



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์
การรับรู้การประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Public Relations Perception of the Budget Plan
of the Faculty of Home Economics Technology,
Rajamangala University of Technology Thanyaburi

ณัฐอร กรีฬา
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนส่งเสริมงานวิจัย
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ประจำปี 2565

บทคัดย่อ

ชื่องานวิจัย	การรับรู้การประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้วิจัย	ณัฐอร กรีฬา
หน่วยงาน	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
ปีที่วิจัย	2565

การวิจัย เรื่อง การรับรู้การประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการรับรู้แผนงบประมาณจากการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 2) เปรียบเทียบการรับรู้แผนงบประมาณของบุคลากรในคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีจากการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามลักษณะประชากร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ทำการรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ประชากรในการศึกษาคือบุคลากรคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จำนวน 89 คน วิเคราะห์ผลการศึกษาโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วย t-test และความแปรปรวนทางเดียวด้วยสถิติ One Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) ผลการศึกษาการรับรู้แผนงบประมาณจากการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยรับรู้จากการประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา มากที่สุด รองลงมาคือหัวหน้างานและเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผนตามลำดับ การรับรู้ประเภทของแผนงบประมาณจากการประชาสัมพันธ์ พบว่า บุคลากรมีการรับรู้ประเภทของแผนงบประมาณภาพรวมอยู่ในระดับน้อย โดยรับรู้แผนงบประมาณประเภทโครงการอบรมของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มากที่สุด รองลงมาคืองบและงบลงทุนตามลำดับ ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2) ผลการเปรียบเทียบการรับรู้แผนงบประมาณของบุคลากรในคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีจากการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามลักษณะประชากร พบว่า ลักษณะประชากร ได้แก่ ประสบการณ์ในการทำงาน ประเภทบุคลากร ลักษณะงานที่ทำ ระดับการศึกษา มีผลต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การรับรู้ การประชาสัมพันธ์ แผนงบประมาณ

Research	Public Relations Perception of the Budget Plan of the Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi
Researcher	Nathaorn Kreela
Institution	Rajamangala University of Technology Thanyaburi Faculty of Home Economics Technology
Year of Publication	2022

ABSTRACT

The research of public relations perception on the budget of Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi aims to: 1) Study on the perception of the budget plan from the public relations of personnel in the Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi., and 2) Comparing the perception of the budget plan among the personnel of the Faculty of Home Economics Technology at Rajamangala University of Technology Thanyaburi, categorized by demographic characteristics. This quantitative research gathered data through questionnaires from 89 faculty members and analyzed the results using descriptive statistics, including frequency distribution, percentages, mean, and standard deviation. Hypotheses were tested using the t-test and one-way ANOVA at a statistical significance level of 0.05.

The study found that according to objective 1) The study on the the perception of the budget plan from the public relations of personnel in the Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Thanyaburi indicates that the overall level of awareness is high, most notably through faculty meetings each semester, followed by department heads and administrative and planning staff. However, the overall awareness of the types of budget plans from public relations is low, with the highest awareness in training project budgets, followed by operational and investment budgets. According to objective 2) The comparison of the perception of the budget plan among the personnel in the Faculty of Home Economics Technology at Rajamangala University of Technology Thanyaburi, as a result of public relations, categorized by

demographic characteristics, found that these characteristics, including work experience, type of personnel, nature of work, and level of education, have a statistically significant impact on the perception of the budget plan of the Faculty of Industrial Technology from the public relations media at the 0.05 level.

Keyword: Perception, Public relations, Budget plan

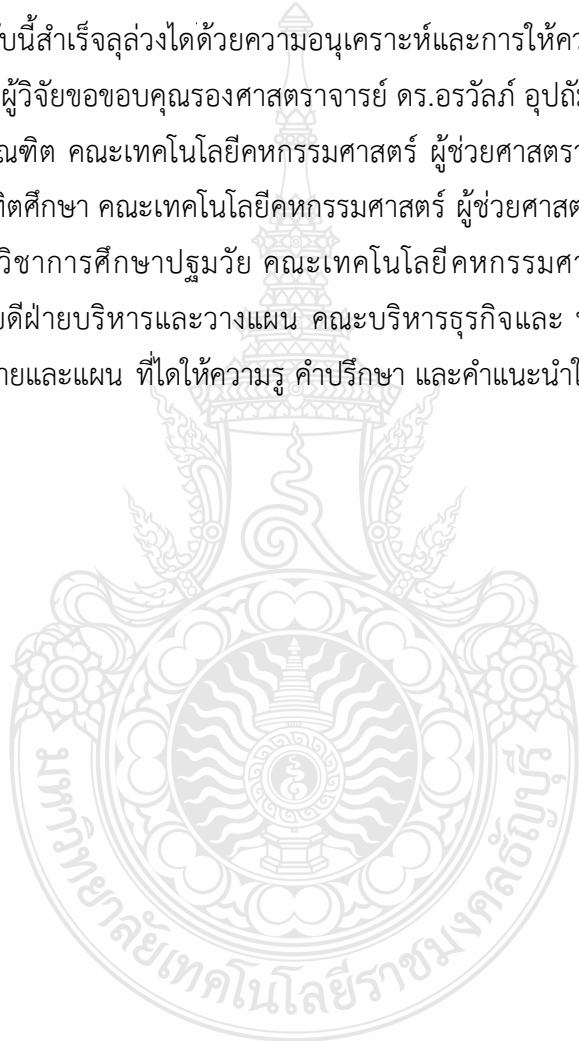


กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยการพัฒนางานประจำสู่งานวิจัย (Routine to Research) เรื่องการรับรู้ การประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนส่งเสริมงานวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ประจำปี งบประมาณ 2565

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์และการให้ความสนับสนุนช่วยเหลือจาก ผู้เชี่ยวชาญหลายท่าน ผู้วิจัยขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ ดร.อรวิมล ฤกษ์เกษมกันท์ ประธานหลักสูตร คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์โสภิตา วิศาลศักดิ์กุล หัวหน้าสำนักงานบัณฑิตศึกษา คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา บุญยศ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการศึกษาศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นิกร ลีชาคำ รองคณบดีฝ่ายบริหารและวางแผน คณะบริหารธุรกิจและ นางสาวนวิรัตน์ นิลดับแก้ว ผู้อำนวยการกองนโยบายและแผน ที่ได้ให้ความรู้ คำปรึกษา และคำแนะนำในการทำงานวิจัยจนสำเร็จ

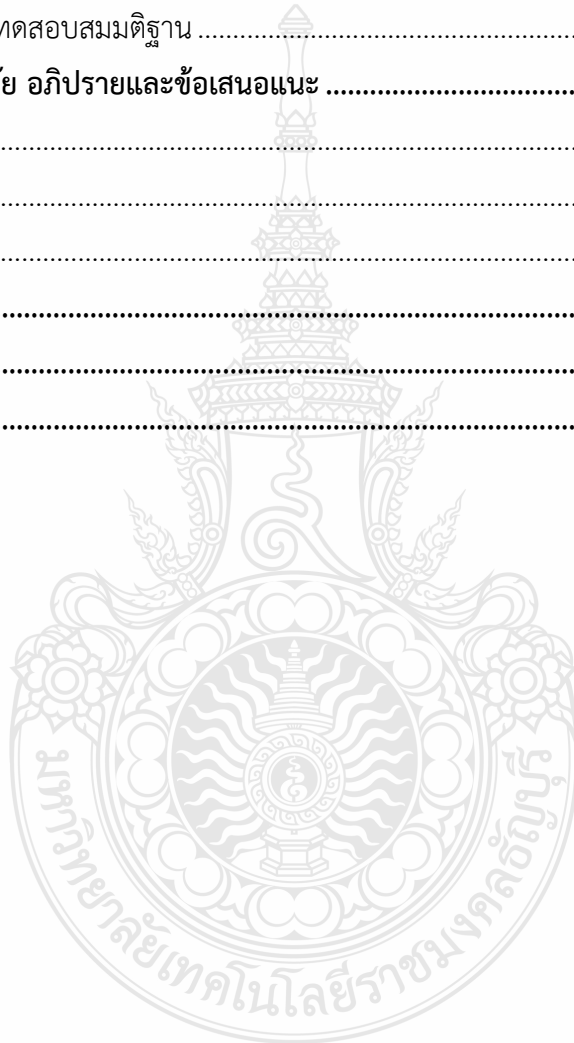
นางสาวณัฐอร กรีฬา
ผู้วิจัย



สารบัญ

บทคัดย่อ	ก
ABSTRACT	ข
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	3
1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย	3
1.4 นิยามศัพท์.....	3
1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย	5
1.6 สมมติฐานในการวิจัย	5
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้.....	18
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับแผนงบประมาณ.....	21
2.4 ข้อมูลสังเขปของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์.....	24
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	27
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	33
3.1 รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น.....	33
3.2 กำหนดประชากร	33
3.3 การสร้างเครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูล	34
3.4 การวิเคราะห์และการแปลผลข้อมูล	35
บทที่ 4 ผลการวิจัย	38
4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของบุคลากรคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	39

4.2 ส่วนที่ 2 การรับรู้การประชาสัมพันธ์	42
4.3 ส่วนที่ 3 ช่องทางการประชาสัมพันธ์	49
4.4 ส่วนที่ 4 ความสนใจของบุคลากรต่อประเภทของแผนงบประมาณ	56
4.5 ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นของบุคลากรคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ที่มีต่อการรับรู้การ ประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	61
4.6 ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน	61
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ	111
5.1 สรุปผลวิจัย.....	112
5.2 อภิปรายผล.....	121
5.3 ข้อเสนอแนะ	124
บรรณานุกรม.....	128
ภาคผนวก.....	131
ประวัตินักวิจัย	150

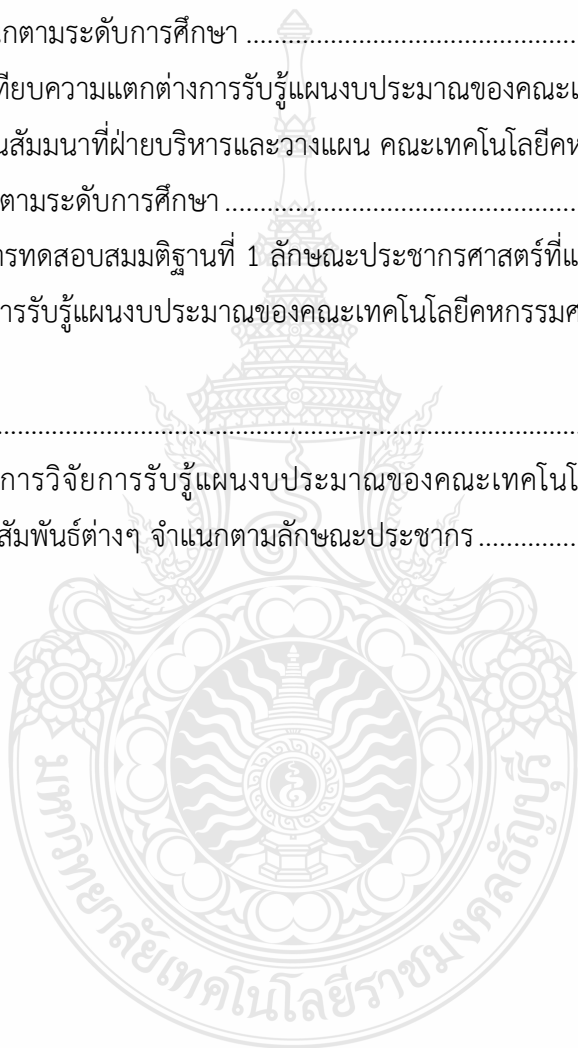


สารบัญตาราง

ตารางที่ 4.1	จำนวนและร้อยละของบุคลากร จำแนกตามเพศ.....	39
ตารางที่ 4.2	จำนวนและร้อยละของบุคลากร จำแนกตามอายุ	39
ตารางที่ 4.3	จำนวนและร้อยละของบุคลากร จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน.....	40
ตารางที่ 4.4	จำนวนและร้อยละของบุคลากร จำแนกตามประเภทบุคลากร	40
ตารางที่ 4.5	จำนวนและร้อยละของบุคลากร จำแนกตามลักษณะงานที่ทำ.....	41
ตารางที่ 4.6	จำนวนและร้อยละของบุคลากร จำแนกตามระดับการศึกษา	42
ตารางที่ 4.7	สรุปการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ	43
ตารางที่ 4.8	รายละเอียดการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ.....	44
ตารางที่ 4.9	การรับรู้ของบุคลากรเกี่ยวกับแผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากการประชาสัมพันธ์.....	47
ตารางที่ 4.10	ช่องทางประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความเข้าใจและได้รับความรู้ เกี่ยวกับแผนงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ.....	49
ตารางที่ 4.11	รายละเอียดช่องทางประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความเข้าใจ และได้รับความรู้เกี่ยวกับแผนงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ.....	50
ตารางที่ 4.12	ความสนใจของบุคลากรต่อประเภทของแผนงบประมาณ.....	57
ตารางที่ 4.13	ผลการทดสอบความแตกต่างของเพศที่มีต่อการรับรู้แผนงบประมาณ ของคณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ.....	61
ตารางที่ 4.14	ผลการทดสอบความแตกต่างของอายุที่มีต่อการรับรู้ แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ	63
ตารางที่ 4.15	ผลการทดสอบความแตกต่างของประสบการณ์ในการทำงานที่มีต่อการรับรู้ แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ	65
ตารางที่ 4.16	เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์ จากเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (https://www.het.rmutt.ac.th) จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน.....	67

