเกิดความศรัทธา เกิดการสนับสนุน และความร่วมมืออันเป็นผลให้การทำงานของ องค์กร สถาบัน สามารถทำงานตามวัตถุประสงค์ได้

อย่างไรก็ตาม ความหมายของ “การประชาสัมพันธ์” ตามความคิดเห็นของนักวิชาการ นักวิชาชีพ และสถาบัน สมาคม ให้คำนิยามว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง รูปแบบของการติดต่อสื่อสารเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวข่าวสารทั้งที่เป็นข้อเท็จจริง และข้อคิดเห็นจากสถาบันหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมายโดยมีการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ และดำเนินการเพื่อบอกกล่าวให้ทราบ เพื่อชี้แจงให้เข้าใจ ถูกต้อง อันเป็นการสร้าง และรักษา (to build and

sustain) ความสัมพันธ์ที่ดีตลอดจนเพื่อสร้างชื่อเสียง และภาพลักษณ์ที่ดี อันจะนำไปสู่การสนับสนุน และการได้รับความร่วมมือจากประชาชนกลุ่มเป้าหมาย (รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ, 2550: 127) เพื่อให้เกิด การส่งเสริมให้เกิดความกลมเกลียว ราบรื่น และความนิยมระหว่างบุคคลกับหน่วยงาน หรือสถาบัน และบุคคลอื่น ๆ รวมทั้งกลุ่มประชาชนเฉพาะ หรือชุมชนกลุ่มใหญ่ โดยการสื่อความหมายผ่านสิ่งที่ สามารถตีความหมายได้ และมีการพัฒนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอย่างฉันทามติ รวมทั้งการ ประเมินท่าทีของประชาชน (Simon, 1980: 15) โดยมีหน้าที่ในการจัดการที่กำหนด สร้าง ธารง รักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ทั้งสองฝ่าย คือ ระหว่างองค์กรกับประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งความสำเร็จ หรือความล้มเหลวขององค์กรขึ้นอยู่กับประชาชนกลุ่มต่าง ๆ (Cutlip et al., 2006: 9) ที่จะเป็นศิลป์ และศาสตร์ของการวิเคราะห์ แนวโน้มการคาดการณ์ถึงผลกระทบในการให้ คำปรึกษาแก่ผู้บริหารภายในองค์กร รวมถึงการนำเสนอโครงการที่วางแผนไว้ไปประยุกต์ ปฏิบัติ ทั้งนี้ เพื่อตอบสนองผลประโยชน์ขององค์กร และสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง (Doug, 1996: 4) ที่วางแผนไว้ เพื่อให้สามารถสร้าง และรักษาค่านิยม เพื่อให้เกิดความเข้าใจ (Anne, 1996) และเกิดความร่วมมือ กันระหว่างองค์กรกับชุมชน (Anne, 1996: 14) การจัดการขององค์กรเพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีกับ ผู้รับข่าวสารกลุ่มต่าง ๆ เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจกับความคิดเห็น (opinion) ทศคติ (attitude) และค่านิยม หรือเป็นการติดต่อสื่อสารกับชุมชนทั้งภายใน และภายนอก เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของ องค์กรกับสาธารณชน (Baskin et al., 1997: 5) และเพื่อให้การประชาสัมพันธ์ดำเนินไปอย่าง ราบรื่น และเกิดประโยชน์สูงสุด บรรลุวัตถุประสงค์กับกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้ ด้วยกระบวนการสื่อสาร ที่เป็นเครื่องมือของผู้ใช้สื่อสารใช้เป็นช่องทางการนำข่าวสาร เนื้อหาสาระของเหตุการณ์ไปยังกลุ่ม ประชาชน ซึ่งนักประชาสัมพันธ์สามารถใช้สื่อในกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย ช่องทางต่าง ๆ

### หน้าที่ของการประชาสัมพันธ์

จากการให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ผ่านนาาทรศนะจากนักวิชาการ นัก ประชาสัมพันธ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ สถาบันและสมาคมวิชาชีพด้านการ ประชาสัมพันธ์ นอกจากจะสะท้อนลักษณะสำคัญของการประชาสัมพันธ์ได้แล้วยังสามารถ สะท้อน ให้เห็นถึงภาระหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดีอีกด้วย ดังการศึกษาของ

Baskin et al. (1997: 6-11) ที่ได้อธิบายภาระหน้าที่ของการ ประชาสัมพันธ์ในภาพรวม โดยมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์เป็นหน้าที่เชิงการบริหาร (management function)

ถึงแม้ว่าจะมีการใช้การประชาสัมพันธ์สนับสนุนการขาย การตลาด แม้กระทั่งการ โฆษณาก็ตาม แต่โดยทั่วไปเป็นที่ยอมรับกันว่า การประชาสัมพันธ์ช่วยให้องค์การบรรลุเป้าหมาย อาทิ สามารถแข่งขันภายใต้สภาวะตลาด ที่มีการแข่งขันสูงช่วยให้องค์การได้ข้อมูลเพื่อใช้กำหนดทิศทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับแนวทางการความต้องการของประชาชน อันนำไปสู่การกำหนดปรัชญาเป้าหมาย และนโยบายขององค์การ ซึ่งทำให้องค์การปรับตัวให้ เข้ากับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และสามารถดำรงอยู่ได้

## 2. การประชาสัมพันธ์คือการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นความรับผิดชอบโดยตรงของผู้ ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ มีลักษณะเฉพาะ 4 ประการ ประการแรก คือ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ต้องมีทักษะ (skill) ทางการสื่อสารในด้านการพูด การเขียน การวิจัย กำหนดแผนงาน และประเมินการสื่อสารของ ตนได้ ประการที่สอง คือ หน้าที่ (task) การสื่อสารของนักประชาสัมพันธ์คือ การวางแผน กำหนดการสื่อสารในเชิงการโน้มน้าวใจเพื่อจะมีอิทธิพลเหนือกลุ่มประชาชนที่มีผลได้ผลเสียกับ องค์การ ประการที่สาม คือการสื่อสารที่นักประชาสัมพันธ์ใช้เป็นการสื่อสารในเชิงระบบ (system) เพื่อสร้างความหวังดี (goodwill) ด้วยการสร้าง และธำรงไว้ซึ่งการสื่อสารร่วมกัน (mutual) ระหว่างองค์การกับประชาชน และประการสุดท้าย คือ การสื่อสารที่คำนึงถึงการดำเนินงานของระบบ (system operation) กล่าวคือ ใช้การสื่อสารเพื่อสร้างความสมดุลของ ระบบภายในองค์การ ซึ่งก็คือ ระบบการสื่อสารกับพนักงานภายในองค์การ และระบบภายนอก องค์การอันเป็นระบบการสื่อสารขององค์การกับประชาชน

## 3. การประชาสัมพันธ์เป็นวิธีที่มีอิทธิพลต่อประชาคม

การมีอิทธิพลต่อประชาคมของประชาชนถือเป็นการกิจของการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์มุ่งที่จะสร้างความสัมพันธ์กับสาธารณชน ซึ่งการสร้างสัมพันธ์ที่ดีได้ จะต้องคำนึงถึงความคิดเห็น และความต้องการ ของประชาชน ดังนั้น จึงต้องมีการตีความหรือ สำนวณประชาคมของประชาชนเพื่อนำไปสู่การกำหนดการดำเนินงานให้สอดคล้องกับประชาคม การดำเนินงานเช่นนี้ ถือเป็นการดำเนินงานที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อการประชาสัมพันธ์ ที่มีต่อสังคมโดยรวมนั่นเอง

จากภาระหน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ข้างต้นที่แสดงให้เห็นว่า การประชาสัมพันธ์เป็น เรื่องของการใช้การสื่อสารระหว่างองค์การกับประชาชนดังแนวคิดของ (Grunig and Hunt, 1984) ที่แสดงทัศนะไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การบริหารการสื่อสารระหว่างองค์การ และกลุ่มประชาชนต่าง ๆ โดยองค์การหมายถึง บริษัทขนาดใหญ่ สมาคมผู้ประกอบการวิชาชีพ สมาคม แรงงาน องค์การไม่แสวงหากำไร กลุ่มประชาชนหมายถึง บุคคลกลุ่มต่าง ๆ ที่องค์การติดต่อ สื่อสารด้วยโดยองค์การเป็นผู้กำหนดเองว่ากลุ่มใดคือกลุ่มประชาชนของตน ซึ่งกลุ่มบุคคล ประกอบด้วยกลุ่มบุคคลที่อยู่ภายในองค์การ เช่น พนักงาน และกลุ่มบุคคลภายนอกองค์การ เช่น ลูกค้า ส่วนการสื่อสารที่เกิดขึ้น

ระหว่างองค์กร และกลุ่มประชาชนนั้นเป็นไปในลักษณะการใช้ กระบวนการสื่อสารที่มีรูปแบบ หลากหลายกันไปโดยขึ้นอยู่กับเป้าหมายขององค์กร วัตถุประสงค์ขององค์กร และบริบทที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่าการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์นั้น ต้องอาศัยการสื่อสารทุกรูปแบบใน การสื่อสารกับกลุ่มประชาชนเป้าหมาย เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ระหว่างกัน โดยการประชาสัมพันธ์ ได้รับการยอมรับอย่างยิ่งจากทุก ๆ องค์กรไม่ว่าในฐานะที่เป็นเครื่องมือการสื่อสารในการเผยแพร่ เรื่องราว กิจกรรม ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรไปสู่ประชาชน หรือเป็นเครื่องมือสำคัญของการบริหาร จัดการในการเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน รวมทั้งเป็นเครื่องมือสนับสนุน กิจกรรมทาง การตลาดเพื่อสร้างภาพลักษณ์สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ ตลอดจนความ จงรักภักดี ต่อสินค้า บริการ และตราสินค้า หรือแม้กระทั่งสร้างชื่อเสียงขององค์กรในทางที่ดี

การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้มีประสิทธิภาพ และสามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมาย ให้ได้ จำนวนมากในการเผยแพร่กระจายข่าวสารไปสู่ประชาชน และทำให้องค์กรสถาบันสามารถ ดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ตามต้องการไปได้นั้น อาจทำได้หลายวิธีการ คือ การใช้เครื่องมือ และ สื่อต่าง ๆ มาช่วยในการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ซึ่งได้มีผู้กล่าว ถึงเครื่องมือ และสื่อ ที่ใช้ในการ ประชาสัมพันธ์ไว้ ดังนี้

อนันต์ธนา อังกินันท์ และเกื้อกุล คุปรัตน์ (2536: 345-347) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นสิ่งที่จำเป็นที่จะต้องใช้สื่อมาเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตาม เป้าหมาย โดยมีช่องทางในการประชาสัมพันธ์ ดังต่อไปนี้

- 1) การลงโฆษณา
- 2) การเขียนบทความและสารคดี
- 3) การจัดประชุมและสัมมนา
- 4) การช่วยเหลือสังคม
- 5) การจัดนิทรรศการ
- 6) การจัดทำหนังสือพิมพ์
- 7) สิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวกับลูกค้า
- 8) การจัดทำวารสารภายใน
- 9) การจัดทำวารสารภายนอก
- 10) ภาพยนตร์ วิทยุทัศน์
- 11) การแจกข่าวในหนังสือพิมพ์
- 12) การติดต่อส่วนตัว
- 13) จัดทำสิ่งพิมพ์ในโอกาสต่าง ๆ
- 14) การแสดงสุนทรพจน์ และการไปบรรยายในที่ต่าง ๆ



### 15) การจัดทำโครงการพิเศษ

บุญเกื้อ ควรหาเวช (2537: 118-119) ได้กล่าวว่า เครื่องมือหรือกิจกรรมที่ควรใช้ในการประชาสัมพันธ์มีหลากหลายวิธี ซึ่งอาจทำได้ ดังนี้

- 1) การใช้กระบวนการติดต่อภายในช่วยทำให้มีการติดต่อกับบุคคลที่อยู่ภายในสถานที่แห่งนั้นเพื่อให้เกิดความรวดเร็วมากขึ้น
- 2) การผลิตสไลด์ หรือภาพยนตร์เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์
- 3) การจัดทำบอร์ดสำหรับป้ายประกาศในการโฆษณาต่าง ๆ
- 4) การจัดกิจกรรมบอร์ด สำหรับรูปแบบกิจกรรมต่าง ๆ การส่งจดหมายต่าง ๆ
- 5) การจัดทำวารสาร
- 6) การจัดนิทรรศการ
- 7) การร่วมกิจกรรม
- 8) การใช้หนังสือพิมพ์วิทยุและโทรทัศน์

ลักษณะ สตะเวทิน (2540: 173) ได้กล่าวว่าวิธีที่จะได้มาซึ่งความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์นั้นมีหลากหลายวิธีแต่วิธีที่นิยมใช้กันมากคือการเลือกสื่อเพื่อมาเป็นช่องทางในการช่วยเสริมให้การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวางสำหรับการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์นั้นนักประชาสัมพันธ์ควรมีสื่อที่สามารถใช้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพของการดำเนินงานได้ 2 ประเภทคือ

1. Controlled Media คือสื่อที่นักประชาสัมพันธ์ จัดทำขึ้นเอง ทั้งทางด้านเนื้อหาและวิธีรูปแบบในการผลิต รวมทั้งการดำเนินงานการเผยแพร่ไปสู่ประชาชน และกลุ่มเป้าหมาย เรื่องการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ นักประชาสัมพันธ์จะสามารถเจาะจงให้กับประชาชนได้เป็นกลุ่มกลุ่ม คือเหล่านี้ได้แก่คือ สิ่งพิมพ์ (Printed Media) สื่อคำพูด (Spoken Word) ภาพและเสียง (Sight and Sound) การจัดการเหตุการณ์พิเศษ (Staged Events) การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Advertising) เป็นต้น
2. Mass Media คือสื่อที่นักประชาสัมพันธ์สามารถเผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้รับ ให้กับประชาชนจำนวนมากในเวลาอันเดียวกัน ซึ่งประชาชนเหล่านี้ อยู่กันอย่าง กระจัดกระจายในสถานที่แห่งต่าง ๆ แต่ด้วยการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่ทำให้สามารถใช้สื่อประเภทนี้ถ่ายทอดข่าวสารการผสมพันธ์ ไปสู่คนจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันอย่างรวดเร็ว สื่อเหล่านี้ ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และภาพยนตร์ การที่สื่อมวลชนเสนอข่าว ให้หรือไม่สั้นหรือยาวมากหรือน้อย องค์กรไม่สามารถบังคับได้ และการเผยแพร่เป็นการมุ่งไปสู่ประชาชนทั่วไป ไม่มุ่งเจาะจงเผยแพร่เพราะประชาชนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เพราะฉะนั้นการเผยแพร่ข่าวสารในเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็ตามที่จะมุ่งถึงประชาชนเฉพาะกลุ่มจึง

อาศัยสื่อมวลชนไม่ได้ จะใช้ได้เฉพาะเรื่องที่ต้องการมุ่งเผยแพร่ให้กับประชาชนได้รับทราบเท่านั้น โดย สื่อที่ใช้ ในกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ มีนักวิชาการกล่าวดังนี้

วิรัช ลภีรัตนกุล (2540: 268) กล่าวว่าเครื่องมือประชาสัมพันธ์ในการดำเนินงาน เพื่อใช้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ ดังนี้

- 1) สื่อบุคคล (personal media) ที่ใช้เป็นเครื่องมือ และเลือกช่องทางเพื่อการประชาสัมพันธ์ด้วยการสื่อสารจากการพูด เพราะ การพูดจะเป็นจะมีอิทธิพลอย่างมากสำหรับการประชาสัมพันธ์ไม่ว่าจะเป็นการการพูดในที่ชุมนุม การพูดสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ การอบรมสัมมนา เป็นต้น
- 2) สื่อมวลชน (mass media) ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพราะสื่อเหล่านี้ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี และมีขอบข่ายกว้างขวาง มีความรวดเร็ว และยังสามารถเชื่อถือได้ในความคิดของผู้รับชม รับฟัง ดังนั้นหลาย ๆ องค์กรจึงนิยมใช้สื่อเหล่านี้ เพื่อเป็นช่องทางในการใช้สื่อการประชาสัมพันธ์งานของตัวเอง
- 3) สื่อสิ่งพิมพ์ (printed media) ได้แก่ สื่อจำพวกนิตยสาร ภาพนิ่ง จดหมายข่าว โปสเตอร์ และป้ายประกาศ การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ เพราะสื่อเหล่านี้ หน่วยงาน สถาบัน องค์กร สามารถเผยแพร่ได้เอง คือ ประเภทกิจกรรม หรือเหตุการณ์พิเศษ ถึงแม้ว่าสื่อเหล่านี้จะสามารถเข้าถึงประชาชนได้ในวงแคบกว่าสื่อมวลชน แต่ก็นับว่ามีความสำคัญ และมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
- 4) เอกสาร การจัดเหตุการณ์พิเศษต่าง ๆ หมายถึง การจัดกิจกรรม และงานแสดงนิทรรศการ การประชุม จัดงานวันครบรอบ การให้รางวัลพิเศษ เป็นต้น

(ปติวรรดา ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา, 2549: 2) กล่าวว่า สื่อบุคคล เป็นสื่อที่มนุษย์ใช้สำหรับการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลที่อยู่ห่างไกลกันจนไม่สามารถติดต่อกันได้โดยไม่ผ่านสื่อได้ ซึ่งเป็นสื่อที่ใช้เฉพาะบุคคลที่มีลักษณะเป็นส่วนตัวไม่เกี่ยวกับผู้อื่นไม่ได้เกี่ยวข้องกับสื่อสารในขณะงาน เช่น จดหมายโทรเลข โทรศัพท์ ภาพถ่ายในครอบครัวการบันทึกช่วยจำอนุทิน และอื่น ๆ ที่ทำหน้าที่ในการช่วยสร้างสารระหว่างผู้ส่งถึงผู้รับที่อยู่ห่างไกลกันมีความเป็นไปได้ นอกจากนั้นก็ยังมีเครื่องอุปกรณ์บางชนิดที่ได้จะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลเช่น การประชุมกลุ่มย่อย การเรียนการสอน ที่จำเป็นจะต้องใช้สื่อเข้ามาเกี่ยวข้อง อาทิ กระดานดำแบบจำลองหนังสือ เอกสาร เป็นต้น

วิมลพรรณ อาภาเวท (2553: 219-239) ได้แบ่งสื่อบุคคลออกเป็นสองลักษณะ ดังนี้

- 1) สื่อบุคคล สำหรับการประสานสัมพันธ์ที่เป็นบุคคลนั้น ๆ ได้แก่ ประสานสัมพันธ์ซึ่งรวมไปถึงสมาชิกทุก ๆ คนภายในสถาบัน และองค์กร
- 2) สื่อคำพูด เป็นการใช้สื่อบุคคลที่เป็นนักประสานสัมพันธ์เพื่อเป็นสื่อประเภทหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ที่มีรูปแบบต่าง ๆ ของการใช้คำพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์ด้วยการพูดในที่ประชุม

การพูดสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ การประชุมรูปแบบต่าง ๆ การอภิปรายกลุ่ม การกล่าวสุนทรพจน์ การกล่าวปราศรัย การให้โอวาท การอบรมสัมมนา เป็นต้น

อรุณรัตน์ ชินวรรณ (2553) กล่าวว่า สื่อบุคคลเป็นสื่อที่ใช้ตัวบุคคลนำข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปยังผู้รับสารโดยตรง ในการสื่อสารให้ประสบผลสำเร็จ โดยมีการโต้ตอบซึ่งกันและกัน มีการเตรียมพร้อมในเรื่องที่จะพูด เลือกเรื่องที่จะพูดด้วยอาการอธิบายกับผู้ฟังตามสถานการณ์ โอกาส เวลา และสถานที่ ที่เหมาะสม เพื่อนำข้อมูลหรือเนื้อหาสาระไปเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ

พจน์ ใจชาญสุขกิจ (2556) กล่าวว่า สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูง โดยการถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ไปยังผู้กลุ่มเป้าหมายมีความน่าเชื่อถือ โน้มน้าวจิตใจได้ เนื่องจากเป็นสื่อโดยตรง เพราะอาศัยการพูด การให้สัมภาษณ์ การประชุม การพบปะ การพูดคุย การสนทนา การสอน การอภิปราย การปาฐกถา เนื่องในโอกาสต่าง ๆ รวมถึง ผ่านสื่อมวลชน ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สำหรับกิจกรรมที่จัดขึ้น

สมิทธิ บุญชุตินา (2560) ได้แบ่งสื่อบุคคลออกเป็น 2 แบบคือ 1) แบบที่เป็นทางการ (Formal oral communication) เช่น การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การประกาศข่าว การให้สัมภาษณ์ การสัมมนา 2) แบบที่ไม่เป็นทางการ (Informal oral communication) เช่น การพูดจา สนทนา การปราศรัยต่าง ๆ ซึ่งในการพูดที่เป็นทางการนั้น ผู้พูดจะต้องพูดให้ผู้ฟัง เกิดความสนใจ ประทับใจ เกิดความศรัทธา นอกจากนี้ ยังมีวัตถุประสงค์อื่น ๆ ด้วย เป็นต้นการให้ข่าวสารความรู้ เพื่อชักจูง เพื่อกระตุ้นอารมณ์ นอกจากนี้ ยังได้แบ่งลักษณะของสื่อบุคคลออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่

1. การพูดสนทนา เป็นการสื่อสารของบุคคลโดยทั่วไปในวงสนทนา ซึ่งเป็นการสื่อสารกันในชีวิตประจำวันทั่วไป
2. การอภิปราย เป็นการสื่อความโดยกลุ่มคนตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป ซึ่งเป็นการให้ความรู้ ความคิดเห็น และ ข้อเสนอแนะที่มีแนวโน้มไปในทางเดียวกัน
3. การบรรยาย เป็นการสื่อความเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยผู้ฟังเป็นผู้รับสาร และผู้บรรยายเป็นผู้ให้สาร
4. การประชุม เป็นการร่วมกันปรึกษาหารือกันในกลุ่มหรือทีมงานอย่างมีระบบและระเบียบวิธีทางการประชุม เช่น การยกมือก่อนพูดแสดงความคิดเห็น มีการจดบันทึกรายงานการประชุม และมีประธานการประชุม
5. การฝึกอบรม เป็นการให้ความรู้ความเข้าใจแก่บุคคล เพื่อให้มีความรู้เพิ่มขึ้น และมีความสามารถขึ้นในเรื่องที่ได้รับการฝึกและอบรมมา
6. การสัมมนา เป็นกระบวนการสื่อสารสองทาง ทั้งให้และรับความรู้ซึ่งกันและกันระหว่างวิทยากรและผู้เข้าร่วมสัมมนา



7. การพูดในที่ชุมชน เป็นการพูดในที่สาธารณะหรือชุมชนในวาระหรือโอกาสต่าง ๆ เพื่อเป็นการสร้าง ความเข้าใจ ความรู้ ยกย่อง และยินดี ตลอดจนความเห็นอกเห็นใจในเรื่องราวต่าง ๆ

ดังนั้น อาจเห็นได้ว่าสื่อบุคคลเป็นสื่อเก่าแก่ที่มีประสิทธิภาพมากที่จะช่วยในการสื่อสารให้มีความประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี เนื่องจากสื่อบุคคลสามารถพูดคุยเป็นกันเอง ทำให้ทราบปฏิสัมพันธ์การตอบกลับจากผู้รับสารได้ทันที และนอกจากนี้ยังสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเอง และผู้รับสารได้ตลอดเวลา เพื่อให้การสื่อสารนั้นบรรลุจุดประสงค์

### 1. สื่อมวลชน

เป็นสื่อที่มนุษย์คิดขึ้นมาเพื่อจะเป็นการติดต่อสื่อสารกับผู้รับสารที่มีจำนวนมากในเวลาเดียวกันซึ่งสื่อมวลชน หมายถึง หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ที่มีผู้นิยมจัดแบ่งประเภทลงไปอีกสองประเภทด้วยกัน ได้แก่ สื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ และสื่อมวลชนประเภทไฟฟ้า สื่อมวลชนมีประโยชน์ในแง่การเผยแพร่ข่าวสารไปยังมวลชนได้ในเวลาอันรวดเร็ว (ปติวรिता ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา, 2549: 42)

- 1) หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อที่มีลักษณะดินที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้อ่านได้เป็นจำนวนมากที่มีการใส่เนื้อหาหรือรายละเอียดได้มากพอสมควรมีต้นทุนไม่แพง ถ้าหากเปรียบเทียบกับสื่อโทรทัศน์ และการเข้าถึงผู้อ่านนั้นสามารถวัดผลได้รวดเร็ว เนื่องจากธรรมชาติของการจัดพิมพ์มีการจัดพิมพ์เป็นรายวัน ข่าวสารจึงสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างรวดเร็วทันกาล และสามารถวัดผลได้จากจำนวนการจัดจำหน่าย หรืออาจจัดทำในรูปแบบของคู่มือให้ผู้อ่านส่งกลับคืนมาเพื่อให้สามารถทราบผลได้ง่าย และรวดเร็ว
- 2) สื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนที่มีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์ เพราะ วิทยุโทรทัศน์นั้น มีคุณลักษณะเด่นได้เปรียบมากกว่าสื่อมวลชนอื่น ๆ สื่อวิทยุโทรทัศน์นั้น สามารถนำเอาทั้งภาพและเสียงภาพเคลื่อนไหวมาเผยแพร่ออกสู่สาธารณะชนเป็นจำนวนมาก โดยที่ประชาชนสามารถเข้าใจ และรับส่งได้อย่างสะดวกสบายดังนั้น วิทยุโทรทัศน์จึงมีความนิยมอย่างมากแต่สำหรับการประชาสัมพันธ์ผ่านรายการประเภทต่าง ๆ มีอัตราการโฆษณาที่แพงมากซึ่งองค์กร และหน่วยงานจะขอความอนุเคราะห์ให้ช่วยเผยแพร่ข่าวการประชาสัมพันธ์จะต้องพิจารณาจากความเหมาะสมของรูปแบบรายการนโยบายทางสถานีนั้นด้วยเช่นกัน
- 3) วิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อที่เป็นเครื่องมือในการสื่อสารที่เผยแพร่ และสามารถบอกได้ว่าเป็นการเผยแพร่ และกระจายข่าวสำคัญได้อย่างทั่วถึง ข้อดี คือ สื่อวิทยุสามารถกระจายเสียงที่มีความรวดเร็ว สามารถรายงานข่าวสด หรือข่าวด่วนที่สำคัญที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ในบางพื้นที่ยังมีห้องสูงเพื่อทำการกระจายเสียงวิทยุชุมชนสามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารของชุมชนไปยังกลุ่มเป้าหมายให้ได้ครอบคลุมยิ่งขึ้น

## 2. สื่อสมัยใหม่

เป็นสื่อที่พัฒนามาจากสื่อเดิมที่มีอยู่ โดยมีการผสมผสานระหว่างสื่อข่าวกับสื่อใหม่ ที่อาศัยความคิดเห็นสร้างสรรค์ ทั้งทางด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้าไปที่สามารถจัดอยู่ในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ด้วยก็ได้ เช่น SMS Board เป็นต้น

การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ทางด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีเครือข่าย หรือเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร ในช่วงปลายศตวรรษที่ 20 เทคโนโลยีได้ถูกนิยามว่าเป็นสื่อใหม่ที่มีคุณลักษณะที่ถูกจัดการได้

### 1) องค์กร

หน่วยงานที่จะใช้ social network ต้องมีการอัพเดทข้อมูลข่าวสาร และมีการโพสต์ข้อความ รูปภาพ หรือความคิดเห็นอย่างสม่ำเสมอ และควรมีการสื่อสารผ่าน social network ผสมผสานกัน หลากหลายรูปแบบเช่นเดียวกัน ซึ่งควรใช้ทวิตเตอร์ควบคู่ไปกับบล็อกเพื่อช่วยประสานสัมพันธ์ข้อมูลให้กระจายในวงกว้างมากขึ้น (Rob and Robert, 2009: 173) ที่สำคัญควรติดตั้งบริการ Really Simple Syndication (RSS) คือ บริการที่อยู่บนระบบอินเทอร์เน็ต จัดทำข้อมูลข่าวสารให้อยู่ในรูปแบบที่จะอำนวยความสะดวกให้กับผู้รับสาร โดยองค์กรสามารถส่งข่าว หรือข้อมูลใหม่ ๆ ให้ถึงเครื่องของผู้รับสารได้เชื่อมต่อเป็นเครือข่ายได้ ทำให้หนาแน่น และบีบอัดสัญญาณได้มีประสิทธิภาพ และมีความเป็นกลาง ดังนั้น สื่อใหม่จึงหมายถึง อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ มีเดียร์ เกมส์คอมพิวเตอร์เมตามิเดีย ซึ่งสื่อใหม่จึงไม่ได้มีความหมายถึงรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ วารสารหนังสือ หรือสิ่งพิมพ์แบบเดิม ๆ

Deirdre Breakenridge (2008: 257) ได้มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการวางแผนการดำเนินงาน การประชาสัมพันธ์ในยุค PR 2.0 ที่ผู้เขียนขอแนะนำเสนอแนวทางดังกล่าว มาแนะนำสำหรับองค์กรต่าง ๆ ในการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค (social network) ดังนี้

- 2) ถึงแม้ว่าการประสานสัมพันธ์จะมีการดำเนินงานผ่าน social network แต่การประชาสัมพันธ์ขององค์กร และสินค้าให้ประสบความสำเร็จนั้น ประชาสัมพันธ์จะต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์แบบเดิม และการประสานสัมพันธ์ผ่าน social network เพื่อให้มีความสมดุลกัน และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของสินค้า และตลอดเวลาที่มีการอัพเดท กล่าวคือ เมื่อองค์กรมีการอัพเดทข้อมูลใหม่ๆ ข้อมูลดังกล่าวก็จะถูกส่งผ่าน RSS ไปยังผู้รับสารได้ทันการ
- 3) การประชาสัมพันธ์ด้วย social network ต้องคำนึงถึงว่าประชาชนทุกกลุ่มอายุ อาชีพ และระดับการศึกษา ล้วนแล้วแต่เป็นผู้ที่มีโอกาสอ่านเว็บบล็อก โอกาสในการเข้าร่วมชุมชนออนไลน์ หรือใช้บริการ RSS ที่ทำให้ข้อมูลข่าวสารภายในองค์กร หรือสินค้าของบริษัทกลับไปหาบุคคลดังกล่าว ดังนั้น ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ต้องพยายามที่จะทำให้ทราบให้ได้ว่า

บุคคลที่เป็นกลุ่มเป้าหมายแท้จริงของก่อนนั้นเป็นใคร ซึ่งนักประชาสัมพันธ์จะต้องดูได้จากการตั้งค่าโปรไฟล์ของบุคคลดังกล่าวที่ได้กำหนดในเว็บเครือข่ายที่บุคคลเหล่านั้นใช้บริการ

- 4) สำหรับข้อมูลที่น่าเสนอผ่าน social network ผู้ช่วยบริโภคในการหาข้อมูลนั้นจะมีการวางแผนและแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าภายในองค์กร เพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจเลือกสินค้า ซึ่งนักประชาสัมพันธ์จะต้องเข้าใจ และให้ความสำคัญเกี่ยวกับข้อมูลของสินค้าหรือองค์กรหน่วยงานที่ผู้บริโภคต้องการนำเสนอผ่าน social network เพื่อให้ผู้บริโภคใช้ประกอบในการตัดสินใจในการซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น
- 5) ในส่วนขององค์กรที่ใช้ social network เป็นเครื่องมือ หรือช่องทางในการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นนั้น การสื่อสารลูกค้าซื้อสื่อที่มีค่าใช้จ่ายไม่แพง
- 6) การประชาสัมพันธ์ด้วย social network จะทำให้องค์กรเป็นบุคคลแรกที่สามารถทราบถึงข้อมูลของลูกค้าเรื่องที่ถูกคำวิพากษ์วิจารณ์ ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าว่าเกิดอะไรขึ้น และสิ่งใดมีอิทธิพลต่อความคิด และการตัดสินใจของลูกค้า ดังนั้น ในการประสานสัมพันธ์ผ่าน social network องค์กรหน่วยงานบริษัทจะต้องให้ลูกค้า หรือกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับองค์กรต้องมีโอกาสแสดงความคิดเห็น หรือสื่อสารแบบตรงไปตรงมากับองค์กรให้ได้
- 7) การประชาสัมพันธ์ด้วย social network จะช่วยให้องค์กรมีข้อมูลทางการตลาดที่เป็นโอกาสในการเพิ่มในการเข้าถึงเนื้อหา สาระ หรือตราของสินค้าให้กับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
- 8) รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่าน social network หน่วยงานแต่ละหน่วยงานอาจจะแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน ซึ่งบางหน่วยงานอาจจะมีการเริ่มให้ความสำคัญและเริ่มใช้ social network ขณะเดียวกันบางหน่วยงานอาจจะต้องใช้ social network เพื่อแบ่งปันข้อมูลระหว่างองค์กร หน่วยงานกับลูกค้า หรืองานอาจจะต้องใช้ social network เพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาด หรือการสร้างกระแสทางการตลาดแบบปากต่อปาก
- 9) การประชาสัมพันธ์ผ่าน social network สามารถใช้ในการจัดการข้อมูลต่าง ๆ ให้กับองค์กรได้ อาทิ บล็อกมีประโยชน์ทั้งสองทาง คือ ทางผู้อ่าน และผู้เขียน ที่เป็นช่องทางในการให้ผู้อ่านสามารถหาข้อมูลต่าง ๆ ได้ง่าย โดยองค์กรสามารถใช้แหล่งความรู้เป็นการเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ ของก่อนออกสู่สาธารณะชนได้

ปิยะพร เขตบรรณพต (2553: 9) ได้กล่าวถึงประเภทสื่อสมัยใหม่ว่า เป็นรูปแบบดิจิทัล ที่สามารถพบเจอได้กับปัจจุบัน และมีแนวโน้มว่าจะมีบทบาทสำคัญขึ้นไปเรื่อย ๆ ซึ่งในอนาคตสื่อแต่ละประเภทจะมีความโดดเด่น และแตกต่างกันออกไป ตามวัตถุประสงค์ในการใช้งาน และสื่อสมัยใหม่นี้สามารถสรุปได้ดังนี้ ได้แก่ 1.) เว็บไซต์ (Web site) 2.) อินเทอร์เน็ต (Internet) 3.) อีเมล (E-mail) 4.) เทคโนโลยีสำหรับอุปกรณ์พกพาหรือแพลตฟอร์มเคลื่อนที่ (Mobile Platform) 5.) วิดีโอเกม และโลกเสมือนจริง 6.) ซีดีรอมมัลติมีเดีย 7.) ซอฟต์แวร์ 8.) บล็อก และวิกิ 9.) หนังสือ

อิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) 10) ตู้ให้บริการสารสนเทศ 11) โทรศัพท์โต้ตอบ 12.) อุปกรณ์พกพาหรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์มือถือ พีดีเอ พอดแคสต์ นวนิยายแบบข้อความหลายมิติ (Hypertext fiction)

จากนิยามข้างต้น สามารถสรุป ได้ว่าสื่อใหม่ (New Media) หมายถึง สื่อที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจากระบบอนาล็อก หรือสื่อดั้งเดิม มาเป็นระบบดิจิทัล ทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน เช่น Internet Website E-Book E-mail เป็นต้นนอกจากนี้ยังสามารถตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารได้อย่างอิสระมากขึ้นอีกด้วย

ถึงอย่างไรก็ตาม สื่อใหม่ถือว่ามีบทบาทสำคัญมากต่อหน่วยงานองค์กรบริษัททั้งภาครัฐ และเอกชน ในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารที่มีการมอบหมายงานรายงาน ผลงานการปฏิบัติงาน สร้างความเข้าใจความสัมพันธ์อันดี ระหว่างบุคลากร พนักงาน ในองค์กร ทั้งนี้การสื่อสารด้วยสื่อใหม่พบได้ในการสื่อสารภายในองค์กรทุกรูปแบบ เช่น การสื่อสารจากบนลงล่าง การสื่อสารจากล่างขึ้นบน การสื่อสารในแนวนอน และการสื่อสารในต่างระดับ นอกจากนี้สื่อใหม่อย่างจุฬามาใช้ในการสื่อสารไปยังบุคคลภายนอกของก่อนได้ โดยเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคด้วยการเผยแพร่ข้อมูลขององค์กรผ่านสื่อใหม่ที่หลากหลายรูปแบบ

ดังนั้น ในการเลือกสื่อประสานสัมพันธ์เพื่อเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร หรือวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ที่ดีเพื่อให้ความเหมาะสมกับเนื้อหาสาระ หรือสารที่จะส่งไปในแต่ละครั้งนั้น ๆ

กล่าวโดยสรุป การประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจอันดีระหว่างองค์กร หน่วยงาน สถาบัน กับกลุ่มประชาชนเป้าหมายเพื่อหวังผลในความร่วมมือ และสนับสนุนจากประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และสาธารณชนรวมทั้งมีส่วนช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ องค์กร หน่วยงาน สถาบัน ทำให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และสาธารณชน เกิดความนิยม เลื่อมใสศรัทธาต่อองค์กร หน่วยงาน สถาบัน ซึ่งการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อองค์กร หน่วยงาน สถาบัน การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยหลัก การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการส่งข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ หรือการถ่ายทอดความรู้ เนื้อหา สาระ ความรู้สึก เจตคติ ทักษะ จากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสารด้วยการใช้ถ้อยคำ กิริยา ท่าทาง หรือสัญลักษณ์ ซึ่งมีผลทำให้เกิดความเข้าใจ และความรู้อีกด้วย ดังนั้น เพื่อให้เข้าใจได้ถูกต้องถึงการประชาสัมพันธ์ในฐานะที่เป็นกระบวนการ จึงควรทำความเข้าใจแนวคิดเรื่องกระบวนการให้เข้าใจเสียก่อน

จากนิยาม ความหมายของการประชาสัมพันธ์ที่กล่าวมา อาจตั้งข้อสังเกตได้ว่าการประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารที่เป็นกระบวนการมีการดำเนินงานที่ต่อเนื่องกัน การกล่าวว่าการ



ประชาสัมพันธืเป็นกระบวนการนั้เนื่องจากการประชาสัมพันธืมีการเคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การดำเนินงานประชาสัมพันธืแต่ละขั้นตอนมีความเกี่ยวข้อง และมีผลกระทบซึ่งกัน และกัน

### กระบวนการประชาสัมพันธื

กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธื คือ การลำดับขั้นตอนการทำงานประชาสัมพันธืให้ เป็นไปตามเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการซึ่ง Scott M. Cutlip and Allen H. Center ได้ กำหนดว่า กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธืประกอบด้วย 4 กระบวนการย่อยที่ดำเนินการอย่าง สอดคล้องต่อเนื่อง และสัมพันธ์กัน ได้แก่ การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธื การวางแผนกลยุทธ์เพื่อ การประชาสัมพันธื การบริหารแผนและปฏิบัติงานตามแผน และการประเมินผลการดำเนินงาน ประชาสัมพันธื ซึ่งมีสาระสำคัญ ดังนี้

R → A → C → E = กระบวนการประชาสัมพันธื

ที่มา Scott M. Cutlip and Allen H. Center

### การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธื (RESEARCH)

เป็นขั้นตอนเริ่มต้นของการค้นคว้าหาข้อมูลในการสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับ การประชาสัมพันธืในด้านต่าง ๆ ทุกด้านที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ข้อมูลขององค์การประกอบการ ดำเนินงาน ขององค์การทั้งในอดีต ปัจจุบัน และทิศทางการดำเนินงานในอนาคตตามนโยบาย วัตถุประสงค์ขององค์การ และกิจกรรมขององค์การทั้งภายใน และภายนอก สถานการณ์แวดล้อม ทั้ง ทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง สถานภาพ คู่แข่งขัน ข้อมูลทางการตลาด ภาพลักษณ์ขององค์การที่ เป็นอยู่ทั้งภายใน และภายนอก รวมทั้งภาพลักษณ์ในอดีต ปัจจุบัน และอนาคตที่วางไว้ โดยนัก ประชาสัมพันธืต้องทำการศึกษาให้ได้มา ซึ่งข้อมูลทั้งทางตรง และทางอ้อม ผ่านการศึกษาจาก เอกสารขององค์การ เอกสารที่เกี่ยวข้อง การพูดคุยสอบถามผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือผู้ที่มีความเชี่ยวชาญที่มี ความรู้ในเรื่องนั้น วิธีการดังกล่าว เรียกว่า การเก็บรวบรวมข้อมูลข้อเท็จจริง (fact Finding) แต่ใน ปัจจุบันวิธีการนี้ได้รับการปรับเปลี่ยนพัฒนาแทนที่ด้วยการวิจัย (Research) ซึ่งเป็นวิธีการแสวงหา ความรู้ ความเข้าใจปรากฏการณ์ข้อเท็จจริงต่าง ๆ อย่างมีระบบระเบียบ เป็นขั้นตอนตาม กระบวนการวิธีวิทยาศาสตร์ (Scientific Methods)

Smith (2005: 348) เป็นผู้ที่ทำให้ความสำคัญกับบทบาทของการวิจัยในงานประชาสัมพันธื แสดงทรรศนะอย่างกว้างๆ ไว้ว่า การวิจัย หมายถึง โปรแกรมที่เป็นทางการ สำหรับเก็บรวบรวม ข้อมูลข่าวสาร ซึ่ง (Parsons, 2016) อธิบายว่า การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธื หมายถึง

กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งกระทำอย่างรอบคอบมีการวางแผน และการปฏิบัติงานที่เป็นระบบ เพื่อระบุปัญหาและโอกาสด้านการประชาสัมพันธ์ และแนวทางที่เป็นไปได้ ในการแก้ไขปัญหา ซึ่งองค์การกำลังเผชิญอยู่ จากนิยามข้างต้นสามารถกล่าวสรุปได้ว่า การวิจัยเพื่อการ ประชาสัมพันธ์มีความสำคัญสำหรับนักประชาสัมพันธ์ และการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ดังต่อไปนี้

- การวิจัย เป็นเครื่องมือสำคัญในการวิเคราะห์สถานการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อช่วยให้นักประชาสัมพันธ์ เข้าใจเหตุการณ์ ปัญหา และโอกาสที่เกิดขึ้นกับองค์การ และการปฏิบัติงานของฝ่าย ประชาสัมพันธ์
- การวิจัย ช่วยให้นักประชาสัมพันธ์ สามารถประเมินความต้องการ และความจำเป็นที่แท้จริง ใน การดำเนินกิจกรรมการประชาสัมพันธ์
- การวิจัย ช่วยให้นักประชาสัมพันธ์ สามารถกำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่ชัดเจนรวมทั้ง สามารถรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะ หรือภูมิหลังของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน
- การวิจัย ช่วยให้นักประชาสัมพันธ์สามารถกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ พันธกิจ กลยุทธ์ กลวิธี และข้อมูลต่าง ๆ ในแผนกลยุทธ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ได้สอดคล้องกับสถานการณ์และ สิ่งแวดล้อมขององค์การ
- การวิจัย ช่วยให้นักประชาสัมพันธ์สามารถกำหนดรูปแบบ และขอบเขตของงานประชาสัมพันธ์ซึ่ง สามารถสนองพันธกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์การ รวมทั้งงาน ประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล
- การวิจัย ช่วยให้นักประชาสัมพันธ์สามารถกำหนดเนื้อหาสาระของสารได้สอดคล้องกับเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และกลุ่มประชาชนเป้าหมาย
- การวิจัย ช่วยให้นักประชาสัมพันธ์สามารถติดตามผล และประเมินผลการปฏิบัติงาน ประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีคุณภาพ

ดังนั้น การวิจัยช่วยให้นักประชาสัมพันธ์ และการประชาสัมพันธ์ได้รับการยอมรับ และ เชื่อถือจากผู้บริหาร และกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับองค์การ ดังที่ทราบแล้วว่าการวิจัย เพื่อการประชาสัมพันธ์ คือ การให้ได้มาซึ่งข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลขององค์การ เพื่อประโยชน์ ต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และดำเนินงานขององค์การ ให้บรรลุผลตามพันธกิจ เป้าหมาย และ วัตถุประสงค์ที่กำหนด ผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ส่งผลให้องค์การได้ ข้อมูลสำคัญ 3 ส่วนหลัก คือ

- 1) ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นปัญหา และภูมิหลังของประเด็นปัญหาที่องค์กร และหน่วยงานประชาสัมพันธ์เผชิญอยู่
- 2) ภูมิหลังและข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องขององค์กร เป็นข้อมูลที่นักประชาสัมพันธ์ได้มาจากการวิเคราะห์องค์กร (Smith, 2005) อธิบายไว้ว่าการวิเคราะห์องค์กร หมายถึง การวิเคราะห์จุดอ่อน และจุดแข็งขององค์กรนั้น มักนิยมใช้การวิเคราะห์ SWOT (SWOT analysis) เพื่อศึกษาถึงจุดแข็ง

(strengths: S) จุดอ่อน (weaknesses: W) โอกาส (opportunity: O) และอุปสรรค (threats: T) ขององค์กรแต่ในปัจจุบันนิยมใช้การวิเคราะห์ หรือการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกองค์กรมากขึ้น โดยการวิเคราะห์องค์กรที่ใช้การประเมินสภาพแวดล้อมภายใน และภายนอกองค์กรนั้นมุ่งศึกษา และวิเคราะห์องค์กรใน 3 ประเด็นคือ

2.1) สิ่งแวดล้อมภายในองค์กร (internal environment) เป็นการประเมินในประเด็นความเหมาะสมของโครงสร้าง และนโยบายการบริหารองค์กร ความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงาน คุณภาพของสินค้า และบริการจุดเด่น หรืออัตลักษณ์

