

บทบาทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4
ปีการศึกษา 2566 โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา

Role of public relations media affects the decision to enter secondary 4
in academic year 2023, Assumption College Nakhonratchasima.

มนตรีธา อ่ำภางษ์* : ฝ่ายธุรการ – การเงิน : บุคลากรทางการศึกษา

โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ามาศึกษาต่อในโรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา โดยใช้แบบสอบถามในการวิจัยเป็นหลัก และใช้เอกสารอื่นๆ ประกอบเพื่อสนับสนุนการวิจัย ซึ่งมีประชากร และกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปรผล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นแบบสอบถามปลายเปิดและปลายปิด มัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา

ผลการศึกษา โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา มีแนวทางในการขยายสถาบันเพื่อรองรับจำนวนนักศึกษาที่เพิ่มมากขึ้นรวมถึงความจำเป็นอย่างเร่งด่วนในการจูงใจ โน้มน้าวใจ หาวิธีการที่มีประสิทธิภาพ และจูงใจนักเรียนให้เข้ามาศึกษาที่สถาบัน โดยใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้เกิดความเข้าใจ สร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมาสร้างแรงจูงใจในการศึกษา ให้นักศึกษามีความต้องการที่เข้าศึกษาต่อในระดับต่างๆที่โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา แท่งนี้อย่างถาวรสำหรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา มีทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อบุคคล เป็นสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งที่โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา นำมาใช้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์การรับเข้าของโรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา จากความสำคัญในข้างต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจทำให้การศึกษบทบาทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในโรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา เพื่อผลการศึกษาจะเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนอัสสัมชัญและปรับปรุงจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมาให้มีความเหมาะสมและเพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่สถาบันและจูงใจให้นักเรียนและผู้ปกครองเข้ามาศึกษาที่โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมาเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ : สื่อประชาสัมพันธ์ กระบวนการตัดสินใจ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4

* งานประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร สังกัด ฝ่ายธุรการ-การเงิน