ตารางที่ 4.17	เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากเว็บไซต์กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (https://www.pld.rmutt.ac.th) จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน	68
ตารางที่ 4.18	ผลการทดสอบความแตกต่างประเภทบุคลากรที่มีต่อการรับรู้แผนงบประมาณ ของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ	70
ตารางที่ 4.19	เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากหัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) จำแนกตามประเภทบุคลากร	75
ตารางที่ 4.20	เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน จำแนกตามประเภทบุคลากร	79
ตารางที่ 4.21	เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากการประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา จำแนกตามประเภทบุคลากร	83
ตารางที่ 4.22	เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากงานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด จำแนกตามประเภทบุคลากร	87
ตารางที่ 4.23	ผลการทดสอบความแตกต่างจากลักษณะงานที่ทำ ที่มีต่อการรับรู้แผนงบประมาณ ของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ	90
ตารางที่ 4.24	เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากหัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) จำแนกตามลักษณะงานที่ทำ	93
ตารางที่ 4.25	เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากบันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน) จำแนกตามลักษณะงานที่ทำ	96
ตารางที่ 4.26	เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากการประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา จำแนกตามลักษณะงานที่ทำ	99
ตารางที่ 4.27	เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากงานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยี	102

ตารางที่ 4.28	ผลการทดสอบความแตกต่างระดับการศึกษา ที่มีต่อการรับรู้แผนงบประมาณ ของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ	105
ตารางที่ 4.29	เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน จำแนกตามระดับการศึกษา	108
ตารางที่ 4.30	เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากการประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา จำแนกตามระดับการศึกษา	109
ตารางที่ 4.31	เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากงานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด จำแนกตามระดับการศึกษา	110
ตารางที่ 5.1	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีผลต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ แตกต่างกัน.....	115
ตารางที่ 5.2	สรุปผลการวิจัยการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อ ประชาสัมพันธ์ต่างๆ จำแนกตามลักษณะประชากร	117



สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	5
ภาพที่ 2.1 การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของสื่อแต่ละประเภท.....	16
ภาพที่ 2.2 โครงการองค์การคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	24



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำวิจัย

ตามนัยแห่งพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2562 มาตรา 9, 16 และ 20 บัญญัติให้ส่วนราชการจัดทำแผนปฏิบัติราชการ โดยจัดทำเป็น 2 ประเภท คือ แผนปฏิบัติราชการ 5 ปี เป็นแผนที่ส่วนราชการต้องจัดทำให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ แผนแม่บท แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายของคณะรัฐมนตรีที่แถลงต่อรัฐสภา แผนอื่นที่เกี่ยวข้อง และแผนปฏิบัติราชการประจำปีเป็นแผนที่ส่วนราชการจัดทำในแต่ละปีงบประมาณ โดยให้ระบุสาระสำคัญเกี่ยวกับนโยบายการปฏิบัติราชการของส่วนราชการ เป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ของงาน และเพื่อให้การปฏิบัติราชการภายในส่วนราชการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ให้ส่วนราชการกำหนดเป้าหมายการทำงาน และระยะเวลาแล้วเสร็จของงานหรือโครงการ งบประมาณที่ต้องใช้ในแต่ละงานหรือโครงการ เผยแพร่ให้ข้าราชการและประชาชนทราบโดยทั่วกัน (ณัฐอร กรีฬา, 2565)

แผนงบประมาณจึงเป็นส่วนหนึ่งของแผนปฏิบัติราชการประจำปี ระบุงบประมาณที่ต้องใช้ในแต่ละงานหรือโครงการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเป็นส่วนราชการของรัฐ มีหน่วยงานในสังกัด จำนวน 12 คณะ 8 สำนัก 9 กอง และ 8 หน่วยงานอื่น ๆ (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ, 2565) ทุกปีงบประมาณหน่วยงานสังกัดคณะจะได้รับ การจัดสรรงบประมาณทั้งในส่วนงบประมาณที่ได้รับจากเงินแผ่นดิน และงบประมาณเงินรายได้ของคณะที่ได้จากค่าธรรมเนียมการศึกษา ซึ่งแสดงจำนวนเงินตามค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เพื่อให้คณะดำเนินงาน และใช้จ่ายเงินตามแผนที่ได้รับจัดสรร คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นหน่วยงานหนึ่งในสังกัดของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ผ่านมาเมื่อได้รับเอกสารการจัดสรรงบประมาณแล้ว จะ ประชาสัมพันธ์โดยการแจ้งเวียนเอกสารให้กับส่วนงานที่เกี่ยวข้องและนำเข้าไปประชุมกรรมการบริหาร ของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2564 เป็นต้นมาได้ประชาสัมพันธ์แผน งบประมาณผ่านเว็บไซต์ของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์และการประชุมบุคลากรของ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เพิ่มเติม

การประชาสัมพันธ์เป็นหน้าที่ประการหนึ่งของงานบริหาร ซึ่งมีลักษณะเป็นการประเมิน ทัศนคติของสาธารณชน การระบุนโยบาย ตลอดจนเป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับบุคลากรและองค์การ ทุกด้านให้มีความสอดคล้องกับความสนใจของสาธารณชน มีการวางแผน บริหารโครงการ และกระทำ

การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจและการยอมรับจากสาธารณชน (Cutlip, Center & Broom, 2000 อ้างถึงใน ประทุม ฤกษ์กลาง, 2552) ในการบริหารงานองค์การ หากปราศจากการสื่อสารแล้วปัจจัยนำเข้าและปัจจัยนำออกแล้วผลผลิตขององค์การ ย่อมไม่เกิดขึ้น นอกจากนี้รูปแบบการสื่อสารยังมีความสำคัญต่อการบริหารทุกด้าน เช่น การวางแผน การควบคุม การแบ่งงาน การกระจายอำนาจ การจัดกำลังคน ฯลฯ ล้วนจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสาร จนทำให้เกิดความจำเป็นในการจัดระบบการบริหารข่าวสารขึ้น (ประทุม ฤกษ์กลาง, 2552) นโยบายและยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พ.ศ. 2563-2580 มี 5 พันธกิจหลัก ได้แก่ 1) ผลิตและพัฒนากำลังคนให้มีความสามารถทางวิชาการ วิชาชีพ คิดสร้างสรรค์และเรียนรู้ตลอดชีวิต 2) สร้างงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ งานสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ส่งการนำไปใช้ประโยชน์ในภาคอุตสาหกรรม สังคม หรือสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์ 3) ให้บริการวิชาการแก่ชุมชนในพื้นที่เป้าหมายหรือภาคประกอบการเพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน 4) ทำนุบำรุงศาสนา ศิลปวัฒนธรรม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 5) บริหารจัดการอย่างมีธรรมาภิบาล เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้วยนวัตกรรม เพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน และมี 4 ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้ 1) Learning to be Innovator : การเรียนรู้สู่การเป็นนวัตกรรม 2) Research for Innovation : การวิจัยเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรม 3) Social and Culture Enhance by Innovation : การบริการวิชาการและเพิ่มคุณค่าด้วยศิลปวัฒนธรรมด้วยนวัตกรรม 4) Innovative Management : การบริหารจัดการด้วยนวัตกรรม (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กองนโยบายและแผน, 2565)

จากพันธกิจหลักที่ 5 ด้านการบริหารจัดการอย่างมีธรรมาภิบาล เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้วยนวัตกรรม เพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 Innovative Management : การบริหารจัดการด้วยนวัตกรรม ส่งผลให้นโยบายการบริหารงบประมาณของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ประจำปีงบประมาณ 2565 ให้คณะ/หน่วยงาน แจ้างแผนการปฏิบัติงานและการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี ให้บุคลากร ของคณะ/หน่วยงาน ได้รับทราบตามรูปแบบที่เหมาะสมกับคณะ/หน่วยงาน และให้จัดส่งรายงานการดำเนินการดังกล่าวให้มหาวิทยาลัยทราบผ่านกองนโยบายและแผน (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กองนโยบายและแผน, 2564) งบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ได้รับการจัดสรรจาก 2 แหล่ง ได้แก่ 1) งบประมาณรายจ่ายเป็นเงินที่ได้รับจัดสรรจากรัฐบาล แยกเป็นหมวดหลักๆ ได้แก่ งบบุคลากร งบดำเนินงาน งบลงทุน งบดำเนินโครงการ (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กองนโยบายและแผน, 2564ก) 2) งบประมาณเงินรายได้ เป็นเงินที่ได้รับจากการเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แยกเป็นหมวดหลัก ๆ ได้แก่ งบบุคลากร งบดำเนินงาน งบลงทุน งบดำเนินโครงการ เงินงบกลาง ค่าใช้จ่ายของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ที่จัดสรรไว้ ส่วนกลาง เงินสมทบกองทุน (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กองนโยบายและแผน, 2564ข)

จากความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นหน่วยงานภายใต้สังกัดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีได้รับมอบนโยบายการบริหารงบประมาณนำมาปฏิบัติ ผู้วิจัยทำงานอยู่ในส่วนงานแผนและงบประมาณ มีภาระงานที่รับผิดชอบจัดทำแผนการใช้งบประมาณ สรรวจและเก็บรวบรวมสถิติที่เอื้อต่อการวางแผนการจัดสรรงบประมาณ วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้ผลในการกำหนดนโยบายและแนวทางการปฏิบัติงาน จึงมีความสนใจที่จะวิจัยเรื่องการรับรู้การประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เพื่อศึกษาการรับรู้แผนงบประมาณของบุคลากรคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ซึ่งงานวิจัยนี้จะนำไปปรับปรุงแนวทางการประชาสัมพันธ์ตามรูปแบบที่เหมาะสม สร้างความรู้ความเข้าใจแผนงบประมาณของบุคลากร นำไปใช้ประโยชน์ในการทำงานเพื่อให้การปฏิบัติราชการของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาการรับรู้แผนงบประมาณจากการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้แผนงบประมาณของบุคลากรในคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีจากการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามลักษณะประชากร

1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา : การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตเนื้อหาเฉพาะแผนการจัดสรรงบประมาณ ในส่วนงบประมาณแผ่นดิน และงบประมาณเงินรายได้ของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ซึ่งได้รับจัดสรรมาจากมหาวิทยาลัยเท่านั้น ไม่รวมแผนปฏิบัติราชการ 5 ปีและแผนปฏิบัติราชการประจำปี

1.3.2 ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย : บุคลากรทั้งหมดของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 89 คน

1.4 นิยามศัพท์

1.4.1 แผนงบประมาณ หมายถึง รายการค่าใช้จ่ายเงินที่ได้รับจัดสรรจากรัฐบาล และเงินที่ได้จากการเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ที่ได้รับแจ้งจัดสรรมาจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ไม่รวมแผนปฏิบัติราชการ 5 ปีและแผนปฏิบัติราชการประจำปี

1.4.2 นโยบายการบริหารงบประมาณ หมายถึง ข้อกำหนด ข้อปฏิบัติ มาตรการในการใช้เงินที่ได้รับจัดสรรจากรัฐบาลและเงินที่ได้จากการเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีให้หน่วยงานภายใต้สังกัดปฏิบัติตาม

1.4.3 เจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน หมายถึง เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในฝ่ายบริหารและวางแผน ฝ่ายวิชาการ ฝ่ายพัฒนานักศึกษา และฝ่ายวิจัยพัฒนาและบริการวิชาการ

1.4.4 หน่วยงานสนับสนุนการศึกษา หมายถึง หน่วยงานสนับสนุนภารกิจการศึกษาซึ่งไม่ได้มีหน้าที่หลักในการจัดการเรียนการสอนเหมือนคณะ ที่สังกัดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อันได้แก่ กอง สำนัก ศูนย์ หน่วยงานอื่น ๆ

1.4.5 เงินงบกลาง หมายถึง เงินรายได้ของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ที่ยังไม่ได้ระบุแผนการใช้จ่าย ยังไม่ได้ระบุรายการที่จะใช้เงิน ตั้งไว้สำหรับกรณีที่คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์มีเหตุจำเป็นที่ต้องใช้จ่ายนอกเหนือรายการที่ได้รับจัดสรรงบประมาณ