2.2) สิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร (external environment) จะเป็นการประเมินในเรื่องของสภาพแวดล้อมด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยี ทั้งในอดีต ปัจจุบันและในอนาคตที่ส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร

2.3) การรับรู้ของสาธารณชนที่มีต่อองค์กร (public perception) ในประเด็น ชื่อเสียง และภาพลักษณ์ขององค์กรสินค้า และบริการ รวมทั้งการยอมรับ หรือการต่อต้านองค์กรในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

- 3.) ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายการวิเคราะห์กลุ่มประชาชนเป้าหมาย (analyzing the publics) เป็นการรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1) กลุ่มใด คือ กลุ่มประชาชนเป้าหมายหลัก (major/key publics) ที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาที่ต้องแก้ไข โดยถือเป็นกลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย (active audience) ในกระบวนการประชาสัมพันธ์

3.2) คุณลักษณะ และภูมิหลังของกลุ่มประชาชนเป้าหมาย

สามารถวิเคราะห์ได้จากลักษณะเชิงจิตวิทยา ซึ่งมุ่งเน้นคุณค่า และรูปแบบการดำเนินชีวิต (values and lifestyles: VAL) ของกลุ่มประชาชนเป้าหมาย ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ



และพฤติกรรมของกลุ่มประชาชนเป้าหมายที่มีต่อองค์กร และประเด็นปัญหา หรือความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้น หรือเกิดขึ้นระหว่างองค์กร และกลุ่มประชาชนเป้าหมาย ข้อมูลที่ได้นี้จะช่วยให้ นักประชาสัมพันธ์นำไปกำหนดกลยุทธ์ และกลวิธีในการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งเป็นข้อมูลพื้นฐานในการ กำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ การกำหนดแนวทางที่เหมาะสมในการแก้ไขปัญหา หรือความขัดแย้งดังกล่าว

### การวางแผนกลยุทธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์

การวางแผนเป็นขั้นเป็นตอนที่ต่อจากการวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์ในขั้นตอนนี้ เป็นการกำหนดการกระทำในอนาคต ซึ่งเป็นการตัดสินใจล่วงหน้าว่าจะทำอะไร ทำอย่างไร และใครเป็นผู้ทำ นักประชาสัมพันธ์ต้องใช้ความรู้ วิเคราะห์เหตุการณณ์ในอนาคตอย่างรอบคอบ กำหนดวิธีการอย่างถูกต้อง และมีเหตุผล เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปด้วยความเรียบร้อยสมบูรณ์ และมีประสิทธิภาพ กล่าวสรุป คือ เป็นขั้นตอนของการวางแผน และการกำหนดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ (Broom and Dozier, 1990) แสดงทรรศนะไว้ว่า การวางแผนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การตัดสินใจว่าองค์กรจะก้าวไปสู่ทิศทางใดในอนาคต ซึ่งก็คือ การกำหนดเป้าหมาย และจะก้าวไปสู่เป้าหมาย อย่างไรก็ดี การกำหนดกลยุทธ์การตัดสินใจดังกล่าว คือ การกำหนดทิศทาง หรือเป้าหมายที่ชัดเจนขององค์กร ไม่ปล่อยให้องค์กรเดินหน้าไปอย่างไร้จุดหมาย และยึดติดกับการปฏิบัติงานแบบเดิม ๆ

การวางแผนกลยุทธ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์มีพื้นฐานมาจากแนวคิด การวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ เป็นภารกิจสำคัญของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ยุคใหม่ ซึ่งนักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องศึกษา และพัฒนาความสามารถ ความเชี่ยวชาญในการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อตอบสนองต่อการแข่งขัน ความต้องการ และสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลง (Cutlip et al., 2006) แสดงทรรศนะไว้ว่า การวางแผนกลยุทธ์ต้องอาศัยการคิดเชิงกลยุทธ์ (strategic thinking) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการคาดเดา (predicting) หรือการกำหนดเป้าหมายที่พึงประสงค์อย่างชัดเจน ในอนาคตการระบุถึงปัจจัยซึ่งช่วยส่งเสริม และสกัดกั้นการเดินไปสู่เป้าหมายที่กำหนด รวมทั้งการจัดทำแผนซึ่งนำไปสู่เป้าหมายดังกล่าว จึงกล่าวโดยสรุปได้ว่า การวางแผนกลยุทธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ หมายถึงการตัดสินใจเกี่ยวกับเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของการดำเนินกิจกรรม การระบุกลุ่มประชาชนเป้าหมาย หลักการกำหนดนโยบาย และกฎเกณฑ์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกใช้กลยุทธ์ และกลวิธีที่เหมาะสม การกำหนดจำนวน และวิธีการบริหารงบประมาณ และทรัพยากรตลอดจนแนวทางในการติดตามผล และประเมินการปฏิบัติงาน การวางแผนกลยุทธ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์สรุปได้ ดังนี้

1. การวางแผน ช่วยให้นักประชาสัมพันธ์มีวิสัยทัศน์ที่กว้างขวาง และกว้างไกลเนื่องจากการวางแผน เป็นการคาดการณ์ในอนาคต โดยอาศัยการรวบรวม และการวิเคราะห์ข้อมูลตลอดจนสถานการณ์ และสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน การดำเนินการดังกล่าวจะช่วยฝึกทักษะในการคิดวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการคาดคะเนสิ่งต่าง ๆ อย่างรอบคอบ และเที่ยงตรง
2. การวางแผน ช่วยให้นักประชาสัมพันธ์สามารถเจรจาต่อรองกับผู้บริหารในเรื่องงบประมาณ กำลังคน ทรัพยากร และกระบวนการปฏิบัติงานได้ เนื่องจากแผนมีการกำหนดรายละเอียดที่ชัดเจน ทำให้ผู้บริหารเห็นภาพการดำเนินงาน และสามารถประเมินความคุ้มค่าในการใช้งบประมาณได้ชัดเจน
3. การวางแผน ช่วยให้นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล เพราะมีการระบุลำดับ การทำกิจกรรมก่อน และหลัง รวมทั้งจัดกิจกรรมที่ไม่จำเป็นออกไป
4. การวางแผน ช่วยให้นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติภารกิจได้คุ้มค่ากับงบประมาณ และทรัพยากรที่ใช้ เนื่องจากแผนที่ดีนั้นจะกำหนดแนวทางการปฏิบัติงาน การบริหารจัดการบุคลากร งบประมาณ และทรัพยากร การติดตามผล และประเมินผลการปฏิบัติงาน รวมทั้งตัวชี้วัดที่ชัดเจนซึ่งเปรียบเสมือนเป็นกรอบการปฏิบัติงานที่ดีสำหรับนักประชาสัมพันธ์
5. การวางแผน ช่วยให้นักประชาสัมพันธ์สามารถลดความขัดแย้ง และแก้ไขปัญหที่อาจเกิดขึ้นขณะปฏิบัติงานตามแผนในอนาคตได้
6. การวางแผน ช่วยให้นักประชาสัมพันธ์ และวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ได้รับความเชื่อถือ และการยอมรับจากผู้บริหารในฐานะบุคลากร และกิจกรรมที่มีคุณค่า และมีประโยชน์ต่อองค์กร

#### **การบริหารแผนและการปฏิบัติงานตามแผน**

เป็นการนำสิ่งที่กำหนดไว้ในแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติ เพื่อสื่อสารให้ประชาชนได้รับทราบ และคาดหวังให้เกิดผลลัพธ์ตามที่ต้องการ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ความเข้าใจ หรือเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นความรู้สึก หรือพฤติกรรม การนำแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติ นั้น หากเป็นเรื่องราวที่มีความน่าสนใจ และยิ่งใหญ่จะเป็นการง่ายที่ทำให้กลุ่มประชาชนเป้าหมายรับรู้ผ่านทางสื่อ และกิจกรรมที่ได้เลือกใช้ในการสื่อสาร แต่ในความเป็นจริงแล้วเรื่องราวส่วนใหญ่ที่ต้องการจะสื่ออาจไม่เป็นที่สนใจ หรือไม่ยิ่งใหญ่พอ หากไม่ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนที่เป็นผู้เผยแพร่ถ่ายทอดเรื่องราว เพราะฉะนั้นนักประชาสัมพันธ์จะต้องตอบสนองความพอใจ รู้ว่าสื่อมวลชนต้องการข่าวสารในลักษณะประเด็นใด เพื่อให้เรื่องราวกิจกรรมขององค์กรเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมายทางการประชาสัมพันธ์ นอกเหนือจากเรื่องดังกล่าวแล้ว ขั้นตอนนี้ยังเป็นขั้นตอนในการชี้แจงให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้ทราบถึงรายละเอียดหรือบทบาทหน้าที่ของแต่ละคนว่าจะต้องทำอะไร ทำเมื่อไหร่ และทำอย่างไรอีกด้วย

การบริหารแผนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ เป็นการมอบหมายงานการส่งเสริมสนับสนุนการควบคุม คุณภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร และการใช้งบประมาณรวมทั้งทรัพยากรให้เป็นไปตามที่กำหนดไว้ในแผนการติดตามผล และประเมินผลการปฏิบัติงาน ตลอดจนการแก้ไขปัญหา อุปสรรค และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ และขององค์การตามกรอบระยะเวลาที่กำหนด หลักการสำคัญในการบริหารแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่ผู้บริหารจัดการแผนควรยึดถือปฏิบัติ ประกอบด้วย

1. การบริหารจัดการไม่ใช่การสั่งการ และการควบคุมบุคลากร แต่เป็นการส่งเสริมสนับสนุน และการนำพาให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานอย่างสะดวกราบรื่น ภายใต้แนวคิดเรื่องการจัดการคุณภาพในการปฏิบัติงานรวมทั้งคุณภาพของผลผลิต และผลลัพธ์จากการปฏิบัติงาน
2. ควรนำแนวคิดเรื่องการบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการแผนกลยุทธ์เพื่อละลายสภาพ หรือละลายพฤติกรรมเดิมของบุคลากร และวัฒนธรรมขององค์การซึ่งเป็นอุปสรรค หรือไม่เอื้อให้เกิดการสร้างคุณภาพ การปฏิบัติงานเพื่อลดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น เมื่อองค์การต้องเปลี่ยนแปลง หรือปรับกระบวนการทัศน์ และวิถีคิดของบุคลากรให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป
3. ควรสร้างความเข้าใจ และข้อตกลงร่วมกันระหว่างสมาชิกในองค์การ และกลุ่มผู้ปฏิบัติงานตามแผนกลยุทธ์ ด้วยการเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องร่วมกันทบทวนรายละเอียดต่าง ๆ ในแผนการประเมินความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และวัตถุประสงค์ขององค์การ ซึ่งการประเมินความเหมาะสมของแผนกับสภาวะการณ์จริง และความเป็นไปได้ในการปฏิบัติตามแผน ซึ่งจะส่งผลให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างราบรื่น
4. ต้องมีการติดตามผลการปฏิบัติงานตามช่วงเวลาที่กำหนด เพื่อประเมินความก้าวหน้า และเพื่อป้องกัน และแก้ไขปัญหาอุปสรรค และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในการปฏิบัติงานตามแผนกลยุทธ์
5. การตัดสินใจใด ๆ ในการบริหารจัดการต้องอาศัยข้อมูลซึ่งเก็บรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การวิจัยที่เป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้ สำหรับการปฏิบัติงานตามแผนกลยุทธ์ที่กำหนดไว้นั้นเป็นการปฏิบัติงาน และการสื่อสารระหว่างองค์การ และกลุ่มประชาชน เป้าหมายตามกลยุทธ์ และกลวิธีที่กำหนดเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ขององค์การ โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการปฏิบัติงานนั้น ๆ เป็นสำคัญ ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จึงจำเป็นต้องเข้าใจองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร กระบวนการรับรู้ของมนุษย์รวมทั้งการเลือกใช้สื่อ และเครื่องมือการสื่อสารที่เหมาะสมกับผู้รับสาร วัตถุประสงค์ในการสื่อสาร และสารที่ต้องการส่งผ่านไปยังผู้รับสารเป้าหมายที่กำหนด

Cutlipand Center (1994: 109-210) อธิบายว่าการติดต่อสื่อสารในงานประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล หรือการติดต่อสื่อสารเป็นกลุ่มรวมทั้งการติดต่อสื่อสารมวลชน ควรยึดหลักสำคัญในการติดต่อสื่อสาร 7 ประการดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือ การติดต่อสื่อสารให้ได้ผลสำเร็จผู้ส่งสาร หรือแหล่งข่าวสารต้องมีความน่าเชื่อถือในความรู้สึกของผู้รับสาร เพราะจะหมายถึงความน่าเชื่อถือที่มีต่อข่าวสารด้วย
2. ความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม การติดต่อสื่อสารนั้นจะต้องเหมาะสม กลมกลืนกับความเป็นจริงแห่งสภาพแวดล้อมทางสังคม และเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ
3. เนื้อหาสาระ เนื้อหาสาระของข่าวสารจะต้องสอดคล้อง ไม่ขัดแย้งต่อระบบค่านิยม ความเชื่อของผู้รับสาร และข่าวสารนั้นต้องมีประโยชน์
4. ความชัดเจน ในการติดต่อนั้นข่าวสารจะต้องมีความชัดเจน โดยอาจใช้ภาษา หรือถ้อยคำที่ง่าย ๆ เพื่อความเข้าใจชัดเจนตรงกันทั้งของผู้รับสาร และผู้ส่งสาร
5. ความต่อเนื่อง และความสม่ำเสมอ การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะต้องมีความต่อเนื่อง สม่ำเสมอมีการย้ำ หรือซ้ำเพื่อเตือนความทรงจำ หรือเปลี่ยนทัศนคติ
6. ช่องทางในการติดต่อสื่อสาร ในการติดต่อสื่อสารต้องเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารที่ผู้รับสารใช้อยู่ หรือสามารถจะรับได้ และมีความน่าเชื่อถือในช่องทางการสื่อสารนั้น
7. ชีตความสามารถของผู้รับ การติดต่อสื่อสารต้องคำนึงถึงความสามารถของผู้รับสารว่ามีชีตความสามารถในการรับ และเข้าใจในสารนั้นอย่างไร เช่นความสามารถในการอ่าน การฟัง ระดับการศึกษาของผู้รับ เป็นต้น

### การประเมินผลการประชาสัมพันธ์

Baskin et al. (1997) ได้แสดงทรรศนะว่าการประเมินผลไม่ใช่ขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ในการปฏิบัติงานจริงนั้นการประเมินผลกลับเป็นจุดเริ่มต้นของการปฏิบัติงานทุกครั้ง จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า คนส่วนใหญ่คิดว่าการประเมินผลเป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และสะท้อนให้เห็นว่าการดำเนินงานที่ผ่านมาประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงใด แต่ก็พบว่าผู้ปฏิบัติงานไม่ค่อยเอาใจใส่ต่อการประเมินผลเท่าใดนัก ทั้ง ๆ ที่การประเมินผลเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมทุกประเภท การประเมินผล คือ กิจกรรมซึ่งเกี่ยวข้องกับการประเมินข้อมูลอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับกิจกรรม คุณลักษณะ หรือคุณภาพผลลัพธ์ของโครงการบุคลากร และผลผลิตที่เกิดขึ้นเพื่อลดความไม่แน่ใจเพื่อเพิ่มพูน และพัฒนาประสิทธิผลของการปฏิบัติงานรวม ทั้งเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจโดย



พิจารณาสิ่งที่เกิดขึ้น และผลกระทบจากโครงการบุคลากร และผลผลิตดังกล่าว (Watson and Noble, 2007) อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การประเมินผล หมายถึง การประเมินประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ และการประเมินประสิทธิผลของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เปรียบเทียบกับเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ว่า การประเมินผลเป็นการตัดสินคุณค่าของงานประชาสัมพันธ์ที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ที่จะต้องพิสูจน์ถึงคุณค่าของการประชาสัมพันธ์ด้วยหลักฐานที่ชัดเจนว่าการดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้น มีการบรรลุเป้าหมาย ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จึงต้องแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ ด้วยวิธีการวัดที่น่าเชื่อถือที่ยืนยันได้ถึงคุณค่าที่องค์กรต้องจัดสรรค่าใช้จ่ายให้กับการประชาสัมพันธ์ จากนิยามข้างต้นสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่าการประเมินผลเพื่อการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญสำหรับกระบวนการประชาสัมพันธ์

สำหรับนักประชาสัมพันธ์ และการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ควรมีขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การประเมินผล คือ กระบวนการที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับทุกกิจกรรม และทุกขั้นตอนในกระบวนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ และมักเป็นจุดเริ่มต้นของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ครั้งต่อไป (Lattimore et al., 2004: 157) การประเมินแผนกลยุทธ์ก่อนการปฏิบัติงานตามแผนทำให้ผู้บริหารแผน และผู้ปฏิบัติงานเกิดความมั่นใจว่าวัตถุประสงค์กระบวนการปฏิบัติงานและองค์ประกอบต่าง ๆ ของแผนมีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในขณะนำแผนไปปฏิบัติ
2. การประเมินผล ขณะปฏิบัติงานตามแผน หรือการติดตามผลการปฏิบัติงาน ทำให้ทราบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร ความก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน ตามแผนความเหมาะสมในการใช้ทรัพยากร ตลอดจนปัญหา และอุปสรรคในการปฏิบัติงานซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญในการปรับแผนวิธีการปฏิบัติงาน และเป็นโอกาสในการปรับปรุงคุณภาพ
3. การประเมินผลเมื่อสิ้นสุดการปฏิบัติงานตามแผน ทำให้ทราบประสิทธิผลของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ระดับความสอดคล้องระหว่างผลลัพธ์จากการปฏิบัติงานกับเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแผนกลยุทธ์ รวมทั้งคุณค่าของผลลัพธ์เมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่าย
4. การประเมินผลทำให้ผู้บริหารแผน และผู้ปฏิบัติงานได้รับข้อมูลซึ่งเป็นประโยชน์สำหรับการวางแผน และการปฏิบัติงานในอนาคต
5. การประเมินผลทำให้ผู้บริหารบุคลากร และหน่วยงานอื่นภายในองค์กร เข้าใจ และตระหนักถึงคุณค่าของการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อองค์กร ซึ่งจะส่งผลต่อการยอมรับการให้ความร่วมมือและการสนับสนุนด้านงบประมาณจากองค์กร

6. การประเมินผลทำให้นักประชาสัมพันธ์ตระหนัก และมีจิตสำนึกในการปฏิบัติงานที่มุ่งเน้นคุณภาพตลอดจนภาวะความรับผิดชอบของตน และหน่วยงานประชาสัมพันธ์ และกระทำร่วมกับหน่วยงานอื่นในองค์กร เพื่อนำพหุองค์การสู่วิสัยทัศน์ พันธกิจเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่กำหนด ดังจะเห็นได้ว่าการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ เป็นกระบวนการศึกษาหาความรู้อย่างเป็นระบบ โดยนำความรู้ด้านการวิจัยมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติสรุปผล และรายงานผล ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ มีความเกี่ยวข้องกันเป็นกระบวนการ ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดการ ประเมินผล หรือเรียกว่า การวิจัยเพื่อการประเมินผล (evaluation research) ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ สรุปได้ ดังนี้
7. การสร้างข้อตกลงร่วมกันในเรื่องการประเมินผล โดยใช้การวิจัยเป็นพื้นฐานในการปฏิบัติงาน และประเมินผลการประชาสัมพันธ์ การกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนของการประเมินผล และวัตถุประสงค์ที่เป็นลายลักษณ์อักษร การกำหนดผลลัพธ์ที่ชัดเจน เพื่อกำหนดรูปแบบการประเมินผล กระบวนการที่เกิดจากกระบวนการประชาสัมพันธ์ และการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์อย่างไร
8. การกำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เหมาะสม และการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ครบถ้วน โดยพิจารณาจากคำถาม และวัตถุประสงค์ในการประเมินผลเกณฑ์ การประเมินผลผลลัพธ์ที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
9. รายงานผลการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริหารองค์กรทราบ รวมทั้งนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินผลไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงการปฏิบัติงาน และนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาองค์ความรู้ในวิชาชีพด้วยวิธีการต่าง ๆ อาทิ การนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในวิชาชีพ หรือการแลกเปลี่ยนความรู้กับองค์กรอื่น ๆ เป็นต้น (Macnamara, 1992) ได้นำเสนอแบบจำลองการประเมินผลแบบมหภาค (Macnamara's macro model of evaluation) ซึ่งแบบจำลองนี้ แสดงให้เห็นแนวทางการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ โดยบูรณาการวิธีการประเมินผลอย่างเป็นทางการ และไม่เป็นทางการเข้าไว้ด้วยกัน แล้วนำเสนอในรูปปารามิตซึ่งประกอบด้วย แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ที่ประกอบด้วย 3 ระดับคือการประเมินปัจจัยนำเข้า (inputs) การประเมินผลผลิต (outputs) และการประเมินผลลัพธ์(outcomes) ซึ่งต่างมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการประเมินผล และวิธีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ในแต่ละระดับ

โดยกระบวนการ (process) หมายถึง ปรัชญาการณที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา หรือหมายถึงการกระทำใด ๆ ก็ตามที่อยู่ต่อเนื่องกัน กระบวนการแสดงถึงสภาพการเคลื่อนไหว การดำเนินต่อไปมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาอย่างต่อเนื่อง ไม่หยุดอยู่กับที่ มีการเคลื่อนไหวองค์ประกอบต่าง ๆ มีกิริยาสัมพันธ์กัน และมีผลกระทบซึ่งกันและกัน (ปรมะ สตะเวทิน,



2546: 43-44) กล่าวถึง กระบวนการ ว่าเป็นขั้นตอนการดำเนินงาน หรือกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อบรรลุ เป้าหมายที่ต้องการ เมื่อนำเอาคำว่า “กระบวนการ” มาใช้กับคำว่า “การประชาสัมพันธ์” จึง หมายถึง การลำดับขั้นตอน การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อให้งานประชาสัมพันธ์นั้นเป็นไปตาม เป้าหมายที่ต้องการ การดำเนินงานประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการของการกระทำ เพื่อการ เปลี่ยนแปลงอันมุ่งผลลัพธ์ที่ดีต่อองค์กร หน่วยงาน สถาบัน ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้บรรลุ วัตถุประสงค์ เป้าหมายจะต้องมีการวางแผน และกระบวนการต่าง ๆ ตามขั้นตอนที่แน่นอน ซึ่งมี วิธีการดำเนินงานประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ 4 ขั้นตอนที่ต้องเนื่องกัน ดังต่อไปนี้

### 1. การวิจัย

การวิจัยเป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เป็นการหาข้อมูล ข้อเท็จจริงที่ องค์กรกำลังเผชิญอยู่ เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์เชิงบวก และเชิงลบที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรใน เรื่องของความ รู้ความคิดเห็น ทักษะคติ และพฤติกรรมที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากนโยบาย และการ ดำเนินงานขององค์กร อาจพบได้โดยการศึกษาข้อเท็จจริงจาก วิธีการติดตามข่าวสารทางสื่อมวลชน การวิจัยเพื่อสำรวจทัศนคติของประชาชน ขั้นตอนนี้เป็นการพิจารณาว่า “องค์กรกำลังประสบปัญหา ใดอยู่หรือไม่ อย่างไร?”

### 2. การวางแผนและกำหนดแผนงานการปฏิบัติ

ขั้นตอนนี้เป็นการนำผลการสำรวจมาประกอบการตัดสินใจ วางแผน โดยการกำหนด เป้าหมายของแผนงาน และโครงการประชาสัมพันธ์ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของแผนงาน การ กำหนดวัตถุประสงค์ที่องค์กรต้องการให้เกิดขึ้น การกำหนดการใช้สื่อ และกิจกรรมเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการกำหนดงบประมาณตลอดจน การกำหนดวิธีการติดตาม และประเมินผล งานการประชาสัมพันธ์เป็นขั้นตอนนี้ที่จะพิจารณาว่า "องค์กร ควรจะทำอะไร และทำเพื่ออะไร"

### 3. การปฏิบัติการ และการสื่อสาร

ขั้นตอนนี้เป็นการกำหนดแผนปฏิบัติการด้านการสื่อสาร และกิจกรรมพิเศษ ในเรื่องของ ผู้รับผิดชอบ และตารางเวลาการปฏิบัติงาน รวมทั้งการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร และกิจกรรมเพื่อ การประชาสัมพันธ์ ทั้งในด้านแนวคิดการสื่อสาร เนื้อหา การนำเสนอสาร การกำหนดระยะเวลาที่จะ ใช้สื่อ และกิจกรรม กลวิธีที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์ต่อวัตถุประสงค์แต่ละกลุ่มเป้าหมายของ แผนงาน ขั้นตอนนี้เป็นการพิจารณาว่า “องค์กรจะทำอย่างไร และพูดอย่างไร?”

#### 4. การประเมินผลการปฏิบัติงาน

ขั้นตอนนี้เป็น การติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานตามแผนที่วางไว้ การประเมินผลเป็นการนำผลการประเมินไปปรับปรุงระหว่าง การดำเนินงาน และการรายงานผลการประเมินต่อผู้บริหาร ในขั้นตอนนี้นักประชาสัมพันธ์สามารถปรับบางสิ่งบางอย่างของแผนงาน และดำเนินการต่อเนื่องกันไป หรืออาจจะจับแผนการดำเนินงานทั้งหมด เมื่อทราบว่า “องค์กรได้ทำอะไรไปแล้วบ้าง?”

หากพิจารณากระบวนการการประชาสัมพันธ์ทั้ง 4 ขั้นตอน จะพบว่าในทุกขั้นตอนเกี่ยวข้องกับการสร้างภาพลักษณ์ นักประชาสัมพันธ์จะต้องตระหนักขีดถึงงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะต้องดำเนินไปตามกระบวนการเพื่อบรรลุเป้าหมายทางการประชาสัมพันธ์ มุ่งสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกเป็นสิ่งสำคัญ กล่าวคือ เมื่อนักประชาสัมพันธ์ได้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับองค์กร ใครเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญ และข้อมูลอื่น ๆ ที่จำเป็น (Hendrix and Hayes, 2007)

ขั้นตอนที่ 1 นำข้อมูลเหล่านี้มาใช้ในการกำหนดนโยบายว่า ควรจะสร้างภาพลักษณ์ด้วยการประชาสัมพันธ์ในแนวทางใด จากนั้นก็จะเริ่มวางแผนโครงการต่าง ๆ อาทิ ควรมีโครงการ หรือกิจกรรมอะไรบ้าง

ขั้นตอนที่ 2 เมื่อมีแผนงานประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับนโยบายที่กำหนดไว้แล้ว นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการโดยใช้เครื่องมือ และเทคนิคการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายภายใน หรือภายนอกองค์กร

ขั้นตอนที่ 3 เมื่อปฏิบัติการการสื่อสารต่าง ๆ ครบตามแผนที่วางไว้ นักประชาสัมพันธ์จะต้องประเมินผลโครงการ หรือกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ว่าได้ผลเช่นไร บรรลุเป้าหมายตามนโยบาย และแผนการหรือไม่ มีข้อผิดพลาด หรือขาดเหลืออะไรบ้าง

ขั้นตอนที่ 4 ผลของการประเมินนี้จะได้นำมาเป็นข้อมูล (ขั้นตอนที่ 1 ครั้งที่ 2) ของการกำหนดนโยบาย และการวางแผนงานประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ (ขั้นตอนที่ 2 ครั้งที่ 2) ต่อไป กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ดังกล่าว จะเป็นการดำเนินงานทั้งในภาวะปกติ หรือในภาวะวิกฤติ ทั้งนี้เพราะการประชาสัมพันธ์ เป็นการทำงานที่ต่อเนื่อง และหวังผลระยะยาว

### กระบวนการ และขั้นตอนในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

การหาข้อมูล	การวางแผน	การสื่อสาร	การประเมินผล
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ภูมิหลัง</li> <li>- ปัญหา</li> <li>- ฯลฯ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป้าหมาย</li> <li>- ทางเลือก</li> <li>- ผลดี ผลเสีย</li> <li>- ผลที่ติดตามมา</li> <li>- การตัดสินใจ</li> <li>- การใช้สื่อ</li> <li>- การกำหนดสื่อ</li> <li>- การกำหนดงบประมาณ</li> <li>- การพิจารณาอนุมัติ</li> <li>- การเสนอพิจารณา</li> <li>- การให้ความสนับสนุน</li> <li>- การมีส่วนร่วม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จังหวะเวลา</li> <li>- การยืดหยุ่น</li> <li>- การติดตามผล</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ปฏิบัติการตอบสนอง</li> <li>- การพิจารณาทบทวน</li> <li>- การแก้ไขปรับปรุง</li> </ul>

ภาพที่ 1 กระบวนการ และขั้นตอนในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์  
ที่มา วิรัช ลภีรัตนกุล (2549: 217)

การกล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจในกิจการต่าง ๆ ของทางราชการให้แก่ประชาชน ซึ่งบทบาทของการประสานสัมพันธ์มีความสำคัญมากที่จะช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน ขณะเดียวกันการประชาสัมพันธ์เปรียบเหมือนประตูที่เปิดรับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อหน่วยงานนั้น ๆ ซึ่งบทบาทของการประสานสัมพันธ์มีความสำคัญมากที่จะช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน ขณะเดียวกันการประชาสัมพันธ์เปรียบเหมือนประตูที่เปิดรับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน เพราะการประชาสัมพันธ์ตั้งแต่อดีตปัจจุบัน สามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะคือ การประชาสัมพันธ์ เป็นเพียงแค่การเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจและข่าวสารต่าง ๆ ของสถาบันไปสู่ประชาชน หรืออาจสรุปได้ว่า เป็นการสื่อสารทางเดียวซึ่งจะทำให้ประชาชนได้รับทราบ มีความรู้ ความเข้าใจ ให้เกิดความศรัทธา แต่ในปัจจุบันบทบาทของการประชาสัมพันธ์ได้เปลี่ยนแปลงไป นอกจากจะมีความหมายความสำคัญในการส่งเสริม และเกิดการสนับสนุนด้านการตลาด การขาย แล้วยังมีความสัมพันธ์กับการโฆษณา การสร้างรักษา และแก้ไขภาพลักษณ์ให้แก่สถาบัน ให้กับประชาชนได้เข้าใจอย่างถูกต้องเหมาะสม มีความรู้ความคิดเห็นตามความต้องการของความคิดเห็น ความต้องการประชาสัมพันธ์ ที่มีลักษณะการสื่อสารแบบการสื่อสาร

สองทาง (two-way communication) ที่สมบูรณ์มากขึ้น ซึ่งสามารถ แบ่งเป็น 4 ประเด็น การ  
 ประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การวิจัยการ-รับฟัง (research-listening) การวางแผน-การตัดสินใจ  
 (planning-decision making) การสื่อสาร-ลงมือปฏิบัติ (communication-action) การประเมินผล  
 (evaluation) สอดคล้องกับ (เสกสรร สายสีต, 2549) ให้ความหมาย การประชาสัมพันธ์ว่าเป็นการ  
 ติดต่อสื่อสาร เพื่อให้มีประสิทธิภาพให้ได้รับความรับรู้ ความเข้าใจ ระหว่าง เจ้าของสินค้าด้านการ  
 บริการ และกลุ่มเป้าหมาย จะต้องมีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องตามแผนการที่วางไว้ เพื่อเสริมความ  
 น่าเชื่อถือ ศรัทธาในบุคคล และสถาบัน ซึ่งการประชาสัมพันธ์อาจแบ่งออกเป็นหลายประเภท เช่น  
 การประชาสัมพันธ์โรงเรียน การประชาสัมพันธ์โรงพยาบาล การประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล เป็นต้น  
 กระบวนการประชาสัมพันธ์ประกอบไปด้วยกระบวนการ 4 ประการ คือ การค้นคว้าหาข้อมูล (Fact-  
 finding) การวางแผน (planning) การสื่อสาร (communication) การติดตาม และประเมินผล  
 (evaluation) ที่ใช้การสื่อสารไม่ว่าจะเป็นธุรกิจเอกชน หรือแม้แต่ในงานของรัฐ ได้แก่ การโฆษณา  
 และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งจำเป็นที่จะต้องได้เรียนรู้ และให้ความเข้าใจในรูปแบบการติดต่อสื่อสาร  
 ตามกระบวนการประชาสัมพันธ์

อภิวิช พุกสวัสดิ์ (2556) กล่าวว่า การวางแผนการประชาสัมพันธ์ คือการนำเอาข้อมูลจาก  
 การวิจัย มาวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ตามขั้นตอน โดยการกำหนด  
 เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ เพื่อการวางแผนของงานทุกชนิด จะต้องมีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน  
 นอกจากนี้ต้องวิเคราะห์สาธารณชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดเลือกการ  
 ปฏิบัติ หลังจากนั้น ต้องเลือกรูปแบบ วิธีการเนื้อหา และสื่อที่เหมาะสม ที่จะเป็นเครื่องมือในการ  
 ประชาสัมพันธ์ และทำให้บรรลุตาม วัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งในการปฏิบัติงาน การ  
 สร้างแผนนั้นเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน จะต้องนำผลมาวิเคราะห์ วัตถุประสงค์สื่อและ  
 เครื่องมือตลอดจนข้อมูล ต่าง ๆ นอกจากนี้ อภิวิช พุกสวัสดิ์ (2556) ยังได้กล่าวถึงกระบวนการ  
 ประสานสัมพันธ์ว่า มีความสำคัญต่อองค์กรหน่วยงาน สถาบันการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ จะต้องอาศัย  
 การประสานสัมพันธ์เป็นหลัก เพื่อส่งข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ หรือถ่ายทอดความรู้ เนื้อหา สาร  
 ความรู้สึก ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นเพื่อให้เข้าใจถูกต้องถึงการประชาสัมพันธ์มีกระบวนการทำให้มี  
 ความเข้าใจในเรื่องกระบวนการประชาสัมพันธ์มากขึ้นแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวิจัย
2. การวางแผน
3. การปฏิบัติกิจการ
4. การประเมินผล

กระบวนการประชาสัมพันธ์ออกเป็น 4 กระบวนการคือ การวิจัย การกระทำ การสื่อสาร และการประเมินผล (Cutlip and Center, 1994) ซึ่งการวิจัยนั้นอาจหมายถึง เป็นการรวบรวมข้อมูลหรือข้อเท็จจริงที่มีอยู่ เพื่อเป็นการเรียนรู้ว่าสถานภาพของหน่วยงานนั้นว่าสมควรทำการประชาสัมพันธ์อย่างไร เป็นการรวบรวมข้อมูลว่าต้องทำด้วยวิธีใดให้ได้มา เพื่อข้อมูลที่ถูกต้องมีข้อเท็จจริง ค่าเที่ยงตรง และเชื่อถือได้ ซึ่งจะนำไปสู่การวางแผน และขั้นตอนของกระบวนการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้พนักงานประชาสัมพันธ์มีความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ที่จะดำเนิน และสามารถกำหนดวิธีปฏิบัติงาน กิจกรรม ให้สอดคล้องอย่างต่อเนื่อง หลังจากนั้นเป็นการสื่อสารที่สามารถกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ที่แน่นอนชัดเจน เพื่อให้เป็นที่ยอมรับในบทบาทของบุคคลที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจจะสื่อสารด้วยภาพ และประเภทของสื่อต่าง ๆ ที่มีอยู่ เช่น สื่อมวลชน สื่อต่าง ๆ ของหน่วยงาน เป็นต้น หลังจากทำครบทั้ง 3 กระบวนการแล้วถึงขั้นตอนสุดท้าย คือ การประเมิน เพื่อที่จะทราบถึง การกระทำที่เกิดขึ้นที่เป็นการเผยแพร่ไปแล้ว และค้นหาข้อบกพร่อง สำหรับการประชาสัมพันธ์ คือ กิจกรรมนั้น ๆ มีผลต่อความคิดเห็นของประชาชนอย่างไร มีความน่าสนใจเท่าไร มีปฏิกิริยาตอบโต้หรือไม่ ภาพลักษณ์ของงานจะดีขึ้นหรือไม่ ซึ่งหากต้องการคำตอบได้ทำการประเมินสิ่งเหล่านี้ เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการของการทำงาน และรับรู้ว่าการประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด

จากกระบวนการประชาสัมพันธ์ทั้ง 4 ขั้นตอน จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า ลักษณะสำคัญของการประชาสัมพันธ์ คือ การสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) ซึ่งจะพบได้จากการให้ความสำคัญแก่ขั้นตอนที่ 1 คือ การวิจัย ดังนั้นเมื่อนักประชาสัมพันธ์จะลงมือปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จึงควรต้องมีความรอบคอบในการวางแผน กำหนดไว้ล่วงหน้าเสมอว่าต้องการให้ใครรับรู้ภาพลักษณ์ และจะใช้กลยุทธ์ และกลวิธีใดในการสื่อสารให้ประสบความสำเร็จ และจากความหมายของการประชาสัมพันธ์ที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้นจะเห็นได้ว่า ความหมายของการประสานสัมพันธ์มีความแตกต่างกันแต่ก็สามารถสรุปความหมายได้ 4 ประเด็น ตามตาราง ดังนี้

การดำเนินงานการประชาสัมพันธ์				
นักวิชาการ	การวิจัย	การวางแผน	การสื่อสาร	การประเมินผล
พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2551)	✓		✓	✓
เสกสรร สายสีสอด (2549)		✓	✓	
อภิรัช พุกสวัสดิ์ (2556)	✓	✓		✓
Cutlip and Center (1994)	✓	✓	✓	✓
Hendrix and Hayes (2007)		✓	✓	✓



## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์

ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว และยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนที่มีต่อสื่อมวลชนไทย ผลการวิจัยพบว่า การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อมวลชน ถือว่ายังมีประสิทธิภาพสูง เพราะสื่อมวลชน ยังสามารถทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ได้ดี เป็นสื่อ ที่มีการกลั่นกรองข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ก่อนประชาสัมพันธ์ออกไป เป็นสื่อเดิมที่มีความน่าเชื่อถือทำให้เป็นที่ไว้วางใจ ของประชาชน และกลุ่มเป้าหมายความการประชาสัมพันธ์ได้ เพราะมีความรับผิดชอบ ในการสื่อข่าว สื่อมวลชนมีหน้าที่ในการหาข่าวสาร กลั่นกรองข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เป็นข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม สื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็นสื่อดั้งเดิม หรือสื่อใหม่ต่างก็มีเสรีภาพอันชอบธรรมในการรายงานข่าวสารเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมให้ผู้รับสารทราบ

อภิชาจ พุกสวัสดิ์ และกุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์ภายใต้ กระแสสื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า สื่อสมัยใหม่เป็นรูปแบบการสื่อสารที่เข้าถึง กลุ่มเป้าหมายทุกระดับในปัจจุบัน เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในงานประชาสัมพันธ์ และมีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีแนวโน้มว่าจะได้รับความนิยมสูงขึ้นในอนาคต ดังนั้น หลาย ๆ องค์กรมีการประยุกต์ใช้สื่อสมัยใหม่ ในงานประชาสัมพันธ์เพื่อช่วยส่งเสริมสื่อประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิมให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จากแบบเดิมให้กลายมาเป็นแบบใหม่ ด้วยการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งประเด็นเนื้อหาที่น่าสนใจ ตลอดจนรูปแบบของการเลือกใช้สื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่นำมาซึ่งชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และการสนับสนุนองค์กร

ธัญญกรณ์ รักษาคำ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพ และความคาดหวังที่มีต่อประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลคลองตำหรุ ผลการวิจัยพบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความโดดเด่นคือสื่อบุคคล ที่มีประสิทธิภาพสามารถเอาไปพัฒนาเป็นสื่อหลักในการประชาสัมพันธ์ได้ ซึ่งสามารถนำเอาข้อมูลต่าง ๆ ไปประชาสัมพันธ์ และนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพราะสามารถนำเอาข้อมูลต่าง ๆ ไปกระจายให้กับประชาชนได้อย่างง่ายดาย เพราะเป็นสื่อที่สามารถโต้ตอบกับประชาชนได้ ที่สามารถทำให้ประชาชนเกิดความประทับใจได้ ง่ายกว่าสื่อประเภทอื่น

จิราวรรณ ทองลิ้ม (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาแนวทางพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของคณะวิทยาศาสตร์การแพทย์มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ผลการวิจัยพบว่า การใส่ภาพสื่อ



ความหมาย กับเนื้อหาอยู่ในระดับปานกลาง รวมถึงมีการใช้ภาพเคลื่อนไหว ที่สอดคล้อง และการสื่อความหมายของเนื้อหาที่ชัดเจนอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน นั้นแสดงให้เห็นว่า การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ จะต้องมีการประกอบ ที่สวยงาม ดูสะอาดตา ประกอบในการประชาสัมพันธ์ เพื่อดึงดูดความสนใจในการอ่าน เข้าใจง่าย พร้อมกับมีระบบเพื่อใช้ สำหรับการค้นหาข่าวสารที่รวดเร็ว มีการปรับปรุง การพัฒนาบุคลากรอบรมให้ความรู้ ผู้ที่ทำงานด้านไอที ให้ปรับปรุงด้านที่บกพร่อง ให้ดีขึ้น

สุวิษา ทวีสุข และคณะ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง บทบาทของสื่อบุคคลต่อการสื่อสารเพื่อการจัดการทรัพยากรชายฝั่ง บ้านสามัคคี ตำบลบางขุนไทร อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ต้องอาศัยทักษะ และความรู้ต่าง ๆ ผ่านกระบวนการเรียนรู้ ด้วยการอ่านการสังเกต การใช้ภาษาที่ง่ายต่อการฟัง ไม่เป็นทางการจนเกินไป ให้คนอื่นได้โต้ตอบกับประเด็นปัญหาต่าง ๆ รวมไปถึงการรับฟังของผู้เข้าร่วม และนักประชาสัมพันธ์ต้องมีประสบการณ์ในการทำงาน ต้องมีไหวพริบ ในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และปัญหา อาจที่เกิดขึ้น ระหว่างการประชาสัมพันธ์

ภัทรภร รุจิระเศรษฐ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์ และอิทธิพลการบอกเล่าปากต่อปากที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภายในจังหวัดสิงห์บุรีของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับดีมากมีความรู้ความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับดีมาก ผลการบอกเล่าปากต่อปากของการท่องเที่ยวรวมอยู่ในระดับดีมาก ซึ่งผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า การประชาสัมพันธ์ในที่เกิดจากการบอกเล่าปากต่อปากมีผลต่อการตัดสินใจเชิงวัฒนธรรมภายในจังหวัดสิงห์บุรีของนักท่องเที่ยว

ติกาหลัง สุขกุล และฉวีพร โทวนิช (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ เพื่อการท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านเก่า จังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ โดยมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งกิจกรรมยามว่างส่วนใหญ่ใช้เวลาด้วยการท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ รองลงมา คือ เดินห้างสรรพสินค้า และเล่นอินเทอร์เน็ต ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่ รับทราบข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์มากกว่า 3 เดือน /ครั้ง ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อ ประชาสัมพันธ์คือแผ่นพับและสื่อบุคคล โดยส่วนใหญ่เข้าชมเพียง 1 ครั้ง นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ บ้านเก่า ในเรื่องความร่วมมือและความสะดวกสบายของลานจอดรถ

สายใจ ทันการ และคณะ (2558) ได้ศึกษาเรื่องการวิจัย และพัฒนาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวยังจังหวัดบุรีรัมย์ด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดบุรีรัมย์มีการออกแบบ และพัฒนาฐานข้อมูลระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จังหวัดบุรีรัมย์มีขั้นตอนการทำงาน คือ ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ประกอบไปด้วย ข้อมูล 2 ประเภท คือ ฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ และฐานข้อมูลเชิงบรรยาย การออกแบบ และพัฒนาฐานข้อมูลของระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์จึงจำเป็นต้องกระทำกับข้อมูลสองส่วน สำหรับฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวนิยมออกแบบ และจัดการในรูปแบบของข้อมูล โดยข้อมูลแต่ละจุดจะแทนตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ส่วนฐานข้อมูลเชิงบรรยายจะถูกจัดเก็บในรูปแบบของข้อมูลตาราง ซึ่งสามารถออกแบบให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ อาทิ ค่าพิกัดตำแหน่งของสถานที่ สถานที่ตั้ง ประวัติความเป็นมา รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง ฯลฯ และการแสดงข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์โดยทำงานผ่านระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์กระทำได้ 2 วิธี คือ การนำเสนอในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ และการนำเสนอในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สำหรับการนำเสนอในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์เป็นรูปแบบการนำเสนอแผนที่ที่นิยมใช้กันมาตั้งแต่อดีต แผนที่ที่นำเสนอในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์เป็นการแสดงผลแบบถาวร และสามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก ขณะที่การนำเสนอในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นการนำเสนอแผนที่ผ่านหน้าจอกอมพิวเตอร์ สามารถตอบโต้กับผู้ใช้งานได้ สามารถปรับแก้เนื้อหาได้สะดวก โดยเฉพาะแผนที่บนอินเทอร์เน็ตที่ได้รับการพัฒนาในปัจจุบัน ทำให้ผู้ใช้ทั่วไปสามารถเข้าถึงแผนที่ และใช้ประโยชน์ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

ณัฐชดา วัฒนาชัยผล (2560) ได้ศึกษาเรื่อง สื่อใหม่กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว ผลการวิจัยพบว่า ใช้สื่อสมัยใหม่ เพื่อการนำเสนอข่าวสาร ผ่านเทคโนโลยี สามารถทำได้ง่าย โดยผ่านอุปกรณ์ที่ทันสมัย เช่น โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน กล้องดิจิทัล แท็บเล็ต โดยการใช้งานผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ เช่น ยูทูป เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก อีเมล ที่สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารในมิติใหม่ มีความรวดเร็ว สดใหม่ มีคุณภาพ เทคโนโลยีเหล่านี้ ได้นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของการเรียนรู้ของมนุษย์ ที่นำมาใช้ให้สอดคล้องกับความต้องการคนปัจจุบัน

กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย (2560) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา: ชุมชนแกะสลักไม้บ้านหลุก ตำบลนาคร้วอำเภอมะทันหา จังหวัดลำปาง ผลการศึกษา พบว่า ชุมชนแกะสลักไม้บ้านหลุก มีสภาพทั่วไปที่อุดมสมบูรณ์ด้วย ทรัพยากรธรรมชาติ ความรู้ ภูมิปัญญาการแกะสลักไม้ที่งดงามเหมาะที่จะเป็นที่ยานำผลงาน

สินค้า การแกะสลักไม้ที่มีคุณภาพ และแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาการแกะสลักไม้ เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน เพราะมี สิ่งแวดล้อมที่งดงามทั้งแม่น้ำจาง วัดบ้านหลุก ลานแสดงสินค้าการแกะสลักไม้ ข้าวไม้ มุง และประชาชนใน ชุมชนมีความเป็นกันเอง และมีความรู้ ความสามารถแต่ยังขาดทักษะในเรื่อง การประชาสัมพันธ์และการตลาดมีความพร้อมในการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมการ ประชาสัมพันธ์ให้การท่องเที่ยวภายในชุมชนกลับมาคึกคักอีกครั้งแต่ควรมีการ สนับสนุนจากภาคส่วน ต่าง ๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ในการให้ความสำคัญของการท่องเที่ยว และผลิตสื่อ ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวยังชุมชน

รุ่งทิwa ชูทอง และนิธิพ ทองวาสนาส่ง (2561) ได้ศึกษาเรื่องระบบประชาสัมพันธ์ และ ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ตัวบ่งบอกสัญญาณ ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพของระบบ และคุณภาพ ของข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญรวมอยู่ในระดับดีมาก ด้านคุณภาพของข้อมูลอยู่ในระดับดีมาก ด้าน คุณภาพของระบบอยู่ในระดับดีมาก ในส่วนของผลการวิเคราะห์ข้อมูลนักท่องเที่ยวพบว่า ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร และผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวในการใช้ระบบประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวพบว่า คุณภาพของข้อมูล และการ รับรู้ประโยชน์ของการใช้งาน และการเรียนรู้ต่อการใช้งานโดยรวมอยู่ในระดับดี

เอกณรงค์ วรสีหะ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง วิเคราะห์พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อโฆษณาผ่านสื่อ สมัยใหม่ของประชาชน ผลการวิจัยพบว่า สื่อสมัยใหม่เป็นสื่อที่ตอบสนองความต้องการสารสนเทศได้ ตามความต้องการได้ง่าย รวดเร็ว พร้อมกับมีความสะดวกในการเปิดรับข้อมูลของผู้รับสารที่ง่ายต่อ การเข้าถึง เพราะสื่อใหม่มีการพัฒนามาจากสื่อเดิม เพื่อให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย พร้อมกับบรรจุ เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารได้อย่างเป็นระบบ มีการค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ง่าย ที่ส่งผลให้เกิด ความสำเร็จในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของการประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร ได้มาก

พัชรภา เอื้ออมรวนิช (2562) ได้ศึกษาเรื่อง สื่อมวลชนกับการดูแลกำกับตัวเอง ผลการวิจัย พบว่า การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน ผ่านรายการวิทยุ และรายการโทรทัศน์มีเนื้อหาสร้างสรรค์ มีการเสนอความรู้ด้านกฎหมาย สามารถเข้าถึงผู้ฟัง ได้ง่าย เพราะมีหลากหลายช่องทางให้เลือกรับชม โดยแนวทางการพัฒนาสื่อวิทยุสามารถเพิ่มความรู้ และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ได้รับการพัฒนาทั้ง ด้านรายการ สาระ รูปแบบรายการ พิธีกร โดยจัดให้มีการพัฒนาเนื้อหา ให้สอดคล้องกับ ความ ต้องการ มีการสนับสนุนให้ผู้ติดตามข่าวสารมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นแบบมีส่วนร่วม และมี

ข้อเสนอแนะปรับปรุงต่าง ๆ รวมทั้งมีงบประมาณในการพัฒนาบุคลากรเพื่อสนับสนุนการพัฒนาสื่อ เพื่อสร้างความตระหนักแก่สังคม

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

เมธาวี แก้วสนิท (2550) ได้ศึกษาเรื่อง การประเมินผลขั้นตอนที่ “มัก” ขาดในงาน ประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า นักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ มัก ไม่สามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ ให้ครบกระบวนการหรือขั้นตอนได้ โดยเฉพาะในขั้นตอนการประเมินผล ที่ทำเชื่อมโยงไปสู่ขั้นตอน การวิจัยหรือเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งจะมีผลต่อการวางแผน และการสื่อสารเพื่อให้มีประสิทธิภาพต่อไป โดยสาเหตุหลักๆ ของการประเมินผลที่ไม่มีประสิทธิผล ได้แก่ นักประชาสัมพันธ์ไม่ให้ความสนใจในการ ประเมินผล เพราะคิดว่าไม่สำคัญเป็นขั้นตอนที่เสียเวลา บางคนไม่เข้าใจในระบบขั้นตอนของงาน ประชาสัมพันธ์ เนื่องจากไม่ได้มีความรู้ หรือเรียนมาในศาสตร์นี้โดยตรง ทำให้งานประชาสัมพันธ์ มักจะขาดขั้นตอน การประเมินผล ส่งผลให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์ไม่มีระบบ ไม่มีคุณภาพ ทั้ง ๆ ที่การประเมินผลสามารถทำ ได้ง่าย ไม่ ซับซ้อน และสามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะกับลักษณะงาน ประชาสัมพันธ์ในแต่ละครั้ง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร

ประทุม ฤกษ์กลาง (2554) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้วิชาชีพประชาสัมพันธ์ของประชาชนในเขต กรุงเทพฯ และปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า การวิจัย มีส่วนช่วยการ ประชาสัมพันธ์ว่าทำให้รู้ข้อมูล เพื่อมาโฆษณาชวนเชื่อในการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง ใน การประชาสัมพันธ์ และสร้างภาพลักษณ์ ชื่อเสียงในทางที่ดีให้กับองค์กร ซึ่งปัจจุบัน มีการจัดทำสื่อ และกิจกรรมพิเศษ โครงการต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เพื่อเป็นการตอบแทนให้กับสังคม อันจะ เป็นการช่วย เผยแพร่สร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียงความเชื่อถือศรัทธาให้มากยิ่งขึ้น ด้วยการ ประชาสัมพันธ์

ณัฐนันท์ วงษ์ประเสริฐ (2557) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว งานประเพณีรับบัวของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารสามารถใช้ การสื่อสารได้อย่างชัดเจน มีความสอดคล้องกับเรื่องที่จะประชาสัมพันธ์ มีการกำหนดหัวข้อในการ ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้มีความเหมาะสม ของการแบ่งงานที่เหมาะสมของหน่วยงาน ภายใน และ ภายนอก กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงาน เช่น แม่ค้าชาวบ้านล้วนแล้วแต่มีส่วนร่วมในการจัดงาน โดยความเต็มใจ เพราะเห็นคุณค่าในตัวเองงานประเพณี และอยากนำเสนอออกต่อหรือประชาสัมพันธ์ ให้กับคนภายนอกรับรู้



นันทพร อติเรกโชติกุล (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้และความต้องการข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ :กรณีศึกษา อบต. มะเกลือใหม่ ต.มะเกลือใหม่ อ.สูงเนิน จ.นครราชสีมาผลการวิจัย พบว่า การวางแผน เผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่พบปัญหาความไม่ทั่วถึงของข่าวสาร และความเพียงพอของจุดให้บริการข่าวสาร สภาพการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ ยังขาดการวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ยังขาดความเข้าใจด้านการประชาสัมพันธ์ และทักษะด้านการสื่อสาร สื่อประชาสัมพันธ์ยังไม่ครอบคลุมพื้นที่ และขาดการประเมินผล

เมธาวี แก้วสนิท (2558) ได้ศึกษาเรื่อง จากวิจัยสู่การวางแผนการประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัย พบว่า การวิจัยในกระบวนการประชาสัมพันธ์นั้น คือการค้นคว้าหา ความจริง ผ่านการวิเคราะห์อย่าง มีหลักการ และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ สำหรับงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งการวิจัยมี ประโยชน์มากในการเป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ การวางแผน ตลอดจนการ ดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวคิดของ

พระมหากฤษดา นนทวงษ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์เพื่อสร้าง จิตสำนึกในการอนุรักษ์ศาสนาและวัฒนธรรม และ ภาพลักษณ์ของวัด ที่ส่งผลต่อค่านิยมในการ ท่องเที่ยวเชิงศาสนา และวัฒนธรรมของสาธุชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์เพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ศาสนา และวัฒนธรรม และ ภาพลักษณ์ของวัด ส่งผลต่อค่านิยมในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมของ สาธุชนในเขตบาง นา กรุงเทพมหานครโดย ภาพลักษณ์ของวัด ส่งผลต่อค่านิยมในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและ วัฒนธรรมของสาธุชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมาคือ การประชาสัมพันธ์ทาง ออนไลน์เพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ศาสนาและวัฒนธรรม ส่งผลต่อค่านิยมในการท่องเที่ยวเชิง ศาสนาและวัฒนธรรมของสาธุชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร เป็นลำดับถัดมา

ภัทรภร รุจิระเศรษฐ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์และอิทธิพลการบอกเล่าปาก ต่อปากที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในจังหวัดสิงห์บุรีของนักท่องเที่ยว ผล การศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการประชาสัมพันธ์โดยรวม อยู่ใน ระดับมาก มีความรู้ความเข้าใจที่ได้จากการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก และอิทธิพล การ บอกเล่าปากต่อปากของการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การประชาสัมพันธ์ และอิทธิพลการบอกเล่าปากต่อปากที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมภายในจังหวัดสิงห์บุรีของนักท่องเที่ยว

บุญตา วัฒนวานิชย์กุล และสุภาภรณ์ ศรีดี (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนายุทธศาสตร์การ สื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทางสายไหม กลุ่มจังหวัดนครชัย



บุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารการตลาดท่องเที่ยว ได้มีการส่งเสริม และพัฒนาด้านการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น ส่วนสถานการณ์การตลาด ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ใช้กลยุทธ์การวางแผนการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ มีการผสมผสานสื่อที่หลากหลาย ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สื่อที่ใช้ได้แก่ เคเบิลท้องถิ่น อินเทอร์เน็ต การจัดแสดงผลิตภัณฑ์ใหม่และคู่มือการท่องเที่ยว โดยมี การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ประกอบด้วย 1) การตรวจสอบแผนการตลาดเพื่อกำหนดทิศทางสำหรับกิจกรรมทางการตลาด 2) การวิเคราะห์สถานการณ์โปรแกรมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ มุ่งเน้นการพัฒนากลยุทธ์ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน และภายนอก 3) การวิเคราะห์กระบวนการสื่อสาร โดยมุ่งเน้นการตรวจสอบประสิทธิภาพกับกลุ่มเป้าหมาย 4) การกำหนดงบประมาณเพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ทางการสื่อสาร 5) การพัฒนาโปรแกรมการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรด้วยการกำหนดข้อความและกลยุทธ์การใช้สื่อ 6) การตรวจสอบ ประเมินผล และการควบคุม เพื่อให้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับปรับปรุงการดำเนินงาน และการวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

พงศธร ตั้งสะสม (2559) ได้ศึกษาเรื่องการออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตสำหรับนักท่องเที่ยวจีน โดยวิธีการศึกษาคือ ได้ทำการรวบรวม และทำการสำรวจข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ สังเกต และสร้าง แบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวจีนที่เคยท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต วิเคราะห์ โดยเชื่อมโยง ตามวัตถุประสงค์และประเด็นสำคัญของงานวิจัยผ่านการออกแบบ User Interface จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าการออกแบบ แอปพลิเคชัน โดยนำข้อมูลสำคัญจากการศึกษา พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีน พบว่านักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลการเดินทางที่ชัดเจนของเวลา และราคาจากระบบโดยสาร สาธารณะ ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว และรูปภาพจากสถานที่จริง ปัญหาความกังวลต่อความปลอดภัยในการท่องเที่ยว และวัฒนธรรม รวมถึงการศึกษารูปแบบของที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวจีนมาประกอบเป็นฟังก์ชัน และคุณลักษณะในงานออกแบบ

อำนาจ หังษา (2560) ได้ศึกษาเรื่องสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริม เพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่าคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยมีความพึงพอใจด้านเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงที่เสริมอยู่ในระดับดีมาก ความพึงพอใจในการออกแบบ และติดต่อของสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมอยู่ในระดับดีมาก และความพึงพอใจด้านแอปพลิเคชันสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมอยู่ในระดับดีมาก

ยุคลวธิ์ ภัคคัจฉกรวิฑูฒิ์ และเทิดชย ษวญบำรุง (2562) ได้ศีกษารื่อง ศักยภพชุมชนด้ำน การสงเสริมการตลาดการทอ้งเทียวกแ่หล่งทอ้งเทียวก โดยชุมชนในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาและพื้นที่ เชื่อมโยง ผลการวิจัยพบว่ การวางแผนการประเมินศักยภพการสงเสริมการตลาดการทอ้งเทียวกยังทำด้ ไม่ดีเท่าที่ควร โดยการสงเสริมการโฆษณายังมีศักยภพไม่พอ ทำให้เกิดข้อผิดพลาด และการประเมิน ต่าง ๆ ไม่ได้คุณภาพ ซึ่งทำให้ผลลัพธ์ของการปฏิบัติงาน ไม่สามารถเกิดความพอใจกับการสงเสริมการ ประชาสัมพันธ์

เพียงกมล เกิดสมศรี และปรีชา พันธุ์แน่น (2562) ได้ศีกษารื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ “ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น” ประเทศ ไทย ผลการวิจัยพบว่ การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ ต้องมีการสื่อสารที่ชัดเจนเรียบง่าย เมื่อสื่อสาร ออกไปยังกลุ่มต้องมีความน่าเชื่อถือ ข้อมูลข่าวสารที่น่าเสนอด้านเนื้อหา ต้องมีความสมอดันเสมอ ปลายกับการสื่อสาร มีความสละหม่าเสมอ มีความเข้มข้นของเนื้อหา มีการกำหนดเครื่องมือสื่อสารชั้น เชิงในการสื่อสาร มีความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม มีความความคิดสร้างสรรค์ มีการสร้าง ข้อมูลที่ดีเพื่อแข่งขันการสื่อสาร มีการสร้างความร่วมมือกับผู้ทรงอิทธิพลทางด้านความคิดเพื่อการ สื่อสารที่ถูกต้อง

ศิริประภา ประภากรเกียรติ (2562) ได้ศีกษารื่อง การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การ ทอ้งเทียวก โดยใช้แนวคิดชุมชนเป็นฐานผลการศีกษาพบว่ องค์ประกอบของข้อมูลการทอ้งเทียวก ประกอบด้วย 1) วิถีเกษตร อาชีพหลัก อาชีพเสริม 2) วิถีการทอ้งเทียวก มีความพร้อมในการรองรับ นักทอ้งเทียวก แต่ขาดสื่อประชาสัมพันธ์และ 3) วิถีชีวิตและวัฒนธรรม มีลักษณะชุมชนเข้มแข็ง และ อนุรักษ์วัฒนธรรมในชุมชน นอกจากนี้สื่อต้นแบบบ้านดอนโมงที่ผลิต คือ แผ่นพับแผนที่อินโฟกราฟิก แผนที่ การทอ้งเทียวก และวิดีโอประชาสัมพันธ์ 2 ตอน ผลการประเมินด้ำนคุณภาพสื่อจากกลุ่มผู้ให้ ข้อมูล โดยรวมอยู่ในระดับคุณภาพดีมาก

## ภาคสรุป

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็น การศึกษาเพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับ รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว อันเป็นแนวทาง ในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์ เพื่อปรับปรุงแนวทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้ว ให้ ดียิ่งขึ้นไป รวมไปถึงการปรับปรุงช่องทางการประชาสัมพันธ์ กระบวนการประชาสัมพันธ์ในด้าน ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาของพรรค และรัฐบาลลาว ให้มีความเหมาะสม ในการ ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งในระดับประเทศ และ ภูมิภาค ให้มีความทันสมัย เหมาะสมและก้าวหน้ายิ่งขึ้น

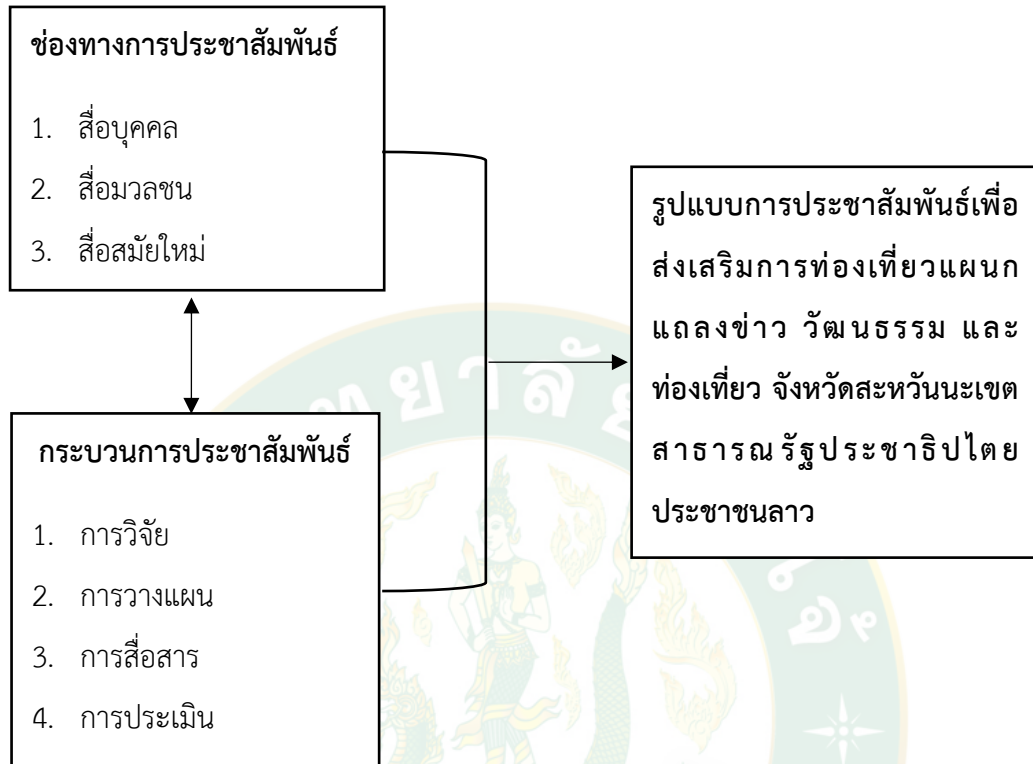
จากการทบทวนแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในงานวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทวันนะเขต สาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนลาว ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระคือ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา ตำแหน่งที่รับผิดชอบ รายได้ รวมไปถึง ช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ที่ใช้สื่อในการ ประชาสัมพันธ์ผ่าน 3 สื่อ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อสมัยใหม่ โดยที่ สื่อบุคคลประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ 1) การพูดสนทนา 2) การอภิปราย 3)การบรรยาย 4) การประชุม 5) การฝึกอบรม 6) การสัมมนา 7) การพูดในที่ชุมชน ในส่วนของสื่อมวลชนประกอบด้วย 3 สื่อ ได้แก่ 1) หนังสือพิมพ์ 2) โทรทัศน์ 3) วิทยุกระจายเสียง และสื่อสมัยใหม่ ประกอบด้วย 3 สื่อ ได้แก่ 1) เว็บไซต์ 2) ยูทูบ 3) เฟซบุ๊ก โดยครอบคลุม การกำหนดจุดมุ่งหมาย ความเข้าใจ การใช้คำพูด ความต่อเนื่อง ความ เหมาะสม การเปิดโอกาส เนื้อหา การเข้าถึง การนำเสนอ การสร้างความสนใจ การเจาะจง การให้ ความรู้ที่เกิด ประโยชน์ ความชัดเจน การเข้าถึงแหล่งข้อมูล การเลือก ความสะดวก ความเหมาะสม โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง เหล่านี้ มีความเชื่อมโยงกับกระบวนการประชาสัมพันธ์ ซึ่ง ประกอบไปด้วย 4 กระบวนการ ได้แก่ การวิจัย การวางแผน การสื่อสาร และการประเมินผล โดย 1.) การวิจัยเป็นการกำหนดปัญหา การรวบรวมข้อมูล โดยครอบคลุม ความเป็นมา การกำหนด ความหมาย ความเหมาะสม ความเป็นไป การตัดสินใจ การเปรียบเทียบ 2.) การวางแผน เป็นการ พิจารณา การดำเนินงาน โดยครอบคลุม การกำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดกลุ่ม การกำหนดหัว เรื่อง การกำหนดช่วงระยะเวลา การกำหนดสื่อ การกำหนดช่องทาง การกำหนดงบประมาณ การจัด จ้าง การผลิต การเผยแพร่ การรายงานผล 3.) การสื่อสาร เป็นการถ่ายทอด การรับรู้ข่าวสาร โดย ครอบคลุม การเลือกเทคนิค การใช้ภาษา การเลือกช่องทาง การรับสาร การเลือกการเปิดรับ การ

เลือกให้ความสนใจ การเลือกการรับรู้ และ 4.) การประเมินผล เป็นการประเมินผลก่อนการดำเนินงาน การประเมินผลระหว่างการดำเนินงาน การประเมินผลหลังการดำเนินงาน โดยครอบคลุม การศึกษา วิเคราะห์ ความเหมาะสม ผลตอบแทน การคาดคะเน ความสอดคล้อง การกำหนดเวลา การบรรลุเป้าหมาย การใช้ทรัพยากร ความพึงพอใจ การให้อิสระทางความคิด การเปรียบเทียบ

แนวคิดการประชาสัมพันธ์ เป็นการศึกษาลึกลงถึงความหมายสมประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ที่ ให้มาถึงความสำคัญสำหรับหน่วยงานองค์กรในการบอกกล่าวแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผ่านช่องทาง การสื่อสาร เช่น สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อสมัยใหม่ ที่จะเป็นช่องทางในการสื่อสารความเข้าใจ อย่างถูกต้อง ในแง่ของการทำงานด้านกระบวนการประชาสัมพันธ์ โดยผ่านขั้นตอนการวิจัย การวางแผน การสื่อสาร และ การประเมินผล ที่ผ่านการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานของ ตัวเอง ให้กับประชาชนภายนอกได้รับรู้เข้าใจอย่างถูกต้องเป็นการดำเนินงานอย่างมีแผนงาน เพื่อ สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างสาธารณชนจากหน่วยงาน เพื่อให้พนักงานที่เกี่ยวข้องได้มีการเข้าถึงสื่อ หรือ ช่องทางการประชาสัมพันธ์ และยอมรับ และมีการติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน โดยอาจใช้กระบวนการ ประชาสัมพันธ์ที่เป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ที่ทำงานอย่างมีระบบ และสร้างเนื้อหาเพื่อ สื่อสารกับบุคคลอื่น ๆ การสื่อสารทางธุรกิจ หรือการสื่อสารของหน่วยงานตลอดจนองค์กรต่าง ๆ รวมทั้งเป็นการเผยแพร่ในการประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกับสาธารณะ ปรับปรุง เพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในหน่วยงาน

จากแนวคิดและทฤษฎีที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น แสดงให้เห็นว่าแนวคิดมีความเชื่อมโยงกัน ระหว่างช่องทางการประชาสัมพันธ์กับกระบวนการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ หน่วยงาน เพื่อสื่อถึงปัจจัย และตัวแปรต่าง ๆ ก่อให้เกิดช่องทาง และกระบวนการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสระบุรีโดยเฉพาะตัวแปรที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ซึ่ง เป็นตัวแปรที่ควบคุมได้ และสามารถที่จะออกแบบเนื้อหาสาระในสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบการ ส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมที่จะเป็นพื้นฐานสำคัญแก่ผู้วิจัยมา เป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ที่ได้มาจากการศึกษาในครั้งนี้ที่สามารถใช้เป็น กรอบแนวความคิดในการทำความเข้าใจ และศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรีและ สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว

### กรอบแนวความคิดการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวความคิดการวิจัย



### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่ง การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยทำการศึกษาในพื้นที่ แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัด สทวันนะเขต โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ ข้าราชการที่สังกัดในหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### สถานที่ดำเนินการวิจัย

สถานที่ดำเนินการวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลง ข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว คือ แชนงท่องเที่ยว สถานีโทรทัศน์ จังหวัดสทวันนะเขต สถานีวิทยุกระจายเสียง จังหวัดสทวันนะเขต และหนังสือพิมพ์ สทวันพัฒนา ด้วยเหตุผลที่ว่าหน่วยงานเหล่านี้เป็นหน่วยงานท้องถิ่น ที่ทำหน้าที่ ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในจังหวัด และเป็นตัวแทนของรัฐบาลในการประสานงาน ร่วมมือ กับจังหวัดชายแดนในขอบเขตประเทศใกล้เคียง เพื่อส่งเสริม และสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว

#### ประชากร และกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย

##### ประชากร

ประชากรในการวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนกแถลง ข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัดสทวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว คือ ข้าราชการประจำปี 2562 มีทั้งหมด 76 คนแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มดังนี้ แชนงท่องเที่ยว 16 คน สถานีโทรทัศน์ จังหวัดสทวันนะเขต 22 คน สถานีวิทยุกระจายเสียง จังหวัดสทวันนะเขต 23 คน และหนังสือพิมพ์ สทวันพัฒนา 11 คน รวม 72 คน และอีก 4 คนคือ หัวหน้า รองหัวหน้าแผนกคน เพื่อตอบแบบสัมภาษณ์ (รายละเอียดแสดงในภาคผนวก) โดยการกำหนดกลุ่มประชากรในการวิจัย ครั้งนี้ ด้วยเหตุผลที่ว่า ทั้งสี่หน่วยงานต้องรับผิดชอบในการวางแผน การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริม

การท่องเที่ยวให้มีความสนใจในการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ โดยผู้วิจัยกำหนดเอากลุ่มประชากรทั้ง 76 คน เพื่อข้อมูลที่ละเอียด และความน่าเชื่อถือ

### ตัวแปร และการวัดตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนก แกลลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว คือ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และวุฒิการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดตัวชี้วัดต่าง ๆ ในการวิจัย ดังต่อไปนี้

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนก แกลลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว คือ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และวุฒิการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดตัวชี้วัดต่าง ๆ ในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. **เพศ** หมายถึง ผู้ชายหรือผู้หญิง ที่มีลักษณะแตกต่างกันของกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูล ในการวิจัย
2. **อายุ** หมายถึง ตัวเลขจำนวนปีของผู้ให้ข้อมูล
3. **วุฒิการศึกษา** หมายถึง การศึกษาสูงที่สุดของผู้ให้ข้อมูล
4. **ตำแหน่งงานที่รับผิดชอบ** หมายถึง การปฏิบัติงานที่รับผิดชอบอยู่ของผู้ให้ข้อมูล
5. **รายได้** หมายถึง ค่าตอบแทนจำนวนเงินสดที่ได้จากการทำงานของผู้ให้ข้อมูล โดยเฉลี่ยต่อเดือน
6. **ช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว** หมายถึง ช่องทางแผนกแกลลงข่าว วัฒนธรรมและท่องเที่ยว จังหวัดสทวันนะเขต ที่ใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่โดยที่สื่อบุคคลประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ 1) การพูดสนทนา 2) การอภิปราย 3) การบรรยาย 4) การประชุม 5) การฝึกอบรม 6) การสัมมนา และ 7) การพูดในที่ชุมชน ในส่วนของสื่อมวลชนประกอบด้วย 3 สื่อ ได้แก่ 1) หนังสือพิมพ์ 2) โทรทัศน์ และ 3) วิทยุกระจายเสียงและสื่อสมัยใหม่ ประกอบด้วย 3 สื่อ ได้แก่ 1) เว็บไซต์ 2) ยูทูบ และ 3) เฟซบุ๊ก
7. **กระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว** หมายถึง กระบวน แผนกแกลลงข่าว วัฒนธรรมและท่องเที่ยว จังหวัดสทวันนะเขตใช้เป็นกระบวนการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 1) การการวิจัย 2) การวางแผน 3) การสื่อสาร และ 4) การประเมินผล

8. **รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว** หมายถึง การกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ โดยประกอบด้วยข้อความ จากช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อสมัยใหม่ และกระบวนการประชาสัมพันธ์ ผ่านการวิจัย การวางแผน การสื่อสาร และการประเมินผล

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้น โดยมีการตรวจเอกสาร แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่มีได้ระบุไว้ตามวัตถุประสงค์ ประกอบด้วย คำถามปลายปิด (Close Ended Question) โดยแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างข้อความตามขอบเขตของเนื้อหา รวมไปถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยมีการแปลเป็นภาษาลาวและผ่านการตรวจจากผู้เชี่ยวชาญที่สามารถนำไปใช้เข้าในการเก็บข้อมูลได้ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. **การศึกษาช่องทางการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐ ประชาธิปไตย ประชาชนลาว**

**ขั้นตอนที่ 1** ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close Ended Question) โดยมีคำตอบเพียงคำตอบเดียว โดยเป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลของข้าราชการ ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิ การศึกษา ตำแหน่งงานที่ดำรงอยู่ และรายได้

**ขั้นตอนที่ 2** ผู้วิจัยใช้คำถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อสมัยใหม่ โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด (close-form) โดยมีคำตอบที่กำหนดไว้แล้ว และให้ผู้ตอบเลือกตอบข้อใดข้อหนึ่งที่ตรงกับความเป็นจริงของผู้ตอบ เพื่อทราบถึงข้อมูลของคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็น เกี่ยวกับประสิทธิภาพ ซึ่งแต่ละคำถามจะมีข้อย่อย ที่มีมาตรวัดแบบ Likert scale (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543: 107-108) ที่มีการให้คะแนนในระดับ 1-5 เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่มีรายละเอียด ดังนี้

ระดับคะแนน	ความคิดเห็น
5	คะแนน หมายถึง มีประสิทธิภาพ ในระดับมากที่สุด
4	คะแนน หมายถึง มีประสิทธิภาพ ในระดับมาก
3	คะแนน หมายถึง มีประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง
2	คะแนน หมายถึง มีประสิทธิภาพ ในระดับน้อย
1	คะแนน หมายถึง มีประสิทธิภาพ ในระดับน้อยที่สุด

หลังจากนั้น นำค่าคะแนนมาหาค่าเฉลี่ย โดยจัดเป็น 5 ช่วงคะแนน ซึ่งมีการใช้สูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$\frac{\text{Max-Min}}{N} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

แทนค่า Max = คะแนนสูงสุด  
 Min = คะแนนน้อยสุด  
 N = จำนวนตัวเลือก

จากนั้น นำผลการคำนวณข้างต้นมาแปรความหมายค่าเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์การตั้งคะแนนเป็นระดับได้ดังนี้

การวัดค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์รท่องเที่ยว

ค่าเฉลี่ย	4.21-5.00	=	มีประสิทธิภาพ ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41-4.20	=	มีประสิทธิภาพ ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61-3.40	=	มีประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81-2.60	=	มีประสิทธิภาพ ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.80	=	มีประสิทธิภาพ ในระดับน้อยที่สุด

## 2. การศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทวันนเขต สาธารณรัฐ ประชาธิปไตย ประชาชนลาว

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นระดับความคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพต่อกระบวนการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรมและท่องเที่ยว ได้แก่ การวิจัย การวางแผน การปฏิบัติการ การประเมินผล ซึ่งแต่ละคำถามจะมีข้อปลักย่อยที่มีมาตรวัดแบบ Likert scale ที่มีการให้คะแนนในระดับ 1-5 เพื่อให้ทราบถึงข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ระดับคะแนน	กระบวนการประชาสัมพันธ์
5	คะแนน หมายถึง มีประสิทธิภาพ ในระดับมากที่สุด
4	คะแนน หมายถึง มีประสิทธิภาพ ในระดับมาก
3	คะแนน หมายถึง มีประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง
2	คะแนน หมายถึง มีประสิทธิภาพ ในระดับน้อย
1	คะแนน หมายถึง มีประสิทธิภาพ ในระดับน้อยที่สุด

หลังจากนั้น นำค่าคะแนนมาหาค่าเฉลี่ย โดยจะจัดเป็น 5 ช่วงคะแนน ซึ่งมีการใช้สูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$\frac{\text{Max-Min}}{N} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

แทนค่า Max	=	คะแนนสูงสุด
Min	=	คะแนนน้อยสุด
N	=	จำนวนตัวเลือก

จากนั้น นำผลการคำนวณข้างต้นมาแปรความหมายค่าเฉลี่ยโดยมีเกณฑ์การตั้งคะแนนด้วยการวัดค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพต่อกระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเป็นระดับได้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21-5.00	=	มีประสิทธิภาพ ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41-4.20	=	มีประสิทธิภาพ ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61-3.40	=	มีประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81-2.60	=	มีประสิทธิภาพ ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00-1.80	=	มีประสิทธิภาพ ในระดับน้อยที่สุด



### 3. การกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัด สหัสวันนะเขต สาธารณรัฐ ประชาธิปไตย ประชาชนลาว

ผู้วิจัยได้นำเนิการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว ของหัวหน้า รองหัวหน้า 4 คน โดยผู้วิจัยจะมีแนวทางในการสัมภาษณ์ด้วยการติดต่อด่วน และเวลาจากเลขของแผนก และจะมีการรวบรวมเอกสารแบบสอบถาม เพื่อกำหนดรูปแบบประชาสัมพันธ์ และนำข้อมูลที่ได้มาทำแบบสัมภาษณ์ เพื่อมาทำการสรุปประเด็นทั้งหมด เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการเปรียบเทียบเหตุการณ์ และหารูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสหัสวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

#### การตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย

ในการเก็บ และรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสหัสวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีผู้วิจัยร่วมกับผู้ช่วยวิจัยจำนวน 4 คน โดยจะมีการพูดคุย สนทนา สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างตามแบบสอบถามที่สร้างขึ้น นอกจากนี้ยังได้ทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ( Content validity) ความเชื่อมั่น (Reliability) เพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการวัดสิ่งที่ต้องการศึกษา

การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content of validity) ผู้วิจัยจะสร้าง และกำหนดขอบเขตแบบฟอร์มสอบถามที่สร้างขึ้น และนำไปเสนอต่อกรรมการที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความถูกต้อง ตามเนื้อหาที่ต้องการวิจัยให้มีความชัดเจน มีความถูกต้องมากที่สุด ซึ่งใช้แบบประเมินที่มีค่า IOC (Index of Consistency) และนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยวตรวจสอบ 3 ท่านคือ 1) อาจารย์ ดร. วุฒิพงษ์ ฉั่วตระกูล 2) อาจารย์ ดร. ภัทรศรี อินทร์ขาว 3) อาจารย์ ดร. อภิญา สุพิชญ์ เพื่อตรวจสอบเนื้อหา และวัตถุประสงค์ทั้งหมดของการวิจัย โดยมีสูตรในการคำนวณดังนี้

สูตรคำนวณของ (Cronbach)

$$IOC = \frac{R}{N}$$

เมื่อ

IOC หมายถึง ค่าดัชนีความสอดคล้อง

R หมายถึง ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N หมายถึงจำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกข้อคำถาม ดังนี้

แทนค่า

$$IOC = \frac{96}{100} = 0.96$$

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากคณะกรรมการที่ปรึกษา และนำไปทดลองใช้ (try out) กับกลุ่มที่ไม่ได้เป็นกลุ่มประชากรในการเก็บข้อมูลที่แท้จริงจำนวน 30 คน คือ กลุ่มตัวอย่างบุคลากรหน่วยงาน ที่ไม่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ในแผนกแถลงข่าววัฒนธรรมและท่องเที่ยว ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จากนั้นนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$  Coefficient) ของ Kuder-Richardson (วีระพล ทองมา, 2543: 192) มีสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ \frac{1 - \sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

$\alpha$  คือ สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น

K คือ จำนวนคำถามในแบบทดสอบ

$S_i^2$  คือ ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

$S_t^2$  คือ ความแปรปรวนของคะแนนผู้ถูกทดสอบทั้งหมด

เมื่อการหาผลของค่าสัมประสิทธิ์ ( $\alpha$ ) ออกมาเกิน 0.70 ขึ้นไปจะถือได้ว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ที่เชื่อถือได้ (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์, 2545)

ผลการทดสอบ ความเชื่อมั่น ของแบบสอบถาม เกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขตรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient of Alpha) ของครอนบาค (Cronbach) คือ 0.93 ค่ะแนน

### วิธีการเก็บข้อมูล

ในการวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผู้วิจัยจึงใช้การสัมภาษณ์ผ่านทางระบบออนไลน์ โดยผ่านแอปพลิเคชัน (WhatsApp) เพื่อเก็บข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้รวบรวมวิธีการดำเนินการวิจัยในการเก็บข้อมูลด้วยตนเองตามขั้นตอน และกระบวนการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ จากเอกสารทั้งในระบบออนไลน์ และตำราที่เกี่ยวข้อง
2. ได้มีการทำเรื่องขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากคณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ไปยังแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อแจ้งรายละเอียดและข้อมูลในการทำวิจัย
3. ได้มีการดำเนินเก็บข้อมูลตามวัน และเวลาที่กำหนดไว้
4. นำข้อมูลที่ได้มารวบรวมทำการวิเคราะห์แปลความหมาย สรุปผล และรายงานผลการวิจัย

**หมายเหตุ :** เนื่องด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรน่า (Covid 19) ในการวิจัยเรื่องรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ทำให้มีความลำบากของการเดินทางข้ามประเทศเพื่อลงพื้นที่เก็บข้อมูล ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้การสัมภาษณ์ผ่านทางระบบออนไลน์โดยผ่านแอปพลิเคชัน (WhatsApp) เพราะประชาชนลาวร้อยละ 95 นิยมส่งข้อมูลผ่านทางแอปพลิเคชันนี้ เพื่อใช้พูดคุย สนทนา และแชร์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกช่องทางนี้ เพื่อเก็บข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมาย

### การวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สภาวัฒนธรรมประชาชนไทยประชาชนลาว ผู้วิจัยได้นำเอาข้อมูล จากแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ สำเร็จรูป ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งได้แบ่งออกเป็นลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

- 4. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis)** การวิเคราะห์ข้อมูลด้าน ประชากรศาสตร์ของจำนวนข้อมูลของข้าราชการ หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ผู้วิจัยใช้ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (percentage) ส่วน ช่องทางการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว และกระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ซึ่งได้มีการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง ค่าเฉลี่ย (Mean) ด้วยการวัดระดับความสำคัญโดยการประเมินค่าแบบ Likert Scale และส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
- 5. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis)** โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) นำข้อมูลที่ได้สัมภาษณ์มาทำการสรุปประเด็นทั้งหมด เพื่อนำข้อมูลที่ได้มา ทำการเปรียบเทียบเหตุการณ์ และเป็นการนำข้อมูลที่ได้มาไปเปรียบเทียบกับข้อมูลที่ได้จากการ เก็บแบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง เพื่อหาความสอดคล้องกับเนื้อหาที่มีความแตกต่างกัน และนำ ข้อมูลที่ได้มานำเสนอผลประกอบเรียงเรียงเพื่อเสนอแนวทาง และเพื่อกำหนดรูปแบบการ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สภาวัฒนธรรมประชาชนไทยประชาชนลาว

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย และวิจารณ์

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผู้วิจัย ได้ศึกษา จากเอกสาร และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ของการวิจัย ตลอดจน ได้มีการ สัมภาษณ์ พูดคุย กับ บุคลากร ผู้ที่ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ผ่านทางโทรศัพท์ เพื่อให้ทราบถึง ข้อมูลของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ในแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาช่องทางการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 2) เพื่อศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 3) เพื่อกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว นอกจากนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อหาวิเคราะห์ ช่องทางการประชาสัมพันธ์ กระบวนการประชาสัมพันธ์ และแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview) เพื่อหาวิเคราะห์ รูปแบบการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ได้มาถึง รูปแบบการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยมีเนื้อหาของการวิจัยตามวัตถุประสงค์ โดยผ่านการ นำเสนอผลการวิเคราะห์ ในรูปแบบตารางข้อมูลประกอบด้วยคำบรรยาย และเรียงลำดับตามขั้นตอน สามส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เพื่อศึกษาช่องทางการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ส่วนที่ 2 เพื่อศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ส่วนที่ 3 เพื่อกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว



## ส่วนที่ 1 การศึกษาช่องทางการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรีเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

### 1. ข้อมูลส่วนบุคคล

#### 1.1 เพศ

ผลการการวิจัยพบว่า บุคลากรผู้ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรีเขต ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 56.94 และเป็นเพศหญิงจำนวน 31 คนคิดเป็นร้อยละ 43.06

#### 1.2 อายุ

ผลการการวิจัยพบว่า บุคลากรผู้ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรีเขต ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 36-40 มี 28 คนคิดเป็นร้อยละ 38.89 รองลงมามากกว่า 40 ปี มี 16 คนคิดเป็นร้อยละ 22.22 อายุระหว่าง 31-35 ปี มี 14 คนคิดเป็นร้อยละ 19.44 อายุระหว่าง 26-30 ปี มี 9 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และน้อยที่สุดอายุ 21-25 ปี มี 5 คนคิดเป็นร้อยละ 6.94

#### 1.3 วุฒิการศึกษา

ผลการการวิจัยพบว่า บุคลากรผู้ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรีเขต ส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรีมี 53 คน คิดเป็นร้อยละ 73.61 รองลงมาคือต่ำกว่าปริญญาตรีมี 15 คน คิดเป็นร้อยละ 20.83 วุฒิการศึกษาปริญญาโทมี 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.17 และน้อยที่สุดมีวุฒิการศึกษาปริญญาเอกมี 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.39

#### 1.4 ตำแหน่งงานที่รับผิดชอบ

ผลการการวิจัยพบว่า บุคลากรผู้ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรีเขต ส่วนใหญ่คือ พนักงานทั่วไปมี 54 คิดเป็นร้อยละ 75.00 รองลงมา อำนวยการ มี 12 คนคิดเป็นร้อยละ 16.67 ขะแห่งการมี 6 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33

#### 1.5 รายได้

ผลการการวิจัยพบว่า บุคลากรผู้ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรีเขต ส่วนใหญ่มีรายได้ อยู่ที่ 5,000-10,000 บาท มี 49 คนคิดเป็นร้อยละ 68.06 รองลงมา 10,001-20,000 บาท มี 15 คน คิดเป็นร้อยละ 20.84 ต่ำกว่า 5,000 บาท มี 6 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และรายได้ อยู่ที่ 20,000 บาทมี 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.78 รายละเอียด ดังตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงผลจำนวน และค่าร้อยละของประชากร

ข้อมูลส่วนบุคคล	กลุ่มประชากร (N=72)	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	41	56.94
หญิง	31	43.06
อายุ		
21-25 ปี	5	6.94
26 - 30 ปี	9	12.50
31 - 35 ปี	14	19.44
36 - 40 ปี	28	38.89
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	16	22.22
วุฒิการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	15	20.83
ปริญญาตรี	53	73.61
ปริญญาโท	3	4.17
ปริญญาเอก	1	1.39
ตำแหน่งงานที่รับผิดชอบ		
พนักงานทั่วไป	54	75.00
อำนวยการ	12	16.67
ชะเนงการ	6	8.33
รายได้		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	6	8.33
5,000-10,000 บาท	49	68.06
10,001 20,000 บาท	15	20.83
สูงกว่า 20,000 บาท	2	2.78

2. ช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัด สหวัณนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ผลการการวิจัยด้านช่องทางการประชาสัมพันธ์ ได้นำเสนอ ระดับประสิทธิภาพต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสหวัณนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อสมัยใหม่ ผลการการวิจัย ช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรมและท่องเที่ยว จังหวัดสหวัณนะเขต ส่วนใหญ่ มีภาพรวมระดับประสิทธิภาพต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม3.38) โดยระดับประสิทธิภาพต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวด้านสื่อสมัยใหม่ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ระดับประสิทธิภาพต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวด้านสื่อบุคคล อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.45) และระดับประสิทธิภาพต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวด้านสื่อมวลชน อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.12) รายละเอียดดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานช่องทางการประชาสัมพันธ์

ช่องทาง การประชาสัมพันธ์	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
1. สื่อสมัยใหม่	3.57	0.39	มาก
2. สื่อบุคคล	3.45	0.32	มาก
3. สื่อมวลชน	3.12	0.36	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.38</b>	<b>0.32</b>	<b>ปานกลาง</b>

2.1. สื่อสมัยใหม่

ผลการการวิจัย จากผลการวิเคราะห์ สื่อสมัยใหม่ ช่องทางการประชาสัมพันธ์แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสหวัณนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม3.59) โดยด้าน เฟซบุ๊ก มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) ยูทูบ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) เว็บไซต์ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) รายละเอียดดังตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อสมัยใหม่

สื่อสมัยใหม่	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
1. เฟซบุ๊ก	3.67	0.46	มาก
2. ยูทูบ	3.55	0.49	มาก
3. เว็บไซต์	3.50	0.53	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.57</b>	<b>0.39</b>	<b>มาก</b>