E-mail : monthira2428@gmail.com

บทนำ

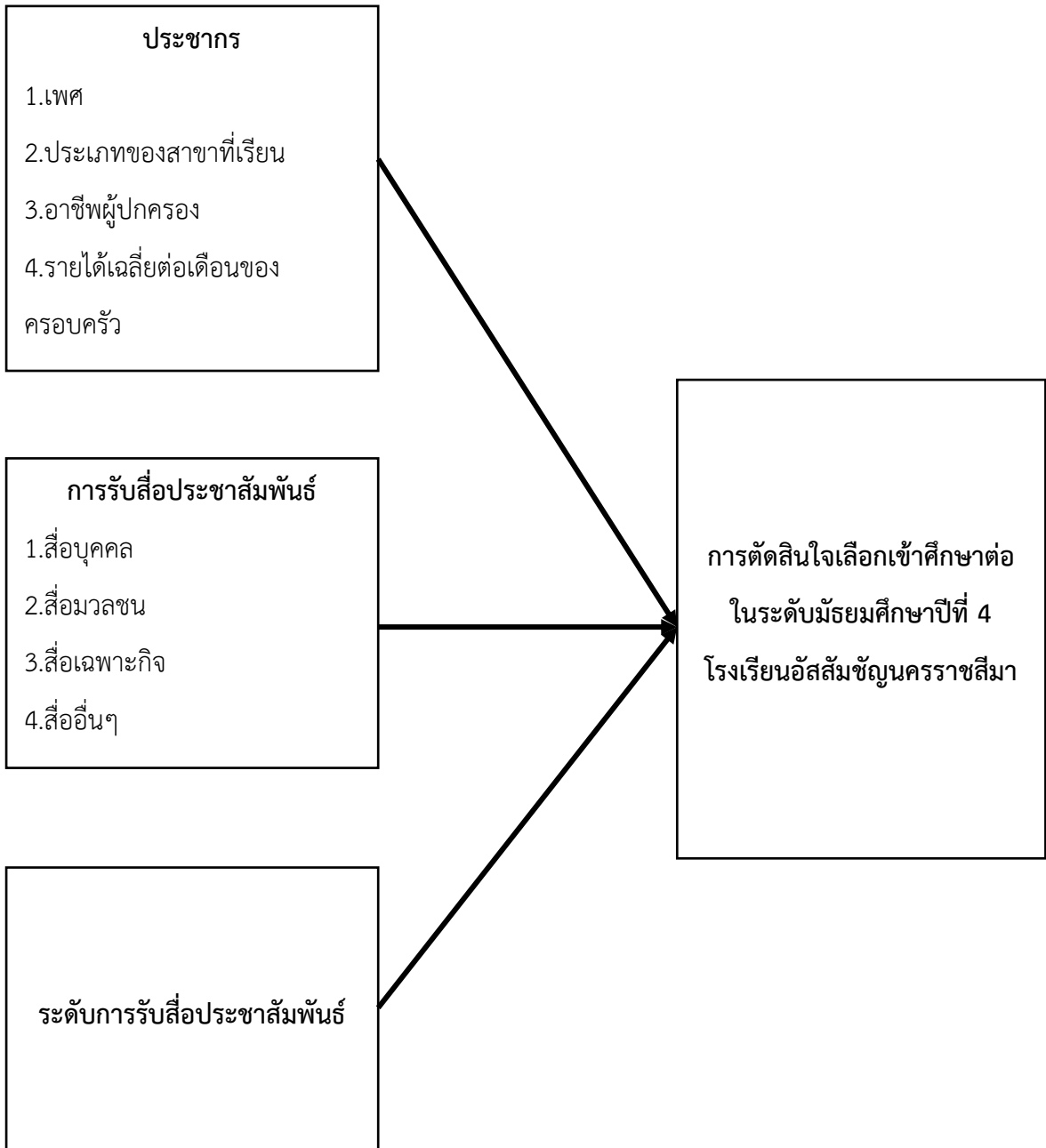
สภาพปัญหา สังคมในปัจจุบัน เมื่อมองไปทิศทางใดก็ล้วนมีแต่เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็น สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นปลิว แผ่นพับ ป้ายโฆษณาตามถนนหนทาง สื่อโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หรือแม้แต่สื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ ได้แก่ เว็บไซต์ ไลน์ เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม ดิจิตัลก็ยังสามารถพบเห็นกันได้ตลอดเวลา จนในบางที่รู้สึกเหมือนกับสื่อเหล่านี้ เป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของทุกคน การใช้สื่อมีประโยชน์มากมายในด้านการแจ้งข่าวสาร เป็นการโฆษณาการประชาสัมพันธ์ เป็นการให้ข้อมูลความรู้ต่างๆ แต่ในทางตรงกันข้าม สื่อประชาสัมพันธ์ก็สามารถเป็นดาบสองคม อาจทำให้เกิดความผิดพลาดในการสื่อสารได้ อาจทำให้นำไปสู่ความสับสนในการสื่อสาร ความหมายที่ไม่ตรงกัน ดังนั้นการใช้สื่อที่ถูกต้องศึกษาเรื่องที่ต้องการจะสื่อสารว่ามีกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างไร ต้องใช้สื่อใดในการประชาสัมพันธ์ เพื่อที่จะได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายและสามารถสื่อสารได้ตรงวัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพ

สถาบันการศึกษาเป็นองค์กรหนึ่งที่ได้มีการนำสื่อประชาสัมพันธ์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อการศึกษา ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างกระบวนการปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนความสามารถในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้สื่อการประชาสัมพันธ์ในแขนงต่างๆ ในปัจจุบันนี้ยังสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ตลอดเวลา นอกจากนี้สื่อประชาสัมพันธ์ยังเป็นการสร้างเสริมความสัมพันธ์และมิตรไมตรีอันดี ระหว่างองค์กร สถาบันหรือโรงเรียนกับกลุ่มประชาชนทั่วไปนั่นเอง ซึ่งความสัมพันธ์และมิตรไมตรีอันดีจะเกิดขึ้นได้ก็ต้องอาศัยการติดต่อสื่อสาร ซึ่งเป็นเครื่องมือนำเอาข้อมูลและเนื้อหาสาระจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง

การสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่สถาบันนั้น จำเป็นต้องใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้เกิดภาพพจน์ซึ่งมีส่วนช่วยให้องค์กรดำเนินงานไปด้วยดี สร้างความเชื่อมั่น สร้างความเข้าใจการยอมรับและความเชื่อถือจากประชาชนทั่วไป (วิมลพรรณ อภาเวท,2546)

ถ้าสถาบันใดมีภาพพจน์ที่ดีจะได้รับความเชื่อถือไว้วางใจและการสนับสนุนร่วมมือให้สถาบันร่วมมือให้สถาบันนั้นประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน แต่ถ้าสถาบันใดมีภาพพจน์ที่ไม่ดี ย่อมได้รับการต่อต้านและการดูหมิ่นเกลียดชังภาพพจน์จึงเป็นรากฐานแห่งความมั่นคงของสถาบันต่างๆ (วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์,2545)

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)



วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาบทบาทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้ามาศึกษาต่อในโรงเรียน อัสสัมชัญนครราชสีมา โดยใช้แบบสอบถามในการวิจัยเป็นหลัก และใช้เอกสารอื่นๆ ประกอบเพื่อสนับสนุน การวิจัย ซึ่งมีประชากร และกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ ข้อมูลและการแปรผล

วิธีการวิจัย

- 1) กลุ่มเป้าหมาย นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2566 จำนวน 100 คน
- 2) กลุ่มตัวอย่าง –
- 3) ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้น

1) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ประเภทโรงเรียนเดิม สาขาที่ศึกษา อาชีพผู้ปกครอง รายได้ผู้ปกครอง พื้นที่เขตพักอาศัย

2) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมาจากสื่อ ประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออื่นๆ

3) ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมาจากสื่อ ประชาสัมพันธ์

ตัวแปรตาม

การตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4

โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา

4) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งเป็นคำถาม ปลายเปิดและปลายปิด

- 5) วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ทำการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการค้นคว้าและรวบรวมจากเอกสารหนังสือต่างๆ รายงานต่างๆ ข้อมูลจากโรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา ตลอดจนจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองและ วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องหรือใกล้เคียง กับแนวความคิดสื่อประชาสัมพันธ์ แนวความคิดเรื่องการประชาสัมพันธ์

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนนี้โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถาม โดยสำรวจจากนักเรียนที่ชั้นเรียน แจกแบบสอบถามให้กับนักเรียนทุกคนที่กำลังศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4

ทุกแผนการเรียน ปีการศึกษา 2566

- สถานที่ในการแจกแบบสอบถาม คือ โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา

6) สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

บทบาทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา ผู้วิจัยแบ่งออกตามกระบวนการ 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ ประเภท โรงเรียนเดิม สาขาที่ศึกษา อาชีพผู้ปกครองและรายได้ผู้ปกครอง

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์โรงเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา โดยวิเคราะห์จากค่าเฉลี่ย

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาบทบาทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการเปิดรับและการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา ,ศึกษาการตัดสินใจ การเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา และศึกษาบทบาทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา โดยแยกตามตัวแปรประกอบด้วย เพศประเภทโรงเรียนเดิม สาขาที่ศึกษา อาชีพผู้ปกครองรายได้ผู้ปกครอง พื้นที่เขตพักอาศัย และศึกษาถึงช่องทางการรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่างๆ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยบทบาทของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมา ผู้วิจัยได้นำผลการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล การรับรู้ข่าวสารของโรงเรียนอัสสัมชัญนครราชสีมาที่ลงประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ในปีการศึกษา 2564 ข้อมูลของโรงเรียนจากสื่อ Facebook Fanpage โรงเรียนมากที่สุด รองลงมาเป็น Website โรงเรียน รองลงมาเป็นนักเรียนโทรศัพท์มาสอบถามที่โรงเรียน