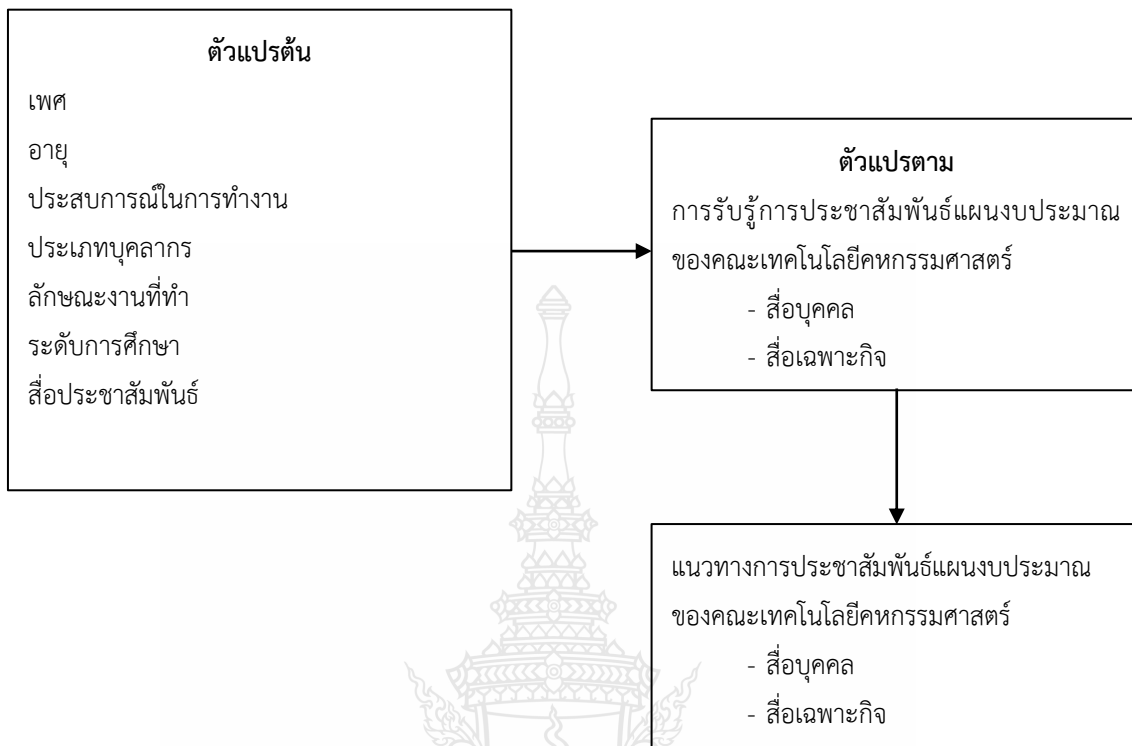
1.4.6 ค่าใช้จ่ายของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ที่จัดสรรไว้ส่วนกลาง หมายถึง รายการค่าใช้จ่ายเงินรายได้ของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จัดสรรไว้ที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี หน่วยงานสนับสนุนการศึกษาเป็นผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการ เพื่อใช้ในการดำเนินงานภาพรวมของมหาวิทยาลัย ได้แก่ รายการเงินประกันความเสี่ยง กองทุนส่งเสริมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ค่าปฐมนิเทศ ค่าประกันอุบัติเหตุ ค่ากิจกรรมนักศึกษา ค่าตรวจสอบคุณภาพนักศึกษา คู่มือนักศึกษา ค่าบำรุงห้องสมุดและเทคโนโลยีสารสนเทศ ค่าบำรุง (ICT ส่วนกลาง) ค่าใช้จ่ายในการให้บริการนักศึกษา เช่น รถบริการ เงินกองทุนสำรองมหาวิทยาลัย เงินรายได้สภามหาวิทยาลัย และสภามหาวิทยาลัย

1.4.7 เงินสภามหาวิทยาลัย หมายถึง รายการค่าใช้จ่ายเงินรายได้ของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จัดสรรไว้ที่กองทุนส่งเสริมงานวิจัย กองทุนพัฒนาบุคลากร กองทุนพัฒนานักศึกษา เพื่อใช้ในการพัฒนา ส่งเสริมงานวิจัย พัฒนาบุคลากรและพัฒนานักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี บุคลากรขอใช้เงินจากกองทุนส่งเสริมงานวิจัยและกองทุนพัฒนาบุคลากรได้ ส่วนนักศึกษาขอใช้เงินจากกองทุนพัฒนานักศึกษาได้ โดยจัดทำรายละเอียดผ่านคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ เพื่อให้คณะกรรมการกองทุนพิจารณา

1.4.8 สื่อบุคคล หมายถึง บุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

1.4.9 สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง ช่องทางการประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณที่ไม่ใช่บุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

1.6 สมมติฐานในการวิจัย

ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.7.1 ทราบถึงการรับรู้แผนงบประมาณของบุคลากรคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
- 1.7.2 ทราบถึงความสนใจของบุคลากรคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ต่อประเภทของแผนงบประมาณ
- 1.7.3 ทราบแนวทางการประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ได้อย่างเหมาะสม

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยการรับรู้การประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีการทบทวนวรรณกรรม ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับแผนงบประมาณ
- 2.4 ข้อมูลสังเขปขององค์กร
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

2.1.1 ความหมายการประชาสัมพันธ์

อรุณรัตน์ ชินวรรณ (2553) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ คือ กระบวนการในการจัดการบริหารข้อมูลขององค์กรเพื่อให้ข่าวสารขององค์กรเกิดการสื่อสารที่ดี เป็นที่รับรู้ของคนในองค์กรและนอกองค์กรได้เข้าใจถึงภารกิจขององค์กร ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีและเกิดความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงาน องค์กร สถาบันกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร สถาบัน นำมาซึ่งความร่วมมือให้การสนับสนุนจากประชาชน และในที่สุดองค์กรก็จะประสบผลสำเร็จ

Black (1993) อ้างถึงใน ประทุม ฤกษ์กลาง (2553) มองว่าการประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับชื่อเสียง การรับรู้ ความเชื่อถือ ความเชื่อมั่น ความกลมเกลียว และการแสวงหาความเข้าใจร่วมกัน โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริงและข้อมูล ข่าวสาร คำนิยามนี้ช่วยแสดงให้เห็นถึงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์

ราชบัณฑิตยสถาน (2554) อธิบายว่าประชาสัมพันธ์ หมายถึง ติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน

สรุปได้ว่าการประชาสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการในการบริหารจัดการข้อมูล โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง มีการวางแผนให้ข่าวสารขององค์การเกิดการสื่อสารที่ดี ส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกัน เพื่อให้องค์การประสบความสำเร็จ

2.1.2 ประเภทของสื่อและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์

ประทุม ฤกษ์กลาง (2553) กล่าวว่า ในกระบวนการวางแผนประชาสัมพันธ์ จะต้องเลือกหรือวางแผนกำหนดสื่อและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ ให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ แผนหรือโครงการ ซึ่งสื่อและกิจกรรมประชาสัมพันธ์สามารถพิจารณาจัดแยกประเภทได้หลากหลายแนวทางด้วยกัน คือ

2.1.2.1 เกณฑ์การผลิต ถ้าพิจารณาตามกระบวนการผลิตสื่อโดยนักประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น

1) สื่อควบคุมได้ คือ สื่อที่นักประชาสัมพันธ์จัดทำหรือผลิตขึ้นเอง จึงสามารถควบคุมเนื้อหาสาระ รูปแบบ สี สัน ได้อย่างเต็มที่ เช่น โปสเตอร์ (Poster) แผ่นพับ

2) สื่อควบคุมไม่ได้ ได้แก่ สื่อมวลชนที่นักประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือในการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ จึงไม่สามารถควบคุมการได้ตีพิมพ์เผยแพร่ เนื้อหาสาระได้นักประชาสัมพันธ์ทำให้เพียงเขียนข่าวหรือจัดกิจกรรมให้มีคุณค่าน่าสนใจ เพื่อดึงดูดความสนใจของสื่อมวลชน กับใช้หลักการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนหรือเรียกว่า สื่อมวลชนสัมพันธ์

2.1.2.2 เกณฑ์ลักษณะของสื่อ ถ้าจัดแยกประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ตามลักษณะธรรมชาติของสื่อ แบ่งได้เป็น

1) สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร แผ่นพับ ใบปลิว
2) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์
3) สื่อสมัยใหม่ ได้แก่ คอมพิวเตอร์ ซีดี (CD) อินเทอร์เน็ต (Internet) เว็บไซต์ (Website) MP3

4) สื่อพิเศษหรือสื่อเบ็ดเตล็ด ได้แก่ ปากกา ดินสอ แก้วน้ำ หมวก ที่คั่นหนังสือ ฯลฯ

5) สื่อพื้นบ้าน เช่น เพลงลูกทุ่ง ลิเก ลำตัด โปงลาง หมอลำ มโนราห์
ส่วนกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีหลายรูปแบบด้วยกัน คือ นิทรรศการ การสัมมนา การประชุม การบรรยาย ปาฐกถา การจัดงานครบรอบปีแห่งการก่อตั้ง การให้รางวัลยกย่อง การจัดกิจกรรมเพื่อสังคม การจัดกิจกรรมเชิงอนุรักษ์

2.1.2.3 ช่องทางการสื่อสาร

ณัฐรัฐชดา วิจิตรจามรี (2559) ได้อธิบาย ช่องทางการสื่อสารสำหรับการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ดังนี้

1) อินเทอร์เน็ต (Internet) สร้างช่องทางใหม่ในการสื่อสารภายในองค์กร เช่น อีเมล (E-Mail) บล็อก (Blog) ระบบส่งข้อความทันที รวมถึงอินเทอร์เน็ตหรือระบบเครือข่ายในองค์กร ช่องทางเหล่านี้ให้ความรวดเร็วในการสื่อสารมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ที่ต้องใช้เวลาในการผลิตและเผยแพร่ ช่องทางเหล่านี้ให้ความรวดเร็วในการสื่อสารมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ที่ต้องใช้เวลาในการผลิตและเผยแพร่ เข้าถึงพนักงานได้ทุกที่ ไม่ว่าจะ เป็นโต๊ะทำงานในสำนักงาน บ้าน หรือแม้แต่ขณะอยู่นอกสถานที่ด้วยอุปกรณ์สื่อสารพกพาอย่างสมาร์ตโฟน (Smart Phone) และแท็บเล็ต (Tablet) อีกทั้งเป็นสื่อที่พนักงานมักจะเปิดรับมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ ข้อดีของอินเทอร์เน็ต (Internet) คือ การมีระบบการสื่อสารกลับ ที่ส่งเสริมให้เกิดการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง บางองค์กรลดการใช้สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายและความสะดวกรวดเร็ว โดยหันมาใช้อินเทอร์เน็ต (Internet) แทน เช่น การส่งจดหมายข่าวทางอีเมลแทนการเผยแพร่จดหมายข่าวในรูปแบบสิ่งพิมพ์แบบเดิม นอกจากนี้ ยังมีการใช้ช่องทางอื่นอีก ได้แก่ (1) บล็อก (Blog) เพื่อนำเสนอบทความและความคิดเห็นต่าง ๆ เช่น บล็อก (Blog) ของผู้บริหารองค์กรซึ่งเปิดให้พนักงานอ่านและแสดงความคิดเห็นได้อย่างรวดเร็ว เป็นการเพิ่มความใกล้ชิดระหว่างฝ่ายบริหารกับพนักงาน (2) พอดแคสต์ (Podcast) เพื่อนำเสนอเนื้อหาข่าวสารจากฝ่ายบริหารในรูปแบบของเสียงหรือวิดีโอ (Video)

2) อินทราเน็ต (Intranet) คือ ระบบเครือข่ายภายในองค์กร เป็นบริการและเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์เหมือนกับอินเทอร์เน็ต (Internet) แต่จำกัดขอบเขตการใช้งานโดยเปิดให้เฉพาะสมาชิกในองค์กรใช้เท่านั้น ดังนั้น อินทราเน็ต (Intranet) ก็คือระบบอินเทอร์เน็ต (Internet) เฉพาะภายในองค์กร หลายองค์กรใช้อินทราเน็ตสื่อสารหัวข้อต่าง ๆ หรือ เผยแพร่จดหมายเวียนไปยังพนักงานได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง เช่น Google, Yahoo อินทราเน็ต (Intranet) ของบางองค์กรตอบสนองในด้านการเป็นพื้นที่สำหรับการแลกเปลี่ยนระหว่างพนักงาน โดยมีระบบห้องสนทนาออนไลน์ (Chat Room) หรือกระดานสนทนา (Web Board) สำหรับการพูดคุยตอบโต้ สนทนา และสอบถามปัญหาต่าง ๆ อัลบั้มรูป การจัดการสมุดรายชื่อและข้อมูลติดต่อ การใช้งานอินทราเน็ต (Intranet) นิยมนำระบบเครือข่ายสังคม (Social Network) มาใช้เพื่อเชื่อมต่อพนักงานภายในองค์กรที่ตั้งอยู่ห่างไกลหรืออยู่ต่างภูมิภาคให้ใกล้ชิดกันมากขึ้น รวมทั้งมีระบบที่เปิดให้พนักงานสร้างหน้าโปรไฟล์ (Profile) ส่วนตัวแบบเฟซบุ๊ก (Facebook) และสร้างเครือข่ายสื่อสารกับพนักงานคนอื่น ๆ รวมทั้ง

แลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลระหว่างกันได้ ซึ่งนับว่าเป็นพื้นที่ที่เอื้ออำนวยต่อการสนทนาแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นในองค์กรได้เป็นอย่างดี

การจัดทำอินทราเน็ต (Intranet) ควรพิจารณาถึงการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น ต้องการถ่ายทอดข่าวสารจากฝ่ายบริหาร ปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการทำงาน นอกจากนี้ ควรนำหลักการตลาดมาประยุกต์ใช้กับสื่ออินทราเน็ตเพื่อให้เข้าถึงผู้รับสารจำนวนมาก เช่น มีการปรับเปลี่ยนโฉมของโฮมเพจ (Home Page) เนื้อหา อาจมีการอีเมล (E-mail) ไปยังพนักงานเพื่อประชาสัมพันธ์เนื้อหาที่น่าสนใจ นอกจากนี้อาจเพิ่มลิงก์ (Link) เพื่อเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาอื่นที่อยู่ในความสนใจของพนักงาน เช่น แนะนำร้านอาหาร ภาพยนตร์ กิจกรรมพิเศษที่น่าสนใจ บางองค์กรใช้อินเทอร์เน็ต (Internet) สื่อสารในลักษณะเดียวกับหนังสือพิมพ์หรือโทรทัศน์ที่นำเสนอข่าวสารความเคลื่อนไหว เพื่อสร้างนิสัยในการเปิดอินทราเน็ต (Intranet) เพื่ออ่านข่าว ที่สำคัญที่สุดคือฝ่ายบริหารต้องสนับสนุน เห็นคุณค่า และใช้ประโยชน์จากอินทราเน็ต (Intranet) หากฝ่ายบริหารขาดความสนใจและไม่สนับสนุนก็ย่อมเป็นเรื่องยากมากที่จะให้พนักงานสนใจ แม้ว่าจะมีอินทราเน็ต (Intranet) แล้ว ฝ่ายบริหารยังไม่ควรยกเลิกการสื่อสารจากช่องทางอื่นเพื่อมาใช้อินทราเน็ต (Intranet) เพียงช่องทางเดียว อาจมีการสำรวจพฤติกรรม的开รับข่าวสารของพนักงาน เพื่อให้ทราบว่าพนักงานใช้ช่องทางการสื่อสารใด และข้อมูลใดที่เหมาะสมสำหรับการสื่อสารทางอินทราเน็ต ไม่ควรอย่างยิ่งที่จะนำอินทราเน็ต (Intranet) มาแทนการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตาระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน

3) สิ่งพิมพ์เพื่อนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ มีตั้งแต่แผ่นปลิว โปสเตอร์ (Poster) จดหมายข่าว จุลสาร คู่มือ หนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โดยหน่วยงานประชาสัมพันธ์หรือหน่วยงานสื่อสารภายในองค์กรรับผิดชอบในการจัดทำสิ่งพิมพ์ในองค์กรแบ่งได้ 3 ประเภท ได้แก่

(1) สิ่งพิมพ์ปฐมนิเทศ (Orientation) เป็นสิ่งพิมพ์เพื่ออธิบายนโยบายองค์กรให้แก่พนักงานใหม่ รวมทั้งการอธิบายเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร ตลอดจนบทบาทและแนวทางการปฏิบัติงานของพนักงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์เหล่านั้น

(2) สิ่งพิมพ์อ้างอิง (Reference) เป็นสิ่งพิมพ์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผลประโยชน์ สวัสดิการของพนักงาน รวมทั้งกฎระเบียบต่าง ๆ สิ่งพิมพ์เหล่านี้ได้รับการออกแบบและจัดทำขึ้นเพื่ออ่านและเก็บรักษาเพื่อการอ้างอิงหรือใช้ประโยชน์ในอนาคต

(3) สิ่งพิมพ์หัวข้อพิเศษ (Special Topic) นำเสนอเนื้อหาเฉพาะเจาะจงตามโอกาสหรือสถานการณ์ เช่น หนังสือเนื่องในโอกาสครบรอบปีขององค์กร หนังสือแนะนำและอธิบายเทคโนโลยีใหม่ที่องค์กรนำมาใช้ หนังสือเกี่ยวกับโครงการด้านชุมชนสัมพันธ์หรือกิจกรรมด้านช่วยเหลือสังคมที่องค์กรรับผิดชอบ

คู่มือ (Manuals) หรือหนังสือเล่มเล็ก เป็นสื่อที่เหมาะสมสำหรับการอ่าน และเก็บรักษาเพื่อการอ้างอิงในอนาคต เหมาะกับการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ เนื้อหาอื่น ๆ เช่น สวัสดิการของพนักงาน นโยบายหรือกฎระเบียบเกี่ยวกับความปลอดภัย แผนเกษียณอายุพนักงาน สำหรับสิ่งพิมพ์ที่เผยแพร่เป็นประจำ เช่น จดหมายข่าว บรรณาธิการหรือผู้จัดทำต้องคำนึงถึงการนำเสนอข่าวสารที่ทันเหตุการณ์ และเผยแพร่ตรงตามกำหนดเวลาที่กำหนด เช่น ทุกวันที่ 1 ของเดือน เป็นต้น วิธีการเผยแพร่สิ่งพิมพ์ที่ผลิตขึ้นมีความสำคัญด้วยเช่นกัน วิธีที่จะทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ขององค์กรเข้าถึงพนักงาน คือ การจัดส่งสิ่งพิมพ์ไปยังบ้านพนักงานแทนการแจกจ่ายในสำนักงาน ซึ่งเป็นวิธีที่มีมานานแล้วและได้รับความนิยมในต่างประเทศ แม้ว่าจะมีค่าใช้จ่ายสูงขึ้น แต่ช่วยให้พนักงานมีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว สร้างการรับรู้ถึงการเอาใจใส่พนักงาน ประเภทเนื้อหาที่นำเสนอในสิ่งพิมพ์แตกต่างกันไปตามองค์กร แต่ควรคำนึงถึงความสมดุลระหว่างสิ่งที่พนักงานสนใจกับสิ่งที่พนักงานจำเป็นต้องรู้จากฝ่ายบริหาร การนำเสนอแต่เนื้อหาจากฝ่ายบริหารเพียงอย่างเดียวอาจทำให้พนักงานไม่สนใจมากนักและไม่รู้สึกอยากติดตามสิ่งพิมพ์ในฉบับต่อไป ฝ่ายบริหารอาจใช้บันทึกข้อความและจดหมายเพื่อการสื่อสารข้อมูลหรือการเปลี่ยนแปลงภายในได้ เช่น การเปลี่ยนแปลงบุคลากรและผู้บริหาร การสื่อสารผ่านทางช่องทางเหล่านี้ควรมีความสม่ำเสมอ เพื่อไม่ให้พนักงานเข้าใจว่ามีเหตุการณ์ผิดปกติเกิดขึ้นหากฝ่ายบริหารมีการสื่อสารทางช่องทางนี้

4) กระดานข่าว (Bulletin Board) เป็นช่องทางการสื่อสารที่เก่าแก่แต่ยังใช้ในองค์กรอยู่จนถึงปัจจุบัน โดยเป็นพื้นที่สำหรับติดประกาศข่าวสารขององค์กร เช่น คำสั่ง นโยบาย กิจกรรมขององค์กร ผู้จัดทำต้องพิจารณาถึงความดึงดูดใจของข่าวสารโดยการใช้ภาพประกอบและข้อความที่น่าสนใจและจับใจได้ และควรมีขนาดใหญ่พอที่จะสามารถอ่านได้อย่างสะดวก หลักสำคัญที่จะกระตุ้นให้มีจำนวนผู้อ่านมาก คือ การปรับเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่บนกระดานข่าวให้ทันสมัยอยู่เสมอ นอกจากนี้ กระดานข่าวต้องตั้งอยู่ในบริเวณที่มีพนักงานผ่านไปมาจำนวนมาก หลายองค์กรจัดทำกระดานข่าวในลิฟต์เพราะในแต่ละวันมีผู้ใช้ลิฟต์จำนวนมากและวันละมากกว่า 1 ครั้ง และสามารถอ่านได้ขณะอยู่ในลิฟต์

5) การสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตา แม้ว่าองค์กรจะมีสื่อสังคม อินเทอร์เน็ต (Internet) และเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยแล้วก็ตาม แต่ช่องทางการสื่อสารที่ดีที่สุดในการเข้าถึงพนักงานก็คือการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตากันระหว่างคู่สื่อสาร (Face-to-Face Communications) และผู้บังคับบัญชาเป็นแหล่งข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรที่พนักงานส่วนใหญ่ต้องการมากที่สุด การสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตามีข้อดีคือผู้สื่อสารถ่ายทอดได้หลายช่องทางทั้งคำพูดและอวัจนภาษา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การแสดงออกทางสีหน้าและดวงตา ที่จะช่วยในการตีความหมายในการสื่อสารและส่งเสริม

ความเข้าใจระหว่างกันได้มากขึ้น และผู้รับสารสามารถให้ข้อมูลป้อนกลับหรือมีปฏิริยาตอบสนองได้ทันที

การประชุมเป็นช่องทางการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตาที่องค์กรควรจัดขึ้นเป็นประจำ ถ้าหากองค์กรมีขนาดใหญ่หรือพนักงานอยู่ละพื้นที่ อาจใช้วิดีโอคอนเฟอเรนซ์ (Video Conference) เป็นระบบการสื่อสารทางไกลที่สามารถรับและส่งข้อมูลภาพ ข้อมูล และเสียง ผู้ร่วมประชุมที่อยู่คนละสถานที่สามารถประชุมร่วมกัน เห็นหน้าและมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้ เปรียบเสมือนมีการประชุมอยู่ภายในห้องเดียวกัน เปิดโอกาสให้ผู้บริหารแจ้งข้อมูลข่าวสารและแบ่งปันข้อมูลความก้าวหน้าและผลการดำเนินงานขององค์กร ส่วนพนักงานก็สามารถแลกเปลี่ยนและซักถามเพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันนอกจากนี้ การประชุมตอบสนองวัตถุประสงค์อื่นได้อีก เช่น การอธิบายนโยบาย แผนงาน การเปลี่ยนแปลงในองค์กร การแลกเปลี่ยนและรวบรวมความคิดเห็นของพนักงาน การรายงานผลการปฏิบัติงาน การฝึกอบรมพนักงาน ช่วยให้เกิดการไหลเวียนของข้อมูล สร้างความรู้สึกของการเป็นทีมงาน ส่งเสริมการสื่อสารแบบสองทาง พนักงานมีโอกาสซักถาม แสดงความคิดเห็นซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของกลุ่มได้ การเปิดโอกาสให้ทุกคนได้พิจารณาปัญหาและแสดงความคิดเห็น จะช่วยให้การตัดสินใจมีคุณภาพมากขึ้น และการตัดสินใจที่มาจากมีส่วนร่วมของพนักงานจะช่วยลดการต่อต้านจากพนักงานได้ นอกจากนี้ ฝ่ายบริหารสามารถใช้การสนทนากับพนักงานที่ส่งเสริมปฏิสัมพันธ์กับพนักงานได้ดีและทำให้พนักงานรู้สึกถึงการเป็นส่วนหนึ่งที่ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร เช่น สายการบินเจ็ทบลู (JetBlue Airways) สายการบินต้นทุนต่ำในสหรัฐอเมริกา พนักงานจะได้รับการปฐมพยาบาลในวันแรกของการทำงาน ไม่เพียงเท่านั้นยังมีโอกาสสนทนากับผู้บริหารระดับสูงของสายการบิน ซึ่งผู้บริหารจะพูดคุยเกี่ยวกับสายการบิน สถานะทางเศรษฐกิจของสายการบิน วิธีการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้โดยสารและลูกค้า วัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กร การสนทนาส่วนตัวกับผู้บริหารทำให้พนักงานรู้สึกการเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญขององค์กร เจ็ทบลูเป็นสายการบินที่มีอัตราการลาออกในแต่ละปีต่ำเมื่อเทียบกับสายการบินอื่น

6) วิดีทัศน์ เนื่องจากผู้รับสารจำนวนมากนิยมการรับข่าวสารทางสื่อโทรทัศน์มากกว่าหนังสือพิมพ์ เช่นเดียวกันกับพนักงานที่ชื่นชอบการบริโภคข้อมูลข่าวสารในรูปแบบของภาพ ดังนั้น การสื่อสารในรูปแบบวีดิทัศน์หรือวิดีโอ (Video) จึงเป็นรูปแบบที่น่าสนใจและดึงดูดความสนใจของพนักงานได้ดี องค์กรสามารถนำเนื้อหาต่าง ๆ นโยบาย กิจกรรม กระบวนการผลิต รวมทั้งการให้ความรู้พนักงานมาจัดทำเป็นรายการเพื่อแจ้งข่าวสาร อธิบาย สอน หรือเพื่อวัตถุประสงค์อื่นตามความต้องการ โดยมีหลากหลายรูปแบบที่เลือกได้ตามความเหมาะสม เช่น รายการพูดคุย (Talk Program) รายการสัมภาษณ์ (Interview Program) รายการอภิปราย (Discussion Program) รายการสาธิต (Demonstration Program) รายการข่าว (New Program) รวมทั้งรายการนิตยสาร (Magazine Program)

