

| | |
|---------------------------|--------------------------------------|
| สารนิพนธ์เรื่อง | พฤติกรรมกรเปิดรับและความพึงพอใจของ |
| | บุคลากรต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน |
| | มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา |
| คำสำคัญ | ความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ของ |
| | มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา |
| นักศึกษา | ศิริชัย พูลสวัสดิ์ |
| อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ | ดร.ธนาชาติ จันทร์เวโรจน์ |
| หลักสูตร | นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต |
| | รหัสวิชา CMM690 |
| คณะ | นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม |
| ปีการศึกษา | 2559 |

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมกรเปิดรับของบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของบุคลากร ถึงความพึงพอใจเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา การศึกษาเรื่องการประชาสัมพันธ์ภายในและการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาของบุคลากร 2558-2559 ครั้งนี้ มุ่งศึกษาเฉพาะการรับรู้ข่าวสารด้าน การประชาสัมพันธ์ของบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ประจำปีการศึกษา 2559

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ผู้นำวิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการศึกษามาทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอน ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาทั้งหมด นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ใช้สถิติค่าร้อยละ

วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย เป็นรายชื่อ รายด้าน และโดยรวม แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย ซึ่งผู้วิจัยใช้เกณฑ์ ประคอง กรรณสูตร [25] มาเป็นเกณฑ์ การประเมินค่าความคิดเห็น

ผลการวิจัยพบว่า

จากผลการศึกษา พฤติกรรมการการเปิดรับประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาที่บุคลากรเปิดรับมากที่สุด คือ โซเชียลมีเดีย Facebook (BSRU New) ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่า สื่อโซเชียลมีเดีย Facebook เป็นเว็บไซต์ประเภทสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ของโลก เลยส่งผลให้บุคลากรมีการเปิดรับโซเชียลมีเดีย Facebook (BSRU New) มากที่สุด ระยะเวลา/สัปดาห์ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา คือ 1-2 วัน/สัปดาห์ ระยะเวลา/วันในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยามีระยะเวลา 1-2 ชั่วโมง/วัน ช่วงเวลาที่รับชมสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาบ่อยที่สุด รับชมช่วงเวลา 13.01 - 17.00 น. ระยะเวลาแต่ละครั้งในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยามีระยะเวลา 15 - 30 นาที ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่า บุคลากรอาจจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวเฉพาะข่าวที่ตนให้ความสนใจและเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยาเพื่อทราบข่าวสารข้อมูลต่างๆ ของมหาวิทยาลัย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีการรับรู้ข่าวสารนั้นผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกสรรของ พีระ จิระโสภณ (2535) กล่าวว่า การรับรู้ข่าวสารนั้นผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Exposure) ซึ่งกระบวนการเลือกรับจะเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ความต้องการความเชื่อทัศนคติความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ของแต่ละบุคคล

| | |
|-----------------------|---|
| TITLE | BEHAVIOR OF EXPOSURE AND SATISFACTION OF PERSONNEL IN PUBLIC RELATIONS MEDIA AT BAN SOMDET CHAOPRAYA RAJABHAT UNIVERSITY |
| KEYWORD | SATISFACTION WITH THE PUBLICITY OF THE UNIVERSITY Ban SOMDET CHAOPRAYA. |
| STUDENT | SIRICHAJ PHOLSAWAS |
| ADVISOR | DR.THANACHART JANWAROJ |
| LEVEL OF STUDY | MASTER OF COMMUNICATION ARTS CMM690 |
| FACULTY | COMMUNICATION ARTS SRIPATUM UNIVERSITY |
| ACADEMIC YEAR | 2016 |

ABSTRACT

This research aims to study. Exposure of staff of the University Bansomdej chaopraya. Information and awareness of public relations personnel. The satisfaction of information about the release of the students and staff of the University Bansomdej chaopraya. The study of public relations and awareness News 2558-2559 Bansomdej chaopraya of staff time to study specific aspects of perception. The release of the personnel of the University Bansomdejchaopraya. Full Year 2559The sample group for the research are 400 people who came to pay respect for the royal remains at Royal Plaza (Sanam Luang), and equipment for the research is 400 questionnaires. Analyzing the information by using Descriptive Statistics such as frequency, percentage, average (Mean), and deviation from standard (SD).

Tools used in research Questionnaires 400 questionnaires were leaders lead researcher of the study were analyzed by step. Ensure the integrity of the questionnaires were returned at all. Data was analyzed by SPSS statistical percentage.

The research found that

The study Behavior of this type of media exposure within the university Bansomdejchaopraya personnel exposure is the most social media Facebook (BSRU New) This shows that. Media, social media, Facebook is a site of social media (Social Network), with most services is one of the world has resulted in personnel are exposed to the media, social media, Facebook (BSRU New) very long. hours / week in the media exposure within the university Bansomdejchaopraya is 1-2 days / week period / date of exposure within the media frenzy University. Pope Benedict XVI has a duration of 1-2 hours / day time viewing media within the university Bansomdejchaopraya most often. Watch the time 13:01 to 17:00 hrs. During each exposure, media relations, internal university Bansomdejchaopraya a period of 15-30 minutes will show that. Personnel may have exposure to specific news coverage of their attention and media exposure, publicity release within the university Bansomdejchaopraya for news information. University of This is consistent with the theory of perception that the audience will have the choice of the P Chira Sophon (2535), said the perception that the audience will have the choice (Selective Exposure) The selection process will be. as filter (Filters) News, in recognition of which will vary according to the needs, experiences, beliefs, attitudes, emotions, etc. of the individual.