ข้อเสนอแนะ

-

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

จากการแสดงความคิดเห็นของสื่อมวลชนดังกล่าว งานประชาสัมพันธ์ควรนำมาข้อมูลมาปรับปรุงระบบงานประชาสัมพันธ์ให้มีศักยภาพทั้งตัวบุคคล ให้มีความคล่องตัวในการดำเนินงานสร้างเครือข่ายทั้งสื่อมวลชน นักเรียน และกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขึ้น สอดคล้องกับแนวทฤษฎีของ วิรัช อภีรัตนกุล (2540:268) ที่กล่าวถึงเครื่องมือและสื่อในการดำเนินงานประเภทบุคคล เป็น สื่อที่มีอิทธิพลอย่างยิ่งสำหรับกาประชาสัมพันธ์ และสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ทั้งตัวบุคคลและเครื่องมือสื่อทุกชนิดมีอำนาจในการกระจายข่าวสาร การจัดกิจกรรมด้วยเหตุการณ์พิเศษต่างๆ จะทำให้นักเรียน ชุมชนสื่อมวลชนแขนงต่างๆ และกลุ่มเป้าหมายได้มาร่วมกิจกรรมสามารถสร้างความคุ้นเคยนำมาซึ่งการเป็นกลุ่มเดียวกัน ก่อให้เกิดการสนับสนุนในการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี

รายการอ้างอิง : (รายการอ้างอิง กำหนดให้ใช้ APA 7th edition)

Clapper (1994) (อ้างถึงในเกศินี พรโชคชัย,2545)

วิลเบอร์ แชรรมป์ (Wilber Schramm 1973)

หลักฐาน Plagiarism ภาษาไทย ตรวจสอบด้วยอักษราวิสุทธิ์

Plagiarism Checking Report

Created on 2024-03-27 16:53:05 at 16:53 PM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
3660965	Mar 27, 2024 at 16:50 PM	2556024@acn.ac.th	โรงเรียนอัสสัมชัญ นครราชสีมา	บทความวิจัย2566_มนตรี อ่า กวางงษ์.docx	Completed	10.54%

Match Overview

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
1	สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อการเข้าศึกษาของนักศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้ารัตน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศูนย์รังสิต	รัชนิกร เอื้อตระกูล, 2519-	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	4.0
2	ความพึงพอใจของผู้รับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	ถวัลย์ ใจน้อย	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	3.3
3	https://kb2tmp.psu.ac.th/psukb/bitstream/2010/8175/2/Abstract.pdf	kb2tmp.psu.ac.th	kb2tmp.psu.ac.th_nutch	3.1

3/27/24, 4:54 PM

อักษราวิสุทธิ์

TEXT FROM SUBMITTED DOCUMENT

TEXT FROM SOURCE DOCUMENT(S)

วิจัยการศึกษาวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษานหาของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอัสสัมชัญ นครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับและการรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ของผู้เรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอัสสัมชัญ นครราชสีมา ศึกษาการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอัสสัมชัญ นครราชสีมา และศึกษานหาของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอัสสัมชัญ นครราชสีมา โดยแยกตาม