ซึ่งเป็นรายการที่นำเสนอเนื้อหาสาระหลากหลายภายในรายการเดียวกัน โดยแบ่งเป็นช่วงต่าง ๆ เช่น เพลง สนทนา สารคดี แต่ละช่วงถูกร้อยเรียงให้เชื่อมโยงและสอดคล้องเป็นรายการเดียวกัน วัตถุประสงค์ผลิตขึ้น สามารถเผยแพร่ไปยังพนักงานผ่านทางอินเทอร์เน็ต (Intranet) ขององค์กร หรือนำเสนอภายในจุดต่าง ๆ ในองค์กร เช่น ห้องอาหาร เพื่อนำเสนอข่าวสารและกิจกรรมภายในไปยังบุคลากร

7) การสื่อสารแบบพวงองุ่น นอกจากช่องทางการสื่อสารภายในที่เป็นทางการดังที่กล่าวไปแล้ว ยังมีช่องทางการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการหรือที่เรียกว่าการสื่อสารแบบพวงองุ่น (Grapevine Communication) ที่มีความสำคัญเช่นกัน คำว่า "พวงองุ่น" เป็นการอุปมาอุปไมยถึงระบบการสื่อสารที่เกิดขึ้นในสังคมกลางเมืองในสหรัฐอเมริกาในทศวรรษ 1860 โดยใช้สารโทรเลขโยงไปมาระหว่างต้นไม้จันทน์เหมือนพวงองุ่น การสื่อสารแบบพวงองุ่นเกิดจากการที่พนักงานที่มีความคุ้นเคยสนิทสนม รู้จักหรือชอบพอกันเป็นส่วนตัวมาติดต่อสื่อสารกันโดยไม่มีข้อจำกัดด้านโครงสร้างการบริหาร องค์กรและตำแหน่งงาน มีลักษณะเป็นการพบปะสนทนากันทั้งในเรื่องส่วนตัวและเรื่องงาน อาจแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ปรีกษาหารือ หรือแม้แต่ปรับทุกข์ในเรื่องต่าง ๆ นอกจากนี้การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการนี้ยังมีลักษณะของการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word-of Mouth Interaction) โดยข่าวสารแพร่กระจายอย่างรวดเร็วในทุกทิศทางแบบพวงองุ่น (Grapevine) ยิ่งบุคคลได้รับทราบข้อมูลหรือเหตุการณ์รวดเร็วมากเท่าใด ก็ยิ่งมีแนวโน้มมากขึ้นที่บุคคลนั้นจะถ่ายทอดเรื่องราวนั้นไปยังบุคคลอื่น และถ้าข้อมูลข่าวสารนั้นตรงกับความสนใจของพนักงาน ก็ยังมีโอกาสที่ผู้รับสารจะถ่ายทอดต่อไปยังผู้อื่น จึงเป็นช่องทางในการกระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว แต่ข้อมูลอาจขาดความสมบูรณ์จนก่อให้เกิดการตีความผิดพลาดได้ จึงเป็นช่องทางการสื่อสารที่ทำให้เกิดข่าวลือและบ่อยครั้งเป็นข่าวลือทางลบที่ทำให้ลายขวัญและกำลังใจในการทำงาน เช่น ข่าวการลดพนักงาน ฝ่ายบริหารจึงต้องคอยตรวจสอบข่าวสารที่พนักงานพูดคุยและเผยแพร่ในช่องทางที่ไม่เป็นทางการเพื่อสามารถแก้ไขข่าวลือหรือความเข้าใจผิดได้อย่างรวดเร็วก่อนที่ข่าวนั้นจะส่งผลเสียหายต่อองค์กร ช่องทางนี้เป็นวิธีที่สื่อสารข้อมูลได้รวดเร็ว และพนักงานเกือบครึ่งหนึ่งให้คุณค่ากับการสื่อสารแบบพวงองุ่นในด้านการนำข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร การแพร่กระจายข่าวสารได้รวดเร็วและมีความน่าเชื่อถือมากกว่า ช่องทางการสื่อสารที่เป็นทางการขององค์กร ผู้บริหารควรพิจารณาการใช้ประโยชน์จากข้อได้เปรียบของการสื่อสารแบบพวงองุ่น อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจความคิดเห็นของพนักงาน พบว่าถ้าพนักงานมีความรู้สึกไว้วางใจและความเกี่ยวข้องกับองค์กรมาก พนักงานจะอาศัยการสื่อสารแบบพวงองุ่นเป็นช่องทางในการแสดงความคิดเห็นหรือรับรู้ข้อมูลต่าง ๆ น้อยลง ดังนั้น หากพนักงานพึงพาข้อมูลข่าวสารจากช่องทางไม่เป็นทางการมาก ผู้บริหารต้องพิจารณาว่าช่องทางการสื่อสารที่เป็นทางการได้เผยแพร่ข่าวสารตรงกับความต้องการของพนักงานหรือไม่และสามารถสร้างความไว้วางใจจากพนักงานได้หรือไม่

2.1.2.4 ข้อปฏิบัติในการสื่อสาร

กรณีการ อัครดรเดชา (2553) ได้กล่าวถึงข้อปฏิบัติในการสื่อสาร (The 7C's of Communication) ดังนี้

1) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) การสื่อสารเริ่มต้นจากบรรยากาศแห่งความเชื่อใจ ซึ่งขึ้นอยู่กับกรกระทำของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ การกระทำจะแสดงออกถึงความปรารถนาอย่างจริงใจที่จะรับใช้ผู้ฟัง โดยต้องทำให้ผู้ฟังมีความมั่นใจในผู้ส่งสาร และมีความเชื่อถือของแหล่งที่มาของข่าวสาร

2) เนื้อหา (Content) สารต้องให้ความหมายกับผู้รับและเกี่ยวข้องกับผู้ส่งสาร ปกติคนเราจะเลือกรับข่าวสารที่สัญญาจะให้ประโยชน์แก่เรา โดยเนื้อหาจะเป็นตัวกำหนดว่าควรส่งไปยังใคร

3) บริบทหรือสภาพแวดล้อม (Context) แผนงานการสื่อสารที่ดีจะต้องคำนึงถึงบริบทหรือสภาพแวดล้อม บริบทหรือสภาพแวดล้อมต้องสามารถอำนวยให้คนยอมรับและเห็นด้วยกับสารที่ส่งออกมา

4) ความชัดเจน (Clarity) สารต้องเข้าใจง่าย โดยทำให้ผู้รับสารเข้าใจอย่างเดียวกับที่ผู้ส่งสารเข้าใจ ประเด็นยาก ๆ ควรนำมาทำให้ย่อ หรืองานขึ้นโดยใช้คำขวัญ ยิ่งข่าวสารผ่านระยะทางมากเท่าใดยิ่งต้องทำให้ข่าวสารให้ง่ายมากขึ้นเท่านั้น และหน่วยงานเดียวกันต้องพูดเป็นเสียงเดียวกันเสมอ

5) ความต่อเนื่องและความสอดคล้อง (Continuity and Consistency) การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องจึงต้องมีการซ้ำ (Repetition) เพื่อเข้าถึงผู้รับ และหัวเรื่องที่จะส่งออกไปต้องไม่เปลี่ยนแปลง

6) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) ควรใช้ช่องทางการสื่อสารที่ผู้รับมักใช้และให้ความเชื่อถือ ช่องทางสื่อสารแต่ละช่องทางให้ผลต่างกันในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการยอมรับ

7) ความสามารถของผู้รับสาร (Capability of Audience) การสื่อสารจะประสบความสำเร็จต้องคำนึงถึงผู้รับด้วย การสื่อสารจะได้ผลดีที่สุดเมื่อต้องการความพยายามจากผู้ฟังน้อยที่สุด ทั้งนี้หมายรวมถึงนิสัย ความสามารถในการอ่านและความรู้ของผู้ฟังด้วย

โดยสรุป คือ ประเภทของสื่อและกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ต้องมีการประเมินเลือกใช้ให้เหมาะสม เพราะสื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์แต่ละลักษณะมีข้อเด่นและข้อด้อยแตกต่างกัน รวมถึงต้องคำนึงถึงงบประมาณ ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร ความถูกต้อง เนื้อหา ความน่าเชื่อถือ ความชัดเจนของข้อมูล

2.1.3 วิธีดำเนินการประชาสัมพันธ์

Smith (2005) อ้างถึงใน กขพร ต้นทะสุวรรณ (2555) กล่าวว่าในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วยการทำงาน 4 ระยะและขั้นตอนหลัก 9 ขั้นตอน ดังนี้

ระยะที่หนึ่ง: การสำรวจข้อมูลพื้นฐาน (Formative Research) : ในขั้นตอนแรกองค์กรต้องเตรียมข้อมูลพื้นฐานสำหรับการวางแผนกลยุทธ์เพื่อประชาสัมพันธ์ โดยวิเคราะห์สภาพปัญหาขององค์กรและความคิดเห็นของประชาชน กลุ่มเป้าหมายและประชาชนโดยทั่วไป ซึ่งมีขั้นตอนปฏิบัติ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์สภาพและปัญหา (Analyzing the Situation) เป็นการสำรวจสภาพหรือสถานการณ์ในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตที่เกี่ยวกับองค์กร ลูกค้า ผู้ที่เกี่ยวข้องและสังคม โดยนำมาวิเคราะห์ปัญหาเพื่อกำหนดแผนหรือวัตถุประสงค์การทำงานประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับสภาพการณ์ที่เป็นจริง ข้อมูลสำหรับใช้ในการวิเคราะห์สภาพปัญหาขององค์กร ได้แก่ 1) อะไรคือสถานการณ์ที่องค์กรประสบอยู่ ซึ่งอาจมีมากกว่าหนึ่งสถานการณ์ 2) อะไรคือเบื้องหลังของสถานการณ์เหล่านั้น เช่น ความเป็นมาของสถานการณ์หรือสาเหตุของปัญหา ช่วงเวลาที่เกิด ผู้เกี่ยวข้อง เป็นต้น 3) อะไรคือสถานการณ์สำคัญที่เกี่ยวข้องกับภารกิจขององค์กร เพื่อนำมาคัดเลือกหรือจัดลำดับความสำคัญของการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์องค์กร (Analyzing the Organization) นักประชาสัมพันธ์ต้องศึกษาค้นคว้าข้อมูลและข้อเท็จจริงที่เกี่ยวกับองค์กรเพื่อมีความรู้อย่างถูกต้องเกี่ยวกับองค์กร สิ่งที่นักประชาสัมพันธ์ควรทราบเกี่ยวกับองค์กร ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายในองค์กร เช่น ภารกิจ สมรรถนะ ทรัพยากร เป็นต้น การรับรู้ของสาธารณชนหรือความน่าเชื่อถือขององค์กรและสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร เช่น คู่แข่ง ผู้สนับสนุน ฝ่ายตรงข้าม เป็นต้น ข้อมูลสำหรับวิเคราะห์องค์กร ได้แก่ 1) สภาพแวดล้อมภายในองค์กร ได้แก่ สมรรถนะในทุกด้านและภาพลักษณ์ขององค์กร เพื่อให้ทราบสิ่งที่องค์กรกำลังเป็นอยู่และต้องการที่จะเป็น 2) สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ได้แก่ ผู้สนับสนุนและคู่แข่ง เพื่อให้ทราบปัจจัยสนับสนุนและอุปสรรคในการดำเนินงานขององค์กร

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์สาธารณชน (Analyzing the Public) สามารถกระทำได้โดยการวิจัยหรือสำรวจเพื่อรับฟังความคิดเห็นของสาธารณชนเกี่ยวกับองค์กร การวิจัยทางประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารแบบสองทางระหว่างองค์กรกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่ การสำรวจประชามติของกลุ่มเป้าหมายเพื่อทราบผลกระทบต่อประชามติและความรู้สึกของประชาชนที่มีต่อองค์กร รวมทั้งการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขององค์กร โดยนักประชาสัมพันธ์ต้องนำผลการวิจัยทั้งหมดมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ต่อไป ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้าและประชาชน ได้แก่

คุณลักษณะและประเภทของกลุ่มลูกค้าและประชาชน ความต้องการหลัก ความสนใจ และความคาดหวัง
ของลูกค้าและประชาชน สิ่งที่ต้องการสามารถนำเสนอหรือบริการให้แก่ลูกค้าและประชาชนได้

ระยะที่สอง: การกำหนดกลยุทธ์ (Strategy) องค์กรนำข้อมูลที่ได้ศึกษาจากการสำรวจ
พื้นฐานทั้งหมดมาใช้ในการวางแผนเพื่อกำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ กลยุทธ์และการใช้สื่อเพื่อ
ดำเนินการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีขั้นตอนปฏิบัติ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ (Establishing goals and object) ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจขั้นพื้นฐานถูกนำมากำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของ
การประชาสัมพันธ์เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาหรือสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรให้สำเร็จตาม
วัตถุประสงค์มากที่สุด การกำหนดวัตถุประสงค์ สามารถกำหนดวัตถุประสงค์ตามลำดับการรับรู้ของ
กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่