## 2.1.1. เฟซบุ๊ก

ผลการการวิจัยจาก ผลการวิเคราะห์ สื่อสมัยใหม่ (เฟซบุ๊ก) ช่องทางการประชาสัมพันธ์ แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทรวงนเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม3.67 โดยด้าน การแสดงท่าทาง น้ำเสียง ความสามารถการถ่ายทอดของผู้นำเสนอข้อมูล ระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.82) ผู้ชมสามารถเลือกสถานที่ในการรับชมได้สะดวก มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.76) ความสามารถในการนำเสนอข้อมูลที่รวดเร็ว สดใหม่ ทันต่อเหตุการณ์ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.72) ผู้ชมสามารถเลือกช่องทางได้หลากหลายช่องทาง มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.61) แหล่งข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.60) การให้ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.58) ผู้ชมสามารถเลือกเวลาในการรับชม และรับชมย้อนหลังได้ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) รายละเอียดดังตาราง 5 ดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อสมัยใหม่ (เฟซบุ๊ก)

สื่อสมัยใหม่ (เฟซบุ๊ก)	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
1. การแสดงท่าทางน้ำเสียง ความสามารถการถ่ายทอดของ ผู้นำเสนอข้อมูล	3.82	0.88	มาก

ตารางที่ 5 (ต่อ)

สื่อสมัยใหม่ (เฟซบุ๊ก)	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
2. ความสามารถในการนำเสนอ ข้อมูลที่รวดเร็ว สดใหม่ ทันต่อ เหตุการณ์	3.76	1.00	มาก
3. ผู้ชมสามารถเลือกช่องทางได้ หลากหลายช่องทาง	3.72	1.01	มาก
4. แหล่งข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ	3.61	1.01	มาก
5. การให้ข้อมูลด้านแหล่ง ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	3.60	0.96	มาก
6. ผู้ชมสามารถเลือกเวลาในการ รับชม และรับชมย้อนหลังได้	3.58	0.99	มาก
รวม	3.67	0.49	มาก

## 2.1.2 ยูทูบ

ผลการการวิจัย จากผลการวิเคราะห์ สื่อสมัยใหม่ (ยูทูบ) ช่องทางการประชาสัมพันธ์แผนก  
แถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มี  
ระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม3.55) โดยด้าน ผู้ชมสามารถเลือกเวลาในการรับชม  
และรับชมย้อนหลังได้ ระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.71) แหล่งข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ  
มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.56) ผู้ชมสามารถเลือกช่องทางได้หลากหลายช่องทาง  
มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.56) ผู้ชมสามารถเลือกสถานที่ในการรับชมได้สะดวก มี  
ระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.54) ความสามารถในการนำเสนอข้อมูลที่รวดเร็ว สด  
ใหม่ ทันต่อเหตุการณ์ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.50) การแสดงท่าทาง น้ำเสียง  
ความสามารถการถ่ายทอดของ ยูทูบเบอร์ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.44)  
รายละเอียดดังตารางที่ 6 ดังนี้



ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อสมัยใหม่ (ยูทูป)

สื่อสมัยใหม่ (ยูทูป)	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
1. ผู้ชมสามารถเลือกสถานที่ในการ รับชมได้สะดวก	3.71	0.90	มาก
2. แหล่งข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ	3.56	1.01	มาก
3. ผู้ชมสามารถเลือกช่องทางได้ หลากหลายช่องทาง	3.56	1.07	มาก
4. ผู้ชมสามารถเลือกสถานที่ในการ รับชมได้สะดวก	3.54	0.96	มาก
5. ความสามารถในการนำเสนอ ข้อมูลที่รวดเร็ว สดใหม่ ทันต่อ เหตุการณ์	3.50	1.06	มาก
6. การแสดงท่าทาง น้ำเสียง ความสามารถการถ่ายทอดของ ยู ทูปเบอร์	3.44	0.93	มาก
รวม	3.55	0.49	มาก

### 2.1.3. เว็บไซต์

ผลการการวิจัย จากผลการวิเคราะห์ สื่อสมัยใหม่ (เว็บไซต์) ช่องทางการประชาสัมพันธ์  
แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรี เขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชน  
ลาว มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม3.50) โดยด้านการใช้ภาษาที่สุภาพ ถูกต้อง  
ตามหลักไวยากรณ์ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมาด้านเนื้อหาสาระมี  
คุณภาพ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) ด้านการนำเสนอข่าวมีความ  
ตรงไปตรงมา มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) ด้านเนื้อหาข่าวสารมีความทันสมัย  
มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.46) การนำเสนอภาพ เสียง วิดีโอ ที่สวยงาม สะดุดตา  
มีระดับประสิทธิภาพ ในระปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) รายละเอียดดังตาราง ที่ 7 ดังนี้

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อสมัยใหม่ (เว็บไซต์)

สื่อสมัยใหม่ (เว็บไซต์)	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
1. การใช้ภาษาที่สุภาพ ถูกต้อง ตามหลักไวยากรณ์	3.58	0.98	มาก
2. เนื้อหาสาระมีคุณภาพ	3.58	0.92	มาก
3. การนำเสนอข่าวมีความ ตรงไปตรงมา	3.50	1.02	มาก
4. เนื้อหาข่าวสารมีความทันสมัย	3.46	1.10	มาก
5. การนำเสนอภาพ เสียง วีดีโอ ที่สวยงาม สะดุดตา	3.38	0.98	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.50</b>	<b>0.53</b>	<b>มาก</b>

## 2.2. ผลรวมด้านสื่อบุคคล

ผลการวิจัย จากผลการวิเคราะห์ สื่อบุคคล ช่องทางการประชาสัมพันธ์แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร เขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับ ประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.46) โดยด้านการพูดสนทนา มีระดับประสิทธิภาพ ใน ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) การอภิปราย มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) การ บรรยาย มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.48) การประชุม มีระดับประสิทธิภาพ ใน ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.47) การฝึกอบรม มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.42) การพูดในที่ชุมชน มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) การสัมมนา ระดับ ประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36) รายละเอียดดังตารางที่ 8 ดังนี้

ตารางที่ 8 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อบุคคล

สื่อบุคคล	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
1. การพูดสนทนา	3.53	0.53	มาก
2. การอภิปราย	3.52	0.47	มาก
3. การบรรยาย	3.48	0.52	มาก
4. การประชุม	3.47	0.51	มาก
5. การฝึกอบรม	3.42	0.59	ปานกลาง
6. การพูดในที่ชุมชน	3.37	0.53	ปานกลาง
7. การสัมมนา	3.36	0.51	ปานกลาง
รวม	3.45	0.32	มาก

#### 2.2.1. การพูดสนทนา

ผลการวิจัย จากผลการวิเคราะห์ สื่อบุคคล (การพูดสนทนา) ช่องทางการประชาสัมพันธ์แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรีและเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม3.53) โดยด้าน ความเหมาะสมของการพูดสนทนา มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.67) การใช้คำพูดที่ กระชับในการพูดสนทนา มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.60) ความต่อเนื่องของการพูดสนทนา มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.57) การกำหนดจุดมุ่งหมายในการพูดสนทนา อย่างชัดเจน มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.47) การพูดสนทนาที่สามารถสร้างความเข้าใจ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.44) การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นการพูดสนทนา มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.42) รายละเอียดดัง ตารางที่ 9 ดังนี้

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อบุคคล (การพูดสนทนา)

สื่อบุคคล (การพูดสนทนา)	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
1. ความเหมาะสมของการพูดสนทนา	3.67	1.03	มาก
2. การใช้คำพูดที่กระชับในการพูดสนทนา	3.60	1.13	มาก
3. ความต่อเนื่องของการพูดสนทนา	3.57	0.96	มาก
4. การกำหนดจุดมุ่งหมายในการพูดสนทนา อย่างชัดเจน	3.47	1.05	มาก
5. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการพูดสนทนา	3.44	1.09	มาก
6. การพูดสนทนาที่สามารถสร้างความเข้าใจ	3.42	1.06	มาก
รวม	3.53	0.53	มาก

### 2.2.2. การอภิปราย

ผลการวิจัย จากผลการวิเคราะห์ สื่อบุคคล (การอภิปราย) ช่องทางการประชาสัมพันธ์ แบนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทวีนนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม3.52) โดยด้าน การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการอภิปราย มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.67) ความเหมาะสมของการอภิปราย มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.58) การอภิปรายที่สามารถสร้างความเข้าใจ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.53) ความต่อเนื่องของการอภิปราย มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.46) การใช้คำพูดที่กระชับในการอภิปราย มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.44) การกำหนดจุดมุ่งหมายในการอภิปราย อย่างชัดเจน มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.44) รายละเอียดดังตารางที่ 10 ดังนี้

ตารางที่ 10 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อบุคคล (การอภิปราย)

สื่อบุคคล (การอภิปราย)	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
1. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดง ความคิดเห็นในการอภิปราย	3.67	1.09	มาก
2. ความเหมาะสมของการ อภิปราย	3.58	0.98	มาก
3. การอภิปรายที่สามารถสร้าง ความเข้าใจ	3.53	0.99	มาก
4. ความต่อเนื่องของการอภิปราย	3.46	1.02	มาก
5. การใช้คำพูดที่กระชับในการ อภิปราย	3.44	1.03	มาก
6. การกำหนดจุดมุ่งหมายในการ อภิปราย อย่างชัดเจน	3.44	1.06	มาก
รวม	3.52	0.47	มาก

### 2.2.3. การบรรยาย

ผลการวิจัย จากผลการวิเคราะห์ สื่อบุคคล (การบรรยาย) ช่องทางการประชาสัมพันธ์ แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทรวงนเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม3.48) โดยด้าน ความเหมาะสมของการบรรยาย มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.54) ความต่อเนื่องของการบรรยาย มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.53) การกำหนดจุดมุ่งหมายในการบรรยาย อย่างชัดเจน มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.50) การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการบรรยาย มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.50) การใช้คำพูดที่กระชับในการบรรยาย มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย3.35) รายละเอียดดังตารางที่ 11 ดังนี้



ตารางที่ 11 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อบุคคล (การบรรยาย)

สื่อบุคคล (การบรรยาย)	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
1. ความเหมาะสมของการบรรยาย	3.54	0.99	มาก
2. ความต่อเนื่องของการบรรยาย	3.53	0.99	มาก
3. การกำหนดจุดมุ่งหมายในการบรรยาย อย่างชัดเจน	3.50	0.98	มาก
4. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการบรรยาย	3.50	1.07	มาก
5. การใช้คำพูดที่กระชับในการบรรยาย	3.35	1.12	ปานกลาง
รวม	3.48	0.52	มาก

#### 2.2.4. การประชุม

ผลการวิจัย จากผลการวิเคราะห์ สื่อบุคคล (การประชุม) ช่องทางการประชาสัมพันธ์ แพนกแกลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระแก้ว เขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม3.47) โดยด้าน การกำหนดจุดมุ่งหมายของการประชุม อย่างชัดเจน มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.63) การประชุมที่สามารถสร้างความเข้าใจมีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.49) การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการประชุม มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.49) ความต่อเนื่องของการประชุม มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.47) ความเหมาะสมของการประชุม มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย3.36) การใช้คำพูดที่กระชับในการประชุม ประชุม มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย3.36) รายละเอียดดังตารางที่ 12 ดังนี้

ตารางที่ 12 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อบุคคล (การประชุม)

สื่อบุคคล (การประชุม)	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
1. การกำหนดจุดมุ่งหมายของการประชุม อย่างชัดเจน	3.63	0.98	มาก
2. การประชุมที่สามารถสร้าง ความเข้าใจ	3.49	0.92	มาก
3. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดง ความคิดเห็นในการประชุม	3.49	0.96	มาก
4. ความต่อเนื่องของการประชุม	3.47	1.06	มาก
5. ความเหมาะสมของการประชุม	3.36	1.03	ปานกลาง
6. การใช้คำพูดที่กระชับในการ ประชุม	3.36	1.03	ปานกลาง
รวม	3.47	0.51	มาก

#### 2.2.5. การฝึกอบรม

ผลการวิจัย จากผลการวิเคราะห์ สื่อบุคคล (การฝึกอบรม) ช่องทางการประชาสัมพันธ์ แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรีนเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม3.42) โดยด้านความเหมาะสมของการฝึกอบรม มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.49) ความต่อเนื่องของการฝึกอบรม มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย3.40) การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการฝึกอบรม มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย3.38) การใช้คำพูดที่กระชับในการฝึกอบรม มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย3.33) รายละเอียดดังตารางที่ 13 ดังนี้

ตารางที่ 13 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อบุคคล (การฝึกอบรม)

สื่อบุคคล (การฝึกอบรม)	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
1. ความเหมาะสมของการฝึกอบรม	3.49	0.96	มาก
2. ความต่อเนื่องของการฝึกอบรม	3.40	1.04	ปานกลาง
3. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการฝึกอบรม	3.38	1.08	ปานกลาง
4. การใช้คำพูดที่กระชับในการฝึกอบรม	3.33	1.06	ปานกลาง
รวม	3.42	0.59	ปานกลาง

#### 2.2.6. การสัมมนา

ผลการวิจัย จากผลการวิเคราะห์ สื่อบุคคล (การสัมมนา) ช่องทางการประชาสัมพันธ์ แพลตฟอร์มข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรีและเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม3.36) โดยด้านการกำหนดจุดมุ่งหมายในการสัมมนา อย่างชัดเจน มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.51) การสัมมนาที่สามารถสร้างความเข้าใจ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.46) การใช้คำพูดที่กระชับในการสัมมนา มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย3.43) ความต่อเนื่องของการสัมมนา มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย3.43) ความเหมาะสมของการสัมมนา มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย3.39) การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการสัมมนา มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย3.08) รายละเอียดดังตารางที่ 14 ดังนี้

ตารางที่ 14 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อบุคคล (การสัมมนา)

สื่อบุคคล (การสัมมนา)	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
1. การกำหนดจุดมุ่งหมายใน การสัมมนา อย่างชัดเจน	3.51	0.86	มาก
2. การสัมมนาที่สามารถ สร้างความเข้าใจ	3.46	0.98	มาก
3. การใช้คำพูดที่กระชับใน การสัมมนา	3.43	0.99	มาก
4. ความต่อเนื่องของการ สัมมนา	3.43	0.98	มาก
5. ความเหมาะสมของการ สัมมนา	3.39	1.09	ปานกลาง
6. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้ แสดงความคิดเห็นในการ สัมมนา	3.08	0.60	ปานกลาง
รวม	3.36	0.51	ปานกลาง

### 2.2.7. การพูดในที่ชุมชน

ผลการวิจัย จากผลการวิเคราะห์ สื่อบุคคล (การพูดในที่ชุมชน) ช่องทางการประชาสัมพันธ์แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทว้นนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม3.37) โดยด้านการพูดในที่ชุมชนที่สามารถสร้างความเข้าใจ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.88) การกำหนดจุดมุ่งหมายในการพูดในที่ชุมชน อย่างชัดเจน มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.49) ความเหมาะสมของการพูดในที่ชุมชน มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.40) การใช้คำพูดที่กระชับในการพูดในที่ชุมชน มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย3.36) การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการพูดในที่ชุมชน มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.71) รายละเอียดดังตารางที่ 15 ดังนี้

ตารางที่ 15 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อบุคคล (การพูดในที่ชุมชน)

สื่อบุคคล (การพูดในที่ชุมชน)	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
1. การพูดในที่ชุมชนที่สามารถ สร้างความเข้าใจ	3.88	0.89	มาก
2. การกำหนดจุดมุ่งหมายในการ พูดในที่ชุมชน อย่างชัดเจน	3.49	1.07	มาก
3. ความเหมาะสมของการพูดในที่ ชุมชน	3.40	1.00	ปานกลาง
4. การใช้คำพูดที่กระชับในการพูด ในที่ชุมชน	3.36	0.98	ปานกลาง
5. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดง ความคิดเห็นในการพูดในที่ ชุมชน	2.71	0.88	ปานกลาง
รวม	3.37	0.53	ปานกลาง

### 2.3. ผลรวมด้านสื่อมวลชน

ผลการวิจัย จากผลการวิเคราะห์ สื่อมวลชน ช่องทางการประชาสัมพันธ์แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนครเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับ ประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม3.12) โดยด้านหนังสือพิมพ์ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.06) วิทยุกระจายเสียง มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) โทรทัศน์ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.95) รายละเอียดดังตารางที่ 16 ดังนี้



ตารางที่ 16 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อมวลชน

สื่อมวลชน	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
1. หนังสือพิมพ์	3.35	0.53	ปานกลาง
2. วิทยุกระจายเสียง	3.06	0.44	ปานกลาง
3. โทรทัศน์	2.95	0.44	ปานกลาง
รวม	3.12	0.32	ปานกลาง

## 2.3.1 หนังสือพิมพ์

ผลการการวิจัย จากผลการวิเคราะห์ สื่อมวลชน (หนังสือพิมพ์) ช่องทางการประชาสัมพันธ์ แพนกแกลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทว่นนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม3.35) โดยด้านการนำเสนอข่าวที่ตรงกับความเป็นจริง มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.82) เนื้อหาข่าวสารมีคุณภาพ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.81) เนื้อหาข่าวสารมีมีแหล่งที่เชื่อถือได้ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.68) การใช้ภาษาที่สุภาพ ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.61) การให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ระดับประสิทธิภาพ ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.85) รายละเอียดดังตารางที่ 17 ดังนี้

ตารางที่ 17 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อมวลชน (หนังสือพิมพ์)

สื่อมวลชน (หนังสือพิมพ์)	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
1. การนำเสนอข่าวที่ตรงกับความเป็นจริง	3.82	0.95	มาก
2. เนื้อหาข่าวสารมีคุณภาพ	3.81	0.97	มาก
3. เนื้อหาข่าวสารมีมีแหล่งที่เชื่อถือได้	3.68	1.02	มาก

ตารางที่ 17 (ต่อ)

สื่อมวลชน (หนังสือพิมพ์)	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
4. การใช้ภาษาที่สุภาพ ถูกต้อง ตามหลักไวยากรณ์	3.61	0.99	มาก
5. การให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่ น่าสนใจ	1.85	0.60	น้อย
รวม	3.35	0.53	ปานกลาง

### 2.3.2 วิทยูกระจายเสียง

ผลการวิจัย จากผลการวิเคราะห์ สื่อมวลชน (วิทยูกระจายเสียง) ช่องทางการประชาสัมพันธ์แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.06) โดยด้านความชัดเจนของเสียงมีคุณภาพ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53) ความสามารถในการถ่ายทอดในการนำเสนอข้อมูล มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) การเลือกใช้น้ำเสียงของคำพูดในการนำเสนอ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.49) ความเหมาะสมของระยะเวลาของรายการ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.44) ผู้ดำเนินรายการเลือกใช้ภาษาที่เหมาะสม มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.32) ความสามารถในการเข้าถึงผู้ฟังได้ง่าย มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.57) การช่วยให้เพิ่มความรู้ ที่มากขึ้น ระดับประสิทธิภาพ ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.01) รายละเอียดดังตารางที่ 18 ดังนี้

ตารางที่ 18 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อมวลชน (วิทยูกระจายเสียง)

สื่อมวลชน (วิทยูกระจายเสียง)	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
1. ความชัดเจนของเสียงมีคุณภาพ	3.58	1.00	มาก
2. ความสามารถในการถ่ายทอดใน การนำเสนอข้อมูล	3.49	0.99	มาก

ตารางที่ 18 (ต่อ)

สื่อมวลชน (วิทยุกระจายเสียง)	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
3. การเลือกใช้น้ำเสียงของคำพูด ในการนำเสนอ	3.46	0.92	มาก
4. ความเหมาะสมของระยะเวลา ของรายการ	3.43	1.00	มาก
5. ผู้ดำเนินรายการเลือกใช้ภาษาที่ เหมาะสม	3.37	0.91	ปานกลาง
6. ความสามารถในการเข้าถึง ผู้ฟังได้ง่าย	2.58	0.88	น้อย
7. การช่วยให้เพิ่มความรู้ ที่มาก ขึ้น	2.01	0.70	น้อย
รวม	3.06	0.44	ปานกลาง

### 2.3.3 โทรททัศน์

ผลการวิจัย จากผลการวิเคราะห์ สื่อมวลชน (โทรทัศน์) ช่องทางการประชาสัมพันธ์ แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทวั้นนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม2.95) โดยด้านข้อมูลที่น่าเสนอมีความน่าเชื่อถือ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย3.68) การเลือกการรับชมมีหลากหลายช่องทาง มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ประโยชน์จากการรับชม มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) ความเหมาะสมของเวลา และความน่าสนใจ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.94) ความสามารถในการนำเสนอข้อมูลที่รวดเร็ว สดใหม่ทันต่อเหตุการณ์ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.92) รายละเอียดดังตารางที่ 19 ดังนี้

ตารางที่ 19 แสดงผลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สื่อมวลชน (โทรทัศน)

สื่อมวลชน (โทรทัศน)	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
1. ข้อมูลที่น่าเสนอมีความ น่าเชื่อถือ	3.68	0.96	มาก
2. การเลือกการรับชมมี หลากหลายช่องทาง	3.65	1.02	มาก
3. ประโยชน์จากการรับชม	3.54	0.98	มาก
4. ความเหมาะสมของเวลา และ ความน่าสนใจ	1.94	0.65	น้อย
5. ความสามารถในการนำเสนอ ข้อมูลที่รวดเร็ว สดใหม่ ทันต่อ เหตุการณ์	1.92	0.82	น้อย
รวม	2.95	0.44	ปานกลาง

## ส่วนที่ 2. การศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และ ท่องเที่ยว จังหวัดสทวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

### 1.1. ผลรวมกระบวนการประชาสัมพันธ์

ผลการวิจัย จากผลการวิเคราะห์ ด้านกระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลง  
ข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้แบ่ง  
ออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ การสื่อสาร การวิจัย การวางแผน การประเมินผล ผลการวิจัย กระบวน  
ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทวันนะเขต  
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 3.31)  
โดยระดับประสิทธิภาพด้านการสื่อสาร มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ด้านการ  
วิจัย มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) ด้านการวางแผน มีระดับประสิทธิภาพ ใน  
ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.15) การประเมินผล มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย  
2.79) รายละเอียดดังตารางที่ 20 ดังนี้

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกระบวนการประชาสัมพันธ์

กระบวนการประชาสัมพันธ์	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
1. การสื่อสาร	3.65	0.52	มาก
2. การวิจัย	3.65	0.52	มาก
3. การวางแผน	3.15	0.43	ปานกลาง
4. การประเมินผล	2.79	0.30	ปานกลาง
รวม	3.31	0.34	ปานกลาง

## 1.1.1 กระบวนการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)

ผลการการวิจัย จากผลการวิเคราะห์ การสื่อสาร กระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทงวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม3.65) โดยด้านผู้ส่งสาร มีความรู้ ความเข้าใจใน ข้อมูลประชาสัมพันธ์ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) ผู้ส่งสารสามารถสื่อสาร ข้อมูลให้ผู้รับสาร เข้าใจโดยง่าย มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) ส่งสารเลือกใช้ ภาษาที่ชัดเจน เข้าใจตรงกันระหว่างผู้ส่งกับผู้รับ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) ผู้ส่งสารคำนึงถึงความเข้าใจ ในการอ่าน การฟังของผู้รับสาร มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) เนื้อหาของสาระของข่าวสารมีประโยชน์ ไม่ขัดแย้งต่อค่านิยม มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) ผู้ส่งสารเลือกช่องทางในการสื่อสารที่ผู้รับสารใช้อยู่ มีระดับ ประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) รายละเอียดตามตารางที่ 21 ดังนี้

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกระบวนการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)

กระบวนการประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
1. ผู้ส่งสาร มีความรู้ ความ เข้าใจในข้อมูล ประชาสัมพันธ์	3.81	0.93	มาก



ตารางที่ 21 (ต่อ)

กระบวนประชาสัมพันธ์ (การสื่อสาร)	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
2. ผู้ส่งสารสามารถสื่อสาร ข้อมูลให้ผู้รับสาร เข้าใจ โดยง่าย	3.74	0.90	มาก
3. ผู้ส่งสารเลือกใช้ภาษาที่ ชัดเจน เข้าใจตรงกัน ระหว่างผู้ส่งกับผู้รับ	3.68	1.02	มาก
4. ผู้ส่งสารคำนึงถึงความ เข้าใจ ในการอ่าน การฟัง ของผู้รับสาร	3.57	1.07	มาก
5. เนื้อหาของสาระของ ข่าวสารมีประโยชน์ ไม่ขัด แย้งต่อค่านิยมกับผู้รับ สาร	3.57	0.90	มาก
6. ผู้ส่งสารเลือกช่องทางใน การสื่อสารที่ผู้รับสารใช้ อยู่	3.54	0.95	มาก
รวม	3.65	0.52	มาก

### 1.1.2 กระบวนประชาสัมพันธ์ (การวิจัย)

ผลการการวิจัย จากผลการวิเคราะห์ การวิจัย กระบวนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนก  
แถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทวันนเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มี  
ระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวม 3.65) โดยการรวมรวมทำให้มีความรู้ ความคิดเห็น  
ของประชาชน ที่มีต่อแผนก มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.83) การรวมรวมช่วยให้  
แผนกกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) การกำหนด  
ประเด็นปัญหาจากการดำเนินงานของแผนก ชัดเจนไม่คลุมเครือเข้าใจง่าย มีระดับประสิทธิภาพ ใน  
ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) การรวมรวมข้อมูลด้านสถานภาพของแผนกในอดีต และปัจจุบัน มีระดับ

ประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกสามารถประเมินงานด้านการ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) การรวบรวมข้อมูลของแผนกมีความถูกต้อง เทียบตรง เชื่อถือได้ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) การรวบรวมลูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้อง มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) รายละเอียดตามตารางที่ 22 ดังนี้

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกระบวนการบวประชาสัมพันธ์ (การวิจัย)

กระบวนการประชาสัมพันธ์ (การวิจัย)	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
1. การรวบรวมทำให้มีความรู้ ความคิดเห็นของประชาชน ที่มี ต่อแผนก	3.83	1.05	มาก
2. การรวบรวมช่วยให้แผนก กำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์	3.71	1.01	มาก
3. การกำหนดประเด็นปัญหาจาก การดำเนินงานของแผนก ชัดเจนไม่คลุมเครือเข้าใจง่าย	3.64	1.01	มาก
4. การรวบรวมข้อมูลด้าน สถานภาพของแผนกในอดีต และปัจจุบัน	3.64	0.92	มาก
5. การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนก สามารถประเมินงานด้านการ ประชาสัมพันธ์	3.64	0.94	มาก
6. การรวบรวมข้อมูลของแผนกมี ความถูกต้อง เทียบตรง เชื่อถือ ได้	3.56	0.99	มาก
7. การรวบรวมลูกเก็บจาก ผู้เกี่ยวข้อง	3.54	1.07	มาก
รวม	3.65	0.52	มาก

### 1.1.3 กระบวนการประชาสัมพันธ์ (การวางแผน)

ผลการการวิจัย จากผลการวิเคราะห์ การวางแผน กระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทว่นนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม3.15) โดยการเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสม มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) การนำข้อมูลจากขั้นตอนการวิจัยมาใช้ประโยชน์ในขั้นตอนการวางแผนมีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) การกำหนดงบประมาณที่เพียงพอกับความมต้องการ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของแผนงานการประชาสัมพันธ์ มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) การกำหนดวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ของแผนงานที่ชัดเจน มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) การเลือกช่องทางการสื่อสารกับเวลาที่ เหมาะสม มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 1.96) การเตรียมบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการดำเนินงาน มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 1.89) รายละเอียดตามตารางที่ 23 ดังนี้

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกระบวนการประชาสัมพันธ์ (การวางแผน)

กระบวนการประชาสัมพันธ์ (การวางแผน)	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
1. การเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสม	3.79	1.05	มาก
2. การนำข้อมูลจากขั้นตอนการวิจัยมาใช้ประโยชน์ในขั้นตอนการวางแผน	3.78	0.94	มาก
3. การกำหนดงบประมาณที่เพียงพอกับความมต้องการ	3.68	1.00	มาก
4. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของแผนงานการประชาสัมพันธ์	3.57	0.95	มาก
5. การกำหนดวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ของแผนงานที่ชัดเจน	3.39	0.78	ปานกลาง

ตารางที่ 23 (ต่อ)

กระบวนการประชาสัมพันธ์ (การวางแผน)	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
6. การเลือกช่องทางการสื่อสาร กับเวลาที่เหมาะสม	1.96	0.72	น้อย
7. การเตรียมบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการดำเนินงาน	1.89	0.62	น้อย
รวม	3.15	0.43	ปานกลาง

#### 1.1.4 กระบวนการประชาสัมพันธ์ (การประเมินผล)

ผลการวิจัย จากผลการวิเคราะห์ การประเมินผล กระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทว้นนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม 2.79) โดยผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนกบรรลุตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ ที่กำหนดไว้ในแผนงาน มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสาร มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.96) ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนก ถูกนำไปใช้ประโยชน์ เพื่อปรับปรุงแผนการทำงาน มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.90) ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรของแผนก มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.75) แผนกมีการประเมินผลระหว่างการทำงาน และนำไปปรับปรุง มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.68) ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนกเกิดความคุ้มค่าเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่าย มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.35) ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนก มีความสอดคล้องกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ที่กำหนดไว้ในแผนงาน มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.25) รายละเอียดตามตารางที่ 24 ดังนี้

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกระบวนการประชาสัมพันธ์ (การประเมินผล)

กระบวนการประชาสัมพันธ์ (การประเมินผล)	$\mu$	$\sigma$	แปลผล
1. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของ แผนกบรรลุตามเป้าหมาย และ วัตถุประสงค์ ที่กำหนดไว้ใน แผนงาน	3.61	1.04	มาก
2. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของ แผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่ ผู้รับสาร	2.96	0.66	ปานกลาง
3. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของ แผนก ถูกนำไปใช้ประโยชน์ เพื่อปรับปรุงแผนการทำงาน	2.90	0.67	ปานกลาง
4. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของ แผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่ บุคลากรของแผนก	2.75	0.88	ปานกลาง
5. แผนกมีการประเมินผลระหว่าง การทำงาน และนำไปปรับปรุง	2.68	0.84	ปานกลาง
6. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของ แผนก เกิด ความ ค่ำม ค่ำ เปรียบเทียบกับค่าใช้จ่าย	2.35	0.61	น้อย
7. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของ แผนก มีความสอดคล้องกับ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ ที่ กำหนดไว้ในแผนงาน	2.25	0.55	น้อย
รวม	2.79	0.30	ปานกลาง



### ส่วนที่ 3 การกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ผลจากการสัมภาษณ์ บุคลากร หัวหน้า รองหัวหน้า ผู้ที่ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรมและท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีทั้งหมดจำนวน 4 คน ประกอบด้วย ระดับหัวหน้า 1 คน ระดับรองหัวหน้า 3 คน ส่วนใหญ่ มีอายุการทำงาน มากกว่า 20 ปี ในการสัมภาษณ์ ได้สัมภาษณ์ในประเด็นด้าน สื่อบุคคล โดยผ่านการพูดสนทนา การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การฝึกอบรม การสัมมนา การพูดในที่ชุมชน สื่อมวลชน ประเภท โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ สื่อสมัยใหม่ ประเภท เว็บไซต์ ยูทูป เฟซบุ๊ก การวิจัย การวางแผน การสื่อสาร และการประเมินผล ตามแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ในบทสัมภาษณ์ตามประเด็นต่าง ๆ ที่ได้กำหนดไว้เพื่อวิเคราะห์ วลี หรือแนวคิด บรรยายสาระต่าง ๆ ได้ ดังนี้

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล โดยการพูดสนทนา การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การฝึกอบรม การสัมมนา การพูดในที่ชุมชน ต้องจัดให้มีกิจกรรม การอบรมผู้ให้ข้อมูลอย่างละเอียด มีการทำความเข้าใจให้กับนักประชาสัมพันธ์ โดยนักประชาสัมพันธ์ จะต้องความที่จะมีความรู้ ความเข้าใจ ในหัวข้อที่จะทำการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างดี เพราะจะต้องเป็นผู้บรรยาย ถ่ายทอดข้อมูล ส่งข่าวสารต่าง ๆ ให้กับผู้เข้าร่วมรับฟัง รวมทั้งด้าน การวางตัว การแต่งตัว กิริยาท่าทางการพูด บวกกับความ ความรู้ความสามารถที่มี เพื่อให้มีความน่าเชื่อถือ สามารถสร้างแรงจูงใจให้กับผู้รับฟัง และทักษะของการวางแผนการประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์เองในการจัดทากิจกรรม ขณะที่กำลังทำการประชาสัมพันธ์อยู่ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมของการประชาสัมพันธ์ เกิดความไม่น่าเบื่อ และมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่จัดขึ้น โดยสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อหลักของหน่วยงานที่ทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับพรรค และรัฐบาลลาว ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์แผนงาน นโยบายต่าง ๆ ให้กับประชาชนลาว ให้ได้รับรู้ และมีความเข้าใจ ได้แนวทางของพรรคและรัฐบาลได้วางออก นอกจากนี้ สื่อประเภทดังกล่าว ยังเป็นสื่อที่ เชื่อถือได้ มีแหล่งข้อมูลที่มีการคัดกรองก่อนนำมาเผยแพร่ แต่ด้วยข้อจำกัดทางด้านงบประมาณ ในการ จัดสรร ทำให้ การประชาสัมพันธ์ยังไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย ได้ดีเท่าที่ควร หน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ควรปรับปรุงการทำงาน หลายๆ ด้าน เช่น การปรับปรุงด้านคุณภาพของเสียง รูป ให้มีความคมชัด รวมทั้งด้านเนื้อหาของรายการต่าง ๆ ปรับปรุงทางด้านเนื้อหาให้กระชับ เวลาฟัง อ่าน ให้ได้ใจความ เข้าใจง่าย ด้านการการพัฒนาความรู้ให้กับเจ้าหน้าที่ ปรับปรุงอุปกรณ์การทำงาน และปรับแผนการทำงานผ่านแพลตฟอร์ม ในรูปแบบต่าง ๆ ให้มากขึ้น เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ และแอปพลิเคชันประเภท เฟซบุ๊ก ยูทูป ทวิตเตอร์ และอื่น ๆ เพื่อให้การกระจายข้อมูล เข้าถึงกลุ่มประชาชนให้มากขึ้น โดยปัจจุบัน ได้มีเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามามีอิทธิพล และเพิ่มบทบาท

ในการทำงานของผู้คนในสังคมมากขึ้น ทำให้ การติดต่อสื่อสาร เป็นเรื่องง่าย หากเปรียบเทียบกับสมัยก่อน พบว่า สื่อเดิมคือ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ ซึ่งการประชาสัมพันธ์กับสื่อเดิมนั้น ในสมัยก่อน ถือว่าเป็นสิ่งที่ทันสมัย ที่สุด ในขณะนั้น นอกจากนี้ ยังมีต้นทุนสูงในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งต้อง ต้องใช้งบประมาณเป็นจำนวนมาก รวมทั้ง ใช้เวลานาน ในการผลิต ต่างกับสื่อปัจจุบัน ที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว โดยการนำเอา สื่อโซเชียลมีเดีย เข้ามาเป็น เครื่องมือ ในการประชาสัมพันธ์ ทำให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กระจาย ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ได้อย่างถี่ถ้วน ซึ่งทำให้ ประหยัดเวลางบประมาณเป็นจำนวนมาก และมีประสิทธิภาพ ถ้าหากเปรียบเทียบกับสื่อสมัยก่อน ถือว่า การประยุกต์ใช้ สื่อสมัยใหม่ เป็นสิ่งที่ดี ที่ช่วย ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เพราะผู้ ใช้ โซเชียลมีเดียต่าง ๆ อาจมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวด้วยตัวเอง โดยการโพสรูปภาพ การกดไลค์ กดแชร์ภายในตัว ทำให้ผู้รับข่าวสาร เกิดความสนใจอยากไปในสถานที่นั้น ๆ ดังนั้นแล้ว จำต้องทำการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อเดิม กับสื่อสมัยใหม่ควบคู่กันไป เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทั้งสองสื่อ อีกด้วย

กระบวนการประชาสัมพันธ์ทำให้รู้ ข้อดี ข้อเสีย จุดบกพร่อง ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานของการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ในจังหวัดสระบุรีนะเขต เพื่อที่จะมาเป็นข้ออ้างอิง ในการ ปรับปรุงการทำงาน ด้านการประชาสัมพันธ์ ให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งยังจะช่วย ในการพัฒนาบุคลากร ให้มีความกระตือรือร้น พัฒนาตัวเองอย่างสม่ำเสมอ ในการทำงาน เพื่อให้มีการวางแผน เพราะจะทำให้งานต่าง ๆ บรรลุ ไปตามแผนการที่วางไว้ ให้สอดคล้อง กับวัตถุประสงค์ ที่ตั้งไว้ โดยการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ของแผนกแถลงข่าววัฒนธรรมและท่องเที่ยว ทำได้ดีพอสมควร แต่ก็ยังมีบางด้าน ที่จะต้องมีการปรับปรุง และแก้ไข โดยอยากจะให้ พัฒนา บรรดาสื่อหลัก ในสามสื่อเช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ให้ทำงานควบคู่กันไปกับสื่อสมัยใหม่เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ ไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล มากยิ่งขึ้น และจัดระบบงบประมาณ ให้เพียงพอ กับความต้องการ พัฒนา บุคลากร ให้มีความรู้ความสามารถ โดยการจัดอบรม หรือ ยกกระดับความรู้ ให้กับ นักประชาสัมพันธ์ ให้มีความรู้ที่กว้างขวาง มีทักษะในการประชาสัมพันธ์ โดยทั่วไปแล้ว รูปแบบการประชาสัมพันธ์ของแผนกแถลงข่าววัฒนธรรมและท่องเที่ยว จะมีการประชาสัมพันธ์ ผ่านคำสั่ง ของหัวหน้า รองหัวหน้า การประชาสัมพันธ์ แลกเปลี่ยน คำสั่งต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ ที่ต้องการ ประชาสัมพันธ์ให้กับประชาชน รับทราบ เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งนักประชาสัมพันธ์ จะต้อง เอาเนื้อหาของเอกสาร มาประชาสัมพันธ์ ให้กับผู้รับสาร ซึ่งบางครั้ง อาจทำให้การรับสาร เกิดความเบื่อหน่าย ดังนั้น ในการ สื่อสารการประชาสัมพันธ์ ควรที่จะ มีหลายรูปแบบ หลากหลายสีสัน เพื่อสร้างความน่าสนใจ ให้กับผู้รับสาม เกิดความอยากรู้ อยากเห็น กับสิ่งแปลกใหม่ โดยการ ประชาสัมพันธ์ผ่านเทคนิค ต่าง ๆ โดยการลงไปชุมชน ทำความรู้จักทำความเข้าใจ ให้กับ

ผู้รับสาร ได้รับรู้กับข้อมูล ที่ต้องการอยากจะสื่อสาร โดยการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เป็นขั้นตอนของการตรวจงานตามแผนงานที่วางไว้ รวมถึงปัญหา และอุปสรรค จุดมุ่งหมายของการประเมินเพื่อพัฒนาแผนการประชาสัมพันธ์ ให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากขึ้นในอนาคต จะต้องมีการประเมิน เพื่อเป็นการปรับปรุง ข้อผิดพลาดต่าง ๆ และนำมาแก้ไข ในการทำงานครั้งต่อไปให้ดีขึ้น เพราะการประเมิน ทำให้ได้เรียนรู้ ปฏิบัติงานมา และนำเอาสิ่งนั้น แก้ไข ปรับปรุงกับข้อผิดพลาด และบรรลุตามแผนงานที่วางไว้ในการทำงาน

ผลจากการวิเคราะห์ 2 วัตถุประสงค์ ช่องทางการประชาสัมพันธ์ และกระบวนการประชาสัมพันธ์พบว่า รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแพนแกลงขาว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสหัสวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง และกระบวนการดังนี้

### รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสมัยใหม่ (เฟซบุ๊ก)

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสมัยใหม่ ประกอบด้วย เฟซบุ๊ก ต้องมีการแสดงท่าทาง น้ำเสียง ความรวดเร็ว สดใหม่ ทันต่อเหตุการณ์ การรับชมหลากหลายช่องทาง ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ความสามารถชมย้อนหลังได้ โดยต้องมีการสื่อสาร ด้วยการส่งสาร มีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูล การส่งสารสามารถสื่อสารข้อมูล เข้าใจโดยง่ายการส่งสารใช้ภาษาที่ชัดเจน การส่งสารคำนึงถึงความเข้าใจ ในการอ่าน การฟังของผู้ รับสารเนื้อหาของสาระของข่าวสารมีประโยชน์ การส่งสารใช้ช่องทางในการสื่อสารที่ผู้รับสารใช้อยู่ การวิจัย ต้องมีการรวบรวมทำให้มีความรู้ ความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อแผนก มีรวบรวมช่วยให้แผนกกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์มีกำหนดประเด็นปัญหาจากการดำเนินงานของแผนก ชัดเจนไม่คลุมเครือเข้าใจง่าย การรวบรวมข้อมูลด้านสถานภาพของแผนกในอดีต และปัจจุบัน การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกสามารถประเมินงานด้านการประชาสัมพันธ์ การรวบรวมข้อมูลของแผนกมีความถูกต้อง เทียงตรง เชื่อถือได้ การรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้องการรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้อง การวางแผนต้องมีการเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสม การนำเอาข้อมูลจากการวิจัยมาวางแผน งบประมาณที่เพียงพอกับความ ต้องการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวางแผน และการประเมิน ต้องมีการปฏิบัติงานของแผนกบรรลุตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแผนงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสาร การปฏิบัติงานของแผนก ถูกนำไปใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงแผนการทำงาน การ

ปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรของแผนก การประเมินผลระหว่างการทำงาน และนำไปปรับปรุง

### การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสมัยใหม่ (ยูทูป)

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสมัยใหม่ ยูทูป ต้องมีการเลือกสถานที่ในการรับชม ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ การรับชมหลากหลายช่องทาง การเลือกสถานที่ในการรับชมได้สะดวก ข้อมูลรวดเร็ว สดใหม่ ทันต่อเหตุการณ์ มีท่าทาง น่าเสียดาย การถ่ายทอดของ ยูทูปเบอร์ โดยต้องมีการสื่อสาร ด้วยการส่งสาร มีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูล การส่งสารสามารถสื่อสารข้อมูล เข้าใจโดยง่ายการส่งสารใช้ภาษาที่ชัดเจน การส่งสารคำนึงถึงความเข้าใจ ในการอ่าน การฟังของผู้ รับสารเนื้อหาของสาระของข่าวสารมีประโยชน์ การส่งสารใช้ช่องทางในการสื่อสารที่ผู้รับสารใช้อยู่ การวิจัย ต้องมีการรวบรวมทำให้มีความรู้ ความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อแผนก การรวบรวมช่วยให้แผนกกำหนดเป้าหมายวัตถุประสงค์ที่กำหนดประเด็นปัญหาจากการดำเนินงานของแผนก ชัดเจนไม่คลุมเครือเข้าใจง่าย มีการรวบรวมข้อมูลด้านสภาพของแผนกในอดีต และปัจจุบัน การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกสามารถประเมินงานด้านการประชาสัมพันธ์ มีรวบรวมข้อมูลของแผนกมีความถูกต้อง เพียงตรง เชื่อถือได้ การรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้องการรวบรวมถูกเก็บจากผู้ เกี่ยวข้อง การวางแผน ต้องมีการเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสม การนำเอาข้อมูลจากการวิจัยมาวางแผน งบประมาณที่เพียงพอกับความต้องการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวางแผน และการประเมิน ต้องมีการปฏิบัติงานของแผนกบรรลุตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแผนงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสาร การปฏิบัติงานของแผนก ถูกนำไปใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงแผนการทำงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรของแผนก การประเมินผลระหว่างการทำงาน และนำไปปรับปรุง

### การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสมัยใหม่ (เว็บไซต์)

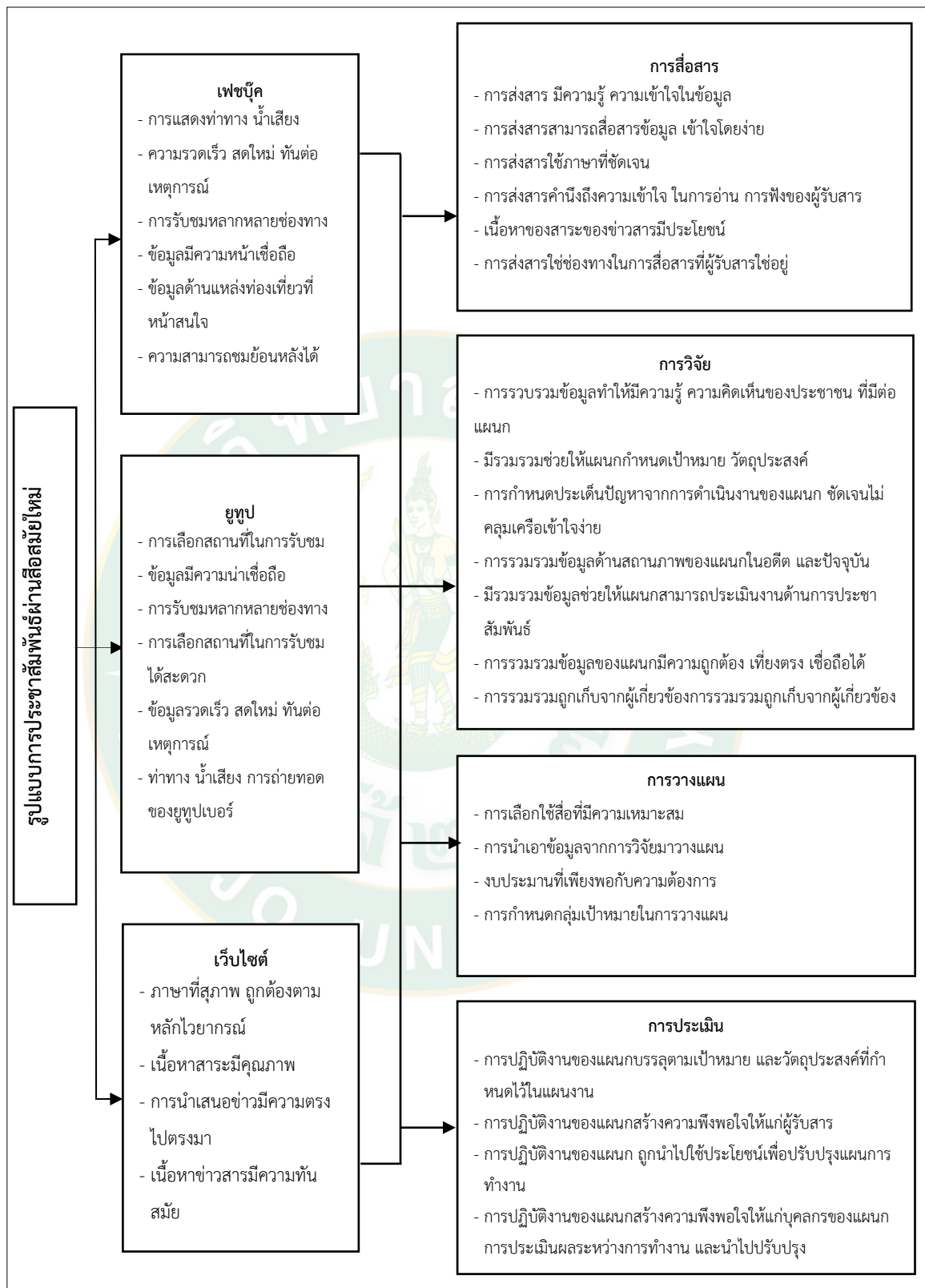
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสมัยใหม่ เว็บไซต์ ต้องมีภาษาที่สุภาพ ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ เนื้อหาสาระมีคุณภาพ การนำเสนอข่าวมีความตรงไปตรงมา เนื้อหาข่าวสารมีความทันสมัย โดยต้องมีการสื่อสาร ด้วยการส่งสาร มีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูล การส่งสารสามารถสื่อสารข้อมูล เข้าใจ โดยง่ายการส่งสารใช้ภาษาที่ชัดเจน การส่งสารคำนึงถึงความเข้าใจ ในการอ่าน การฟังของผู้ รับสาร เนื้อหาของสาระของข่าวสารมีประโยชน์ การส่งสารใช้ช่องทางในการสื่อสารที่ผู้รับสารใช้อยู่ การวิจัย



ต้องมีการรวบรวมทำให้มีความรู้ ความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อแผนก การรวบรวมช่วยให้แผนก กำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์มีกำหนดประเด็นปัญหาจากการดำเนินงานของแผนก ชัดเจนไม่คลุมเครือเข้าใจง่าย การรวบรวมข้อมูลด้านสถานภาพของแผนกในอดีต และปัจจุบัน การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกสามารถประเมินงานด้านการประชาสัมพันธ์ การรวบรวมข้อมูลของแผนกมีความถูกต้อง เทียบตรง เชื่อถือได้ การรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้องการรวบรวมถูกเก็บจากผู้ เกี่ยวข้อง การวางแผน ต้องมีการเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสม การนำเอาข้อมูลจากการวิจัยมาวางแผนงบประมาณที่เพียงพอกับความต้องการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวางแผน และการประเมิน ต้องมีการปฏิบัติงานของแผนกบรรลุตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแผนงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสาร การปฏิบัติงานของแผนก ถูกนำไปใช้ประโยชน์ เพื่อปรับปรุงแผนการทำงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรของแผนก การประเมินผลระหว่างการทำงาน และนำไปปรับปรุง รายละเอียดดังภาพที่ 3







ภาพที่ 3 รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสมัยใหม่

## รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล

### การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล ด้วยการพูดสนทนา ต้องมีความเหมาะสมของการพูด การใช้คำพูดที่กระชับ มีความต่อเนื่องของการพูด การกำหนดจุดมุ่งหมายในการพูด การเปิดโอกาสแสดงความคิดเห็นการพูด การพูดที่สามารถสร้างความเข้าใจ โดยต้องมีการสื่อสาร ด้วยการส่งสาร มีความรู้ความเข้าใจในข้อมูล การส่งสารสามารถสื่อสารข้อมูล เข้าใจโดยง่ายการส่งสารใช้ภาษาที่ชัดเจน การส่งสารคำนึงถึงความเข้าใจ ในการอ่าน การฟังของผู้รับสารเนื้อหาของสาระของข่าวสารมีประโยชน์ การส่งสารใช้ช่องทางในการสื่อสารที่ผู้รับสารใช้อยู่ การวิจัย ต้องมีการรวบรวมทำให้มีความรู้ ความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อแผนก การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์มีกำหนดประเด็นปัญหาจากการดำเนินงานของแผนก ชัดเจนไม่คลุมเครือเข้าใจง่าย การรวบรวมข้อมูลด้านสถานภาพของแผนกในอดีต และปัจจุบัน การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกสามารถประเมินงานด้านการประชาสัมพันธ์ มีรวบรวมข้อมูลของแผนกมีความถูกต้อง เที่ยงตรง เชื่อถือได้ การรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้องการรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้อง การวางแผน ต้องมีการเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสม การนำเอาข้อมูลจากการวิจัยมาวางแผน งบประมาณที่เพียงพอกับความต้องการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวางแผน และการประเมิน ต้องมีการปฏิบัติงานของแผนกบรรลุตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแผนงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสาร การปฏิบัติงานของแผนก ถูกนำไปใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงแผนการทำงานการปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรของแผนก การประเมินผลระหว่างการทำงาน และนำไปปรับปรุง

### การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล (การอภิปราย)

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล การอภิปราย ต้องมีการเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็น ความเหมาะสมของการอภิปราย การอภิปรายที่สามารถสร้างความเข้าใจ ความต่อเนื่องของการอภิปราย การใช้คำพูดที่กระชับ การกำหนดจุดมุ่งหมายในการอภิปราย อย่างชัดเจน โดยต้องมีการสื่อสาร ด้วยการส่งสาร มีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูล การส่งสารสามารถสื่อสารข้อมูล เข้าใจโดยง่ายการส่งสารใช้ภาษาที่ชัดเจน การส่งสารคำนึงถึงความเข้าใจ ในการอ่าน การฟังของผู้รับสารเนื้อหาของสาระของข่าวสารมีประโยชน์ การส่งสารใช้ช่องทางในการสื่อสารที่ผู้รับสารใช้อยู่ การวิจัย ต้องมีการรวบรวมทำให้มีความรู้ ความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อแผนก การรวบรวมข้อมูลช่วยให้

แผนกกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์มีกำหนดประเด็นปัญหาจากการดำเนินงานของแผนก ชัดเจนไม่คลุมเครือเข้าใจง่าย การรวบรวมข้อมูลด้านสถานภาพของแผนกในอดีต และปัจจุบัน การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกสามารถประเมินงานด้านการประชาสัมพันธ์ มีรวบรวมข้อมูลของแผนกมีความถูกต้องเที่ยงตรง เชื่อถือได้ การรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้องการรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้อง การวางแผน ต้องมีการเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสม การนำเอาข้อมูลจากการวิจัยมาวางแผน งบประมาณที่เพียงพอกับความต้องการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวางแผน และการประเมิน ต้องมีการปฏิบัติงานของแผนกบรรลุตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแผนงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสาร การปฏิบัติงานของแผนก ถูกนำไปใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงแผนการทำงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรของแผนก การประเมินผลระหว่างการทำงาน และนำไปปรับปรุง

#### **การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล (การบรรยาย)**

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล การบรรยาย ต้องมีความเหมาะสมของการบรรยาย ความต่อเนื่องของการบรรยาย การกำหนดจุดมุ่งหมายในการ การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการบรรยาย โดยต้องมีการสื่อสาร ด้วยการส่งสาร มีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูล การส่งสารสามารถสื่อสารข้อมูล เข้าใจโดยง่ายการส่งสารใช้ภาษาที่ชัดเจน การส่งสารคำนึงถึงความเข้าใจ ในการอ่าน การฟังของผู้รับสารเนื้อหาของสาระของข่าวสารมีประโยชน์ การส่งสารใช้ช่องทางในการสื่อสารที่ผู้รับสารใช้อยู่ การวิจัย ต้องมีการรวบรวมทำให้มีความรู้ ความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อแผนก การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์มีกำหนดประเด็นปัญหาจากการดำเนินงานของแผนก ชัดเจนไม่คลุมเครือเข้าใจง่าย การรวบรวมข้อมูลด้านสถานภาพของแผนกในอดีต และปัจจุบัน การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกสามารถประเมินงานด้านการประชาสัมพันธ์ มีรวบรวมข้อมูลของแผนกมีความถูกต้อง เที่ยงตรง เชื่อถือได้ การรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้องการรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้อง การวางแผน ต้องมีการเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสม การนำเอาข้อมูลจากการวิจัยมาวางแผน งบประมาณที่เพียงพอกับความต้องการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวางแผน และการประเมิน ต้องมีการปฏิบัติงานของแผนกบรรลุตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแผนงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสาร การปฏิบัติงานของแผนก ถูกนำไปใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงแผนการทำงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรของแผนก การประเมินผลระหว่างการทำงาน และนำไปปรับปรุง

### การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล (การประชุม)

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล การประชุม ต้องมีการกำหนดจุดมุ่งหมายของการประชุมอย่างชัดเจน การประชุมที่สามารถสร้างความเข้าใจ การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการประชุม ความต่อเนื่องของการประชุม โดยต้องมีการสื่อสาร ด้วยการส่งสาร มีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูล การส่งสารสามารถสื่อสารข้อมูล เข้าใจโดยง่ายการส่งสารใช้ภาษาที่ชัดเจน การส่งสารคำนึงถึงความเข้าใจ ในการอ่าน การฟังของผู้ รับสารเนื้อหาของสาระของข่าวสารมีประโยชน์ การส่งสารใช้ช่องทางในการสื่อสารที่ผู้รับสารใช้อยู่ การวิจัย ต้องมีการรวบรวมทำให้มีความรู้ ความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อแผนก การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์มีกำหนดประเด็นปัญหาจากการดำเนินงานของแผนก ชัดเจนไม่คลุมเครือเข้าใจง่าย การรวบรวมข้อมูลด้านสถานภาพของแผนกในอดีต และปัจจุบัน การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกสามารถประเมินงานด้านการประชาสัมพันธ์ มีรวบรวมข้อมูลของแผนกมีความถูกต้อง เทียบตรง เชื่อถือได้ การรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้องการรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้อง การวางแผน ต้องมีการเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสม การนำเอาข้อมูลจากการวิจัยมาวางแผน งบประมาณที่เพียงพอกับความต้องการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวางแผน และการประเมิน ต้องมีการปฏิบัติงานของแผนกบรรลุตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแผนงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสาร การปฏิบัติงานของแผนก ถูกนำไปใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงแผนการทำงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรของแผนก การประเมินผลระหว่างการทำงาน และนำไปปรับปรุง

### การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล (การฝึกอบรม)

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคลด้วยการฝึกอบรม ต้องมีความเหมาะสมของการฝึกอบรม ความต่อเนื่องของการฝึกอบรม การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการฝึกอบรม การใช้คำพูดที่กระชับในการฝึกอบรม โดยต้องมีการสื่อสาร ด้วยการส่งสาร มีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูล การส่งสารสามารถสื่อสารข้อมูล เข้าใจโดยง่ายการส่งสารใช้ภาษาที่ชัดเจน การส่งสารคำนึงถึงความเข้าใจ ในการอ่าน การฟังของผู้ รับสารเนื้อหาของสาระของข่าวสารมีประโยชน์ การส่งสารใช้ช่องทางในการสื่อสารที่ผู้รับสารใช้อยู่ การวิจัย ต้องมีการรวบรวมทำให้มีความรู้ ความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อแผนก การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์มีกำหนดประเด็นปัญหาจากการดำเนินงานของแผนก ชัดเจนไม่คลุมเครือเข้าใจง่าย การรวบรวมข้อมูลด้านสถานภาพของ

แผนกในอดีต และปัจจุบัน การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกสามารถประเมินงานด้านการประชาสัมพันธ์ มีรวบรวมข้อมูลของแผนกมีความถูกต้อง เพียงตรง เชื่อถือได้ การรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้องการรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้อง การวางแผน ต้องมีการเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสม การนำเอาข้อมูลจากการวิจัยมาวางแผน งบประมาณที่เพียงพอกับความต้องการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวางแผน และการประเมิน ต้องมีการปฏิบัติงานของแผนกบรรลุตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแผนงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสาร การปฏิบัติงานของแผนก ถูกนำไปใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงแผนการทำงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรของแผนก การประเมินผลระหว่างการทำงาน และนำไปปรับปรุง

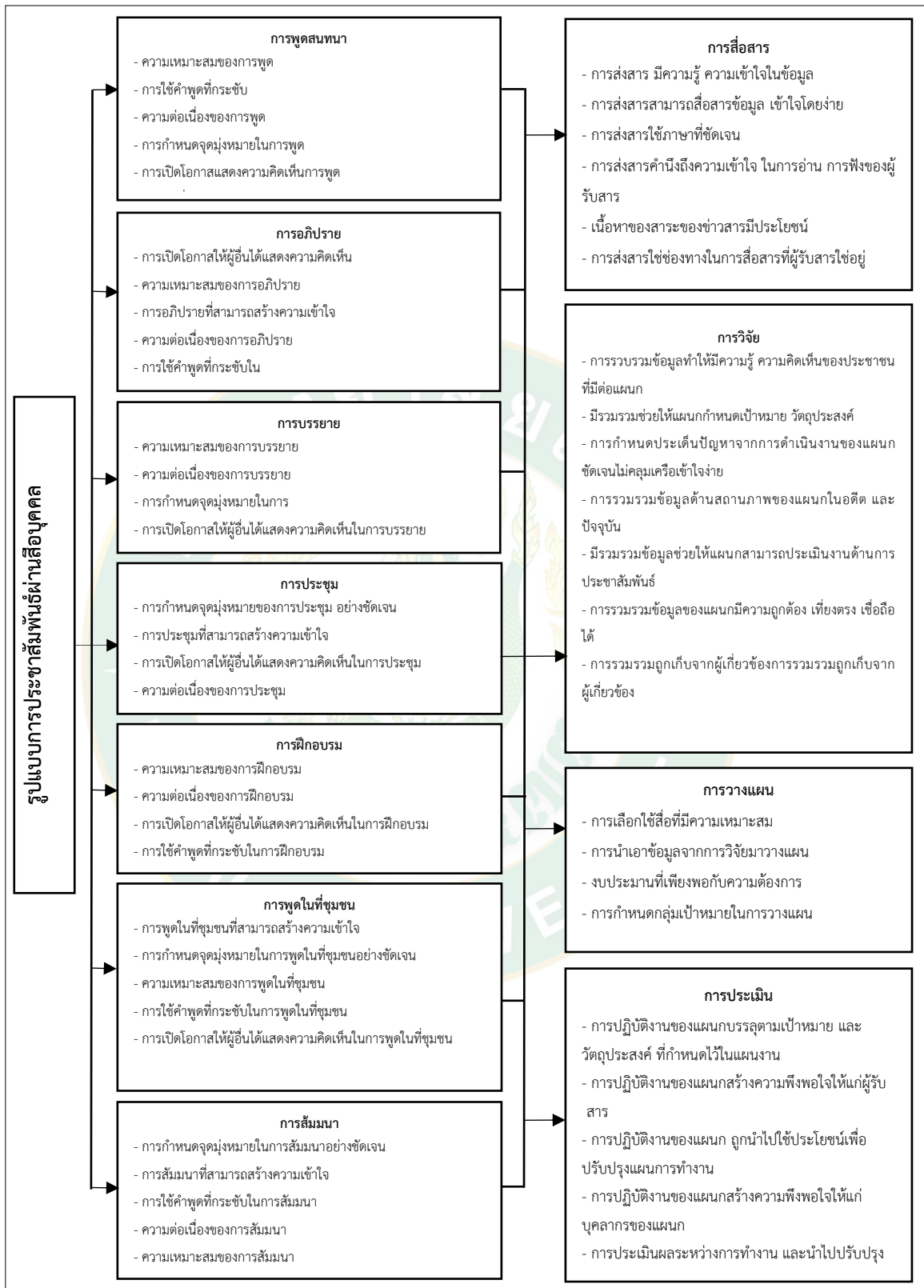
### **การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล (การพูดในที่ชุมชน)**

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล ด้วยการพูดในที่ชุมชน ต้องมีการพูดในที่ชุมชนที่สามารถสร้างความเข้าใจ การกำหนดจุดมุ่งหมายในการพูดในที่ชุมชนอย่างชัดเจนความเหมาะสมของการพูดในที่ชุมชน การใช้คำพูดที่กระชับในการพูดในที่ชุมชน การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการพูดในที่ชุมชน โดยต้องมีการสื่อสาร ด้วยการส่งสาร มีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูล การส่งสารสามารถสื่อสารข้อมูล เข้าใจโดยง่ายการส่งสารใช้ภาษาที่ชัดเจน การส่งสารคำนึงถึงความเข้าใจ ในการอ่าน การฟังของผู้ รับสารเนื้อหาของสารของข่าวสารมีประโยชน์ การส่งสารใช้ช่องทางในการสื่อสารที่ผู้รับสารใช้อยู่ การวิจัย ต้องมีการรวบรวมทำให้มีความรู้ ความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อแผนก การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์มีกำหนดประเด็นปัญหาจากการดำเนินงานของแผนก ชัดเจนไม่คลุมเครือเข้าใจง่าย การรวบรวมข้อมูลด้านสถานภาพของแผนกในอดีต และปัจจุบัน การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกสามารถประเมินงานด้านการประชาสัมพันธ์ มีรวบรวมข้อมูลของแผนกมีความถูกต้อง เพียงตรง เชื่อถือได้ การรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้องการรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้อง การวางแผน ต้องมีการเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสม การนำเอาข้อมูลจากการวิจัยมาวางแผน งบประมาณที่เพียงพอกับความต้องการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวางแผน และการประเมิน ต้องมีการปฏิบัติงานของแผนกบรรลุตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแผนงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสาร การปฏิบัติงานของแผนก ถูกนำไปใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงแผนการทำงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรของแผนก การประเมินผลระหว่างการทำงาน และนำไปปรับปรุง



### การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล (การสัมมนา)

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคลด้วยการสัมมนา ต้องมีการกำหนดจุดมุ่งหมายในการสัมมนาอย่างชัดเจน การสัมมนาที่สามารถสร้างความเข้าใจ การใช้คำพูดที่กระชับในการสัมมนา ความต่อเนื่องของการสัมมนา ความเหมาะสมของการสัมมนา การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการสัมมนา โดยต้องมีการสื่อสาร ด้วยการส่งสาร มีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูล การส่งสารสามารถสื่อสารข้อมูล เข้าใจโดยง่ายการส่งสารใช้ภาษาที่ชัดเจน การส่งสารคำนึงถึงความเข้าใจ ในการอ่าน การฟังของผู้รับสารเนื้อหาของสาระของข่าวสารมีประโยชน์ การส่งสารใช้ช่องทางในการสื่อสารที่ผู้รับสารใช้อยู่ การวิจัย ต้องมีการรวบรวมทำให้มีความรู้ ความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อแผนก การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์มีกำหนดประเด็นปัญหาจากการดำเนินงานของแผนก ชัดเจนไม่คลุมเครือเข้าใจง่าย การรวบรวมข้อมูลด้านสถานภาพของแผนกในอดีต และปัจจุบัน การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกสามารถประเมินงานด้านการประชาสัมพันธ์ มีรวบรวมข้อมูลของแผนกมีความถูกต้อง เทียบตรง เชื่อถือได้ การรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้องการรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้อง การวางแผน ต้องมีการเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสม การนำเอาข้อมูลจากการวิจัยมาวางแผน งบประมาณที่เพียงพอกับความต้องการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวางแผน และการประเมิน ต้องมีการปฏิบัติงานของแผนกบรรลุตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแผนงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสาร การปฏิบัติงานของแผนก ถูกนำไปใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงแผนการทำงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรของแผนก การประเมินผลระหว่างการทำงาน และนำไปปรับปรุง รายละเอียดดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล

## รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน

### การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน (หนังสือพิมพ์)

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน ประเภทหนังสือพิมพ์ ต้องมีการนำเสนอข่าวตรงกับความเป็นจริงเนื้อหาข่าวสารมีคุณภาพ ข่าวสารมีแหล่งที่น่าเชื่อถือ มีการใช้ภาษาที่สุภาพถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ โดยต้องมีการสื่อสาร ด้วยการส่งสาร มีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูล การส่งสารสามารถสื่อสารข้อมูล เข้าใจโดยง่ายการส่งสารใช้ภาษาที่ชัดเจน การส่งสารคำนึงถึงความเข้าใจ ในการอ่าน การฟังของผู้ รับสารเนื้อหาของสาระของข่าวสารมีประโยชน์ การส่งสารใช้ช่องทางในการสื่อสารที่ผู้รับสารใช้อยู่ การวิจัย ต้องมีการรวบรวมทำให้มีความรู้ ความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อแผนก การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์มีกำหนดประเด็นปัญหาจากการดำเนินงานของแผนก ชัดเจนไม่คลุมเครือเข้าใจง่าย การรวบรวมข้อมูลด้านสถานภาพของแผนกในอดีต และปัจจุบัน การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกสามารถประเมินงานด้านการประชาสัมพันธ์ มีรวบรวมข้อมูลของแผนกมีความถูกต้อง เทียบตรง เชื่อถือได้ การรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้องการรวบรวมถูกเก็บจากผู้ เกี่ยวข้อง การวางแผน ต้องมีการเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสม การนำเอาข้อมูลจากการวิจัยมาวางแผน งบประมาณที่เพียงพอกับความต้องการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวางแผน และการประเมิน ต้องมีการปฏิบัติงานของแผนกบรรลุตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแผนงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสาร การปฏิบัติงานของแผนก ถูกนำไปใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงแผนการทำงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรของแผนก การประเมินผลระหว่างการทำงาน และนำไปปรับปรุง

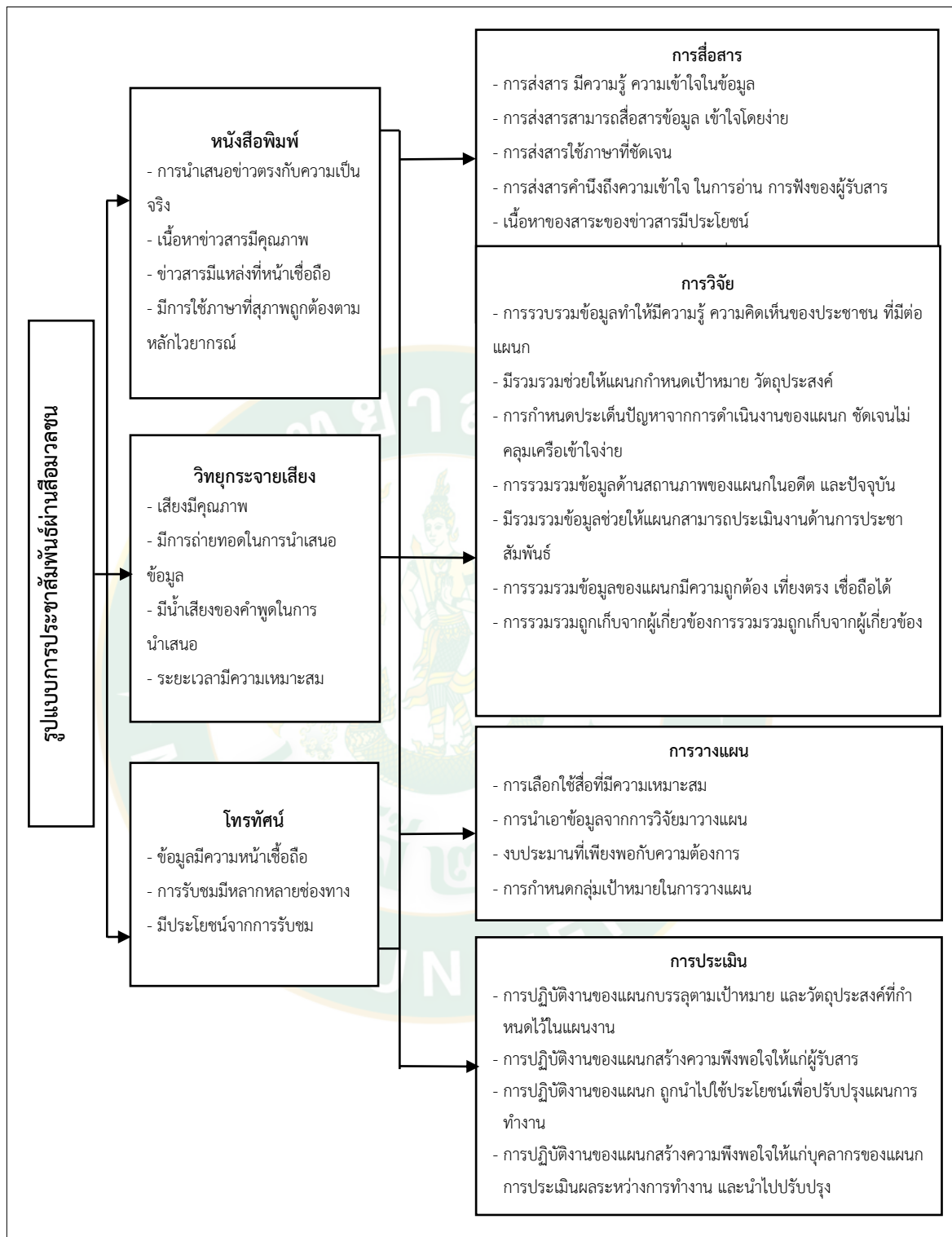
### การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน (วิทยุกระจายเสียง)

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนประเภท วิทยุกระจายเสียงเสียงต้องมีคุณภาพมีการถ่ายทอดในการนำเสนอข้อมูลมีน้ำเสียงของคำพูดในการนำเสนอระยะเวลาที่มีความเหมาะสม โดยต้องมีการสื่อสาร โดยต้องมีการสื่อสาร ด้วยการส่งสาร มีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูล การส่งสารสามารถสื่อสารข้อมูล เข้าใจโดยง่ายการส่งสารใช้ภาษาที่ชัดเจน การส่งสารคำนึงถึงความเข้าใจ ในการอ่าน การฟังของผู้ รับสารเนื้อหาของสาระของข่าวสารมีประโยชน์ การส่งสารใช้ช่องทางในการสื่อสารที่ผู้รับสารใช้อยู่ การวิจัย ต้องมีการรวบรวมทำให้มีความรู้ ความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อแผนก การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์มีกำหนดประเด็นปัญหาจากการดำเนินงานของแผนก ชัดเจนไม่คลุมเครือเข้าใจง่าย การรวบรวมข้อมูลด้านสถานภาพของแผนกใน

อดีต และปัจจุบัน การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกสามารถประเมินงานด้านการประชาสัมพันธ์ มีรวบรวมข้อมูลของแผนกมีความถูกต้อง เทียบตรง เชื่อถือได้ การรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้องการรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้อง การวางแผน ต้องมีการเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสม การนำเอาข้อมูลจากการวิจัยมาวางแผน งบประมาณที่เพียงพอกับความต้องการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวางแผน และการประเมิน ต้องมีการปฏิบัติงานของแผนกบรรลุตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแผนงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสาร การปฏิบัติงานของแผนก ถูกนำไปใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงแผนการทำงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรของแผนก การประเมินผลระหว่างการทำงาน และนำไปปรับปรุง

### การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน (โทรทัศน์)

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน โทรทัศน์ ข้อมูลต้องมีความน่าเชื่อถือ การรับชมมีหลากหลายช่อง ทางมีประโยชน์จากการรับชม โดยต้องมีการสื่อสาร ด้วยการส่งสาร มีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูล การส่งสารสามารถสื่อสารข้อมูล เข้าใจโดยง่ายการส่งสารใช้ภาษาที่ชัดเจน การส่งสารคำนึงถึงความเข้าใจ ในการอ่าน การฟังของผู้ รับสารเนื้อหาของสาระของข่าวสารมีประโยชน์ การส่งสารใช้ช่องทางในการสื่อสารที่ผู้รับสารใช้อยู่ การวิจัย ต้องมีการรวบรวมทำให้มีความรู้ ความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อแผนก การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์มีกำหนดประเด็นปัญหาจากการดำเนินงานของแผนก ชัดเจนไม่คลุมเครือเข้าใจง่าย การรวบรวมข้อมูลด้านสถานภาพของแผนกในอดีต และปัจจุบัน การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกสามารถประเมินงานด้านการประชาสัมพันธ์ มีรวบรวมข้อมูลของแผนกมีความถูกต้อง เทียบตรง เชื่อถือได้ การรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้องการรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้อง การวางแผน ต้องมีการเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสม การนำเอาข้อมูลจากการวิจัยมาวางแผน งบประมาณที่เพียงพอกับความต้องการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวางแผน และการประเมิน ต้องมีการปฏิบัติงานของแผนกบรรลุตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแผนงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสาร การปฏิบัติงานของแผนก ถูกนำไปใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงแผนการทำงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรของแผนก การประเมินผลระหว่างการทำงาน และนำไปปรับปรุง รายละเอียดดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย การอภิปราย และข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) เพื่อศึกษาช่องทางการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 2) เพื่อศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และ 3) เพื่อกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้คือ บุคลากร สังกัดในแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรมและท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร ประกอบไปด้วย ระดับหัวหน้า รองหัวหน้าแผนก แขนงงาน หน่วยงาน โดยรวบรวมข้อมูลทั้งหมดของจำนวนประชากรผู้ทำงานด้าน การประชาสัมพันธ์ในกิจกรรมต่าง ๆ ของแผนก และของจังหวัด ซึ่งได้ใช้ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยในส่วนแบบสอบถามนั้น ได้ผ่านการทดสอบ ความเที่ยงตรงของเนื้อหา และทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ที่ใช้ในการวิจัย หลังจากนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำเอาแบบสอบถาม ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำเอาข้อมูลมาวิเคราะห์ ประมวลผล ทางสถิติ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสถิติ สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ และนำเอาผลการวิจัยมาอธิบายผู้วิจัยได้นำเสนอในรูปแบบตาราง และใช้สถิติเชิงบรรยายมาอธิบายประกอบ เพื่อให้สอดคล้อง ครอบคลุม กับเนื้อหา ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ที่ สามารถสรุป ตามกรอบวัตถุประสงค์ดังนี้

## 1. ช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัด สหวัณนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรผู้ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสหวัณนะเขต ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 36-40 ปี มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรี ที่เป็นระดับพนักงานทั่วไป ระดับรายได้ อยู่ที่ 5,000-10,000 บาท ช่องทางการประชาสัมพันธ์ ได้นำเสนอ ระดับประสิทธิภาพต่อช่องทาง การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสหวัณนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ สื่อสมัยใหม่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน เมื่อแยกตามระดับประสิทธิภาพต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัด สหวัณนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้

### 1.1. สื่อสมัยใหม่

สื่อสมัยใหม่ ช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสหวัณนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสหวัณนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในระดับมาก โดยจัดลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่าด้านด้านที่มากที่สุดคือ เฟซบุ๊ก ยูทูป เว็บไซต์ ตามลำดับ

สื่อสมัยใหม่ (เฟซบุ๊ก) ช่องทางการประชาสัมพันธ์แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสหวัณนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ในระดับมาก จัดเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการแสดงท่าทาง น้ำเสียง ความสามารถการถ่ายทอดของผู้นำเสนอข้อมูล ผู้ชมสามารถเลือกสถานที่ในการรับชมได้สะดวก ความสามารถในการนำเสนอข้อมูลที่รวดเร็ว สดใหม่ ทันต่อเหตุการณ์ ผู้ชมสามารถเลือกช่องทางได้หลากหลายช่องทาง แหล่งข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ การให้ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวที่หน้าสนใจ ผู้ชมสามารถเลือกเวลาในการรับชม และรับชมย้อนหลังได้ ตามลำดับ

สื่อสมัยใหม่ (ยูทูป) ช่องทางการประชาสัมพันธ์แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสหวัณนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ส่วนใหญ่มีระดับประสิทธิภาพต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ด้าน ผู้ชมสามารถเลือกเวลาในการรับชม และรับชมย้อนหลังได้ แหล่งข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ ผู้ชมสามารถ

เลือกช่องทางได้หลากหลายช่องทาง ผู้ชมสามารถเลือกสถานที่ในการรับชมได้สะดวก ความสามารถในการนำเสนอข้อมูลที่รวดเร็ว สดใหม่ ทันต่อเหตุการณ์ การแสดงท่าทาง น้ำเสียง และความสามารถในการถ่ายทอดของ ยูทูบเบอร์ ตามลำดับ

สื่อสมัยใหม่ (เว็บไซต์) ช่องทางการประชาสัมพันธ์แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรี สภาวัฒนธรรมประชาชนไทยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ในระดับมาก โดยจัดลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ด้านการใช้ภาษาที่สุภาพ ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ รองลงมาด้านเนื้อหาสาระมี ด้านการนำเสนอข่าวมีความตรงไปตรงมา ด้านเนื้อหาข่าวสารมีความทันสมัย การนำเสนอภาพ เสียง และวิดีโอที่สวยงามสะดุดตา ตามลำดับ

## 1.2. สื่อบุคคล

สื่อบุคคล ช่องทางการประชาสัมพันธ์แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรี สภาวัฒนธรรมประชาชนไทยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ในระดับมาก โดยจัดลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ด้านการพูดสนทนา การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การฝึกอบรม การพูดในที่ชุมชน การสัมมนา ตามลำดับ

สื่อบุคคล (การพูดสนทนา) ช่องทางการประชาสัมพันธ์แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรี สภาวัฒนธรรมประชาชนไทยประชาชนลาว ส่วนใหญ่มีระดับประสิทธิภาพต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ในระดับมาก โดยจัดลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ด้านความเหมาะสมของการพูดสนทนา การใช้คำพูดที่กระชับในการพูดสนทนา ความต่อเนื่องของการพูดสนทนา การกำหนดจุดมุ่งหมายในการพูดสนทนา อย่างชัดเจน การพูดสนทนาที่สามารถสร้างความเข้าใจ และการเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นการพูดสนทนา ตามลำดับ

สื่อบุคคล (การอภิปราย) ช่องทางการประชาสัมพันธ์แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรี สภาวัฒนธรรมประชาชนไทยประชาชน มีระดับประสิทธิภาพต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ในระดับมาก โดยจัดลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ด้านการเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการอภิปราย ความเหมาะสมของการอภิปราย การอภิปรายที่สามารถสร้างความเข้าใจ ความต่อเนื่องของการ การใช้คำพูดที่กระชับในการอภิปราย และการกำหนดจุดมุ่งหมายในการอภิปราย อย่างชัดเจน ตามลำดับ

สื่อบุคคล (การบรรยาย) ช่องทางการประชาสัมพันธ์แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ในระดับมาก โดยจัดลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ด้านความเหมาะสมของการบรรยาย ความต่อเนื่องของการบรรยาย การกำหนดจุดมุ่งหมายในการบรรยายอย่างชัดเจน การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการบรรยาย การใช้คำพูดที่กระชับในการบรรยาย ตามลำดับ

สื่อบุคคล (การประชุม) ช่องทางการประชาสัมพันธ์แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ในระดับมาก โดยจัดลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ด้านการกำหนดจุดมุ่งหมายของการประชุมอย่างชัดเจน การประชุมที่สามารถสร้างความเข้าใจ การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการประชุม ความต่อเนื่องของการประชุม ความเหมาะสมของการประชุม การใช้คำพูดที่กระชับในการประชุม ตามลำดับ

สื่อบุคคล (การฝึกอบรม) ช่องทางการประชาสัมพันธ์แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ ในระดับปานกลาง โดยจัดลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ด้านความเหมาะสมของการฝึกอบรม ความต่อเนื่องของการฝึกอบรม การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการฝึกอบรม การใช้คำพูดที่กระชับในการฝึกอบรม ตามลำดับ

สื่อบุคคล (การพูดในที่ชุมชน) ช่องทางการประชาสัมพันธ์แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ ในระดับปานกลาง โดยจัดลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่โดยด้านการพูดในที่ชุมชนที่สามารถสร้างความเข้าใจ การกำหนดจุดมุ่งหมายในการพูดในที่ชุมชนอย่างชัดเจน ความเหมาะสมของการพูดในที่ชุมชน การใช้คำพูดที่กระชับในการพูดในที่ชุมชน การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการพูดในที่ชุมชน ตามลำดับ

สื่อบุคคล (การสัมมนา) ช่องทางการประชาสัมพันธ์แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ ในระดับปานกลาง โดยจัดลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ด้านการกำหนดจุดมุ่งหมายในการสัมมนาอย่างชัดเจน การสัมมนาที่สามารถสร้างความเข้าใจ การใช้คำพูดที่

กระชับในการสัมมนา ความต่อเนื่องของการสัมมนา ความเหมาะสมของการ การเปิดโอกาสให้ผู้อื่น ได้แสดงความคิดเห็นในการสัมมนา ตามลำดับ

### 1.3. สื่อมวลชน

สื่อมวลชน ช่องทางการประชาสัมพันธ์แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัด สหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพต่อช่องทางการ ประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง โดยจัดลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ด้านหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ตามลำดับ

สื่อมวลชน (หนังสือพิมพ์) ช่องทางการประชาสัมพันธ์แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และ ท่องเที่ยว จังหวัดสหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพต่อ ช่องทางการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง โดยจัดลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่มีด้านการ นำเสนอข่าวที่ตรงกับความเป็นจริง เนื้อหาข่าวสารมีคุณภาพ เนื้อหาข่าวสารมีมีแหล่งที่เชื่อถือได้ การ ใช้ภาษาที่สุภาพ ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ การให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ตามลำดับ

สื่อมวลชน (วิทยุกระจายเสียง) ช่องทางการประชาสัมพันธ์แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และ ท่องเที่ยว จังหวัดสหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพต่อ ช่องทางการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง โดยจัดลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่โดยมีด้าน ความชัดเจนของเสียงมีคุณภาพ ความสามารถการถ่ายทอดในการนำเสนอข้อมูล การเลือกใช้น้ำเสียง ของคำพูดในการนำเสนอ ความเหมาะสมของระยะเวลาของรายการ ผู้ดำเนินรายการเลือกใช้ภาษาที่ เหมาะสม ความสามารถในการเข้าถึงผู้ฟังได้ง่าย การช่วยให้เพิ่มความรู้ ที่มากขึ้น ตามลำดับ

สื่อมวลชน (โทรทัศน์) ช่องทางการประชาสัมพันธ์แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพต่อช่องทาง ทางการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง โดยจัดลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่โดยมีด้านข้อมูลที่ นำเสนอมีความน่าเชื่อถือ การเลือกการรับชมมีหลากหลายช่องทาง ประโยชน์จากการรับชม ความ เหมาะสมของเวลา และความน่าสนใจ ความสามารถในการนำเสนอข้อมูลที่รวดเร็ว สดใหม่ ทันต่อ เหตุการณ์ ตามลำดับ



## 2. กระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัด สหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

กระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัด สหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ การสื่อสาร การวิจัย การวางแผน การประเมินผล เมื่อแยกตามระดับประสิทธิภาพต่อกระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สามารถเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้

กระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัด สหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพต่อกระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ในระดับปานกลาง โดยจัดลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่การสื่อสาร การวิจัย การวางแผน ประเมินผล ตามลำดับ

กระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (การสื่อสาร) แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพต่อกระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ในระดับปานกลาง โดยจัดลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ด้านผู้ส่งสารมีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลประชาสัมพันธ์ ผู้ส่งสารสามารถสื่อสารข้อมูลให้ผู้รับสาร เข้าใจโดยง่าย ส่งสารเลือกใช้ภาษาที่ชัดเจน เข้าใจตรงกันระหว่างผู้ส่งกับผู้รับ ผู้ส่งสารคำนึงถึงความเข้าใจ ในการอ่าน การฟังของผู้รับสาร เนื้อหาของสารของข่าวสารมีประโยชน์ ไม่ขัดแย้งต่อค่านิยม ผู้ส่งสารเลือกช่องทางในการสื่อสารที่ผู้รับสารใช้อยู่ ตามลำดับ

กระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (การวิจัย) แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพต่อกระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ในระดับมาก โดยจัดลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่โดยมีด้านการรวบรวมทำให้มีความรู้ ความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อแผนก การรวบรวมช่วยให้แผนกกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ การกำหนดประเด็นปัญหาจากการดำเนินงานของแผนก ชัดเจนไม่คลุมเครือ เข้าใจง่าย การรวบรวมข้อมูลด้านสถานภาพของแผนกในอดีต และปัจจุบัน การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกสามารถประเมินงานด้านการ การรวบรวมข้อมูลของแผนกมีความถูกต้อง เทียบตรง เชื่อถือได้ มีการรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้อง ตามลำดับ

กระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (การวางแผน) แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพต่อกระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ในระดับปานกลาง โดยจัดลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ด้าน

การเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสม การนำข้อมูลจากขั้นตอนการวิจัยมาใช้ประโยชน์ในขั้นตอนการวางแผน การกำหนดงบประมาณที่เพียงพอกับความต้องการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของแผนงานการประชาสัมพันธ์ การกำหนดวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ของแผนงานที่ชัดเจน การเลือกช่องทาง การสื่อสารกับเวลาที่ เหมาะสม การเตรียมบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการดำเนินงานตามลำดับ

กระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (การประเมินผล) แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสหัสวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระดับประสิทธิภาพต่อกระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ในระดับปานกลาง โดยจัดลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ด้านผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนกบรรลุตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ ที่กำหนดไว้ในแผนงาน ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับ ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนก ถูกนำไปใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงแผนการทำงาน ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรของแผนก แผนกมีการประเมินผลระหว่างการทำงาน และนำไปปรับปรุง ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนกเกิดความคุ้มค่าเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่าย ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนก มีความสอดคล้องกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ที่กำหนดไว้ในแผนงาน ตามลำดับ

### 3. รูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสหัสวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ผลการวิจัยการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสหัสวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่า รูปแบบการประชาสัมพันธ์ คือการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสมัยใหม่ด้วย เพชบุ๊ค โดยต้องประกอบด้วย การแสดงท่าทาง น้ำเสียง ความรวดเร็ว สดใหม่ ทันต่อเหตุการณ์ การรับชมหลากหลายช่องทาง ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ความสามารถชมย้อนหลังได้ ยูทูบ มีการเลือกสถานที่ในการรับชม มีข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ มีการรับชมหลากหลายช่องทาง มีการเลือกสถานที่ในการรับชมได้สะดวก มีข้อมูลรวดเร็ว สดใหม่ ทันต่อเหตุการณ์ มีท่าทาง น้ำเสียง การถ่ายทอดของ ยูทูบเปอร์ และเว็บไซต์ มีภาษาที่สุภาพ ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ มีเนื้อหาสาระมีคุณภาพ มีการนำเสนอข่าวมีความตรงไปตรงมา มีเนื้อหาข่าวสารมีความทันสมัย โดยต้องมีการสื่อสาร ด้วยการส่งสาร มีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูล การส่งสารสามารถสื่อสารข้อมูล เข้าใจโดยง่ายการส่งสารใช้ภาษาที่ชัดเจน การส่งสารคำนึงถึงความเข้าใจ ในการอ่าน การฟังของผู้รับสารเนื้อหาของสาระของข่าวสาร มีประโยชน์ การส่งสารใช้ช่องทางในการสื่อสารที่ผู้รับสารใช้อยู่ การวิจัย ต้องมีการรวบรวมทำให้มี

ความรู้ ความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อแผนก มีรวบรวมช่วยให้แผนกกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์มีกำหนดประเด็นปัญหาจากการดำเนินงานของแผนก ชัดเจนไม่คลุมเครือเข้าใจง่าย มีการรวบรวมข้อมูลด้านสภาพของแผนกในอดีต และปัจจุบัน มีการรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกสามารถประเมินงานด้านการประชาสัมพันธ์ มีรวบรวมข้อมูลของแผนกมีความถูกต้อง เพียงตรง เชื่อถือได้ การรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้องการรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้อง การวางแผน ต้องมีการเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสม การนำเอาข้อมูลจากการวิจัยมาวางแผน งบประมาณที่เพียงพอกับความต้องการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวางแผน และการประเมิน ต้องมีการปฏิบัติงานของแผนกบรรลุตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแผนงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสาร การปฏิบัติงานของแผนก ถูกนำไปใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงแผนการทำงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรของแผนก การประเมินผลระหว่างการทำงาน และนำไปปรับปรุง

ผลการวิจัยการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแพนกลางชาววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่า รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคลด้วยการพูดสนทนาโดยต้องประกอบด้วย ความเหมาะสมของการพูด การใช้คำพูดที่กระชับ มีความต่อเนื่องของการพูด การกำหนดจุดมุ่งหมายในการพูด มีการเปิดโอกาสแสดงความคิดเห็นการพูด การพูดที่สามารถสร้างความเข้าใจ ส่วนการอภิปราย การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็น ความเหมาะสมของการอภิปราย การอภิปรายที่สามารถสร้างความเข้าใจ ความต่อเนื่องของการอภิปราย การใช้คำพูดที่กระชับ มีการกำหนดจุดมุ่งหมายในการอภิปราย อย่างชัดเจน การบรรยาย ความเหมาะสมของการบรรยาย มีความต่อเนื่องของการบรรยาย การกำหนดจุดมุ่งหมายในการ การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการบรรยาย และการประชุม มีการกำหนดจุดมุ่งหมายของการประชุม อย่างชัดเจน การประชุมที่สามารถสร้างความเข้าใจ การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการประชุม ความต่อเนื่องของการประชุม การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคลด้วยการฝึกอบรม ต้องมีความเหมาะสมของการฝึกอบรม ความต่อเนื่องของการฝึกอบรม การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการฝึกอบรม การใช้คำพูดที่กระชับในการฝึกอบรม การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคล ด้วยการพูดในที่ชุมชน ต้องมีการพูดในที่ชุมชนที่สามารถสร้างความเข้าใจ การกำหนดจุดมุ่งหมายในการพูดในที่ชุมชนอย่างชัดเจนความเหมาะสมของการพูดในที่ชุมชน การใช้คำพูดที่กระชับในการพูดในที่ชุมชน การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการพูดในที่ชุมชน การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อบุคคลด้วยการสัมมนา ต้องมีการกำหนดจุดมุ่งหมายใน

การสัมมนาอย่างชัดเจน การสัมมนาที่สามารถสร้างความเข้าใจ การใช้คำพูดที่กระชับในการสัมมนา ความต่อเนื่องของการสัมมนา ความเหมาะสมของการสัมมนา การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการสัมมนา โดยต้องมีการสื่อสาร ด้วยการส่งสาร มีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูล การส่งสารสามารถสื่อสารข้อมูล เข้าใจโดยง่ายการส่งสารใช้ภาษาที่ชัดเจน การส่งสารคำนึงถึงความเข้าใจ ในการอ่าน การฟังของผู้ รับสารเนื้อหาของสาระของข่าวสารมีประโยชน์ การส่งสารใช้ช่องทางในการสื่อสารที่ผู้รับสารใช้อยู่ การวิจัย ต้องมีการรวบรวมทำให้มีความรู้ ความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อแผนก มีรวบรวมช่วยให้แผนกกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์มีกำหนดประเด็นปัญหาจากการดำเนินงานของแผนก ชัดเจนไม่คลุมเครือเข้าใจง่าย มีการรวบรวมข้อมูลด้านสถานภาพของแผนกในอดีต และปัจจุบัน มีการรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกสามารถประเมินงานด้านการประชาสัมพันธ์ มีรวบรวมข้อมูลของแผนกมีความถูกต้อง เทียบตรง เชื่อถือได้ การรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้องการรวบรวมถูกเก็บจากผู้ เกี่ยวข้อง การวางแผน ต้องมีการเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสม การนำเอาข้อมูลจากการวิจัยมาวางแผน งบประมาณที่เพียงพอกับความต้องการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวางแผน และการประเมิน ต้องมีการปฏิบัติงานของแผนกบรรลุตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแผนงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสาร การปฏิบัติงานของแผนก ถูกนำไปใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงแผนการ ทำงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรของแผนก การประเมินผลระหว่างการทำงาน และนำไปปรับปรุง

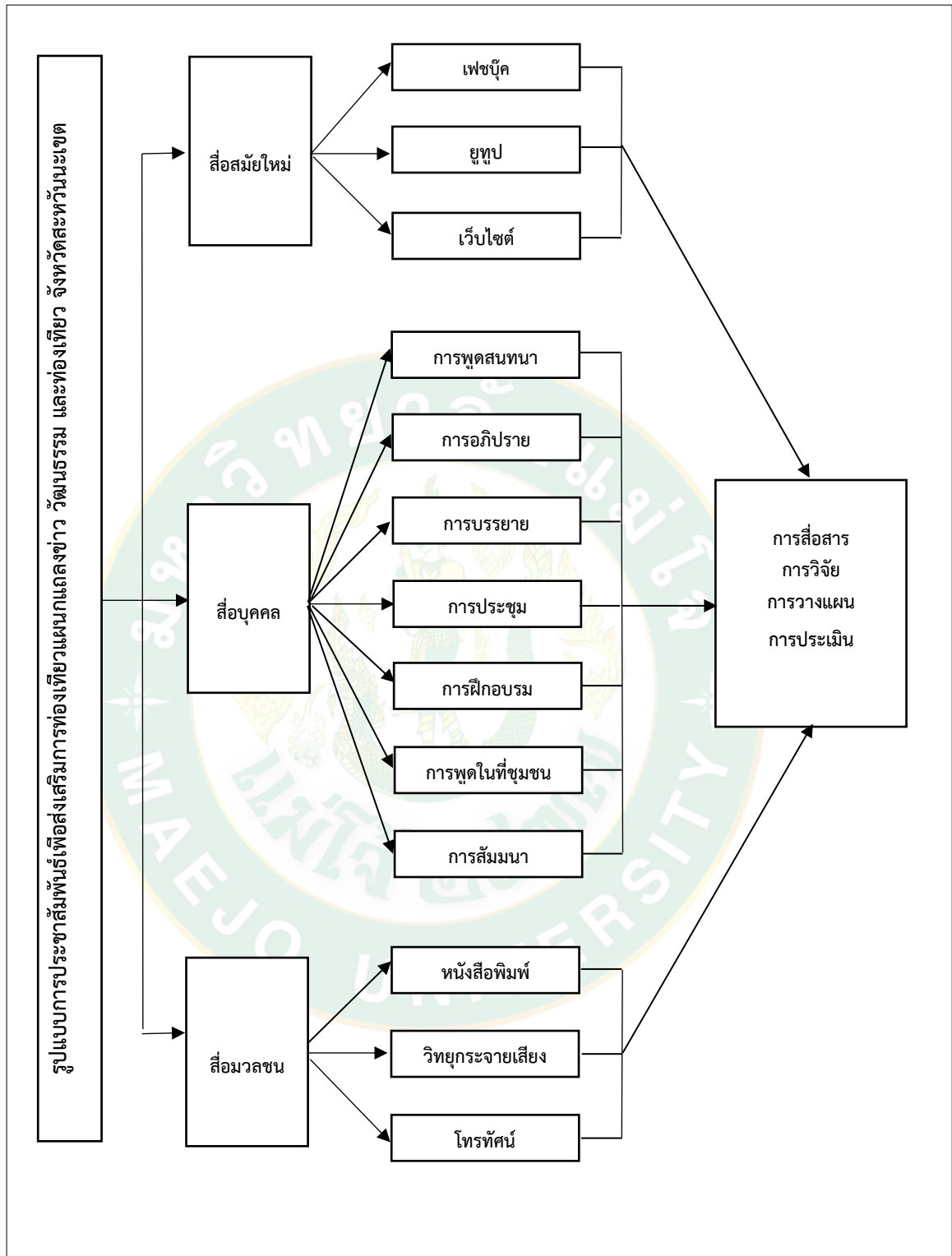
ผลการวิจัยการกำหนดรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่า รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน ประเภทหนังสือพิมพ์ ต้องมีการนำเสนอข่าวตรงกับความเป็นจริง เนื้อหาข่าวสารมีคุณภาพ ข่าวสารมีแหล่งที่น่าเชื่อถือ มีการใช้ภาษาที่สุภาพถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนประเภท วิทยุกระจายเสียงเสียงต้องมีความเหมาะสมในการนำเสนอข้อมูลมีน้ำเสียงของคำพูดในการนำเสนอระยะเวลาที่มีความเหมาะสม การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน โทรทัศน์ ข้อมูลต้องมีความน่าเชื่อถือ การรับชมมีหลากหลายช่อง ทางมีประโยชน์จากการรับชม โดยต้องมีการสื่อสาร ด้วยการส่งสาร มีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูล การส่งสารสามารถสื่อสารข้อมูล เข้าใจโดยง่ายการส่งสารใช้ภาษาที่ชัดเจน การส่งสารคำนึงถึงความเข้าใจ ในการอ่าน การฟังของผู้ รับสารเนื้อหาของสาระของข่าวสารมีประโยชน์ การส่งสารใช้ช่องทางในการสื่อสารที่ผู้รับสารใช้อยู่ การวิจัย ต้องมีการรวบรวมทำให้มีความรู้ ความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อแผนก มีรวบรวมช่วยให้แผนกกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์มีกำหนดประเด็นปัญหาจากการดำเนินงานของแผนก



ชัดเจนไม่คลุมเครือเข้าใจง่าย มีการรวบรวมข้อมูลด้านสถานภาพของแผนกในอดีต และปัจจุบัน มีการรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกสามารถประเมินงานด้านการประชาสัมพันธ์ มีรวบรวมข้อมูลของแผนกมีความถูกต้อง เทียบตรง เชื่อถือได้ การรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้องการรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้อง การวางแผน ต้องมีการเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสม การนำเอาข้อมูลจากการวิจัยมาวางแผน งบประมาณที่เพียงพอกับความต้องการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวางแผน และการประเมิน ต้องมีการปฏิบัติงานของแผนกบรรลุตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในแผนงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสาร การปฏิบัติงานของแผนก ถูกนำไปใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงแผนการทำงาน การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรของแผนก การประเมินผลระหว่างการทำงาน และนำไปปรับปรุง

ผลการวิจัย เรื่องรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทรวงนนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว หัวหน้า รองหัวหน้า ผู้บริหาร สามารถเลือกใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ได้ โดยการกำหนดตามผลการวิจัยในการกำหนดเป็นรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อให้มีประสิทธิภาพ





ภาพที่ 6 รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดพะเยา

## อภิปรายผลการวิจัย

### 1. ช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัด สทวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

#### สื่อสมัยใหม่

ผลการการวิจัยพบว่า สื่อสมัยใหม่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ในระดับมากเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการใช้สื่อสมัยใหม่ในแผนก แถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทวันนะเขต เป็นสื่อที่ดีที่สุดในการใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ เพราะสามารถติดต่อสื่อสารกันได้สะดวก รวดเร็ว และง่าย ซึ่งสอดคล้องกับการรายงานวิจัยของ เอกณรงค์ วรสีหะ (2562) ว่าสื่อสมัยใหม่เป็นสื่อที่ตอบสนองความต้องการสารสนเทศได้ตามความต้องการได้ง่าย รวดเร็ว พร้อมกับมีความสะดวกในการเปิดรับข้อมูลของผู้รับสารที่ง่ายต่อการเข้าถึง เพราะสื่อใหม่มีการพัฒนามาจากสื่อเดิม เพื่อให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย พร้อมกับบรรจุเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารได้อย่างเป็นระบบ มีการค้นหาข้อมูลที่ต้องการได้ง่าย ที่ส่งผลให้เกิดความสำเร็จในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของการประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงการรวบรวมข้อมูลข่าวสารได้มาก ทำนองเดียวกับการศึกษาของ ณีภูษิตดา วัฒนาชัยผล (2560) ว่าการใช้สื่อสมัยใหม่เพื่อการนำเสนอข่าวสาร ผ่านเทคโนโลยี สามารถทำได้ง่าย โดยผ่านอุปกรณ์ที่ทันสมัย เช่น โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน กล้องดิจิทัล แท็บเล็ต โดยการใช้งานผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ เช่น ยูทูป เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก อีเมล ที่สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารในมิติใหม่ มีความรวดเร็ว สดใหม่ มีคุณภาพ เทคโนโลยีเหล่านี้ ได้นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของการเรียนรู้ของมนุษย์ ที่นำมาใช้ให้สอดคล้องกับความต้องการคนปัจจุบัน สอดคล้องกับ อภิวิชจ พุกสวัสดิ์ และกุลทิพย์ ศาสตระรุจิ (2556) ให้เห็นว่าสื่อสมัยใหม่เป็นรูปแบบการสื่อสารที่เข้าถึง กลุ่มเป้าหมายทุกระดับในปัจจุบัน เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในงานประชาสัมพันธ์ และมีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีแนวโน้มว่าจะได้รับความนิยมสูงขึ้นในอนาคต ดังนั้น หลาย ๆ องค์กรมีการประยุกต์ใช้สื่อสมัยใหม่ ในงานประชาสัมพันธ์เพื่อช่วยส่งเสริมสื่อประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิมให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จากแบบเดิมให้กลายเป็นแบบใหม่ ด้วยการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอ ตลอดจนรูปแบบของการเลือกใช้สื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่นำมาซึ่งชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และการสนับสนุนองค์กร อย่างไรก็ตาม ผลจากการศึกษาบางตัวแปรประเภทเว็บไซต์ พบว่า การนำเสนอภาพ เสียง วิดีโอที่สวยงามสะดุด

ตา มีระดับประสิทธิภาพต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะหน่วยงานท่องเที่ยวยังขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางด้าน ไอที ขาดความชำนาญงาน ในการ ปรับปรุง พัฒนาระบบ ต่าง ๆ ในการปรับแต่งรูปภาพ เสียง วีดีโอให้สวยงาม หรือมีการอัปเดตข้อมูลใหม่ ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับ จีราวรรณ ทองลิ่ม (2558) การใส่ภาพสื่อความหมาย กับเนื้อหาอยู่ในระดับปานกลาง รวมถึงมีการใช้ภาพเคลื่อนไหว ที่สอดคล้อง และการสื่อความหมายของเนื้อหาที่ชัดเจนอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน แสดงให้เห็นว่า การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ จะต้องมีการประกอบ ที่สวยงาม ดูสะดุดตา ประกอบในการประชาสัมพันธ์ เพื่อดึงดูดความสนใจในการอ่าน เข้าใจง่าย พร้อมกับมีระบบเพื่อใช้ สำหรับการค้นหาข่าวสารที่รวดเร็ว มีการปรับปรุง การพัฒนา บุคลากรอบรมให้ความรู้ ผู้ที่ทำงานด้านไอที ให้ปรับปรุง ด้านที่บกพร่อง ให้ดีขึ้น ตามลำดับ ดังนั้น สื่อสมัยใหม่ที่มีความทันสมัยนี้ จะเป็นโอกาสในการพัฒนาข้อมูลในการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสมัยใหม่ ในรูปแบบต่างต่างในอนาคต ที่จะมามีมากยิ่งขึ้น และแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรีนะเขต ควรที่จะปรับกลยุทธ์ แผนงาน ต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางนี้ให้มากขึ้น พร้อมกับปรับปรุงข้อบกพร่อง รวมไปถึงพัฒนาบุคลากร อบรมให้ความรู้ ยกระดับความรู้ ความสามารถ ให้มีความรู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อให้เกิดการพัฒนาแบบต่าง ๆ ของการประชาสัมพันธ์ ให้มากขึ้น เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ได้ง่าย

### สื่อบุคคล

ผลการการวิจัยพบว่า สื่อบุคคลมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ ในระดับมากเป็นลำดับต่อมาจากสื่อสมัยใหม่ อาจกล่าวได้ว่า สื่อบุคคลในแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัดสระบุรีนะเขต เป็นสื่อที่ยังสามารถใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้ดี นั้นอาจเนื่องมาจาก สื่อบุคคลเป็นสิ่งที่สามารถเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายได้ง่าย เพราะด้วยการอธิบาย การให้ข้อมูลด้วยการพูดจาโดยตรง ด้วยการโต้ตอบตัวต่อตัว เพราะสามารถ อธิบายเรื่องราว หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ง่ายกว่า สื่ออื่น ๆ เพราะมีความเข้าใจ ระหว่างสองฝ่าย ถือได้ว่าสื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงในการสื่อสาร เพื่อให้เกิดความร่วมมือ ในการสนับสนุน ความสัมพันธ์ และความเชื่อก่อให้เกิดเข้าใจของการสื่อสาร สอดคล้องกับ อรุณรัตน์ ชินวรรณ (2553) พบว่าสื่อบุคคลเป็นสื่อที่ใช้ตัวบุคคลนำข่าวสารประชาสัมพันธ์ไปยังผู้รับสารโดยตรง ในการสื่อสารให้ประสบผลสำเร็จ โดยมีการโต้ตอบซึ่งกันและกัน มีการเตรียมพร้อมในเรื่องที่จะพูด เลือกเรื่องที่จะพูด ด้วยอาการอธิบายกับผู้ฟังตามสถานการณ์ โอกาส เวลา และสถานที่ ที่เหมาะสม เพื่อนำข้อมูลหรือเนื้อหาสาระไปเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ ทำนองเดียวกับ พจน์ ใจชาญสุขกิจ (2556)

พบว่าสื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูง โดยการถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ไปยังผู้กลุ่มเป้าหมายมีความน่าเชื่อถือ โน้มน้าวจิตใจได้ เนื่องจากเป็นสื่อโดยตรง เพราะอาศัยการพูด การให้สัมภาษณ์ การประชุม การพบปะ การพูดคุย การสนทนา การสอน การอภิปราย การปะทะถกเถียง ในโอกาสต่าง ๆ รวมถึง ผ่านสื่อมวลชน ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สำหรับกิจกรรมที่จัดขึ้น สอดคล้องกับ ธัญภรณ์ รักษาคำ (2557) พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีความโดดเด่นคือสื่อบุคคล ที่มีประสิทธิภาพสามารถ เอาไปพัฒนาในการประชาสัมพันธ์ได้ สามารถนำเอาข้อมูลต่าง ๆ ไปกระจายให้กับประชาชนได้อย่างง่ายดาย เพราะเป็นสื่อที่สามารถโต้ตอบกับประชาชนได้ ที่สามารถทำให้ประชาชนเกิดความประทับใจได้ ง่ายกว่าสื่อประเภทอื่น อย่างไรก็ตามจากผลการวิจัย บางตัวแปรของงานวิจัยครั้งนี้พบว่า การฝึกอบรม การพูดในที่ชุมชน การสัมภาษณ์ ของแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัดสระบุรี มีระดับประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะด้านการใช้คำพูดที่กระชับ ความเหมาะสม ความต่อเนื่อง การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็น ทั้งนี้เป็นเพราะ นักประชาสัมพันธ์ ในแผนกแถลงข่าววัฒนธรรมและท่องเที่ยวจังหวัดสระบุรี ยังขาดความรู้เฉพาะด้าน ขาดทักษะในการประชาสัมพันธ์ในการพูด รวมไปถึงขาดการรับฟัง และการเปิดโอกาสให้คนอื่น ได้โต้ตอบมีส่วนร่วม กับการสนทนาประชาสัมพันธ์ด้วย กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2549) กล่าวในอีกมุมหนึ่งว่า การประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ต้องมีการเตรียมความพร้อมทางด้านข้อมูล พร้อมกับมีทักษะในการนำเสนอข้อมูลในการพูด จังหวะลีลา ภาษา ที่อ่อนช้อย เพื่อให้ผู้ฟัง มีความคล้อยตาม เกิดความศรัทธา ในการฟัง โดยไม่ขัดแย้งกับสิ่งที่นำเสนอออกไป ทำให้การประสานสัมพันธ์ลุล่วงไปด้วยดี มีการเปิดโอกาสให้กับผู้ฟัง ได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น สอดคล้องกับ สุวิชา ทวีสุข และคณะ (2558) พบว่า ผู้ที่ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ต้องอาศัยทักษะ และความรู้ต่าง ๆ ผ่านกระบวนการเรียนรู้ ด้วยการอ่านการสังเกต การใช้ภาษาที่ง่ายต่อการฟัง ไม่เป็นทางการจนเกินไป ให้คนอื่นได้โต้ตอบกับประเด็นปัญหาต่าง ๆ รวมไปถึงการรับฟังของผู้เข้าร่วม และนักประชาสัมพันธ์ต้องมีประสบการณ์ในการทำงาน ต้องมีไหวพริบ ในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และปัญหา อาจที่เกิดขึ้น ระหว่างการประชาสัมพันธ์

### สื่อมวลชน

ผลการวิจัยพบว่า สื่อมวลชนมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์ ผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด นั้นอาจเป็นเพราะว่า สื่อมวลชนในแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรี ยังเป็นสื่อเดิมที่ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ ด้วยการเป็นกระบอกเสียงให้กับพรรค และรัฐบาล ในการโฆษณา

เผยแพร่ นโยบาย แนวทางการพัฒนาประเทศ เป็นสื่อที่มีช่องทางในการนำเสนอข้อมูล เนื้อหาข่าวสาร การนำเสนอข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ที่น่าสนใจ ยังมีน้อย ทำให้ความสามารถในการเข้าถึงผู้ฟังได้น้อย การช่วยให้เพิ่มความรู้ที่มากขึ้น ยังทำไม่ได้ดีเท่าที่ควร ความเหมาะสมของเวลา และความน่าสนใจ รวมไปถึงความสามารถในการนำเสนอข้อมูลที่รวดเร็วสดใหม่ทันต่อเหตุการณ์ ยังมีระดับน้อย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อในลาวส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับการพัฒนา พร้อมกับนักสื่อสารมวลชนมีน้อย ยังขาดความรู้ความสามารถเฉพาะด้านในการทำงาน การนำเสนอข่าวยังมีข้อจำกัดทางด้านกฎหมาย การรายงานข่าวไม่ทันต่อเหตุการณ์เพราะมีหลายขั้นตอน เลยทำให้การนำเสนอข่าวมีความล่าช้า อีกทั้งระบบเทคโนโลยีของสื่อในลาวยังไม่ได้รับการพัฒนาเพื่อสนองให้กับทำงานเท่าที่ควร ในทางตรงกันข้าม พัชราภา เอื้ออมรวนิช (2562) พบว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน ผ่านรายการวิทยุ และรายการโทรทัศน์มีเนื้อหาสร้างสรรค์ มีการเสนอความรู้ด้านกฎหมาย สามารถเข้าถึงผู้ฟัง ได้ง่าย เพราะมีหลากหลายช่องทางให้เลือกปรับชม โดยแนวทางการพัฒนาสื่อวิทยุสามารถเพิ่มความรู้ และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ได้รับการพัฒนาทั้งด้านรายการ สารระ รูปแบบรายการ พิธีกร โดยจัดให้มีการพัฒนาเนื้อหา ให้สอดคล้องกับความต้องการ มีการสนับสนุนให้ผู้ติดตามข่าวสารมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นแบบมีส่วนร่วม และมีข้อเสนอแนะปรับปรุงต่าง ๆ รวมทั้งมีงบประมาณในการพัฒนาบุคลากร เพื่อสนับสนุนการพัฒนาสื่อ เพื่อสร้างความตระหนักแก่สังคม สอดคล้องกับ ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว และยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2554) พบว่า การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อมวลชน ถือว่ายังมีประสิทธิภาพสูง เพราะสื่อมวลชน ยังสามารถทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ได้ดี เป็นสื่อ ที่มีกรกลั่นกรองข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ก่อนประชาสัมพันธ์ออกไป เป็นสื่อเดิมที่มีความน่าเชื่อถือทำให้เป็นที่ไว้วางใจ ของประชาชน และกลุ่มเป้าหมายความการประชาสัมพันธ์ได้ เพราะมีความรับผิดชอบในการสื่อข่าว สื่อมวลชนมีหน้าที่ในการหาข่าวสาร กลั่นกรองข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เป็นข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ต่อสังคม สื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็นสื่อดั้งเดิม หรือสื่อใหม่ต่างก็มีเสรีภาพอันชอบธรรมในการรายงาน ข่าวสารเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมให้ผู้รับสารทราบ เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า สื่อมวลชนใน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีช่องทางในการรับชมข่าวน้อยถ้าเทียบจากผลการวิจัย ของนักวิจัยท่านอื่น ๆ เนื่องจากอาจมีความแตกต่าง ทางด้านพื้นที่ในการศึกษา รวมถึงการปรับปรุง เนื้อหา ยังไม่ได้คุณภาพ ความน่าสนใจของรายการข่าว รายการบันเทิง รวมถึง ทักษะในการนำเสนอ ของพิธีกร ในการนำเสนอ และวิธีการนำเสนอข่าวรายการต่าง ๆ ยังเป็นแบบเดิม รายการนำเสนอแต่ ข่าวทางการ ไม่สามารถตอบสนอง ตามความต้องการของสังคม เท่าที่ต้องการรับรู้ข่าวสารได้ ทำให้ ประชาชนลาวส่วนใหญ่ รับรู้สื่อจากประเทศเพื่อนบ้านมากกว่า และอิทธิพลดังกล่าว ทำให้ความนิยม



การรับสื่อจากภายในลาวเองมีน้อย ดังนั้น ในการประชาสัมพันธ์ในแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขตต้องมีการพัฒนา ควบคู่กันไป กับสื่อสมัยใหม่ เพื่อให้ การประชาสัมพันธ์ของสื่อต่าง ๆ เป็นไปในทิศทางอันเดียวกัน สอดคล้อง กับวัตถุประสงค์อันเดียวกัน ของพรรคและรัฐบาลลาววาง ทำหน้าที่ บริการข้อมูลข่าวสารให้กับประชาชนอย่างถี่ถ้วน ตรงไปตรงมา เพื่อให้เกิดความทันสมัย และความนิยมจากบรรดากลุ่มคนภายในเอง

## 2. กระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

### การสื่อสาร

ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวด้านการสื่อสาร แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมี ประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก อาจกล่าวได้ว่า การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขต มีนโยบายด้านการเรียนรู้งานซึ่งกัน และกัน มีแรง กระตุ้น จูงใจเป็นองค์ประกอบที่สามารถแจ้งข้อมูลข่าวสารขององค์การต่อพนักงานเพื่อให้พนักงาน สามารถประสาน และบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน นั่นก็เพราะประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ สมัยใหม่ และสื่อบุคคลสามารถสร้างการสื่อสารที่ง่าย เพราะเป็นสื่อที่มีความชัดเจน สอดคล้องกับ เพียงกมล เกิดสมศรี และปรีชา พันธุ์แน่น (2562) พบว่า การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ ต้องมีการ สื่อสารที่ ชัดเจนเรียบง่าย เมื่อสื่อสารออกไปยังกลุ่มต้องมีความน่าเชื่อถือ ข้อมูลข่าวสารที่น่าเสนอ ด้านเนื้อหา ต้องมีความสอดคล้องสัมพันธ์กับการสื่อสาร มีความสม่ำเสมอ มีความเข้มข้นของ เนื้อหา มีการกำหนดเครื่องมือสื่อสารขั้นเชิงในการสื่อสาร มีความรับผิดชอบต่อสังคม และ สิ่งแวดล้อม มีความความคิดสร้างสรรค์ มีการสร้างข้อมูลที่ตีเพื่อแข่งขันการสื่อสาร มีการสร้างความ ร่วมมือกับผู้ทรงอิทธิพลทางด้านความคิดเพื่อการสื่อสารที่ถูกต้อง สอดคล้องกับ ณัฐนันท์ วงษ์ ประเสริฐ (2557) พบว่า การสื่อสารสามารถใช้การสื่อสารได้อย่างชัดเจน มีความสอดคล้องกับเรื่องที่จะประชาสัมพันธ์ มีการกำหนดหัวข้อในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้มีความเหมาะสม ของการแบ่งงาน ที่เหมาะสมของหน่วยงาน ภายใน และภายนอก กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงาน เช่น แม่ค้า ชาวบ้านล้วนแล้วแต่มีส่วนร่วมในการจัดงาน โดยความเต็มใจ เพราะเห็นคุณค่าในตัวเอง ประเพณี และอยากนำเสนอบอกต่อหรือประชาสัมพันธ์ให้กับคนภายนอกรับรู้ สอดคล้องกับ บุญตา วัฒนวา นิษฐ์กุล และสุภาภรณ์ ศรีดี (2559) พบว่า การสื่อสารการท่องเที่ยว ได้มีการส่งเสริม และพัฒนาด้าน

การท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น ส่วนสถานการณ์การตลาด ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ใช้กลยุทธ์การวางแผนการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ มีการผสมผสานสื่อที่หลากหลาย ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สื่อที่ใช้ได้แก่ เคเบิลท้องถิ่น อินเทอร์เน็ต การจัดแสดงผลิตภัณฑ์ใหม่และคู่มือการท่องเที่ยว โดยมี การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ประกอบด้วย 1) การตรวจสอบแผนการตลาดเพื่อกำหนดทิศทางสำหรับกิจกรรมทางการตลาด 2) การวิเคราะห์สถานการณ์โปรแกรมการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ มุ่งเน้นการพัฒนากลยุทธ์ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน และภายนอก 3) การวิเคราะห์กระบวนการสื่อสาร โดยมุ่งเน้นการตรวจสอบประสิทธิภาพกับกลุ่มเป้าหมาย 4) การกำหนดงบประมาณเพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ทางการสื่อสาร 5) การพัฒนาโปรแกรมการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรด้วยการกำหนดข้อความ และกลยุทธ์การใช้สื่อ 6) การตรวจสอบ ประเมินผล และการควบคุม เพื่อให้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลสำหรับปรับปรุงการดำเนินงาน และการวางแผนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ดังนั้น แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัดสระบุรีฯ เป็นหน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่กลั่นกรองข้อมูลของสาร ก่อนที่จะประชาสัมพันธ์ออกไป ทำให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ เพราะผ่านกระบวนการหลายขั้นตอน ดังนั้น การสื่อสารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร จึงสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มบุคคลภายในองค์กร ให้มีความรักใคร่กลมเกลียว สามัคคี รวมทั้งเสริมสร้างขวัญกำลังใจ สร้างความจงรักภักดีต่อหน่วยงาน

### การวิจัย

ผลการการวิจัยพบว่า กระบวนการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวด้านการวิจัย แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรีฯ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมี ประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก เพราะว่าผู้ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ ในแผนกมีความคิดเห็นว่าการวิจัย มีส่วนช่วยในการทำงานของแผนกให้มีประสิทธิภาพ เพราะจะได้เรียนรู้ จากกระบวนการวิจัย เพื่อมาเป็นข้อมูล ในการทำงานมีส่วนช่วยในการรวบรวมข้อมูล ให้ถูกต้อง ตามวัตถุประสงค์ เพื่อที่จะนำมาปรับปรุง ในการทำงาน และปรับใช้ในการวางแผนทำงานให้เป็นระบบมากขึ้น จากการวิจัยของแผนก ผลการการวิจัยดังกล่าว สอดคล้องกับ เมธาวิ แก้วสนธิ (2558) ว่า การวิจัยในกระบวนการประชาสัมพันธ์นั้น คือการค้นคว้าหา ความจริง ผ่านการวิเคราะห์อย่างมีหลักการ และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ สำหรับงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งการวิจัยมีประโยชน์มากในการเป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ การวางแผน ตลอดจนการ ดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวคิดของ Parsons (2016) ว่าการวิจัย คือส่วน

สำคัญ เนื่องจากนักประชาสัมพันธ์ใช้เป็นเครื่องมือในการรับทราบความจริงของการวิจัย และมองเห็นความสำคัญอย่างเป็นรูปธรรม การวิจัยนั้นมีความสัมพันธ์กับขั้นตอนอื่น ๆ ในวงจรการประชาสัมพันธ์ ขณะเดียวกัน การวิจัยถือว่าเป็นขั้นตอนแรก ในการรวบรวมข้อมูลที่จำเป็นต่อการประชาสัมพันธ์ ที่นำไปสู่การวางแผนที่มีหลักการ ที่วางไว้ จะนำไปสู่การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย และประเมินผลจากการสื่อสาร และข้อมูลจากการประเมินผล ก็จะถูกรวบรวมไว้ในลักษณะการวิจัย เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ สอดคล้องกับ ประทุม ฤกษ์กลาง (2554) พบว่าการวิจัย มีส่วนช่วยการ ประชาสัมพันธ์ที่ทำให้รู้ข้อมูล เพื่อโฆษณาชวนเชื่อในการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง ในการประชาสัมพันธ์ และสร้างภาพลักษณ์ ชื่อเสียงในทางที่ดีให้กับองค์กร ซึ่งปัจจุบัน มีการจัดทำสื่อ และกิจกรรมพิเศษ โครงการต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เพื่อเป็นการตอบแทนให้กับสังคม อันจะเป็นการช่วย เผยแพร่สร้างภาพลักษณ์ชื่อเสียงความเชื่อถือศรัทธาให้มากยิ่งขึ้น ด้วยการประชาสัมพันธ์

#### การวางแผน

ผลการวิจัยพบว่า กระบวนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวด้านการวางแผน แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสหัสวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับปานกลาง นั้นอาจเป็นเพราะว่า การทำงานด้านวางแผนการประชาสัมพันธ์ของแผนกยังขาด บุคลากร ผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ เข้ามาในการวางแผน ในการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ โดยในการวางแผนนั้น จากการวิจัยพบว่า สื่อที่ใช้ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ ไม่มีความเหมาะสม เพราะอย่างยิ่งเป็นสื่อมวลชนแบบเดิม ซึ่งการนำเอาข้อมูล มานำเสนอ ต่อผู้รับสารในการประชาสัมพันธ์นั้น ยังเป็นแบบเดิม ๆ และยังคงขาดงบประมาณ ที่เพียงพอกับความต้องการ ทำให้ไม่เป็นตามวัตถุประสงค์เป้าหมายที่วางไว้ สอดคล้องกับ นันทพร อติเรกโชติกุล (2558) พบว่าการวางแผน เผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่พบปัญหาความไม่ทั่วถึงของข่าวสาร และความเพียงพอของจุดให้บริการข่าวสาร สภาพการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ ยังขาดการวางแผนด้านการประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ยังขาดความเข้าใจด้านการประชาสัมพันธ์ และทักษะด้านการสื่อสาร สื่อประชาสัมพันธ์ยังไม่ครอบคลุมพื้นที่ และขาดการประเมินผล สอดคล้องกับ รัชนีวรรณ บุญอนันต์ และคณะ (2555) พบว่าขาดการวางแผนแม่บทด้านการท่องเที่ยว และขาดการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ทำให้การบริหารจัดการเพื่อการท่องเที่ยว ไม่มีประสิทธิภาพ และขาดการวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวทั้งภายใน และภายนอกจังหวัดที่มีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกัน อภิขัจ พุกสวัสดิ์ (2556) กล่าวในทางตรงกันข้ามว่า การวางแผนงาน

ประชาสัมพันธ คือการนำเอาข้อมูลจากการวิจัย มาวางแผนการประชาสัมพันธให้สอดคล้องกับสถานการณ์ตามขั้นตอน โดยการกำหนดเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ เพื่อการวางแผนของงานทุกชนิด จะต้องมีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน นอกจากนี้ต้องวิเคราะห์สาธารณชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดเลือกการปฏิบัติ หลังจากนั้น ต้องเลือกรูปแบบ วิธีการเนื้อหา และสื่อที่เหมาะสม ที่จะเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ และทำให้บรรลุตาม วัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งในการปฏิบัติงาน การสร้างแผนนั้นเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน จะต้องนำผลมาวิเคราะห์ วัตถุประสงค์สื่อและเครื่องมือตลอดจนข้อมูล ต่าง ๆ เพื่อให้รับทราบและปฏิบัติได้อย่างถูกต้องรวมถึงสามารถเป็นแนวทางในการ วัดผลการปฏิบัติงานในต่อไปอีกด้วย อย่างไรก็ตามหากมีแก้ไขการวางแผนที่กล่าวมา จะทำให้การประชาสัมพันธ มีประสิทธิภาพที่ดี และจะได้คุณภาพในการวางแผน การประชาสัมพันธ ให้มีประสิทธิภาพประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

### การประเมินผล

ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการประชาสัมพันธการท่องเที่ยวด้านการประเมินผล แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทวันนเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับปานกลาง ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด จากการศึกษาพบว่า การทำงาน การวางแผนการประชาสัมพันธนั้น เกิดความผิดพลาด ทำให้การประเมิน ไม่ได้คุณภาพ และผลลัพธ์ของการปฏิบัติงาน ไม่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับสาร การศึกษาครั้งนี้ ยังชี้ให้เห็นถึงแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทวันนเขตยังเลือกใช้ช่องทางในการประชาสัมพันธไม่เหมาะสม หรือยังมีน้อย เพราะส่วนใหญ่การประชาสัมพันธกระทำโดยสื่อมวลชนเป็นหลัก ผลลัพธ์ของการปฏิบัติงาน ไม่ได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการปรับปรุงในการทำงานในครั้งต่อไป และไม่สร้างความพึงพอใจ ให้กับ ผู้ปฏิบัติงาน และไม่ได้เกิดความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่าย ที่วางไว้ พร้อมกับจุดประสงค์ และเป้าหมาย ที่กำหนดไว้ในแผนงาน ก็ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จึงทำให้การประเมิน ของการประชาสัมพันธ ของแผนกแถลงข่าววัฒนธรรมและท่องเที่ยว ไม่ค่อยมีประสิทธิภาพในระดับดี สอดคล้องกับ ยุคลวัชร ภัคดิจักรวิฑูม และเทิดชาย ช่วยบำรุง (2562) พบว่าการวางแผนการประเมินศักยภาพการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวยังทำได้ไม่ดีเท่าที่ควร โดยการส่งเสริมการโฆษณายังมีศักยภาพไม่พอ ทำให้เกิดข้อผิดพลาด และการประเมินต่าง ๆ ไม่ได้คุณภาพ ซึ่งทำให้ผลลัพธ์ของการปฏิบัติงาน ไม่สามารถเกิดความพอใจกับการส่งเสริมการประชาสัมพันธ สอดคล้องกับการศึกษาของ เมธาวิ แก้วสนิท (2550) พบว่า นักประชาสัมพันธส่วนใหญ่ มักไม่สามารถดำเนินการประชาสัมพันธ ให้ครบกระบวนการหรือขั้นตอนได้ โดยเฉพาะในขั้นตอนการประเมินผล ที่ทำเชื่อมโยงไปสู่ขั้นตอนการวิจัยหรือเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งจะมีผลต่อการวางแผน และการสื่อสารเพื่อให้



มีประสิทธิภาพต่อไป โดยสาเหตุหลักๆ ของการประเมินผลที่ไม่มีประสิทธิผล ได้แก่ นักประชาสัมพันธ์ ไม่ให้ความสนใจในการประเมินผล เพราะคิดว่าไม่สำคัญเป็นขั้นตอนที่เสียเวลา บางคนไม่เข้าใจในระบบขั้นตอนของงานประชาสัมพันธ์ เนื่องจากไม่ได้มีความรู้ หรือเรียนมาในศาสตร์นี้โดยตรง ทำให้งานประชาสัมพันธ์มักจะขาดขั้นตอน การประเมินผล ส่งผลให้การดำเนินการประชาสัมพันธ์ไม่มีระบบ ไม่มีคุณภาพ ทั้ง ๆ ที่การประเมินผลสามารถทำได้ง่าย ไม่ซับซ้อน และสามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะกับลักษณะงานประชาสัมพันธ์ในแต่ละครั้ง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่องค์กร ในอีกมุมหนึ่ง Watson and Noble (2007) กล่าวว่า การประเมินผล คือการประเมินประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของนักประชาสัมพันธ์ และการประเมินประสิทธิผลของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เปรียบเทียบกับเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ว่า การประเมินผลเป็นการตัดสินคุณค่าของงานประชาสัมพันธ์ที่ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ที่จะต้องพิสูจน์ถึงคุณค่าของการประชาสัมพันธ์ด้วยหลักฐานที่ชัดเจนว่าการดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้นมีการบรรลุเป้าหมาย ผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์จึงต้องแสดงให้เห็นให้ผู้บริหาร และกลุ่มที่เกี่ยวข้องเห็นถึงความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ ด้วยวิธีการวัดที่น่าเชื่อถือที่ยืนยันได้ถึงคุณค่าที่องค์กรต้องจัดสรรค่าใช้จ่ายให้กับการประชาสัมพันธ์

### 3. รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทรวงนนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

จากผลการวิจัยรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทรวงนนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่า ช่องทางการประชาสัมพันธ์ โดยผ่านสื่อสมัยใหม่ประเภทเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ ยูทูบ และสื่อบุคคลโดยผ่านการพูดสนทนา การอภิปราย การบรรยาย และการประชุม ซึ่งจากการวิเคราะห์พบว่าทั้งสองสื่อเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในระดับมาก เป็นสื่อที่สามารถถ่ายทอดการนำเสนอข้อมูลที่รวดเร็ว สดใหม่ ทันต่อเหตุการณ์ พร้อมกับเป็นทางเลือกในการรับข้อมูลที่หลากหลายได้ ทำให้มีการนำเสนอข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของผู้ใช้สื่อสมัยใหม่ที่มีความน่าสนใจ มีความต่อเนื่อง มีการกำหนดจุดมุ่งหมาย พร้อมทั้งสามารถสร้างความเข้าใจในการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ยังช่วยให้รู้คำตอบได้อย่างชัดเจน ช่วยประหยัดเวลา และค่าใช้จ่าย สามารถให้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลาย เป็นสื่อที่สามารถสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ที่สามารถโต้ตอบกันได้ทันที สอดคล้องกับแนวคิดของ กิดานันท์ มลิทอง (2540) กล่าวว่าเป็นการสื่อสารที่มีผู้รับสารมีโอกาสตอบสนองมายังผู้ส่งได้ทันที โดยผู้ส่งสาร และผู้รับสาร อาจอยู่ต่อหน้ากัน หรืออยู่คนละสถานที่ก็ได้ โดยทั้งสองฝ่ายสามารถสื่อสาร เจาจาหรือโต้ตอบกันไปมา โดยต่างฝ่ายต่างทำหน้าที่ เป็น



ผู้รับ และผู้ส่งสารในเวลาเดียวกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ เรวัตร์ สมบัติทิพย์ (2543) กล่าวว่าการสื่อสารแบบสองทาง เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่ง และผู้รับสารสามารถส่งข่าวสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันและกันได้ ซึ่งการสื่อสารแบบสองทางนั้น ผู้ส่งสารจะให้ความสนใจกับปฏิกิริยาโต้ตอบของผู้รับสาร ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นมาก ของการสื่อสาร จากแนวคิด ที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น มีความสอดคล้อง กับสื่อสมัยใหม่ และสื่อบุคคล เพราะทั้งสองสื่อนี้ เป็นสื่อที่สามารถโต้ตอบสื่อสาร และสามารถสร้างความเข้าใจ ให้กับผู้รับสารของการประชาสัมพันธ์ได้ ณ เวลานั้น ๆ เพราะจะต้องอาศัยการพูดการอธิบาย ในเรื่องราวต่าง ๆ ที่ประชาสัมพันธ์ออกไป ทำให้ง่ายต่อความเข้าใจ ทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ในรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสทวันนะเขตยังพบว่า กระบวนการประชาสัมพันธ์ โดยผ่านการสื่อสาร และการวิจัย พบว่ามีประสิทธิภาพในระดับมาก นั้นอาจเป็นเพราะบุคลากรผู้ทำงานการประชาสัมพันธ์มีความเข้าใจในข้อมูล มีการเตรียมข้อมูลก่อนที่จะทำการประชาสัมพันธ์ มีการกำหนดเป้าหมายวัตถุประสงค์ ประเด็นปัญหา ต่าง ๆ มีการศึกษาถึงสภาพของแผนก มีความถูกต้อง เทียบตรง และน่าเชื่อถือ รวมทั้งมีการเลือกใช้ภาษาที่เหมาะสมให้มีความเข้าใจต่อผู้รับสาร และที่สำคัญคือการสื่อสารมีช่องทางสำหรับผู้รับสารอยู่แล้ว สอดคล้องกับ ปัญญา ชัยสินิท (2554) พบว่า การประชาสัมพันธ์ที่ดีจะต้องเริ่มจากการสำรวจรวบรวมข้อมูล เพื่อที่จะนำเอาข้อมูล มาวางแผนการประชาสัมพันธ์ วิเคราะห์ถึงสถานการณ์ ปัญหาประเด็นต่างต่าง ๆ และปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ มีการหนดเป้าหมายวัตถุประสงค์ พร้อมกับมีการประเมินการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ได้รู้กับสิ่งที่ปฏิบัติไปนั้นได้ผลหรือไม่อย่างไร สื่อที่ใช้ ได้ผลมากน้อยเพียงใด ภาษาที่ใช้มีความเหมาะสมหรือไม่ และสามารถนำเอาข้อมูลนั้นมาสังเคราะห์เพื่อไปเผยแพร่ในการประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับแนวคิดของ Smith (2005) กล่าวว่า การเริ่มต้นการประชาสัมพันธ์ ต้องมีการค้นหาข้อมูล เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ กับการประชาสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ของการดำเนินงาน ตามนโยบายและวัตถุประสงค์ ที่วางไว้ โดยนักประชาสัมพันธ์ จะต้องทำการศึกษาให้ได้มาซึ่งข้อมูลทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านการศึกษาจากเอกสาร การพูดคุยสอบถาม หรือผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ ดังนั้นรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว หากมีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง และกระบวนการที่ถูกต้อง จะทำให้การประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากขึ้น ก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดต่อการประชาสัมพันธ์ของแผนก ดังนั้น รูปแบบการประชาสัมพันธ์ควรมีการประชาสัมพันธ์ แผนกแถลงข่าววัฒนธรรมและท่องเที่ยว ควรประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสมัยใหม่ ไปพร้อมกับสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ที่มีเนื้อหาถูกต้อง