3 ข้อเสนอแนะการตัดสินใจของนักเรียนเข้าศึกษาต่อชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 และชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ในโรงเรียนเบญจมราชูทิศจังหวัดปัตตานีปีการศึกษา 2553 ผู้เขียนนายศุภครศรีทองสุขสาขาวิชาการบริหารการศึกษาปีการศึกษา 2553 บทคัดย่อการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจของนักเรียนเข้าศึกษาต่อชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 และชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ในโรงเรียนเบญจมราชูทิศจังหวัดปัตตานีปีการศึกษา 2553 และเปรียบเทียบการตัดสินใจของนักเรียนเข้าศึกษาต่อในโรงเรียนเบญจมราชูทิศจังหวัดปัตตานีปีการศึกษา 2553 จำนวนตามระดับชั้นและวิธีการเข้ามาเรียนของนักเรียนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 และระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 278 คน ได้มาจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Yamane เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามแบบ Rating Scale 5 ระดับตามแบบ Likert มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 971 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ร้อยละค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที่ t test และการทดสอบค่าเอฟ F test ผลการวิจัยพบว่า 1 การตัดสินใจของนักเรียนเข้าศึกษาต่อชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 และชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ในโรงเรียนเบญจมราชูทิศจังหวัดปัตตานีปีการศึกษา 2553 ในภาพรวมและรายค่าอยู่ในระดับมาก 2 นักเรียนโรงเรียนเบญจมราชูทิศจังหวัดปัตตานีปีการศึกษา 2553 ที่ศึกษาในระดับชั้นที่ต่างกันมีการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อโดยภาพรวมและรายค่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 05 แต่นักเรียนในชั้นมัธยมศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 และมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่เข้ามาเรียนโดยวิธีต่างกันตัดสินใจเข้าศึกษาต่อชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 และชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 โดยภาพรวมและรายค่าไม่แตกต่างกัน

Match Details

TEXT FROM SUBMITTED DOCUMENT

ปัจจุบันเมื่อมองไปที่ทางใต้ส่วนนี้แต่เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทั้งสั้น
ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ได้แก่แค่นิวส์แค่นิตยสารตามถนนหนทางสื่อ
โฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงโทรทัศน์หรือแม้แต่สื่อโซเชียลมีเดียต่างๆได้แก่
เวปไซต์ไลน์เฟสบุ๊คอินสตาแกรมอีกคือก็สามารถมองเห็นกันได้ตลอดเวลา
ในบางที่รู้สึกเหมือนกับสื่อเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของทุกคน
ใช้สื่อมีประโยชน์มากมายในด้านการศึกษาข่าวสารเป็นการโฆษณาการ
ประชาสัมพันธ์เป็นการให้ข้อมูล

สาระจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่สถาบันขึ้น
จำเป็นต้องใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดภาพพจน์ซึ่งมีส่วนช่วยให้
องค์กรดำเนินงานไปด้วยดีสร้างความเชื่อมั่นสร้างความเข้าใจขององค์กรและ
ความเชื่อถือจากประชาชนทั่วไปในวิมลพระอาณาจักร 2546 ถ้าสถาบันใดมี
ภาพพจน์ที่ดีจะได้รับความเชื่อถือไว้วางใจและการสนับสนุนร่วมมือให้สถาบัน
ร่วมมือให้สถาบันเป็นประสบความสำเร็จในการดำเนินงานแต่ถ้าสถาบันใดมี
ภาพพจน์ที่ไม่

TEXT FROM SOURCE DOCUMENT(S)