1) วัตถุประสงค์เพื่อการตระหนักรู้ (Awareness Objectives) ลูกค้าและ
ประชาชนทราบ เข้าใจและจดจำเรื่องที่ประชาสัมพันธ์ได้

2) วัตถุประสงค์เพื่อการยอมรับ (Acceptance Objects) ลูกค้าและ
ประชาชนสนใจและมีทัศนคติที่ดีต่อเรื่องที่ประชาสัมพันธ์

3) วัตถุประสงค์เพื่อการปฏิบัติงาน (Action Objectives) ลูกค้าและ
ประชาชนมีความคิดเห็น ปฏิบัติ ใช้ประโยชน์ เข้าร่วมหรือใช้บริการในเรื่องที่ประชาสัมพันธ์

ขั้นตอนที่ 5 การกำหนดกลยุทธ์เพื่อการดำเนินการ (Formulating Action and Response Strategies) เป็นการนำข้อมูลและข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่ได้จากขั้นตอนการศึกษาเกี่ยวกับ
องค์กร การวิจัยและการรับฟังความคิดเห็น มากำหนดกลยุทธ์เพื่อการดำเนินการประชาสัมพันธ์ ข้อมูล
ทั้งหมดถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อหาจุดแข็งและจุดด้อยขององค์กรในการกำหนดเป็นแผนการกิจกรรม
การกำหนดนโยบายต่าง ๆ และการตัดสินใจดำเนินการโดยมีเป้าหมายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร
การกำหนดกลยุทธ์เพื่อการดำเนินการ สามารถกำหนดกลยุทธ์ 2 ประการ ดังนี้

1) กลยุทธ์ด้านการปฏิบัติ (Action Strategies) เป็นการวางแผนหรือ
ขั้นตอนการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย เช่น การกำหนดผู้รับผิดชอบ การให้ลูกค้ามี
ส่วนร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ความร่วมมือกับห้องสมุดหรือหน่วยงานอื่น การวางแผน เป็นต้น

2) กลยุทธ์ด้านการสื่อสาร (Communication Strategies) เป็นการวางแผนการ
สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นตอนที่ 6 การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ (Using Effective Communication) ในการวางแผนกลยุทธ์จำเป็นต้องศึกษาเกี่ยวกับวิธีการที่จะสื่อข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับ
ซึ่งการสื่อสารจำเป็นต้องกำหนดรูปแบบข้อมูลข่าวสารที่จะส่งไปยังผู้รับ ได้แก่ 1) สารสำคัญที่ต้องการ

สื่อสาร ควรเป็นข้อมูลที่ตรงประเด็นหรือตรงวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ 2) ความมีเหตุผลหรือน่าเชื่อถือของข่าวสาร โดยคำนึงถึงข้อเท็จจริงแหล่งที่มาของข้อมูลและความน่าสนใจของข้อมูล 3) อารมณ์ในข่าวสาร โดยพิจารณาว่าข้อมูลที่สื่อสารนั้นทำให้ผู้รับเกิดอารมณ์ในด้านบวกหรือด้านลบ และควรสอดแทรกอารมณ์เช่นใดในข่าวสารนั้น

ระยะที่สาม : ยุทธวิธี (Tactics) องค์การที่เลือกใช้ยุทธวิธีการสื่อสารและการดำเนินการตามแผนกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีขั้นตอนปฏิบัติ ดังนี้

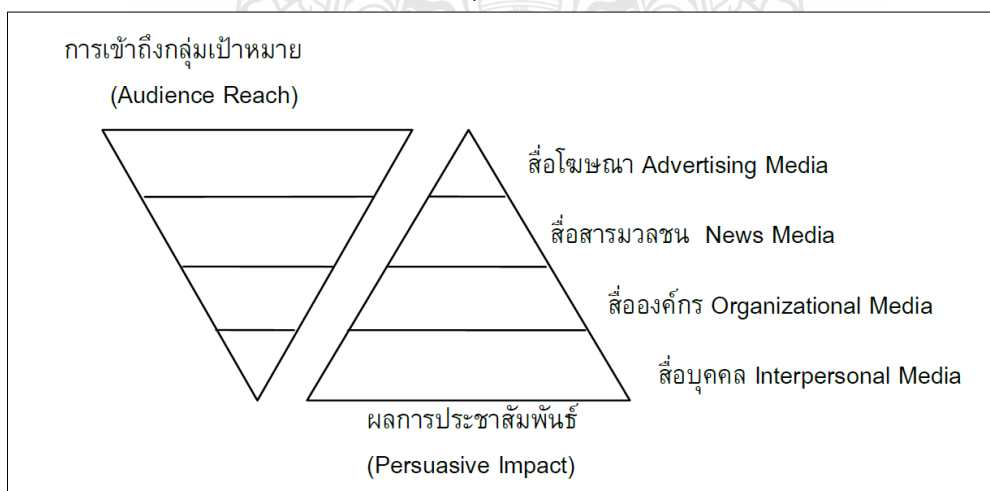
ขั้นตอนที่ 7 การเลือกใช้ยุทธวิธีการสื่อสาร (Choosing Communication tactics) เป็นการเลือกใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ โดยกำหนดเป็นโครงการหรือกิจกรรมที่เป็นรูปธรรม ผู้รับผิดชอบ และระยะเวลาที่ปฏิบัติ เพื่อสามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ได้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้การเลือกใช้ยุทธวิธีการสื่อสาร สามารถเลือกใช้การสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่

1) การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งจะได้ผลต่อผู้รับสารในวงแคบที่สุด

2) การสื่อสารองค์กร (Organizational Media) เป็นสื่อที่องค์กรจัดทำขึ้น เช่น สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ เสียงตามสาย เพื่อถ่ายทอดข่าวสารไปยังผู้ใช้และประชาชนทั่วไป

3) การใช้สื่อมวลชน (News Media) องค์กรสามารถนำเสนอข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสาธารณะที่ใช้กระจายข่าวในสังคมอยู่แล้ว

4) การใช้สื่อโฆษณา (Advertising Media) เป็นการสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจน จะสามารถเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์สู่กลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวางที่สุด รองลงมาได้แก่ สื่อมวลชน สื่อองค์กรและสื่อบุคคลตามลำดับ ดังแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2.1 การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของสื่อแต่ละประเภท

ที่มา : Smith, R.D. (2005) อ้างถึงใน กชพร ตันทะสุวรรณ, 2555 หน้า 15

ขั้นตอนที่ 8 การดำเนินการตามแผนกลยุทธ์ (Implementing the Strategic Plan) เป็นการลงมือปฏิบัติตามแผนประชาสัมพันธ์ที่ได้กำหนดไว้ ขั้นตอนนี้จำเป็นต้องอาศัยสื่อหรือเครื่องมือ และเทคนิคการสื่อสารในการเผยแพร่ข่าวสาร แนวคิดหรือกิจกรรมตามที่วางแผนไว้ไปยังกลุ่มประชาชนเป้าหมาย โดยคำนึงถึงสิ่งสำคัญ ได้แก่

- 1) วิธีการรณรงค์ เป็นการลงมือประชาสัมพันธ์หรือปฏิบัติตามขั้นตอนของกิจกรรม
- 2) ตารางเวลา เป็นการกำหนดระยะเวลาและความถี่ของการประชาสัมพันธ์
- 3) งบประมาณ เป็นการควบคุมการดำเนินงานให้อยู่ในกรอบของงบประมาณที่ได้รับ

ระยะที่สี่ : การวิจัยเพื่อประเมินผล (Evaluation Research)

ขั้นตอนที่ 9 การประเมินแผนกลยุทธ์ (Evaluating the Strategic Plan) การประเมินผลการประชาสัมพันธ์เป็นขั้นตอนสุดท้ายและเป็นข้อมูลสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์รอบต่อไป โดยเป็นการวัดผลการดำเนินงานว่าได้ผลตามแผนกลยุทธ์ที่กำหนดไว้หรือไม่ หากผลตอบรับในทางบวกแสดงว่าการประชาสัมพันธ์ได้ผลลัพธ์ที่ดีสามารถดำเนินการต่อไปหรือปรับปรุงเพื่อให้ได้ผลที่ดียิ่งขึ้น แต่ถ้าข้อมูลตอบรับได้ผลในทางลบต้องนำมาใช้ในการปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานหรือการจัดรูปแบบกิจกรรมในการประชาสัมพันธ์ครั้งต่อไป การประเมินผลสามารถกระทำได้ 3 รูปแบบ ได้แก่

- 1) การประเมินผลหลังการประชาสัมพันธ์ (After-only study) เป็นวิธีที่นิยมใช้ในการประเมินโครงการเนื่องจากเป็นวิธีที่ง่ายและสะดวก โดยวัดผลที่เกิดขึ้นหลังการประชาสัมพันธ์ว่าได้ผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ เช่น จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น ลูกค้าแนะนำผู้อื่นให้ซื้อสินค้าหรือใช้บริการ เป็นต้น

- 2) การประเมินก่อนและหลังการประชาสัมพันธ์ (Before-after Study) เป็นวิธีการเดียวกับการวิจัยเชิงทดสอบแบบสอบก่อนและหลัง (Pre-test/Post-test Study) โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องก่อนการประชาสัมพันธ์เพื่อใช้เปรียบเทียบกับข้อมูลที่เก็บรวบรวมหลังการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถนำมาใช้วัดผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นได้ว่าเป็นด้านบวกหรือด้านลบ

- 3) การประเมินก่อนและหลังการประชาสัมพันธ์แบบควบคุม (Controlled Before-after Study) เป็นวิธีการที่ค่อนข้างโดดเด่นในการประเมินโดยจัดกลุ่มเป้าหมายจำนวนหนึ่งแยกเป็นกลุ่มควบคุมและกลุ่มทดลอง กลุ่มควบคุมจะไม่ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ มีการศึกษาพฤติกรรมและเก็บข้อมูลของทั้งสองกลุ่ม เมื่อการทดลองประชาสัมพันธ์จบสิ้นก็มีการทดสอบหรือประเมินพฤติกรรมของทั้งสองกลุ่มอีกครั้ง เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์เปรียบเทียบและหาข้อมูลเพื่อ

ปรับปรุงแก้ไขวิธีการประชาสัมพันธ์หรือหากได้ผลลัพธ์ในทางบวกก็สามารถดำเนินการประชาสัมพันธ์ตามวิธีที่กำหนดเดิมไว้ได้เลย ทั้งนี้ในการทดลองต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมและตัวแปรแทรกซ้อนด้วย

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

2.2.1 ความหมายของการรับรู้

กึ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์ (2552) อธิบายว่า การรับรู้ คือ กระบวนการที่บุคคลทั่วไปใช้สมองแปลความหมายสิ่งเร้าที่รับสัมผัสโดยอาศัยความจำและการคิดในการแปลความหมายนั้น กระบวนการของการรับรู้ มี 3 ขั้นตอน คือ 1) การเลือก เป็นกระบวนการแรกของการรับรู้ เป็นที่เข้าใจกันดีว่ามนุษย์ไม่สามารถรับรู้สิ่งเร้าทุกอย่างในเวลาเดียวกันได้ มนุษย์จึงต้องเลือกแปลความหมายเฉพาะสิ่งเร้าที่ตนสนใจหรือใส่ใจ ซึ่งความสนใจเกิดขึ้นกับตัวผู้รับเอง อีกทั้งความน่าสนใจของสิ่งเร้าก็เป็นองค์ประกอบที่ดึงดูดความสนใจได้แตกต่างกัน 2) การจัดระเบียบ ซึ่งมีพื้นฐานการจัดระเบียบคือ ประเภทหรือจำพวกสิ่งเร้า ตำแหน่งของสิ่งเร้าและความคงที่ของสิ่งเร้า 3) การแปลความหมายและการรับรู้ เป็นกระบวนการขั้นสุดท้ายของการรับรู้ องค์ประกอบที่มีผลต่อการแปลความหมายในการรับรู้มีได้หลายประการ เช่น ความคาดหวัง แรงจูงใจ ประสบการณ์เก่า และวัฒนธรรม เป็นต้น

อุบลวรรณ ภาวานันท์ และคณะ (2553) อธิบายถึงการรับรู้ โดยสรุปคือ การรับรู้เป็นกระบวนการขั้นสูง ถ้าไม่มีอวัยวะรับความรู้สึกจะเกิดการรับรู้ขึ้นไม่ได้ และถ้ามีอวัยวะรับความรู้สึกแต่ไม่มีการตีความหมายออกมา ก็ไม่มีการรับรู้ขึ้น การตีความหมายจะต้องมีประสบการณ์รู้จักสิ่งเหล่านั้นมาก่อน การรับรู้มี 2 ปัจจัยหลัก การรับรู้ที่ติดตัวมาตั้งแต่เกิด และการรับรู้ที่เกิดจากการเรียนรู้ ปัจจัยที่ 2 อย่างมีความสำคัญต่อการรับรู้