เหมาะสม ซึ่งการนำสื่อใหม่เข้ามาใช้ในงานประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันนี้ทำให้ สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้มากขึ้น เปิดกว้างให้กับทั้งผู้ส่งสาร และผู้รับสารในการเข้าถึงข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ ที่ข้อจำกัดของสื่อแบบเดิมไม่สามารถทำได้ เพื่อให้มีความทันสมัยมากขึ้น สามารถโต้ตอบสื่อสารได้ทันเวลาแบบสองทาง โดยไม่ต้องเสียเวลาเดินทาง ไม่ต้องพึ่งบุคคลจำนวนมากเข้ามาทำหน้าที่ เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ ที่มีความสามารถเข้าถึงรวดเร็ว ง่ายต่อการเข้าถึงแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ในส่วนของกระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระหวุ่นนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ต้องอาศัยการสื่อสาร เข้ามามีส่วนในการประชาสัมพันธ์ เพราะว่าจากการศึกษาผู้ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว มีประสิทธิภาพในด้านข้อมูล รวมถึงการเลือกใช้ภาษาที่ตรงกับผู้รับสาร เนื้อหาที่น่าสนใจออกไปมีประโยชน์กับผู้รับสาร และส่วนมากช่องทางในการสื่อสารคือส่วนใหญ่ผู้รับสารมีอยู่แล้ว เช่น สื่อสมัยใหม่ โดยผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

### ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระหวุ่นนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวทำให้เกิดประโยชน์ ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับนโยบาย และระดับปฏิบัติการ ดังนี้

#### 1. ข้อเสนอแนะในระดับนโยบาย

1.1 หัวหน้าแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัดสระหวุ่นนะเขตสามารถเอานำข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัดสระหวุ่นนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ไปกำหนดนโยบาย กลยุทธ์แผนงานการประชาสัมพันธ์ของแผนกเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ตลอดจนให้มีการส่งเสริม และสนับสนุนการดำเนินงานตามแผนในการส่งเสริมการพัฒนาการประชาสัมพันธ์

1.2 หัวหน้าฝ่ายบริหารแผนกแถลงข่าววัฒนธรรมและท่องเที่ยวจังหวัดสระหวุ่นนะเขต ควรนำผลการวิจัยนี้ ไปใช้กับการวางแผนพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการประชาสัมพันธ์การ

ท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร เพื่อส่งเสริมให้จังหวัดสกลนครเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ และได้มาตรฐาน

1.3 หัวหน้าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องสามารถใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการปรับปรุงการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อการพัฒนาตนเองอาชีพภายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

## 2. ข้อเสนอแนะในระดับปฏิบัติการ

2.1 หัวหน้าแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัดสกลนครสามารถใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสกลนคร สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และสามารถใช้เป็นรูปแบบการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอื่น ๆ เพื่อผลประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพสำหรับหน่วยงาน

2.2 สถาบันการศึกษา และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารทางการท่องเที่ยว หรือประชาสัมพันธ์ข่าวสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่มากขึ้น

2.3 ผู้สนใจทั่วไปที่สนใจสามารถต่อยอดการศึกษานี้ไปเพื่อไปพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดรูปแบบการประชาสัมพันธ์แบบใหม่ เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับหน่วยงานที่รับผิดชอบของจังหวัดในการตัดสินใจพัฒนา และนำไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนคร

## ข้อเสนอแนะในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาช่องทางการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์จากนักท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนครเพื่อการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ของแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร เพื่อนำไปปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน
2. ควรมีการศึกษาระเบียบกระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัดสกลนคร เพื่อให้รู้ถึงความเหมาะสมของกระบวนการประชาสัมพันธ์มาวางแผนการทำงาน
3. ควรมีการศึกษาแนวทางการปรับตัวของสื่อมวลชนในการประชาสัมพันธ์ผ่านยุคสมัยของการสื่อสารแบบออนไลน์ เพื่อให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาการท่องเที่ยว. 2560. **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวลาว นครหลวงเวียงจันทน์: กระทรวง  
แถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว.**
- กระทรวงแถลงข่าววัฒนธรรมและท่องเที่ยว. 2562. **ยุทธศาสตร์พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของ  
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. นครหลวงเวียงจันทน์.**
- กระทรวงแผนการและการลงทุน. 2562. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติ 5 ปีครั้งที่ VIII (2559-  
2564). นครหลวงเวียงจันทน์ สภาแห่งชาติ.**
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. 2549. **ใต้ฟ้ากฟ้าแห่งการศึกษา สื่อบุคคล และเครือข่ายการสื่อสาร  
ภาพรวมจากงานวิจัย. กรุงเทพฯ.**
- กิดานันท์ มลิทอง. 2540. **เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.**
- กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย. 2560. **แนวทางการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยการมี  
ส่วนร่วมของชุมชน กรณีศึกษา: ชุมชนแกะสลักไม้บ้านหลุกตา บลนาคร้วอำเภอมะเท  
จังหวัดลำปาง. วิทยาลัยอินเตอร์เทคโนโลยีลำปาง.**
- จันทร์เพ็ญ ชชาติพันธ์. 2547. **หลักการประชาสัมพันธ์. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยนเรศวรเชียงใหม่.**
- จิราวรรณ ทองลิ้ม. 2558. **การศึกษาแนวทางการพัฒนาเว็บไซต์ในการประชาสัมพันธ์ของคณะ  
วิทยาศาสตร์การแพทย์มหาวิทยาลัยนเรศวร. วิจัยและนวัตกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจและ  
สังคม.**
- ณัฐรัชดา วัฒนาชัยผล. 2560. **สื่อใหม่กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อข่าว. วารสารมหาวิทยาลัย  
นครพนม.**
- ณัฐนันท์ วงษ์ประเสริฐ. 2557. **กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวงานประเพณีรับบัวของ  
อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ. วารสารบัณฑิตศึกษา มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์.**
- ติกาหลัง สุขกุล และฉวีพร ไตวนิช. 2558. **การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ เพื่อการท่องเที่ยว  
ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเก่า จังหวัดกาญจนบุรี. วารสารมนุษยศาสตร์และ  
สังคมศาสตร์**
- ธัญญกรณ์ รักษาคำ. 2557. **ประสิทธิภาพ และความคาดหวังที่มีต่อประสิทธิภาพของสื่อ  
ประชาสัมพันธ์ขององค์การบริหารส่วนตำบลคลองตำหรุ. วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี.**
- นันทพร อติเรกโชติกุล. 2558. **การรับรู้และความต้องการข่าวสารประชาสัมพันธ์ :กรณีศึกษา  
อบต. มะเกลือใหม่ ต.มะเกลือใหม่ อ.สูงเนิน จ.นครราชสีมา. วารสารราชพฤกษ์.**

- บุญเกื้อ ควรหาเวช. 2537. **การประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ ม.ศรีนครินทรวิโรฒ.
- บุญตา วัฒนวานิชย์กุล และสุภาภรณ์ ศรีดี. 2559. **การพัฒนายุทธศาสตร์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเส้นทางสายไหม กลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรินทร์**. วารสารราชพฤกษ์.
- ปดิวิธดา ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา. 2549. **การวิจัยนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- ประมะ สตะเวทิน. 2546. **การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- ประทุม ฤกษ์กลาง. 2554. **การรับรู้วิชาชีพประชาสัมพันธ์ของประชาชนในเขต กรุงเทพฯ และปริมณฑล**. วารสาร สมาคมนักวิจัย.
- ปัญญिता ชัยสนิท. 2554. **การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น**. อุดรดิตถ์: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์.
- ปิยะพร เขตบรรณพต. 2553. **พฤติกรรมรับบริการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อใหม่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- แผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัดสระหว้านนะเขต. 2560. **บทรายงานประจำปีการท่องเที่ยว และแผน 5 ปีของหน่วยงานแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยว**. สระหว้านนะเขต: หน่วยงานแถลงข่าว.
- พงศธร ตั้งสะสม. 2559. **การออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตสำหรับนักท่องเที่ยวจีน**. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. 2556. **กลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ การสร้างและรักษาชื่อเสียงองค์กร สำหรับการแข่งขันในเวทีโลกและประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน**. กรุงเทพฯ: สมาคมประชาสัมพันธ์ไทย.
- พรทิพย์ พิมลสินธุ์. 2551. **การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พระมหากฤษดา นนทวงษ์. 2558. **การประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์เพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ศาสนาและวัฒนธรรม และภาพลักษณ์ของวัด ที่ส่งผลต่อค่านิยมในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และวัฒนธรรมของสาธุชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร**. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543. **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ และสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: สำนักทดสอบทางการศึกษา และจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พัชราภา เอื้ออมรวิช. 2562. **สื่อมวลชนกับการดูแลกำกับตัวเอง** วารสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เพียงกมล เกิดสมศรี และปรีชา พันธุ์แน่น. 2562. **แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการ**



- ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ “ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น” ประเทศไทย.  
วารสารร่วมพฤษภา มหาวินิจฉัยวิทยากรีก.
- ภัทรภรณ์ รุจิระเศรษฐ์. 2558. การประชาสัมพันธ์และอิทธิพลการบอกเล่าปากต่อปากที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในจังหวัดสิงห์บุรีของนักท่องเที่ยว มหาวินิจฉัยวิทยากรีก กรุงเทพมหานคร.
- . 2559. การประชาสัมพันธ์และอิทธิพลการบอกเล่าปากต่อปากที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายในจังหวัดสิงห์บุรีของนักท่องเที่ยว มหาวินิจฉัยวิทยากรีก กรุงเทพมหานคร.
- เมธาวิ แก้วสนิท. 2550. การประเมินผล:ขั้นตอนที่ “มัก” ขาดในงานประชาสัมพันธ์. วารสารวิชาการ มหาวินิจฉัยวิทยากรีกราชภัฏบุรีรัมย์.
- . 2558. จากวิจัยสู่การวางแผนการประชาสัมพันธ์. วารสารวิจัยราชภัฏกรุงเทพฯ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.
- ยุคลวัชร ภัคดีจักรวิฑูร์ และเทิดชาย ช่วยบำรุง. 2562. ศักยภาพชุมชน ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวแก่แหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชนในพื้นที่พิเศษเมืองพัทยาและพื้นที่เชื่อมโยง. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม.
- รัชนีวรรณ บุญอนันต์ และคณะ. 2555. การพัฒนายุทธศาสตร์การบริหารการท่องเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร. วารสารวิชาการบัณฑิตศึกษา มหาวินิจฉัยวิทยากรีกนครสวรรค์.
- รุ่งทิศา ชูทอง และนิธินพ ทองวาสนาส่ง. 2561. ระบบประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ตัวบ่งบอกสัญญาณ. มหาวินิจฉัยวิทยากรีกเทคโนโลยีราชภัฏนครราชสีมา.
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. 2550. การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เรวัตร สมบัติทิพย์. 2543 การติดต่อสื่อสารในองค์การ : กรณีศึกษาบริษัทซีเกทเทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวินิจฉัยวิทยากรีกเกษตรศาสตร์.
- เรืองกิตต์ เหลืองสกุลทอง. 2543. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์. นครราชสีมา: สถาบันราชภัฏนครราชสีมา.
- ลักขณา สตะเวทิน. 2540. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: เพ็ญฟ้า.
- ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์. 2545. ระเบียบวิธีการวิจัย. กรุงเทพมหานคร
- วรรณภา วงษ์วานิช. 2546. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มหาวินิจฉัยวิทยากรีกธรรมศาสตร์.
- วิจิตร อวาทะกุล. 2541. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิมลพรรณ ตั้งจิตเพิ่มความดี. 2543. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.
- วิมลพรรณ อภาเวท. 2553. หลักการโฆษณา และประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

- วิรัช ลภีรัตนกุล. 2540. **การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์**. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว และยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. 2554. **ความคิดเห็นของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนที่มีต่อสื่อมวลชนไทย**. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา.
- ศิริประภา ประภากรเกียรติ. 2562 **การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยใช้แนวคิดชุมชนเป็นฐาน**. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ศุภชัยข้อมูล และการศึกษาเพื่อสุขภาพ. 2563. **รายงาน ผู้ติดเชื้อโคโรนาประจำเดือน** กระทรวงสาธารณสุข สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
- สมิทธิ์ บุญชุติมา. 2560. **การใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อกระจายภาพและเสียง สื่อเว็บไซต์ และสื่อกิจกรรมพิเศษ)**. กรุงเทพฯ.
- สายใจ ทันการ และคณะ. 2558. **การวิจัยและพัฒนากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ด้วยระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์**. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- สุวิชา ทวีสุข และคณะ. 2558. **บทบาทของสื่อบุคคลต่อการสื่อสารเพื่อการจัดการทรัพยากรชายฝั่งบ้านสามัคคี ตำบลบางขุนไทร อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี**. การจัดประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 5.
- เสกสรร สายสีเสด. 2549. **ระบบสารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ: ออลบุ๊กส์พับลิชชิง.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2540. **การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: A.N. การพิมพ์.
- หน่วยงานวิจัยการท่องเที่ยวสะพานนะเขต. 2562. **แผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสะพานนะเขต 2562-2568**. สะพานนะเขต.
- อนันต์ธนา อังกินันท์ และเกื้อกุล คุปรัตน์. 2536. **สื่อสารมวลชน และการประชาสัมพันธ์เพื่อการศึกษา**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- อภิชาจ พุกสวัสดิ์. 2556. **การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิชาจ พุกสวัสดิ์ และกุลทิพย์ ศาสตรระจจิ. 2556. **การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสังคมออนไลน์**. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา 6(2).
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. 2553. **สื่อประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพฯ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อำนาจ หังษา. 2560. **สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นจริงเสริมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เอกณรงค์ วรสีหะ. 2562. **วิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณาผ่านสื่อสมัยใหม่ของประชาชน**. วิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- Anne, G. 1996. **Planing and manging public relations campaigns 3<sup>rd</sup>**. London: Kogan

page Limited

- Baskin, O. w., Aronoff, C. & Lattimore, D. 1997. **Public relations: The professional and the practice** New York: McGraw-Hill Companies.
- Broom, G. M. & Dozier, D. M. 1990. **Using Research in Public Relations: Applications to Program Management.** Prentice-Hall.
- Cutlip, S. M. & Center, A. H. 1994. **Effective public relations.** 5<sup>th</sup>. Prentice-Hall: Englewood Cliffs.
- Cutlip, S. M., Center, A. H. & Broom, G. M. 2006. **Effective public relations.** 8<sup>th</sup>. New jersey: Prentice-Hall.
- Deirdre Breakenridge. 2008. **PR 2.0 : New Media, New Tools, New Audiences.** USA: Pearson.
- Doug, N. 1996. **The realities of public relations** 6<sup>th</sup>. California Wads-worth, Publishing Company.
- Grunig, J. & Hunt, E. 1984. **Managing public relations.** New York: Holt: Rinehart and Winston.
- Hendrix, J. A. & Hayes, D. C. 2007. **Public relations cases.** U.S.A: Wadsworth Publicing company.
- Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S. & Toth, E. 2004. **Public Relations: The Profession and the Practice.** 4th Edition. McGraw-Hill.
- Macnamara, J. 1992. **Research in public relations: a review of the use of evaluation and formative research,** Pyramid Model of PR research.
- Parsons, P. J. 2016. **Ethics in Public Relations : A Guide to Best Practice.** 3<sup>rd</sup> Revised edition. London, United Kingdom: Kogan Page Ltd.
- Rob, C. & Robert, J. T. 2009. **Driving results through social network how top organizations leverage networks for performance and growth.** USA: New Jersey.
- Simon, R. 1980. **Public relation: Concepts and Practices.** New York: MacMillan Pub. Co
- Smith, R. D. 2005. **Strategic Planning for Public Relations.** 1st Edition. Lawrence Erlbaum Associates.
- Watson, T. & Noble, P. 2007. **Evaluating public relations : a best practice guide to**

public relations planning, research and evaluation. London, United Kingdom:  
Replika Press Pvt Ltd.





ภาคผนวก ก  
แบบสอบถามการวิจัย



## แบบสอบถาม

การวิจัยเรื่องรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม  
และท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว  
PUBLIC RELATIONS MODEL FOR TOURISM PROMOTION IN SAVANNAKHETIN  
FORMATION CULTURE AND TOURISM DEPARTMENT OF LAO PEOPLE'S  
DEMOCRATIC REPUBLIC

### คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาการวิจัยเรื่องรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรมและท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามจากผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ในการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ของแผนกแถลงข่าววัฒนธรรมและท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขต โดยการตอบแบบสอบถามของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับและข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้นไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อตัวท่านและหน้าที่การงาน โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล
- ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับกระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

Mr. Phonevilai Nammavongsa

นักศึกษาปริญญาโท สาขาพัฒนาการท่องเที่ยว  
คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้

### แบบสอบถาม

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่องว่างตามตามความเป็นจริงมากที่สุด เพียงคำตอบเดียว

1. เพศ

ชาย  หญิง

2. อายุ

21-25 ปี  26-30 ปี

31-35 ปี  36-40 ปี

มากกว่า 40 ปีขึ้นไป

3. วุฒิการศึกษา

อนุปริญญา ปริญญาตรี

ปริญญาโท ปริญญาเอก

4. ตำแหน่งงานที่รับผิดชอบ

ระดับพนักงานทั่วไป  ระดับอำนวยการ  ระดับขะเนงการ

5. รายได้

ต่ำกว่า 5,000 บาท  5,000-10,000 บาท

10,001-20,000 บาท  สูงกว่า 20,000 บาท

**ส่วนที่ 2** ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพต่อช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ( ✓ ) ลงในช่องว่างตามตามความเป็นจริงมากที่สุด เพียงคำตอบเดียว

5	คะแนน	หมายถึง	มีประสิทธิภาพ ในระดับมากที่สุด
4	คะแนน	หมายถึง	มีประสิทธิภาพ ในระดับมาก
3	คะแนน	หมายถึง	มีประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง
2	คะแนน	หมายถึง	มีประสิทธิภาพ ในระดับน้อย
1	คะแนน	หมายถึง	มีประสิทธิภาพ ในระดับน้อยที่สุด

ช่องทางการประชาสัมพันธ์	ระดับประสิทธิภาพ				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>สื่อบุคคล</b>					
<b>1. การพูดสนทนา</b>					
1.1. การกำหนดจุดมุ่งหมายในการพูดสนทนา อย่างชัดเจน					
1.2. การพูดสนทนาที่สามารถสร้างความเข้าใจ					
1.3. การใช้คำพูดที่กระชับในการพูดสนทนา					
1.4. ความต่อเนื่องของการพูดสนทนา					
1.5. ความเหมาะสมของการพูดสนทนา					
1.6. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นการพูดสนทนา					
<b>2. การอภิปราย</b>					
2.1. การกำหนดจุดมุ่งหมายในการอภิปราย อย่างชัดเจน					
2.2. การอภิปรายที่สามารถสร้างความเข้าใจ					
2.3. การใช้คำพูดที่กระชับในการอภิปราย					
2.4. ความต่อเนื่องของการอภิปราย					
2.5. ความเหมาะสมของการอภิปราย					
2.6. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการอภิปราย					
<b>3. การบรรยาย</b>					
3.1. การกำหนดจุดมุ่งหมายในการบรรยาย อย่างชัดเจน					
3.2. การใช้คำพูดที่กระชับในการบรรยาย					
3.3. ความต่อเนื่องของการบรรยาย					
3.4. ความเหมาะสมของการบรรยาย					
3.5. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการบรรยาย					
<b>4. การประชุม</b>					
4.1. การกำหนดจุดมุ่งหมายของการประชุม อย่างชัดเจน					
4.2. การประชุมที่สามารถสร้างความเข้าใจ					
4.3. การใช้คำพูดที่กระชับในการประชุม					
4.4. ความต่อเนื่องของการประชุม					

ช่องทางการประชาสัมพันธ์	ระดับประสิทธิภาพ				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด		ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.5. ความเหมาะสมของการประชุม					
4.6. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการประชุม					
<b>5. การฝึกอบรม</b>					
5.1. การใช้คำพูดที่กระชับในการฝึกอบรม					
5.2. ความต่อเนื่องของการฝึกอบรม					
5.3. ความเหมาะสมของการฝึกอบรม					
5.4. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการฝึกอบรม					
<b>6. การสัมมนา</b>					
6.1. การกำหนดจุดมุ่งหมายในการสัมมนา อย่างชัดเจน					
6.2. การสัมมนาที่สามารถสร้างความเข้าใจ					
6.3. การใช้คำพูดที่กระชับในการสัมมนา					
6.4. ความต่อเนื่องของการสัมมนา					
6.5. ความเหมาะสมของการสัมมนา					
6.6. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการสัมมนา					
<b>7. การพูดในที่ชุมชน</b>					
7.1. การกำหนดจุดมุ่งหมายในการพูดในที่ชุมชน อย่างชัดเจน					
7.2. การพูดในที่ชุมชนที่สามารถสร้างความเข้าใจ					
7.3. การใช้คำพูดที่กระชับในการพูดในที่ชุมชน					
7.4. ความเหมาะสมของการพูดในที่ชุมชน					
7.5. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการพูดในที่ชุมชน					
<b>สื่อมวลชน</b>					
<b>1. หนังสือพิมพ์</b>					
1.1. เนื้อหาข่าวสารมีมีแหล่งที่เชื่อถือได้					
1.2. การนำเสนอข่าวที่ตรงกับความเป็นจริง					
1.3. การใช้ภาษาที่สุภาพ ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์					

ช่องทางการประชาสัมพันธ์	ระดับประสิทธิภาพ				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.4. เนื้อหาข่าวสารมีคุณภาพ					
1.5. การให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ					
<b>2. โทรทัศน์</b>					
2.1. ความสามารถในการนำเสนอข้อมูลที่รวดเร็ว สดใหม่ ทันต่อเหตุการณ์					
2.2. ข้อมูลที่นำเสนอมีความน่าเชื่อถือ					
2.3. การเลือกการรับชม มีหลากหลายช่องทาง					
2.4. ความเหมาะสมของเวลา และความน่าสนใจ					
2.5. ประโยชน์จากการรับชม					
<b>3. วิทยูทูปกระจายเสียง</b>					
3.1. การช่วยให้เพิ่มความรู้ ที่มากขึ้น					
3.2. ความสามารถในการเข้าถึงผู้ฟังได้ง่าย					
3.3. ความเหมาะสมของระยะเวลาของรายการ					
3.4. ความสามารถการถ่ายทอดในการนำเสนอข้อมูล					
3.5. ผู้ดำเนินรายการเลือกใช้ภาษาที่เหมาะสม					
3.6. การเลือกใช้น้ำเสียงของคำพูดในการนำเสนอ					
<b>สื่อสมัยใหม่</b>					
<b>1. เว็บไซต์</b>					
1.1. เนื้อหาข่าวสารมีความทันสมัย					
1.2. การนำเสนอข่าวมีความตรงไปตรงมา					
1.3. การใช้ภาษาที่สุภาพ ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์					
1.4. เนื้อหาสารมีคุณภาพ					
1.5. การนำเสนอภาพ เสียง วิดีโอ ที่สวยงาม สะดุดตา					
<b>2. ยูทูป</b>					
2.1. ความสามารถในการนำเสนอข้อมูลที่รวดเร็ว สดใหม่ ทันต่อเหตุการณ์					



ช่องทางการประชาสัมพันธ์	ระดับประสิทธิภาพ				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.2. แหล่งข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ					
2.3. การแสดงท่าทาง น้ำเสียง ความสามารถการถ่ายทอดของ ยูทูบเบอร์					
2.4. ผู้ชมสามารถเลือกช่องทางได้หลากหลายช่องทาง					
2.5. ผู้ชมสามารถเลือกสถานที่ในการรับชมได้สะดวก					
2.6. ผู้ชมสามารถเลือกเวลาในการรับชม และรับชมย้อนหลังได้					
<b>3. เฟซบุ๊ก</b>					
3.1. ความสามารถในการนำเสนอข้อมูลที่รวดเร็ว สดใหม่ ทันต่อเหตุการณ์					
3.2. แหล่งข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ					
3.3. การแสดงท่าทาง น้ำเสียง ความสามารถการถ่ายทอดของผู้ นำเสนอข้อมูล					
3.4. ผู้ชมสามารถเลือกช่องทางได้หลากหลายช่องทาง					
3.5. ผู้ชมสามารถเลือกสถานที่ในการรับชมได้สะดวก					
3.6. ผู้ชมสามารถเลือกเวลาในการรับชม และรับชมย้อนหลังได้					
3.7. การให้ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ					

**ส่วนที่ 3** ความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพต่อกระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย  ลงในช่องว่าง ตามความเป็นจริงมากที่สุด เพียงคำตอบเดียว

5	คะแนน	หมายถึง	มีประสิทธิภาพ ในระดับมากที่สุด
4	คะแนน	หมายถึง	มีประสิทธิภาพ ในระดับมาก
3	คะแนน	หมายถึง	มีประสิทธิภาพ ในระดับปานกลาง
2	คะแนน	หมายถึง	มีประสิทธิภาพ ในระดับน้อย
1	คะแนน	หมายถึง	มีประสิทธิภาพ ในระดับน้อยที่สุด

กระบวนการประชาสัมพันธ์	ระดับประสิทธิภาพ				
	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>1. การวิจัย</b>					
1.1. การกำหนดประเด็นปัญหาจากการดำเนินงานของแผนกชัดเจนไม่คลุมเครือเข้าใจง่าย					
1.2. การรวบรวมข้อมูลด้านสถานภาพของแผนกในอดีต และปัจจุบัน					
1.3. การรวบรวมข้อมูลของแผนกมีความถูกต้อง เพียงตรง เชื่อถือได้					
1.4. การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกสามารถประเมินงานด้านการประชาสัมพันธ์					
1.5. การรวบรวมช่วยให้แผนกกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์					
1.6. การรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้อง					
1.7. การรวบรวมทำให้มีความรู้ ความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อแผนก					
<b>2. การวางแผน</b>					
2.1. การนำข้อมูลจากขั้นตอนการวิจัยมาใช้ประโยชน์ในขั้นตอนการวางแผน					
2.2. การกำหนดวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ของแผนงานที่ชัดเจน					
2.3. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของแผนงานการประชาสัมพันธ์					
2.4. การเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสม					
2.5. การเลือกช่องทางการสื่อสารกับเวลาที่ เหมาะสม					
2.6. การกำหนดงบประมาณที่เพียงพอกับความต้องการ					
2.7. การเตรียมบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการดำเนินงาน					
<b>3. การสื่อสาร</b>					
3.1. ผู้ส่งสาร มีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลประชาสัมพันธ์					
3.2. ผู้ส่งสารสามารถสื่อสารข้อมูลให้ผู้รับสาร เข้าใจโดยง่าย					

3.3. ผู้ส่งสารเลือกใช้ภาษาที่ชัดเจน เข้าใจตรงกันระหว่างผู้ส่งกับผู้รับ					
3.4. ผู้ส่งสารคำนึงถึงความเข้าใจ ในการอ่าน การฟังของผู้รับสาร					
3.5. ผู้ส่งสารเลือกช่องทางในการสื่อสารที่ผู้รับสารใช้อยู่					
3.6. เนื้อหาของสารของข่าวสารมีประโยชน์ ไม่ขัดแย้งต่อค่านิยมกับผู้รับสาร					
<b>4. การประเมินผล</b>					
4.1. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสาร					
4.2. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรของแผนก					
4.3. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนกบรรลุตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ ที่กำหนดไว้ในแผนงาน					
4.4. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนก มีความสอดคล้องกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ที่กำหนดไว้ในแผนงาน					
4.5. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนกเกิดความคุ้มค่าเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่าย					
4.6. แผนกมีการประเมินผลระหว่างการทำงาน และนำไปปรับปรุง					
4.7. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนก ถูกนำไปใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงแผนการทำงาน					

## แบบสัมภาษณ์

การวิจัยเรื่องรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม  
และท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว  
PUBLIC RELATIONS MODEL FOR TOURISM PROMOTION IN SAVANNAKHETIN  
FORMATION CULTURE AND TOURISM DEPARTMENT OF LAO PEOPLE'S  
DEMOCRATIC REPUBLIC

### คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาการวิจัยเรื่องรูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าววัฒนธรรมและท่องเที่ยวจังหวัดสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามจากผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ในการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ของแผนกแถลงข่าววัฒนธรรมและท่องเที่ยว จังหวัดสะหวันนะเขต โดยการตอบแบบสัมภาษณ์ของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับและข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้นไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อตัวท่านและหน้าที่การงาน โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลผู้ที่ทำหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

**ส่วนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับช่องทาง แนวทาง และรูปแบบ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

**Mr. Phonevilai Nammavongsa**

นักศึกษาปริญญาโท สาขาพัฒนาการท่องเที่ยว

คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลผู้ที่ทำหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

1. ชื่อ .....
2. ตำแหน่ง.....
3. อายุการทำงาน.....
4. วันที่ให้สัมภาษณ์.....

**ส่วนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับช่องทาง แนวทาง และรูปแบบ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

**คำชี้แจง** โปรดเขียนคำตอบตามคำถาม ดังนี้

1. ท่านคิดว่า การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อบุคคล โดยผ่านด้านการพูดสนทนา การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การฝึกอบรม การสัมมนา การพูดในที่ชุมชนต้องจัดให้มีกิจกรรมใดบ้าง ประกอบ เพื่อให้มีประสิทธิภาพ

.....

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่า การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อมวลชน ประเภท โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ควรมีลักษณะ อย่างไร เพื่อให้มีประสิทธิภาพ

.....

.....

.....

.....

3. ท่านคิดอย่างไรเกี่ยวกับการนำเอาสื่อสมัยใหม่ ประเภท เว็บไซต์ ยูทูป เฟซบุ๊ก มาประยุกต์ใช้ในการประชาสัมพันธ์

.....

.....

.....

.....

4. ท่านคิดว่าการวิจัยมีส่วนช่วยในการทราบถึง ปัญหา การเก็บข้อมูล อย่างไรบ้าง

.....

.....



.....  
.....  
5. ท่านคิดว่า ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ของแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว เป็นอย่างไรบ้าง และต้องการอยากให้การวางแผนการประชาสัมพันธ์เป็นไปในรูปแบบใด

.....  
.....  
.....  
.....  
6. ท่านคิดว่า การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ ควรเป็นไปในรูปแบบใด

.....  
.....  
.....  
.....  
7. ท่านคิดว่า การประเมินการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ ควรมีวิธีประเมิน และช่องทางในการประเมินอย่างไร

.....  
.....  
.....  
.....  
ข้อเสนอแนะอื่น ๆ (เพิ่มเติม)

## ແບບສອບຖາມ

ເລື່ອງ : ຮູບແບບການປະຊາສຳພັນການທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ  
ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວແຂວງສະຫວັນນະເຂດ ສາທາລະນະລັດ ປະຊາທິປະໄຕ ປະຊາຊົນລາວ

PUBLIC RELATIONS MODEL FOR TOURISM PROMOTION IN SAVANNAKHET INFORMATION  
CULTURE AND TOURISM DEPARTMENT OF LAO PEOPLE'S DEMOCRATIC REPUBLIC

### ຄຳຊີ້ແຈງ

ແບບສອບຖາມສະບັບນີ້ເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງການສຶກສາການວິໄຈເລື່ອງ ຮູບແບບການ  
ປະຊາສຳພັນການທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງ  
ທ່ຽວແຂວງສະຫວັນນະເຂດ ສາທາລະນະລັດ ປະຊາທິປະໄຕ ປະຊາຊົນລາວ.

ການສຶກສາຄັ້ງນີ້ ຜູ້ວິໄຈຂໍຄວາມ ຮ່ວມມືໃນການຕອບແບບສອບຖາມຈາກຜູ້ທີ່ປະຕິບັດໜ້າທີ່  
ໃນການເຮັດວຽກດ້ານການປະຊາສຳພັນການທ່ອງທ່ຽວຂອງພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ ວັດທະນະທຳ ແລະ  
ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງສະຫວັນນະເຂດ ໂດຍແບບສອບຖາມ ຈະຖືກເກັບເປັນຄວາມລັບ ແລະ ຂໍ້ມູນຈະນຳໄປ  
ໃຊ້ເພື່ອການສຶກສາເທົ່ານັ້ນ ເຊິ່ງບໍ່ມີຜົນກະທົບໃດໆ ຕໍ່ຕົວທ່ານ ແລະ ໜ້າທີ່ວຽກງານ ໂດຍແບບສອບ  
ຖາມແບ່ງອອກເປັນ 3 ສ່ວນ ດັ່ງນີ້:

1. ຂໍ້ມູນສ່ວນບຸກຄົນ
2. ຄຳຖາມກ່ຽວກັບຊ່ອງທາງການປະຊາສຳພັນ ການທ່ອງທ່ຽວ
3. ຄຳຖາມກ່ຽວກັບຂະບວນການປະຊາສຳພັນການ ການທ່ອງທ່ຽວ
4. ຄຳຖາມກ່ຽວກັບຮູບແບບການປະຊາສຳພັນການທ່ອງທ່ຽວ

Mr. Phonevilai Nammavongsa

ນັກສຶກສາ ລະດັບປະລິນຍາໂທ ສາຂາພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ

ຄະນະພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ມະຫາວິທະຍາໄລ ແມ່ໂຈ້

**ແບບສອບຖາມ**

**ສ່ວນທີ 1** ຂໍ້ມູນສ່ວນບຸກຄົນ

**ຄໍາຊີ້ແຈງ** ກະລຸນາໝາຍເຄື່ອງໝາຍ  ລົງໃນບ່ອນວ່າງ ຕາມຄວາມເປັນຈິງຫລາຍທີ່ສຸດ ພຽງຄໍາຕອບດຽວ

1. ເພດ

ຊາຍ  ຍິງ

2. ອາຍຸ

21-25 ປີ  26-30 ປີ

31-35 ປີ  36-40 ປີ

ຫລາຍກວ່າ 40 ປີຂຶ້ນໄປ

3. ວຸດທິການສຶກສາ

ຕໍ່າກວ່າປະລິນຍາຕີ  ປະລິນຍາຕີ

ປະລິນຍາໂທ  ປະລິນຍາເອກ

4. ຕໍາແໜ່ງວຽກ

ພະນັກງານວິຊາການທົ່ວໄປ  ອໍານວຍການ  ຂະແໜງການ

5. ລາຍໄດ້

ຕໍ່າກວ່າ 1,600,000 ກີບ  1,600,000 - 3,200,000 ກີບ

3,200,000 – 6,400,000 ກີບ  ສູງກວ່າ 6,400,000 ກີບ

**ສ່ວນທີ 2.** ຄວາມຄິດເຫັນກ່ຽວກັບປະສິດທິພາບຕໍ່ຊ່ອງທາງການປະຊາສໍາພັນການທ່ອງທ່ຽວ

**ຄໍາຊີ້ແຈງ** ກະລຸນາໝາຍເຄື່ອງໝາຍ  ລົງໃນບ່ອນວ່າງ ຕາມຄວາມເປັນຈິງຫລາຍທີ່ສຸດ ພຽງຄໍາຕອບດຽວ

5	ຄະແນນ	ໝາຍເຖິງ	ມີປະສິດທະພາບ ໃນລະດັບຫລາຍທີ່ສຸດ
4	ຄະແນນ	ໝາຍເຖິງ	ມີປະສິດທະພາບ ໃນລະດັບຫລາຍ
3	ຄະແນນ	ໝາຍເຖິງ	ມີປະສິດທະພາບ ໃນລະດັບປານກາງ
2	ຄະແນນ	ໝາຍເຖິງ	ມີປະສິດທະພາບ ໃນລະດັບໜ້ອຍ
1	ຄະແນນ	ໝາຍເຖິງ	ມີປະສິດທະພາບ ໃນລະດັບໜ້ອຍທີ່ສຸດ

ຊ່ອງທາງການປະຊາສຳພັນການທ່ອງທ່ຽວ	ລະດັບປະສິດທິພາບ				
	5	4	3	2	1
	ຫຼາຍທີ່ສຸດ	ຫຼາຍ	ປານກາງ	ນ້ອຍ	ນ້ອຍທີ່ສຸດ
<b>ສື່ບຸກຄົນ</b>					
<b>1. ການເວົ້າສົນທະນາ</b>					
1.1. ການກຳໜົດຈຸດມຸ້ງໝາຍໃນການເວົ້າສົນທະນາຢ່າງຊັດເຈນ					
1.2. ການເວົ້າສົນທະນາທີ່ສາມາດສ້າງຄວາມເຂົ້າໃຈ					
1.3. ການໃຊ້ຄຳເວົ້າທີ່ກະທັດຮັດ					
1.4. ຄວາມຕໍ່ເນື່ອງຂອງການເວົ້າສົນທະນາ					
1.5. ຄວາມເໝາະສົມຂອງການເວົ້າສົນທະນາ					
1.6. ການເປີດໂອກາດໃຫ້ຜູ້ອື່ນໄດ້ສະແດງຄວາມຄິດເຫັນໃນການເວົ້າສົນທະນາ					
<b>2. ການອະພິປາຍ</b>					
2.1. ການກຳໜົດຈຸດມຸ້ງໝາຍໃນການອະພິປາຍຢ່າງຊັດເຈນ					
2.2. ການອະພິປາຍທີ່ສາມາດສ້າງຄວາມເຂົ້າໃຈ					
2.3. ການໃຊ້ຄຳເວົ້າທີ່ກະທັດຮັດ					
2.4. ຄວາມຕໍ່ເນື່ອງຂອງການອະພິປາຍ					
2.5. ຄວາມເໝາະສົມຂອງການອະພິປາຍ					
2.6. ການເປີດໂອກາດໃຫ້ຜູ້ອື່ນໄດ້ສະແດງຄວາມຄິດເຫັນໃນການອະພິປາຍ					
<b>3. ການບັນຍາຍ</b>					
3.1. ການກຳໜົດຈຸດມຸ້ງໝາຍໃນການບັນຍາຍຢ່າງຊັດເຈນ					
3.2. ການໃຊ້ຄຳເວົ້າທີ່ກະທັດຮັດ					
3.3. ຄວາມຕໍ່ເນື່ອງຂອງການບັນຍາຍ					
3.4. ຄວາມເໝາະສົມຂອງການບັນຍາຍ					
3.5. ການເປີດໂອກາດໃຫ້ຜູ້ອື່ນໄດ້ສະແດງຄວາມຄິດເຫັນໃນການບັນຍາຍ					
<b>4. ການປະຊຸມ</b>					
4.1. ການກຳໜົດຈຸດມຸ້ງໝາຍໃນການປະຊຸມຢ່າງຊັດເຈນ					
4.2. ການປະຊຸມທີ່ສາມາດສ້າງຄວາມເຂົ້າໃຈ					
4.3. ການໃຊ້ຄຳເວົ້າທີ່ກະທັດຮັດ					
4.4. ຄວາມຕໍ່ເນື່ອງຂອງການປະຊຸມ					
4.5. ຄວາມເໝາະສົມຂອງການປະຊຸມ					
4.6. ການເປີດໂອກາດໃຫ້ຜູ້ອື່ນໄດ້ສະແດງຄວາມຄິດເຫັນໃນການປະຊຸມ					

ຊ່ອງທາງການປະຊາສຳພັນການທ່ອງທ່ຽວ	ລະດັບປະສິດທິພາບ				
	5	4	3	2	1
	ຫຼາຍທີ່ສຸດ	ຫຼາຍ	ປານກາງ	ນ້ອຍ	ນ້ອຍທີ່ສຸດ
<b>5. ການເຝິກອົບຮົມ</b>					
5.1. ການໃຊ້ຄຳເວົ້າທີ່ກະທັດຮັດ					
5.2. ຄວາມຕໍ່ເນື່ອງຂອງການເຝິກອົບຮົມ					
5.3. ຄວາມເໝາະສົມຂອງການເຝິກອົບຮົມ					
5.4. ການເປີດໂອກາດໃຫ້ຜູ້ອື່ນໄດ້ສະແດງຄວາມຄິດເຫັນໃນການເຝິກອົບຮົມ					
<b>6. ການສຳມະນາ</b>					
6.1. ການກຳໜົດຈຸດມຸ້ງໝາຍໃນການສຳມະນາຢ່າງຊັດເຈນ					
6.2. ການສຳມະນາທີ່ສາມາດສ້າງຄວາມເຂົ້າໃຈ					
6.3. ການໃຊ້ຄຳເວົ້າທີ່ກະທັດຮັດ					
6.4. ຄວາມຕໍ່ເນື່ອງຂອງການສຳມະນາ					
6.5. ຄວາມເໝາະສົມຂອງການສຳມະນາ					
6.6. ການເປີດໂອກາດໃຫ້ຜູ້ອື່ນໄດ້ສະແດງຄວາມຄິດເຫັນໃນການສຳມະນາ					
<b>7. ການເວົ້າໃນທີ່ຊຸມຊົນ</b>					
7.1. ການກຳໜົດຈຸດມຸ້ງໝາຍໃນການເວົ້າໃນທີ່ຊຸມຊົນຢ່າງຊັດເຈນ					
7.2. ການເວົ້າໃນທີ່ຊຸມຊົນທີ່ສາມາດສ້າງຄວາມເຂົ້າໃຈ					
7.3. ການໃຊ້ຄຳເວົ້າທີ່ກະທັດຮັດ					
7.4. ຄວາມເໝາະສົມຂອງການເວົ້າໃນທີ່ຊຸມຊົນ					
7.5. ການເປີດໂອກາດໃຫ້ຜູ້ອື່ນໄດ້ສະແດງຄວາມຄິດເຫັນໃນການເວົ້າໃນທີ່ຊຸມຊົນ					
<b>ສົມວນຊົນ</b>					
<b>1. ຫັງສິຝົມ</b>					
1.1. ເນື້ອຫາຂ່າວສານມີແຫຼ່ງທີ່ເຊື່ອຖືໄດ້					
1.2. ການນຳສະເໜີຂ່າວຖືກຕ້ອງກັບຄວາມເປັນຈິງ					
1.3. ການໃຊ້ພາສາທີ່ສຸພາບ ຖືກຕ້ອງຕາມຫຼັກໄວຍະກອນ					
1.4. ເນື້ອຫາຂ່າວສານມີຄຸນນະພາບ					
1.5. ການໃຫ້ຂໍ້ມູນແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທີ່ໜ້າສົນໃຈ					
<b>2. ໂທລະພາບ</b>					
2.1. ຄວາມສາມາດໃນການນຳສະເໜີຂໍ້ມູນທີ່ວ່ອງໄວ ທັນຕໍ່ເຫດການ					
2.2. ຂໍ້ມູນທີ່ນຳສະເໜີມີຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື					



ຊ່ອງທາງການປະຊາສໍາພັນການທ່ອງທ່ຽວ	ລະດັບປະສິດທິພາບ				
	5	4	3	2	1
	ຫຼາຍທີ່ສຸດ	ຫຼາຍ	ປານກາງ	ນ້ອຍ	ນ້ອຍທີ່ສຸດ
2.3. ການເລືອກການຮັບຊົມທີ່ຫຼາກຫຼາຍຊ່ອງທາງ					
2.4. ຄວາມເໝາະສົມຂອງເວລາ ແລະຄວາມໜ້າສົນໃຈ					
2.5. ປະໂຫຍດຈາກການຮັບຊົມ					
<b>3. ວິທະຍຸກະຈາຍສຽງ</b>					
3.1. ການຊ່ວຍໃຫ້ເພີ່ມຄວາມຮູ້					
3.2. ຄວາມສາມາດໃນການເຂົ້າເຖິງຜູ້ຝັງດັ່ງກ່າວ					
3.3. ຄວາມເໝາະສົມຂອງໄລຍະເວລາຂອງລາຍການ					
3.4. ຄວາມສາມາດການຖ່າຍທອດໃນການນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນ					
3.5. ຜູ້ດໍາເນີນລາຍການເລືອກໃຊ້ພາສາທີ່ເໝາະສົມ					
3.6. ການໃຊ້ນໍ້າສຽງຂອງຄໍາເວົ້າໃນການນໍາສະເໜີ					
<b>ສີ່ສະໄໝໃໝ່</b>					
<b>1. ແວ້ນໃຊ້</b>					
1.1. ເນື້ອຫາຂ່າວສານມີຄວາມທັນສະໄໝ					
1.2. ການນໍາສະເໜີມີຄວາມທ່ຽງຕົງ					
1.3. ການໃຊ້ພາສາທີ່ສຸພາບ ຖືກຕ້ອງຕາມຫຼັກໄວຍະກອນ					
1.4. ເນື້ອຫາສາລະມີຄຸນນະພາບ					
1.5. ການນໍາສະເໜີພາບ ສຽງ ວິດີໂອ ທີ່ສວຍງາມ ສະດຸດຕາ					
<b>2. ຢຸບຢຸບ</b>					
2.1. ຄວາມສາມາດໃນການນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນທີ່ວ່ອງໄວ ສິດໃໝ່ ທັນຕໍ່ເຫດການ					
2.2. ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນມີຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື					
2.3. ການສະແດງທໍາທາງ ນໍ້າສຽງ ຄວາມສາມາດການຖ່າຍທອດຂອງ ຢຸບຢຸບເບີ					
2.4. ຜູ້ຊົມສາມາດເລືອກຊ່ອງທາງໄດ້ຫຼາຍຊ່ອງທາງ					
2.5. ຜູ້ຊົມສາມາດເລືອກສະຖານທີ່ໃນການຮັບຊົມໄດ້ສະດວກ					
2.6. ການໃຫ້ຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວທີ່ໜ້າສົນໃຈ					
<b>3. ເຜສບຸກ</b>					
3.1. ຄວາມສາມາດໃນການນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນທີ່ວ່ອງໄວ ສິດໃໝ່ ທັນຕໍ່ເຫດການ					