ความสนใจของ menu bar 41 อื่น 69 ประวัติการศึกษาและการทำงานชื่อ
นามสกุลนายอวยไฉ่น้อยวัยเดือนมีนาคม 21 กรกฎาคม 2522 สถานที่เกิด
กรุงเทพมหานครประวัติการศึกษาที่เทศบาลนครสาทรสาทรราชกษัตริย์สวนดุสิตตำแหน่ง
หน้าที่การงานปัจจุบันพนักงานสื่อโฆษณาสถานที่ทำงานปัจจุบันบริษัทสยาม
พาร์ทเนอร์สจำกัดคนที่ 1 บทนำในสังคมปัจจุบันเมื่อมองไปที่ด้านใต้ส่วนนี้
เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทั้งสั้นสั้นได้แก่สื่อโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์วิทยุ
กระจายเสียงสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งสิ่งพิมพ์แค่นิวส์แค่นิตยสารหรือแม้แต่ป้าย
โฆษณาตามถนนหนทางก็สามารถมองเห็นกันได้ทั่วไปในบางที่รู้สึกเหมือนกับ
สื่อเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตของทุกคนใช้สื่อมีประโยชน์
มากมายในด้านการศึกษาข่าวสารประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลความรู้
ต่างๆในทางตรงกันข้ามสื่อก็สามารถเป็นตามสองคมที่ทำให้เกิดความผิดพลาด
ในการสื่อสารได้อาจนำมาสู่ความสับสนในการสื่อความหมายที่ไม่ตรงกันดังเป็น
การใช้สื่อที่ต้องมีการศึกษาดูเรื่องที่ต้องการระมัดระวังมีกลุ่มเป้าหมายเป็น
อย่างไรต้องใช้สื่อใดในการประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อให้เข้าใจตรงตามกลุ่มเป้า
หมายและสามารถสื่อสารกันได้อย่างมีประสิทธิภาพชีวิตชีวิตของคนในปัจจุบัน
มุ่งไปในการแข่งขันธุรกิจด้านต่างๆเพื่อการกินคืออยู่ดีและกระตือรือร้นอยู่ใน
สังคมเมื่อคนเริ่มมุ่งแต่การทำงานเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการเงินของสิ่ง
อุปกรณ์ข้างวามเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจึงก่อให้เกิดผลเสียที่ตามมาอีก
มากมายทั้งด้านความเครียดจากการทำงานและสังคมรอบข้างร่างกายของคน
เราไม่ใช่เครื่องจักรที่จะสามารถ

และความร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนที่เกี่ยวข้องแล้ว 2546 2829 กล่าวว่สื่อ
เพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ก่อให้เกิด
เกิดความถูกต้องเข้าใจที่จะนำไปสู่ภาพพจน์ที่ดีมีอิทธิพลต่อความคิดและ
ทัศนคติของบุคคล 2 การสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่สถาบันเป็นงานที่ต้องใช้สื่อ
เพื่อการประชาสัมพันธ์ทำให้เกิดภาพพจน์ซึ่งมีส่วนช่วยให้องค์กรดำเนินงาน
ไปด้วยดีสร้างความเชื่อมั่นสร้างความเข้าใจขององค์กรและความเชื่อถือจาก
ประชาชนทั่วไปในวิมลพระ 2546 13 ถ้าสถาบันใดมีภาพพจน์ที่ดีจะได้รับความ
เชื่อถือไว้วางใจและการสนับสนุนร่วมมือให้สถาบันเป็นประสบความสำเร็จในการ
ดำเนินงานแต่ถ้าสถาบันใดมีภาพพจน์ที่ไม่ดีย่อมได้รับการต่อต้านและการดู
หมิ่นเกลียดชังภาพพจน์จึงเป็นรากฐานแห่งความมั่นคงของสถาบันต่างๆที่ระ
วัติ 2545 รวมถึงสถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธรมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ด้วยสถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธรมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ได้ก่อตั้งใน
ปีพศ 2535 โดยความร่วมมือของมหาวิทยาลัยสิรินธรมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรม
แห่งประเทศไทยและสหพันธ์ครูช่างแห่งประเทศไทย Keldarhen ต่อมาใน
ปีพศ 2537 สภามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ได้อนุมัติให้จัดตั้งเป็นสถาบัน
เทคโนโลยีนานาชาติโดยมีระบบบริหารงานของตนเองที่เป็นอิสระจากระเบียบ
ราชการทั้งนี้เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการบริหารงานให้มีคุณภาพและ
ประสิทธิภาพเมื่อวันที่ 28 มิถุนายนพศ 2539 สถาบันฯได้รับพระมหากรุณาธิคุณ
จากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวพระราชทานชื่อเป็นสถาบันเทคโนโลยี
นานาชาติสิรินธรสาทรธานีเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธร 2546 ซึ่งเป็นสถาบันหนึ่ง
ที่สอนหลักสูตรนานาชาติทางด้านวิศวกรรมเป็นภาษาอังกฤษ