ยุราวดี เนื่องโนราช (2558) กล่าวว่า การรับรู้ คือ ขบวนการที่เกิดขึ้นภายหลังจากที่สิ่งเร้ากระตุ้นความรู้สึกและถูกตีความเป็นสิ่งที่มีความหมายโดยใช้ความรู้ ประสบการณ์และความเข้าใจของบุคคล การรับรู้จะเกิดขึ้นได้ต้องประกอบด้วยกระบวนการที่สำคัญ คือ 1) การสัมผัส 2) ชนิดและธรรมชาติของสิ่งเร้า 3) การแปลความหมายจากการสัมผัส 4) การใช้ความรู้เดิมหรือการใช้ประสบการณ์เพื่อแปลความหมาย

2.2.2 การเลือกสรรการรับรู้

การเลือกสรรการรับรู้ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 2 ประการ คือ องค์ประกอบอันเนื่องมาจากสิ่งเร้า ลักษณะสิ่งเร้าที่ทำให้รับรู้ได้ทันทีหรือเป็นสิ่งเร้าที่สามารถดึงดูดความสนใจได้ ควร มีลักษณะ ความเข้มข้นและขนาด ความผิดแผกกัน การกระทำซ้ำ การเคลื่อนไหว ความแปลกใหม่ การใช้อิทธิพลทางสังคม และองค์ประกอบอันเนื่องมาจากตัวบุคคล ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วนที่สำคัญคือ องค์ประกอบทางด้านสรีระ เนื่องจากประสาทสัมผัสของแต่ละคนไม่เท่ากันทำให้การรับรู้เปลี่ยนแปลงได้

และองค์ประกอบทางด้านจิตวิทยา ได้แก่ ความสนใจ ความคาดหวัง ความต้องการ และการเห็นคุณค่า การรับรู้ขึ้นอยู่กับ การเห็นคุณค่าที่มีอยู่ในตัวของสิ่งนั้น การรับรู้ยังเป็นขบวนการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ ความจำในตอนที่เราผลตีความสิ่งเร้าและจะต้องเทียบเคียงกับประสบการณ์เดิมในความจำอีกด้วย คนเรามักจะรับรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัวไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระบบสัมผัสและสภาพจิตใจของแต่ละคน ตลอดจนลักษณะของวัตถุที่เราจะรับรู้ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับรู้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน คือ ด้านกายภาพกับด้านจิตวิทยา ด้านกายภาพ หมายถึง อวัยวะสัมผัส ขอบเขตการรับรู้ขึ้นอยู่กับ ความสามารถในการรับสัมผัสและความสามารถในการแปลความหมายสิ่งเร้า ความสามารถของอวัยวะ แต่ละคนมีข้อจำกัดไม่เหมือนกัน ทำให้ไม่สามารถรับสัมผัสสิ่งเร้าได้ทุกชนิด ด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ของคนมีอิทธิพลต่อการรับรู้ นักจิตวิทยาถือว่าการรับรู้ขึ้นเป็นสิ่งที่บุคคลเลือกสรร ปัจจัยด้านจิตวิทยา ที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ ได้แก่

1) ความรู้เดิมและประสบการณ์ ของแต่ละบุคคลจะทำให้การรับรู้เหตุการณ์ หรือ ภาพต่าง ๆ แตกต่างกันไป การแปลความหมายจะต้องอาศัยความรู้และประสบการณ์เดิมที่เกี่ยวข้อง กับสิ่งที่เราจะรับรู้ ฉะนั้นหากไม่มีความรู้เดิม ไม่มีประสบการณ์เดิมในเรื่องนั้น ๆ มาแต่ก่อนย่อมจะทำให้ การรับรู้ผิดไปจากความจริง

2) ความต้องการ ความปรารถนา ใครต้องการอะไรก็สนใจแต่สิ่งนั้น

3) สภาพจิตใจหรือภาวะของอารมณ์

4) เจตคติ มีผลต่อการแปลความหมาย

5) อิทธิพลทางสังคม การรับรู้ของคน ทำให้คนแต่ละกลุ่มรับรู้สิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป การรับรู้อิทธิพลของสังคมอันได้แก่ สภาพความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ค่านิยม ประเพณี กฎหมาย ของแต่ละสังคม ทำให้คนแต่ละกลุ่มรับรู้สิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป

6) ความตั้งใจที่จะรับรู้ และความสนใจสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบ ๆ เราไม่สามารถรับรู้ทุก สิ่งรอบตัวได้พร้อมกัน เราจะเลือกรับรู้ นักจิตวิทยาให้หลักการว่า มนุษย์เรานั้นมีแนวโน้มที่จะเลือกรับรู้ เฉพาะสิ่งที่ไม่ขัดกัน หรือไม่ทำลายสถานการณ์ สิ่งใดที่คิดว่าจะทำลายชื่อเสียง เกียรติยศคุณ ก็จะไม่รู้อสิ่ง นั้นๆ ทั้ง ๆ ที่สิ่งนั้นเข้าสู่ประสาทสัมผัสแล้วก็ตาม

7) ความสนุกสนานเพลิดเพลินมีผลต่อการรับรู้ เพราะเมื่อมีความสนุกสนานก็จะรู้สึก สบายใจ ช่วยทำให้บุคคลเกิดการรับรู้ได้เร็วและได้ดี

8) แรงจูงใจ มีผลต่อการรับรู้ แรงจูงใจเกิดจากความต้องการในสิ่งนั้น จะทำให้บุคคล เกิดการรับรู้สิ่งนั้นเป็นอย่างดี

9) คุณค่าและความสนใจ มีผลต่อการรับรู้ เมื่อเห็นคุณค่าก็เพิ่มความสนใจใส่ใจต่อการที่จะรับรู้ แบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ ความสนใจชั่วขณะ และความสนใจที่ติดเป็นนิสัย

10) ความดึงดูดในทางสังคม คือการสนใจตามคนส่วนใหญ่

11) สถิติปัญญา คนที่ฉลาดจะรับรู้ได้ดี เร็วและถูกต้องกว่าผู้ที่มีสติปัญญาต่ำ แปลความหมายมีเหตุผล

12) การสังเกตพิจารณา ทำให้รับรู้แม่นยำขึ้นและรู้ละเอียดขึ้น

13) ความพร้อมหรือการเตรียมพร้อมที่จะรับรู้

14) การคาดหวัง

สอดคล้องกับ จิราภรณ์ ตั้งกิตติภรณ์ (2556) ที่อธิบายลักษณะประจำตัวของผู้รับรู้ ดังนี้

1) ประสบการณ์เดิมจะมีอิทธิพลต่อการแปลความหมายของอาการสัมผัสแตกต่างกันไป ผู้ที่มีประสบการณ์ที่หลากหลายมากกว่าจะมีความสามารถในการรับรู้ได้ดีกว่าและถูกต้องมากกว่า ผู้ที่มีประสบการณ์น้อย การคุ้นเคยกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือการรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งมาแล้วหลายครั้งหลายหนจะทำให้การรับรู้สิ่งนั้นเร็วขึ้น ง่ายขึ้น แต่ถ้าเป็นการรับรู้สิ่งแปลกใหม่ การรับรู้จะช้าลง หรืออาจผิดพลาดได้ง่าย

2) สถิติปัญญาหรือความเฉลียวฉลาด เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งเสริมการรับรู้สิ่งต่าง ๆ ของมนุษย์ได้เป็นอย่างดี เพราะความฉลาดจะช่วยให้คุณเข้าใจสิ่งต่าง ๆ สถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนการแปลความหมายของอาการสัมผัสได้อย่างละเอียดถูกต้องและรวดเร็ว ผู้มีสติปัญญาสูงย่อมได้เปรียบในเรื่องการรับรู้ เพราะผู้ที่มีสติปัญญาสูงสามารถเรียนรู้ได้ดีกว่าและเร็วกว่า อีกทั้งยังมีความสามารถในการจำหรือบันทึกข้อมูลที่เรียนรู้มาได้ดีกว่าผู้ที่มีสติปัญญาต่ำกว่า

3) การสังเกตพิจารณา จะช่วยให้คุณรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งได้ละเอียดและแม่นยำกว่าคนที่ไม่ช่างสังเกตพิจารณา

4) ความสนใจและตั้งใจ เป็นส่วนสำคัญไม่น้อยต่อการแปลความหมายของอาการสัมผัส ถ้าบุคคลใดไม่มีความสนใจหรือขาดสมาธิในการรับรู้ จะมีผลทำให้การแปลความหมายของอาการสัมผัสคลาดเคลื่อนได้ง่าย ส่วนคนที่มีความหมายสนใจจดจ่อกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เขาย่อมต้องสังเกตพิจารณาสิ่งนั้นอย่างละเอียดถี่ถ้วน ซึ่งจะช่วยให้การแปลความหมายได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

5) คุณภาพของจิตใจขณะรับรู้ บุคคลที่มีจิตใจไม่แจ่มใส หรือตกอยู่ในสภาวะเหนื่อยล้า หงุดหงิดใจ และอารมณ์ขุ่นมัว ย่อมส่งผลกระทบต่อสติปัญญา ทำให้เกิดความเฉื่อยชา ขาดสมาธิ ทำให้ไม่เกิดปัญญาหรือความคิดความเข้าใจในสิ่งที่กำลังรับรู้ ทำให้การแปลความหมายผิดพลาดคลาดเคลื่อนได้ง่าย คุณภาพจิตใจในขณะนั้นอาจทำให้บุคคลเกิดอคติและมีแนวโน้มที่จะแปลความหมายไปตามความรู้สึกนึกคิดของตนในขณะนั้น ในทางตรงกันข้ามบุคคลที่มีอารมณ์แจ่มใส กระชุ่มกระชวย และมีจิตใจปลอดโปร่ง

ก็ยอมทำให้สมาธิสามารถถึงสติปัญญาที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ ช่วยให้การแปลงความหมายของอาการสัมผัสถูกต้องแม่นยำ

6) การคาดหวัง การรับรู้ของบุคคลแต่ละคนแตกต่างกันขึ้นอยู่กับนิสัยและความคาดหวังของผู้รับรู้ บุคคลมักมีความพร้อมที่จะเลือกรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งตามลักษณะนิสัยประจำตัวหรือสิ่งที่ตนคาดหวัง ดังนั้น ความคาดหวังจึงมีแนวโน้มทำให้ผู้รับรู้เกิดอคติได้

7) บุคลิกภาพรวม บุคลิกภาพที่แตกต่างกันจะมีผลทำให้การรับรู้สิ่งของหรือวัตถุที่มีลักษณะเป็น 2 นัยต่างกัน คนที่มีบุคลิกภาพยึดหยุ่นจะรับรู้การเปลี่ยนแปลงของสิ่งเร้าได้ดีกว่าผู้ที่มีบุคลิกภาพแข็งแรงแรง หนักแน่น หรือยึดติดกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งมากเกินไป

โดยสรุป การรับรู้ คือ กระบวนการแปลความหมายจากสิ่งเร้าภายนอก ซึ่งการรับรู้ของแต่ละบุคคลแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะบุคคล ทั้งด้านกายภาพ ด้านจิตวิทยา ด้านสภาพแวดล้อม สิ่งเร้าต่างก็มีผลต่อการรับรู้ต่างกัน

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับแผนงบประมาณ

2.3.1 แนวคิดเกี่ยวกับแผน

ราชบัณฑิตยสถาน (2554) อธิบายว่า แผน หมายถึง สิ่งที่กำหนดถือเป็นแนวดำเนิน เช่น วางแผน, แบบ, ตำรา, เช่น แผนโบราณ แผนปัจจุบัน

เจษฎา ทองรุ่งโรจน์ (2559) อธิบายว่า แผน ในทางปฏิบัติ หมายถึง เอกสารซึ่งเป็นโครงการเกี่ยวกับอนาคตขององค์การ สิ่งที่เกี่ยวข้องหรือผู้จัดการต้องการ (วัตถุประสงค์และเป้าหมาย) รวมทั้งมาตรการที่มีประสิทธิภาพสำหรับการนำไปปฏิบัติ ลักษณะหลักของแผนก็คือการกำหนดเป้าหมาย แผนควรคาดการณ์สิ่งที่การกระทำจะนำไปสู่ความมุ่งหมายที่วางแผนเอาไว้

ติน ปรัชญพฤทธิ์ (2560) อธิบายว่า การวางแผน หมายถึง การพิจารณากำหนดเป้าหมายและพัฒนาทางเพื่อเลือกสำหรับการกระทำในอนาคตเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว การวางแผนรวมถึงระเบียบวิธีสำหรับการลดจำนวนทางเพื่อเลือกหลาย ๆ ทางให้น้อยลง เพื่อกำหนดแนวทางปฏิบัติที่ได้รับความเห็นชอบมาแล้ว การวางแผนจึงมิใช่เป็นเพียงการกำหนดเป้าหมายเท่านั้น แต่ยังรวมถึงขั้นตอนการปฏิบัติงาน การประสานงานและการกำหนดมาตรฐานการทำงาน เพื่อประโยชน์ทางการควบคุม ซึ่งจะเป็นหลักประกันว่า กิจกรรมหรือเหตุการณ์จะเป็นไปตามแผนที่วางไว้