ຊ່ອງທາງການປະຊາສໍາພັນການທ່ອງທ່ຽວ	ລະດັບປະສິດທິພາບ				
	5	4	3	2	1
	ຫຼາຍທີ່ສຸດ	ຫຼາຍ	ປານກາງ	ນ້ອຍ	ນ້ອຍທີ່ສຸດ
3.2. ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນມີຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື					
3.3. ການສະແດງທ່າທາງ ນໍ້າສຽງ ຄວາມສາມາດການຖ່າຍທອດຂອງ ຜູ້ນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນ					
3.4. ຜູ້ຊົມສາມາດເລືອກຊ່ອງທາງໄດ້ຫຼາຍຊ່ອງທາງ					
3.5. ຜູ້ຊົມສາມາດເລືອກສະຖານທີ່ໃນການຮັບຊົມໄດ້ສະດວກ					
3.6. ຜູ້ຊົມສາມາດເລືອກສະຖານທີ່ໃນການຮັບຊົມໄດ້ສະດວກ					
3.7. ການໃຫ້ຂໍ້ມູນການທ່ອງທ່ຽວທີ່ໜ້າສົນໃຈ					

**ສ່ວນທີ່ 3.** ຄວາມຄິດເຫັນກ່ຽວກັບປະສິດທິພາບຕໍ່ຂະບວນການປະຊາສໍາພັນການທ່ອງທ່ຽວ

**ຄໍາຊີ້ແຈງ** ກະລຸນາໝາຍເຄື່ອງໝາຍ  ລົງໃນບ່ອນວ່າງ ຕາມຄວາມເປັນຈິງຫລາຍທີ່ສຸດ ພຽງຄໍາຕອບດຽວ

- 5 ຄະແນນ ໝາຍເຖິງ ມີປະສິດທະພາບ ໃນລະດັບຫລາຍທີ່ສຸດ
- 4 ຄະແນນ ໝາຍເຖິງ ມີປະສິດທະພາບ ໃນລະດັບຫລາຍ
- 3 ຄະແນນ ໝາຍເຖິງ ມີປະສິດທະພາບ ໃນລະດັບປານກາງ
- 2 ຄະແນນ ໝາຍເຖິງ ມີປະສິດທະພາບ ໃນລະດັບໜ້ອຍ
- 1 ຄະແນນ ໝາຍເຖິງ ມີປະສິດທະພາບ ໃນລະດັບໜ້ອຍທີ່ສຸດ

ຂະບວນການປະຊາສໍາພັນ	ລະດັບປະສິດທິພາບ				
	5	5	5	5	5
	ຫຼາຍທີ່ສຸດ	ຫຼາຍທີ່ສຸດ	ຫຼາຍທີ່ສຸດ	ຫຼາຍທີ່ສຸດ	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
<b>1. ການວິໃຈ</b>					
1.1. ການກໍາໜົດປະເດັນປັນຫາຈາກການດໍາເນີນງານຂອງພະແນກ ຊັດເຈນ ເຂົ້າໃຈງ່າຍ					
1.2. ການຮວບຮວມຂໍ້ມູນດ້ານສະພາບແວດລ້ອມຂອງພະແນກ ໃນອາດີດ ແລະ ປັດຈຸບັນ					

ຂະບວນການປະຊາສໍາພັນ	ລະດັບປະສິດທິພາບ				
	5	5	5	5	5
	ຫຼາຍທີ່ສຸດ	ຫຼາຍທີ່ສຸດ	ຫຼາຍທີ່ສຸດ	ຫຼາຍທີ່ສຸດ	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
1.3. ການຮວມຮວມຂໍ້ມູນຂອງພະແນກມີຄວາມຖືກຕ້ອງ ທ່ຽງຕິງ ເຊື່ອຖືໄດ້					
1.4. ການຮວບຮວມຂໍ້ມູນຊ່ວຍໃຫ້ພະແນກສາມາດປະເມີນວຽກງານ ດ້ານການປະຊາສໍາພັນ					
1.5. ການຮວບຮວມຂໍ້ມູນຊ່ວຍໃຫ້ພະແນກກຳໜົດເປົ້າໝາຍ ແລະ ວັດຖຸປະສົງ					
1.6. ການຮວບຮວມຂໍ້ມູນຖືກເກັບຈາກຜູ້ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ					
1.7. ການຮວບຮວມຂໍ້ມູນເຮັດໃຫ້ມີຄວາມຮູ້ ຄວາມຄິດເຫັນຂອງ ປະຊາຊົນທີ່ມີຕໍ່ພະແນກ					
<b>2. ການວາງແຜນ</b>					
2.1. ການນຳເອົາຂໍ້ມູນຈາກຂັ້ນຕອນການວິໄຈມາໃຊ້ປະໂຫຍດໃນຂັ້ນ ຕອນການວາງແຜນ					
2.2. ການກຳໜົດວັດຖຸປະສົງ ກົນລະຍຸດຂອງແຜນງານທີ່ຊັດເຈນ					
2.3. ການກຳໜົດກຸ່ມເປົ້າໝາຍຂອງແຜນງານການປະຊາສໍາພັນ					
2.4. ການເລືອກໃຊ້ສິ່ງທີ່ມີຄວາມເໝາະສົມ					
2.5. ການເລືອກຊ່ອງທາງການສື່ສານກັບເວລາທີ່ເໝາະສົມ					
2.6. ການກຳໜົດງົບປະມານທີ່ຝຽງພໍກັບຄວາມຕ້ອງການ					
2.7. ການກະກຽມບຸກຄະລາກອນທີ່ມີຄວາມຮູ້ ຄວາມສາມາດ ໃນ ການດຳເນີນງານ					
<b>3. ການສື່ສານ</b>					
3.1. ຜູ້ສົ່ງສານມີຄວາມຮູ້ ຄວາມເຂົ້າໃຈໃນຂໍ້ມູນປະຊາສໍາພັນ					
3.2. ຜູ້ສົ່ງສານສາມາດສື່ສານຂໍ້ມູນໃຫ້ຜູ້ຮັບສານເຂົ້າໃຈໂດຍງ່າຍ					
3.3. ຜູ້ສົ່ງສານເລືອກໃຊ້ພາສາທີ່ຊັດເຈນ ເຂົ້າໃຈຄືກັນ ລະຫວ່າງຜູ້ສົ່ງ ກັບຜູ້ຮັບ					
3.4. ຜູ້ສົ່ງສານຄຳນຶງຄວາມເຂົ້າໃຈ ໃນການອ່ານ ການຝັງຂອງຜູ້ຮັບ ສານ					
3.5. ຜູ້ສົ່ງສານເລືອກຊ່ອງທາງໃນການສື່ສານທີ່ຜູ້ຮັບສານໃຊ້ຢູ່					
3.6. ເນື້ອຫາຂອງສາລະຂອງຂ່າວສານມີປະໂຫຍດ ບໍ່ຂັດແຍ່ງຕໍ່ຄຳ ນິຍົມກັບຜູ້ຮັບສານ					
<b>4. ການປະເມີນ</b>					
4.1. ຜົນລັບການປະຕິບັດງານຂອງພະແນກສ້າງຄວາມຝັງໃຈໃຫ້ກັບຜູ້ ຮັບສານ					

ຂະບວນການປະຊາສໍາພັນ	ລະດັບປະສິດທິພາບ				
	5	5	5	5	5
	ຫຼາຍທີ່ສຸດ	ຫຼາຍທີ່ສຸດ	ຫຼາຍທີ່ສຸດ	ຫຼາຍທີ່ສຸດ	ຫຼາຍທີ່ສຸດ
4.2. ຜົນລັບການປະຕິບັດງານຂອງພະແນກສ້າງຄວາມຝິງຝໍ່ໃຈໃຫ້ກັບບຸກຄະລາກອນຂອງພະແນກ					
4.3. ຜົນລັບການປະຕິບັດງານຂອງພະແນກບັນລຸຕາມເປົ້າໝາຍ ແລະ ວັດຖຸປະສົງ ທີ່ກຳໜົດໄວ້ໃນແຜນງານ					
4.4. ຜົນລັບການປະຕິບັດງານຂອງພະແນກມີຄວາມສອດຄ່ອງກັບເປົ້າໝາຍ ແລະ ວັດຖຸປະສົງທີ່ກຳໜົດໄວ້ໃນແຜນງານ					
4.5. ຜົນລັບການປະຕິບັດງານຂອງພະແນກເກີດຄວາມຄຸ້ມຄ່າ ເມື່ອປຽບທຽບກັບຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ					
4.6. ພະແນກມີການປະເມີນຜົນ ລະຫວ່າງການດຳເນີນງານ ແລະນຳໄປປັບປຸງ					
4.7. ຜົນລັບການປະຕິບັດງານຂອງພະແນກ ຖືກນຳໄປໃຊ້ປະໂຫຍດເພື່ອປັບປຸງແຜນການເຮັດວຽກ					

**ຂໍ້ສະເໜີແນະ**

.....

.....

.....

.....

.....

## ແບບສຳພາດ

ເລື່ອງ : ຮູບແບບການປະຊາສຳພັນການທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ  
ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວແຂວງສະຫວັນນະເຂດ ສາທາລະນະລັດ ປະຊາທິປະໄຕ ປະຊາຊົນລາວ

PUBLIC RELATIONS MODEL FOR TOURISM PROMOTION IN SAVANNAKHET INFORMATION  
CULTURE AND TOURISM DEPARTMENT OF LAO PEOPLE'S DEMOCRATIC REPUBLIC

### ຄຳຊີ້ແຈງ

ແບບສຳພາດສະບັບນີ້ເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງການສຶກສາການວິໄຈເລື່ອງ ຮູບແບບການປະຊາສຳພັນ  
ການທ່ອງທ່ຽວ ເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວແຂວງ  
ສະຫວັນນະເຂດ ສາທາລະນະລັດ ປະຊາທິປະໄຕ ປະຊາຊົນລາວ.

ການສຶກສາຄັ້ງນີ້ ຜູ້ວິໄຈຂໍຄວາມ ຮ່ວມມືໃນການຕອບແບບສຳພາດຈາກຜູ້ທີ່ປະຕິບັດໜ້າທີ່ໃນ  
ການເຮັດວຽກດ້ານການປະຊາສຳພັນການທ່ອງທ່ຽວຂອງພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງ  
ທ່ຽວ ແຂວງສະຫວັນນະເຂດ ໂດຍແບບສຳພາດ ຈະຖືກເກັບເປັນຄວາມລັບ ແລະ ຂໍ້ມູນຈະນຳໄປໃຊ້ເພື່ອ  
ການສຶກສາເທົ່ານັ້ນ ເຊິ່ງບໍ່ມີຜົນກະທົບໃດໆ ຕໍ່ຕົວທ່ານ ແລະ ໜ້າທີ່ວຽກງານ ໂດຍແບບສອບຖາມແບ່ງ  
ອອກເປັນ 2 ສ່ວນ ດັ່ງນີ້:

1. ຂໍ້ມູນສ່ວນບຸກຄົນສຳລັບພະນັກງານທີ່ເຮັດວຽກດ້ານການປະຊາສຳພັນ
2. ຄຳຖາມກ່ຽວກັບຊ່ອງທາງ ແລະ ຮູບແບບການປະຊາສຳພັນການທ່ອງທ່ຽວ

Mr. Phonevilai Nammavongsa

ນັກສຶກສາ ລະດັບປະລິນຍາໂທ ສາຂາພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ

ຄະນະພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ມະຫາວິທະຍາໄລ ແມ່ໂຈ້



ສ່ວນທີ 1 ຂໍ້ມູນສ່ວນບຸກຄົນ

- 1. ຊື່ ແລະ ນາມສະກຸນ.....
- 2. ຕໍາແຫນ່ງ.....
- 3. ອາຍຸການ.....
- 4. ວັນທີໃຫ້ສໍາພາດ.....

ສ່ວນທີ 2 ຄໍາຖາມກ່ຽວກັບ ຊ່ອງທາງການປະຊາສໍາພັນ ແລະ ຮູບແບບການປະຊາສໍາພັນການທ່ອງທ່ຽວ.

ຄໍາຊີ້ແຈງ ກະລຸນາຕອບຄໍາຖາມ ດັ່ງນີ້

1. ທ່ານຄິດວ່າການປະຊາສໍາພັນ ຜ່ານຊື່ບຸກຄົນ ໂດຍຜ່ານດ້ານ ການເວົ້າສົນທະນາ, ການອະພິປາຍ, ການບັນຍາຍ, ການປະຊຸມ, ການເຝິກອົບຮົມ, ການສໍາມະນາ, ການເວົ້າໃນທີ່ຊຸມຊົນ ຕ້ອງຈັດໃຫ້ມີກິດຈະກຳແບບໃດປະກອບ ເພື່ອໃຫ້ມີປະສິດທິພາບ?

.....

.....

.....

.....

2. ທ່ານຄິດວ່າ ການປະຊາສໍາພັນ ຜ່ານສື່ມວນຊົນ ປະເພດ ສື່ໂທລະພາບ ວິທະຍຸ ຫັ້ງສື່ຟິມ ຄວນມີລັກຊະນະແບບໃດ ເພື່ອໃຫ້ມີປະສິດທິພາບ?

.....

.....

.....

.....

3. ທ່ານຄິດແນວໃດ ກ່ຽວກັບການນໍາເອົາສື່ສະໄໝໃໝ່ ປະເພດ ເວັບໄຊ້, ຍູທູບ, ເຟສບຸກ, ມາປະຍຸກໃຊ້ໃນການປະຊາສໍາພັນ?

.....

.....

4. ທ່ານຄິດວ່າການວິໃຈ ມີສ່ວນຊ່ວຍໃນການປະຊາສຳພັນ ໃຫ້ຮູ້ເຖິງ ປັນຫາ ການເກັບຂໍ້ມູນ ແນວໃດແດ່?

.....  
.....  
.....  
.....

5. ທ່ານຄິດວ່າ ໃນການວາງແຜນການປະຊາສຳພັນ ຂອງພະແນກ ຖະແຫລງຂ່າວ ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ເປັນແນວໃດແດ່ ແລະ ທ່ານ ຕ້ອງການຢາກໃຫ້ການວາງແຜນ ເປັນໄປໃນຮູບແບບໃດ?

.....  
.....  
.....  
.....

6. ທ່ານຄິດວ່າການສື່ສານ ການປະຊາສຳພັນ ຂອງພະນັກງານ ຄວນເປັນໄປໃນຮູບແບບໃດແດ່?

.....  
.....  
.....  
.....

7. ທ່ານຄິດວ່າ ການປະເມີນການດຳເນີນງານການ ປະຊາສຳພັນ ຄວນເຮັດແນວໃດ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ວຽກດັ່ງກ່າວ ມີປະສິດທິພາບທີ່ດີ?

.....  
.....  
.....  
.....

ຂໍສະເໜີແນະ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....





ภาคผนวก ข  
ผลการตรวจสอบเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญ

## ร่างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย (IOC)

**เรื่อง:** รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว  
จังหวัดสว่นนเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

\*\*\*\*\*

### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้ อยู่ในขั้นตอนการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของประสิทธิภาพรูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัดสว่นนเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
2. แบบสอบถามฉบับนี้ มีจุดมุ่งเน้นการตรวจสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (index of Item Objective Congruence: IOC) ของแบบสอบถาม
3. แบบสอบถามเป็น 2 ส่วนคือ

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพต่อช่องทางทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพต่อกระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว  
ดังนั้น ผู้วิจัย จึงขอความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาร่างแบบสอบถามว่ามีความสอดคล้องกับตัวแปร และวัตถุประสงค์ของการวิจัยเรื่องนี้หรือไม่ ด้วยการให้คะแนนในแต่ละข้อคำถามในระบบ IOC โดยทำเครื่องหมาย  ลงในช่องว่าง

### เกณฑ์การให้คะแนนในระบบ IOC

- 1) ให้คะแนน 1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
- 2) ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
- 3) ให้คะแนน-1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย



### ร่างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย (IOC)

**เรื่อง:** รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว  
จังหวัดสทวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

Mr. Phonevilai Nammavongsa

นักศึกษา ปริญญาโท สาขา พัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของช่องทางการประชาสัมพันธ์

**คำชี้แจง** ขอให้ท่านผู้เชี่ยวชาญได้กรุณาแสดงความคิดเห็นของท่านที่มีต่อ แบบสอบถามเรื่อง  
รูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวจังหวัด  
สทวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยใส่เครื่องหมาย  ลงในช่องความ  
คิดเห็นของท่านพร้อมเขียนข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพิจารณาปรับปรุงต่อไป  
ตารางผนวก แสดงผลการทดสอบ (IOC)

ช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ					
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม	IOC	หมายเหตุ
	1	2	3			
<b>ส่วนบุคคล</b>						
<b>1. การพูดสนทนา</b>						
1.1. การกำหนดจุดมุ่งหมายในการพูดสนทนา อย่างชัดเจน	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
1.2. การพูดสนทนาที่สามารถสร้างความเข้าใจ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.3. การใช้คำพูดที่กระชับในการพูดสนทนา	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.4. ความต่อเนื่องของการพูดสนทนา	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
1.5. ความเหมาะสมของการพูดสนทนา	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.6. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นการพูดสนทนา	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ					
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม	IOC	หมายเหตุ
	ที่	ที่	ที่			
<b>2. การอภิปราย</b>						
2.1. การกำหนดจุดมุ่งหมายในการอภิปราย อย่างชัดเจน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.2. การอภิปรายที่สามารถสร้างความเข้าใจ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.3. การใช้คำพูดที่กระชับในการอภิปราย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.4. ความต่อเนื่องของการอภิปราย	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
2.5. ความเหมาะสมของการอภิปราย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.6. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการอภิปราย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
<b>3. การบรรยาย</b>						
3.1. การกำหนดจุดมุ่งหมายในการบรรยาย อย่างชัดเจน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.2. การใช้คำพูดที่กระชับในการบรรยาย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.3. ความต่อเนื่องของการบรรยาย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.4. ความเหมาะสมของการบรรยาย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.5. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการบรรยาย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
<b>4. การประชุม</b>						
4.1. การกำหนดจุดมุ่งหมายของการประชุม อย่างชัดเจน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4.2. การประชุมที่สามารถสร้างความเข้าใจ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4.3. การใช้คำพูดที่กระชับในการประชุม	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
4.4. ความต่อเนื่องของการประชุม	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4.5. ความเหมาะสมของการประชุม	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4.6. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการประชุม	1	1	1	3	1	ใช้ได้
<b>5. การฝึกอบรม</b>						
5.1. การใช้คำพูดที่กระชับในการฝึกอบรม	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
5.2. ความต่อเนื่องของการฝึกอบรม	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ					
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม	IOC	หมายเหตุ
	1	2	3			
5.3. ความเหมาะสมของการฝึกอบรม	1	1	1	3	1	ใช้ได้
5.4. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการฝึกอบรม	1	1	1	3	1	ใช้ได้
<b>6. การสัมมนา</b>						
6.1. การกำหนดจุดมุ่งหมายในการสัมมนา อย่างชัดเจน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
6.2. การสัมมนาที่สามารถสร้างความเข้าใจ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
6.3. การใช้คำพูดที่กระชับในการสัมมนา	1	1	1	3	1	ใช้ได้
6.4. ความต่อเนื่องของการสัมมนา	1	1	1	3	1	ใช้ได้
6.5. ความเหมาะสมของการสัมมนา	1	1	1	3	1	ใช้ได้
6.6. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการสัมมนา	1	1	1	3	1	ใช้ได้
<b>7. การพูดในที่ชุมชน</b>						
7.1. การกำหนดจุดมุ่งหมายในการพูดในที่ชุมชน อย่างชัดเจน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
7.2. การพูดในที่ชุมชนที่สามารถสร้างความเข้าใจ	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
7.3. การใช้คำพูดที่กระชับในการพูดในที่ชุมชน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
7.4. ความเหมาะสมของการพูดในที่ชุมชน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
7.5. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการพูดในที่ชุมชน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
<b>สื่อมวลชน</b>						
<b>1. หนังสือพิมพ์</b>						
1.1. เนื้อหาข่าวสารมีมีแหล่งที่เชื่อถือได้	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.2. การนำเสนอข่าวที่ตรงกับความเป็นจริง	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.3. การใช้ภาษาที่สุภาพ ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.4. เนื้อหาข่าวสารมีคุณภาพ	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
1.5. การให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ					
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม	IOC	หมายเหตุ
	1	2	3			
<b>2. โทรทัศน์</b>						
2.1. ความสามารถในการนำเสนอข้อมูลที่รวดเร็ว สดใหม่ ทันต่อเหตุการณ์	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.2. ข้อมูลที่นำเสนอมีความน่าเชื่อถือ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.3. การเลือกการรับชม มีหลากหลายช่องทาง	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.4. ความเหมาะสมของเวลา และความน่าสนใจ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.5. ประโยชน์จากการรับชม	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
<b>3. วิทยูกระจายเสียง</b>						
3.1. การช่วยให้เพิ่มความรู้ ที่มากขึ้น	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.2. ความสามารถในการเข้าถึงผู้ฟังได้ง่าย	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
3.3. ความเหมาะสมของระยะเวลาของรายการ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.4. ความสามารถการถ่ายทอดในการนำเสนอข้อมูล	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.5. ผู้ดำเนินรายการเลือกใช้ภาษาที่เหมาะสม	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.6. การเลือกใช้น้ำเสียงของคำพูดในการนำเสนอ	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
3.7. ความชัดเจนของเสียงมีคุณภาพ	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
<b>สื่อสมัยใหม่</b>						
<b>1. เว็บไซต์</b>						
1.1. เนื้อหาข่าวสารมีความทันสมัย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.2. การนำเสนอข่าวมีความตรงไปตรงมา	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.3. การใช้ภาษาที่สุภาพ ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.4. เนื้อหาสาระมีคุณภาพ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.5. การนำเสนอภาพ เสียง วีดิโอ ที่สวยงาม สะดุดตา	1	1	1	3	1	ใช้ได้
<b>2. ยูทูป</b>						
2.1. ความสามารถในการนำเสนอข้อมูลที่รวดเร็ว สดใหม่ ทันต่อเหตุการณ์	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.2. แหล่งข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ	1	1	1	3	1	ใช้ได้

ช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ					
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม	IOC	หมายเหตุ
	1	2	3			
2.3. การแสดงท่าทาง น้ำเสียง ความสามารถการถ่ายทอดของ ยูทูบเบอร์	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.4. ผู้ชมสามารถเลือกช่องทางได้หลากหลายช่องทาง	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
2.5. ผู้ชมสามารถเลือกสถานที่ในการรับชมได้สะดวก	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.6. ผู้ชมสามารถเลือกเวลาในการรับชม และรับชมย้อนหลังได้	1	1	1	3	1	ใช้ได้
<b>3. เฟซบุ๊ก</b>						
3.1. ความสามารถในการนำเสนอข้อมูลที่รวดเร็ว สดใหม่ทันต่อเหตุการณ์	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.2. แหล่งข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.3. การแสดงท่าทาง น้ำเสียง ความสามารถการถ่ายทอดของผู้นำเสนอข้อมูล	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.4. ผู้ชมสามารถเลือกช่องทางได้หลากหลายช่องทาง	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.5. ผู้ชมสามารถเลือกสถานที่ในการรับชมได้สะดวก	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.6. ผู้ชมสามารถเลือกเวลาในการรับชม และรับชมย้อนหลังได้	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.7. การให้ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	1	1	1	3	1	ใช้ได้



ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพต่อกระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

กระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ					
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม	IOC	หมายเหตุ
	1	2	3			
<b>1. การวิจัย</b>						
1.1. การกำหนดประเด็นปัญหาจากการดำเนินงานของแผนก ชัดเจนไม่คลุมเครือเข้าใจง่าย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.2. การรวบรวมข้อมูลด้านสถานภาพของแผนกในอดีตและปัจจุบัน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.3. การรวบรวมข้อมูลของแผนกมีความถูกต้องเที่ยงตรง เชื่อถือได้	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.4. การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกสามารถประเมินงานด้านการประชาสัมพันธ์	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.5. การรวบรวมช่วยให้แผนกกำหนดเป้าหมายวัตถุประสงค์	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.6. การรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้อง	1	1	1	3	1	ใช้ได้
1.7. การรวบรวมทำให้มีความรู้ ความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อแผนก	1	1	1	3	1	ใช้ได้
<b>2. การวางแผน</b>						
2.1. การนำข้อมูลจากขั้นตอนการวิจัยมาใช้ประโยชน์	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.2. การกำหนดวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ของแผนงานที่ชัดเจน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.3. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของแผนงานการประชาสัมพันธ์	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.4. การเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสม	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.5. การเลือกช่องทางการสื่อสารกับเวลาที่ เหมาะสม	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.6. การกำหนดงบประมาณที่เพียงพอกับความต้องการ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
2.7. การเตรียมบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการดำเนินงาน	1	1	1	3	1	ใช้ได้

กระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ					
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	รวม	IOC	หมายเหตุ
	1	2	3			
<b>3. การสื่อสาร</b>						
3.1. ผู้ส่งสาร มีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลประชาสัมพันธ์	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.2. ผู้ส่งสารสามารถสื่อสารข้อมูลให้ผู้รับสาร เข้าใจโดยง่าย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.3. ผู้ส่งสารเลือกใช้ภาษาที่ชัดเจน เข้าใจตรงกันระหว่างผู้ส่งกับผู้รับ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.4. ผู้ส่งสารคำนึงถึงความเข้าใจ ในการอ่าน การฟังของผู้รับสาร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.5. ผู้ส่งสารเลือกช่องทางในการสื่อสารที่ผู้รับสารใช้อยู่	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3.6. เนื้อหาของสาระของข่าวสารมีประโยชน์ ไม่ขัดแย้งต่อค่านิยมกับผู้รับสาร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
<b>4. การประเมินผล</b>						
4.1. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสาร	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4.2. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรของแผนก	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4.3. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนกบรรลุตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ที่กำหนดไว้ในแผนงาน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4.4. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนก มีความสอดคล้องกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ที่กำหนดไว้ในแผนงาน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4.5. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนกเกิดความคุ้มค่าเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่าย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
4.6. แผนกมีการประเมินผลระหว่างการทำงาน และนำไปปรับปรุง	1	1	1	3	1	ใช้ได้

กระบวนการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ					
	คนที่	คนที่	คนที่	รวม	IOC	หมายเหตุ
	1	2	3			
4.7. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนก ถูกนำไปใช้ ประโยชน์เพื่อปรับปรุงแผนการทำงาน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
รวม				288	96	ใช้ได้

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ (เพิ่มเติม)

.....

.....

.....





ภาคผนวก ค

ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

แบบสอบถาม	ผู้ให้ข้อมูล (N=30)
	ค่าความเชื่อมั่น
<b>สี่บุคคล</b>	
<b>1. การพูดสนทนา</b>	
1.1. การกำหนดจุดมุ่งหมายในการพูดสนทนา อย่างชัดเจน	0.79
1.2. การพูดสนทนาที่สามารถสร้างความเข้าใจ	0.87
1.3. การใช้คำพูดที่กระชับในการพูดสนทนา	0.82
1.4. ความต่อเนื่องของการพูดสนทนา	0.88
1.5. ความเหมาะสมของการพูดสนทนา	0.83
1.6. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นการพูดสนทนา	0.87
<b>2. การอภิปราย</b>	
2.1. การกำหนดจุดมุ่งหมายในการอภิปราย อย่างชัดเจน	0.81
2.2. การอภิปรายที่สามารถสร้างความเข้าใจ	0.76
2.3. การใช้คำพูดที่กระชับในการอภิปราย	0.88
2.4. ความต่อเนื่องของการอภิปราย	0.86
2.5. ความเหมาะสมของการอภิปราย	0.73
2.6. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการอภิปราย	0.83
<b>3. การบรรยาย</b>	
3.1. การกำหนดจุดมุ่งหมายในการบรรยาย อย่างชัดเจน	0.88
3.2. การใช้คำพูดที่กระชับในการบรรยาย	0.86
3.3. ความต่อเนื่องของการบรรยาย	0.82
3.4. ความเหมาะสมของการบรรยาย	0.78
3.5. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการบรรยาย	0.82
<b>4. การประชุม</b>	
4.1. การกำหนดจุดมุ่งหมายของการประชุม อย่างชัดเจน	0.88
4.2. การประชุมที่สามารถสร้างความเข้าใจ	0.77
4.3. การใช้คำพูดที่กระชับในการประชุม	0.82
4.4. ความต่อเนื่องของการประชุม	0.86
4.5. ความเหมาะสมของการประชุม	0.86
4.6. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการประชุม	0.82



แบบสอบถาม	ผู้ให้ข้อมูล (N=30) ค่าความเชื่อมั่น
<b>5. การฝึกอบรม</b>	
5.1. การใช้คำพูดที่กระชับในการฝึกอบรม	0.86
5.2. ความต่อเนื่องของการฝึกอบรม	0.81
5.3. ความเหมาะสมของการฝึกอบรม	0.84
5.4. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการฝึกอบรม	0.86
<b>6. การสัมมนา</b>	
6.1. การกำหนดจุดมุ่งหมายในการสัมมนา อย่างชัดเจน	0.83
6.2. การสัมมนาที่สามารถสร้างความเข้าใจ	0.89
6.3. การใช้คำพูดที่กระชับในการสัมมนา	0.82
6.4. ความต่อเนื่องของการสัมมนา	0.77
6.5. ความเหมาะสมของการสัมมนา	0.73
6.6. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการสัมมนา	0.86
<b>7. การพูดในที่ชุมชน</b>	
7.1. การกำหนดจุดมุ่งหมายในการพูดในที่ชุมชน อย่างชัดเจน	0.88
7.2. การพูดในที่ชุมชนที่สามารถสร้างความเข้าใจ	0.78
7.3. การใช้คำพูดที่กระชับในการพูดในที่ชุมชน	0.86
7.4. ความเหมาะสมของการพูดในที่ชุมชน	0.78
7.5. การเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้แสดงความคิดเห็นในการพูดในที่ชุมชน	0.86
<b>สื่อมวลชน</b>	
<b>1. หนังสือพิมพ์</b>	
1.1. เนื้อหาข่าวสารมีมีแหล่งที่เชื่อถือได้	0.86
1.2. การนำเสนอข่าวที่ตรงกับความเป็นจริง	0.76
1.3. การใช้ภาษาที่สุภาพ ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์	0.89
1.4. เนื้อหาข่าวสารมีคุณภาพ	0.90
1.5. การให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	0.82
<b>2. โทรทัศน์</b>	
2.1. ความสามารถในการนำเสนอข้อมูลที่รวดเร็ว สดใหม่ ทันต่อเหตุการณ์	0.86

แบบสอบถาม	ผู้ให้ข้อมูล (N=30)
	ค่าความเชื่อมั่น
2.2. ข้อมูลที่นำเสนอมีความน่าเชื่อถือ	0.90
2.3. การเลือกการรับชม มีหลากหลายช่องทาง	0.86
2.4. ความเหมาะสมของเวลา และความน่าสนใจ	0.73
2.5. ประโยชน์จากการรับชม	0.76
<b>3. วิทยูกระจายเสียง</b>	
3.1. การช่วยให้เพิ่มความรู้ ที่มากขึ้น	0.88
3.2. ความสามารถในการเข้าถึงผู้ฟังได้ง่าย	0.94
3.3. ความเหมาะสมของระยะเวลาของรายการ	0.89
3.4. ความสามารถการถ่ายทอดในการนำเสนอข้อมูล	0.93
3.5. ผู้ดำเนินรายการเลือกใช้ภาษาที่เหมาะสม	0.86
3.6. การเลือกใช้น้ำเสียงของคำพูดในการนำเสนอ	0.86
3.7. ความชัดเจนของเสียงมีคุณภาพ	0.97
<b>สื่อสมัยใหม่</b>	
<b>1. เว็บไซต์</b>	
1.1. เนื้อหาข่าวสารมีความทันสมัย	0.89
1.2. การนำเสนอข่าวมีความตรงไปตรงมา	0.90
1.3. การใช้ภาษาที่สุภาพ ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์	0.92
1.4. เนื้อหาสาระมีคุณภาพ	0.85
1.5. การนำเสนอภาพ เสียง วีดีโอ ที่สวยงาม สะดุดตา	0.88
<b>2. ยูทูบ</b>	
2.1. ความสามารถในการนำเสนอข้อมูลที่รวดเร็ว สดใหม่ ทันต่อเหตุการณ์	0.86
2.2. แหล่งข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ	0.89
2.3. การแสดงท่าทาง น้ำเสียง ความสามารถการถ่ายทอดของ ยูทูบเบอร์	0.84
2.4. ผู้ชมสามารถเลือกช่องทางได้หลากหลายช่องทาง	0.90
2.5. ผู้ชมสามารถเลือกสถานที่ในการรับชมได้สะดวก	0.87
2.6. ผู้ชมสามารถเลือกเวลาในการรับชม และรับชมย้อนหลังได้	0.84

แบบสอบถาม	ผู้ให้ข้อมูล (N=30) ค่าความเชื่อมั่น
<b>3. เฟซบุ๊ก</b>	
3.1. ความสามารถในการนำเสนอข้อมูลที่รวดเร็ว สดใหม่ ทันต่อเหตุการณ์	0.88
3.2. แหล่งข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ	0.86
3.3. การแสดงท่าทาง น้ำเสียง ความสามารถการถ่ายทอดของผู้นำเสนอข้อมูล	0.85
3.4. ผู้ชมสามารถเลือกช่องทางได้หลากหลายช่องทาง	0.76
3.5. ผู้ชมสามารถเลือกสถานที่ในการรับชมได้สะดวก	0.86
3.6. ผู้ชมสามารถเลือกเวลาในการรับชม และรับชมย้อนหลังได้	0.78
3.7. การให้ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	0.87
<b>1. การวิจัย</b>	
1.1. การกำหนดประเด็นปัญหาจากการดำเนินงานของแผนก ชัดเจนไม่คลุมเครือเข้าใจง่าย	0.73
1.2. การรวบรวมข้อมูลด้านสถานภาพของแผนกในอดีต และปัจจุบัน	0.88
1.3. การรวบรวมข้อมูลของแผนกมีความถูกต้อง เทียบตรง เชื่อถือได้	0.78
1.4. การรวบรวมข้อมูลช่วยให้แผนกสามารถประเมินงานด้านการประชาสัมพันธ์	0.87
1.5. การรวบรวมช่วยให้แผนกกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์	0.79
1.6. การรวบรวมถูกเก็บจากผู้เกี่ยวข้อง	0.86
1.7. การรวบรวมทำให้มีความรู้ ความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อแผนก	0.87
<b>2. การวางแผน</b>	
2.1. การนำข้อมูลจากขั้นตอนการวิจัยมาใช้ประโยชน์ในขั้นตอนการวางแผน	0.82
2.2. การกำหนดวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ของแผนงานที่ชัดเจน	0.88
2.3. การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของแผนงานการประชาสัมพันธ์	0.73
2.4. การเลือกใช้สื่อที่มีความเหมาะสม	0.86
2.5. การเลือกช่องทางการสื่อสารกับเวลาที่ เหมาะสม	0.89

แบบสอบถาม	ผู้ให้ข้อมูล (N=30)
	ค่าความเชื่อมั่น
2.6. การกำหนดงบประมาณที่เพียงพอกับความต้องการ	0.82
2.7. การเตรียมบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถในการดำเนินงาน	0.77
<b>3. การสื่อสาร</b>	
3.1. ผู้ส่งสาร มีความรู้ ความเข้าใจในข้อมูลประชาสัมพันธ์	0.88
3.2. ผู้ส่งสารสามารถสื่อสารข้อมูลให้ผู้รับสาร เข้าใจโดยง่าย	0.86
3.3. ผู้ส่งสารเลือกใช้ภาษาที่ชัดเจน เข้าใจตรงกันระหว่างผู้ส่งกับผู้รับ	0.84
3.4. ผู้ส่งสารคำนึงถึงความเข้าใจ ในการอ่าน การฟังของผู้รับสาร	0.90
3.5. ผู้ส่งสารเลือกช่องทางในการสื่อสารที่ผู้รับสารใช้อยู่	0.81
3.6. เนื้อหาของสาระของข่าวสารมีประโยชน์ ไม่ขัดแย้งต่อค่านิยมกับผู้รับสาร	0.79
<b>4. การประเมินผล</b>	
4.1. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสาร	0.89
4.2. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนกสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคลากรของแผนก	0.82
4.3. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนกบรรลุตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ ที่กำหนดไว้ในแผนงาน	0.76
4.4. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนก มีความสอดคล้องกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ที่กำหนดไว้ในแผนงาน	0.88
4.5. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนกเกิดความคุ้มค่าเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่าย	0.84
4.6. แผนกมีการประเมินผลระหว่างการทำงาน และนำไปปรับปรุง	0.77
4.7. ผลลัพธ์การปฏิบัติงานของแผนก ถูกนำไปใช้ประโยชน์เพื่อปรับปรุงแผนการทำงาน	0.89



ภาคผนวก ง  
รายละเอียดผู้ให้ข้อมูล



## รายชื่อผู้ตอบแบบสอบถาม

1. แขนงท่องเที่ยว 16 คน
  - 1) Mr. Siha Phannavong
  - 2) Mrs. Phonesouk Phetkongchak
  - 3) Mr. Kongsavanh Phommalangsee
  - 4) Mrs. Souksavan Soulivong
  - 5) Mr. Somsanouk Boutthakot
  - 6) Mrs. Salongxai Chanthaphouthon
  - 7) Mr. Anousak Prasit
  - 8) Mrs. Khamphuvan Khamvannalee
  - 9) Mr. Sisalernxai Houngsopha
  - 10) Mr. Chanthachak Kithivong
  - 11) Mr. Bounchan Xaiyasithsena
  - 12) Mr. Khammah Vongsalee
  - 13) Mr. Bounthanom Khomthlath
  - 14) Mrs. Phoutsadee MuaengKhot
  - 15) Mrs. Veomamy Chithavong
  - 16) Mrs. Sonevilai Sithiphan
2. สถานีโทรทัศน์ จังหวัดสระหวุ่นนะเขต 22 คน
  1. Mr. Khamphan Phomviengsai
  2. Mr. phonexai Silaphet
  3. Kethavan Xaypanya
  4. Mrs. Keokaison Khamseanchon
  5. Mrs. Panamy Chanvilai
  6. Mrs. Chethana Xamountri
  7. Mr. Sikhai Kingkeosuvan
  8. Mr. Sonephahat Nathakot
  9. Mr. Khamkhean Souliyavongsa
  10. Mrs. Souliphone Phengphachan
  11. Mrs. Vilaisone Lithsounthone
  12. Mrs. Bouthavee Inthavong

13. Mrs. Vilaivan Singnamvong
14. Mrs. Nick Vongkasern
15. Mrs. Phousanith Linthason
16. Mrs. Phathana Inthawa
17. Mr. Samaiphom Siphanthong
18. Mr. Phonesavan Vilaisouk
19. Sengmany Siphasert
20. Mrs. Phatsaly Silivong
21. Lamngern Insisiengmai
22. Mr. Phonevilai Nammavongsa
3. สถานีวิทย์กระจายเสียง จังหวัดสกลนคร 23 คน
  - 1) Mrs. Leephone Phetsalath
  - 2) Mr. Khamchan Phommavong
  - 3) Mr. Supharp Mithsangkhom
  - 4) Mr. Amphone Vongphila
  - 5) Mrs. Sengphachan Vorasaen
  - 6) Mr. Bounmee Vongphila
  - 7) Mr. Sernlasern Vilaivone
  - 8) Mr. Chansamone Sivilaisouk
  - 9) Mr. Lammone Keophansee
  - 10) Mr. Nouvong Bouthakot
  - 11) Mrs. Thomyee Khongleephone
  - 12) Mrs. Bouasavan Keopasith
  - 13) Mr. Vongsi Chanthavong
  - 14) Mr. Siya Xaiyavong
  - 15) Mrs. Kaiamphone Phannavong
  - 16) Mr. Aksonchit Phommachan
  - 17) Mrs. Nokpalinya Inthawa
  - 18) Mrs. Phetmamisai Xayphanya
  - 19) Mrs. Melta Khamhongsa
  - 20) Mr. Valakone Philavong

- 21) Mrs. Lasamee Chanthada
  - 22) Vilathda Doungchantha
  - 23) Boumsu Sulideth
4. หนังสือพิมพ์ สหวันพัฒนา 11 คน
- 1) Mr. Silamphan Suliyavongsa
  - 2) Mr. Lamngern Atsadachan
  - 3) Mrs. Lamphou Xaypanya
  - 4) Mrs. Khankham Xaiyavong
  - 5) Mrs. Vongdara Kaiyalath
  - 6) Mr. Bounhueng Souliyavongsa
  - 7) Mrs. Keophanya Inthadalin
  - 8) Mrs. Vantha Thonglavongsa
  - 9) Mr. Phamaichit Alounyasouk
  - 10) Mr. kxanthong Baithaviphone
  - 11) Mr. phoutsasin Vongvilaithong



## รายชื่อผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ชื่อ-นามสกุล Ms. Daovone Xaisulien

ตำแหน่ง หัวหน้า แผนกแกล่งข้าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรีนเขต

อายุการทำงาน 27 ปี

วันที่ให้สัมภาษณ์ 11 เดือนพฤษภาคม 2564

ชื่อ-นามสกุล Mr. Chanthanome Philavong

ตำแหน่ง รองหัวหน้า แผนกแกล่งข้าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรีนเขต

อายุการทำงาน 25 ปี

วันที่ให้สัมภาษณ์ 13 เดือนพฤษภาคม 2564

ชื่อ-นามสกุล Mr. Phoxay Sithixon

ตำแหน่ง รองหัวหน้า แผนกแกล่งข้าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรีนเขต

อายุการทำงาน 24 ปี

วันที่ให้สัมภาษณ์ 11 เดือนพฤษภาคม 2564

ชื่อ-นามสกุล Mr. MongKhoutphet Vongphanchan

ตำแหน่ง รองหัวหน้า แผนกแกล่งข้าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสระบุรีนเขต

อายุการทำงาน 23 ปี

วันที่ให้สัมภาษณ์ 11 เดือนพฤษภาคม 2564







ອວ 69.9.1.1/  
ມະຫາວິທະຍາໄລແມ່ໂຈ້  
ເຂດຫນອງຫານ ເມືອງສັນຊາຍ  
ແຂວງຊຽງໃຫມ່ 50290

ຄະນະພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ

17 ພຶດສະພາ 2021

ເລື່ອງ: ຂໍອະນຸມັດເກັບຂໍ້ມູນການວິໄຈ

ຮຽນ: ທ່ານຫົວໜ້າພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງສະຫວັນນະເຂດ

ທ້າວ. ພອນວິໄລ ນາມມະວິງສາ ລະຫັດນັກສຶກສາ 6209302011 ເປັນນັກສຶກສາລະດັບ  
ປະລິນຍາໂທ ສາຂາວິຊາ ພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ຄະນະພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ ທີ່ ມະຫາວິທະຍາໄລ  
ແມ່ໂຈ້ ແຂວງຊຽງໃໝ່ ຮາຊອານາຈັກໄທ ມີຈຸດປະສົງ ເພື່ອຂໍອະນຸມັດເກັບກຳ ຮວບຮວມຂໍ້ມູນ ໂດຍໃຊ້  
ແບບສອບຖາມ ແລະ ແບບສຳພາດນຳພະນັກງານ ທີ່ໄດ້ເຮັດວຽກດ້ານສື່ມວນຊົນ ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການ  
ປະຊາສຳພັນທີ່ ພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງສະຫວັນນະເຂດ ສາທາລະນະ  
ລັດ ປະຊາທິປະໄຕ ປະຊາຊົນລາວ ເພື່ອນຳເອົາຂໍ້ມູນດັ່ງກ່າວ ມາປະກອບໃສ່ບົດວິທະຍານິພົນ ພາຍໃຕ້  
ຫົວຂໍ້ ຮູບແບບການປະຊາສຳພັນເພື່ອສົ່ງເສີມການທ່ອງທ່ຽວ ພະແນກຖະແຫຼງຂ່າວ ວັດທະນະທຳ ແລະ  
ທ່ອງທ່ຽວ ແຂວງສະຫວັນນະເຂດ ສາທາລະນະລັດ ປະຊາທິປະໄຕ ປະຊາຊົນລາວ ໂດຍມີອາຈານທີ່ປຶກສາ  
ວິທະຍານິພົນເປັນທີ່ປຶກສາຫຼັກຄື ທ່ານ ອາຈານ ປອ ມິນສີຊາ ອິນທະຈັກ

ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງຮຽນທ່ານມາເພື່ອພິຈາລະນາ ຂໍອະນຸມັດໃຫ້ກັບນັກສຶກສາ ແລະ ຂໍຂອບໃຈເປັນຢ່າງ  
ສູງມາໃນໂອກາດນີ້ດ້ວຍ

ຮຽນມາດ້ວຍຄວາມນັບຖືຢ່າງສູງ

ໂທລະສັບ 053-875151

ໂທລະສານ 053-875166

(ອາຈານ ປອ. ກິຣາຕິ ຕຣະການສິລິວານິດ)

ຄະນະບໍດີ ຄະນະພັດທະນາການທ່ອງທ່ຽວ

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	Mr. phonevilai Nammavongsa
เกิดเมื่อ	03 March 1992
ประวัติการศึกษา	2562 ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัด เชียงใหม่ 2554 ปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาครุภาษาอังกฤษ วิทยาลัยครูสะทว้้นนะเขต 2551 อนุปริญญา สาขาวิชาครุภาษาอังกฤษ วิทยาลัยครูสะทว้้นนะเขต
ประวัติการทำงาน	2558 หน่วยงานรายการสถานีโทรทัศน์จังหวัดสะทว้้นนะเขต 2557 แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว จังหวัดสะทว้้นนะเขต 2555 หอวัฒนธรรม ไกสอน พมวิหาน จังหวัดสะทว้้นนะเขต 2554 สถานีโทรทัศน์ จังหวัดสะทว้้นนะเขต ช่อง 12