ยูเนสโก (1991) อ้างถึงใน นันทรัตน์ เจริญกุล (2564) ได้ให้คำจำกัดความว่า แผน คือ ข้อกำหนดเกี่ยวกับการดำเนินงานที่จะสามารถนำปัจจัยที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์ให้เต็มที่ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมายที่วางไว้ ภายในระยะเวลาที่กำหนด

2.3.2 แนวคิดเกี่ยวกับงบประมาณ

ราชบัณฑิตยสถาน (2554) อธิบายว่างบประมาณ หมายถึง ประมาณการรายรับและรายจ่าย ราชบัณฑิตยสถาน (2554) อธิบายว่าปีงบประมาณ หมายถึง ระยะเวลา ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคมของปีหนึ่งถึงวันที่ 30 กันยายนของปีถัดไป โดยให้ปี พ.ศ. ที่ถัดไปนั้นเป็นชื่อสำหรับปีงบประมาณนั้น

ธนภร เอกเผ่าพันธุ์ (2554) ได้อธิบายเกี่ยวกับงบประมาณ โดยสรุป คือ การงบประมาณ (Budgeting) หมายถึง แผนงานของผู้บริหารที่จัดทำขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร สำหรับงวดเวลาใดเวลาหนึ่งในอนาคต โดยการจัดทำในส่วนที่เกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรที่เป็นตัวเงินให้กับงานและหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานของหน่วยงานนั้น ๆ บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของหน่วยงานและขององค์การธุรกิจตามที่กำหนดไว้ งบประมาณเป็นเครื่องมือในการวางแผนทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับการประมาณการด้านรายได้และรายจ่าย

อุษณีย์ เส็งพานิช (2553) กล่าวว่า งบประมาณเป็นแผนงานที่แสดงข้อมูลคาดการณ์เกี่ยวกับการจัดหาและการใช้ไปของทรัพยากรต่าง ๆ ในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ ในอนาคต สำหรับกิจกรรมหรือการดำเนินงานที่ฝ่ายต่าง ๆ ในกิจการต้องปฏิบัติ โดยข้อมูลจะกำหนดไว้เป็นตัวเลขที่เกี่ยวกับระดับกิจกรรมและจำนวนเงินในรูปแบบของงบต่าง ๆ เช่น งบประมาณรายได้ งบประมาณค่าใช้จ่าย งบกำไรขาดทุน โดยประมาณ งบดุลโดยประมาณ และงบประมาณเงินสด ซึ่งงบประมาณที่กิจการจัดทำขึ้นนี้จะ เป็นเครื่องมือที่ผู้บริหารใช้ในการวางแผน ประเมินและควบคุมการปฏิบัติงาน กล่าวคือ งบประมาณจะเป็นแผนงานหรือแนวทางของการดำเนินงาน ณ วันต้นงวด และเป็นเครื่องมือในการควบคุมการดำเนินงาน รวมทั้งช่วยวัดและประเมินผลการปฏิบัติงานในระหว่างงวดจนถึงวันสิ้นสุดงวด

ติน ปรัชญพฤทธิ์ (2560) อธิบายว่า งบประมาณ หมายถึง การเสนอแผนการปฏิบัติงานที่พิจารณาเงินที่ต้องใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการนำนโยบายและแผนงานของหน่วยราชการไปปฏิบัติ งบประมาณของราชการมักจะประกอบไปด้วย 2 ส่วน ด้วยกันคือ 1) ถ้อยแถลงเกี่ยวกับการคลังที่บรรยายถึงรายได้และรายจ่ายของหน่วยราชการทั้งหมด และ 2) กลไกเหล่านี้สำหรับการควบคุมการจัดการวางแผน และการประเมินกิจกรรมของหน่วยราชการ

2.3.3 แนวคิดเกี่ยวกับนโยบาย

เอฟ.ที.เฮเนอร์ (1976) อ้างถึงใน จิตรารภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ (2552) ได้ให้ความหมายของนโยบายว่า นโยบายเป็นข้อความซึ่งแสดงหลักและกฎระเบียบซึ่งกำหนดขึ้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกระทำใด ๆ ขององค์การ วัตถุประสงค์ของนโยบายก็เพื่อที่จะให้การจัดการสามารถดำเนินไปได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

ราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้ให้ความหมายของนโยบายว่า นโยบาย หมายถึง หลักและวิธีปฏิบัติซึ่งถือเป็นแนวดำเนินการ

ติน ประชัญพฤทธิ (2560) ได้ให้ความหมายของนโยบายว่า นโยบาย หมายถึง แนวทางที่มีลักษณะเป็นคำพูด ลายลักษณ์อักษร หรือเป็นนัยๆ ที่กำหนดไว้เพื่อบ่งชี้ถึงข้อจำกัดและทิศทางของการกระทำด้านการจัดการ

สมคิด พรหมจ้อย (2552) อ้างถึงใน พชรวิทย์ จันท์ศิริสิริ (2560) ได้ให้ความหมายของนโยบายไว้ 2 ประการ ประการแรก หมายถึง แนวทางที่กำหนดไว้ล่วงหน้าซึ่งกำหนดขึ้นเพื่อให้เป็นทิศทางสำหรับการตัดสินใจ ประการที่สอง หมายถึง แนวทางหรือการตัดสินใจของหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งเพื่อเป็นการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เช่น นโยบายการศึกษา นโยบายเศรษฐกิจ นโยบายการเงิน เป็นต้น

นันทรัตน์ เจริญกุล (2564) กล่าวว่า นโยบายและแผน เป็นคำที่มีความหมายใกล้เคียงกันมาก เป็นสิ่งบ่งชี้ถึงความตั้งใจของผู้บริหารว่าจะทำ หรือไม่ควรจะทำกิจกรรมหนึ่งกิจกรรมใดในอนาคต หรือในสถานการณ์ที่เป็นอยู่ขณะนั้น และเป็นแนวคิดอันจะนำไปสู่การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ นโยบายและแผนเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับการบริหาร เพราะนโยบายเป็นเครื่องบ่งชี้ทิศทางในการบริหารงาน เป็นข้อมูลที่ผู้บริหารพิจารณาใช้เพื่อการตัดสินใจสั่ง การบริหารงานโดยปราศจากนโยบายย่อมเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ นโยบายเกิดจากวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการบริหาร แผนเกิดจากวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และนโยบายเช่นเดียวกัน เป้าหมายจะสามารถเป็นไปได้ด้วยนโยบายและแผนที่กำหนดขึ้น ดังนั้น เมื่อไม่มีนโยบายจะไม่มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการบริหารงาน และเมื่อไม่มีแผนการดำเนินงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ขาดทิศทางและแนวปฏิบัติที่ชัดเจน ทำให้สูญเสียทั้งทรัพยากรและเวลา นโยบายเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้บรรลุถึงเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์อย่างกว้าง ๆ โดยจะไม่บอกถึงวิธีการโดยละเอียดแน่ชัด เพราะการปฏิบัติตามนโยบายอาจประสบกับอุปสรรคปัญหาที่ต้องการแก้ไขเป็นส่วน ๆ

สรุป แผนงบประมาณ หมายถึง ข้อกำหนด แนวทางในการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการดำเนินงานงบประมาณรายได้ งบประมาณค่าใช้จ่าย ที่แสดงข้อมูลคาดการณ์เกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ ในอนาคต สำหรับกิจกรรมหรือการดำเนินงานที่ฝ่ายต่าง ๆ ในกิจการต้องปฏิบัติ โดยข้อมูลจะกำหนดไว้เป็นตัวเงินรูปแบบของงบต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์การ จัดทำขึ้นเป็นลายลักษณ์อักษร โดยให้ปี พ.ศ. เป็นชื่อสำหรับปีงบประมาณนั้น

2.4 ข้อมูลสังเขปของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

2.4.1 ที่ตั้งและพื้นที่

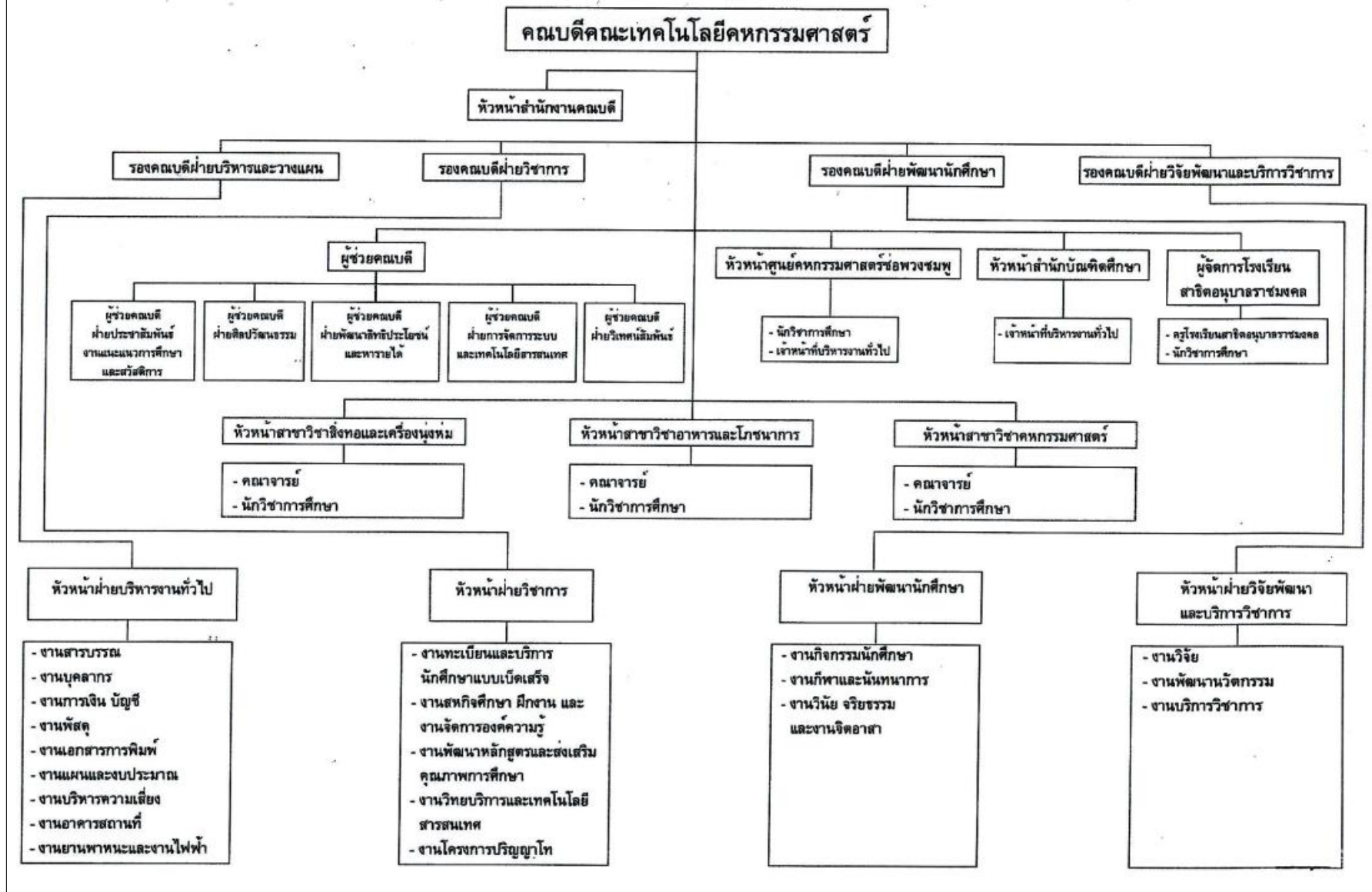
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์, 2565 ก) ตั้งอยู่ ที่ 39 หมู่ 1 ถนนรังสิต-นครนายก ตำบลคลองหก อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110 โทรศัพท์ 0 2549 3160-62 โทรสาร 0 2577 2358 เว็บไซต์ <http://www.het.rmutt.ac.th> ประกอบด้วยอาคาร 4 อาคาร อาคารโรงเรียนสาธิตอนุบาลราชมงคล และศูนย์ center of excellence (COE) (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์, 2564)

2.4.2 การแบ่งส่วนราชการของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มีโครงสร้างองค์กร ได้แก่ สำนักงานคณบดี ฝ่ายบริหารงานทั่วไป ฝ่ายวิชาการ ฝ่ายพัฒนานักศึกษา ฝ่ายวิจัยพัฒนาและบริการวิชาการ สาขาวิชาสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม สาขาวิชาอาหารและโภชนาการ สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ โครงสร้างองค์กรดังภาพที่ 2.2



โครงสร้างการบริหารงานคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์



ภาพที่ 2.2 โครงสร้างองค์กรคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

ที่มา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์, 2565ข

2.4.3 การจัดการเรียนการสอน

งานพัฒนาหลักสูตรและส่งเสริมคุณภาพการศึกษา (2565ค) การจัดการเรียนการสอนของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์มี 2 ระดับการศึกษา คือ การศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาโท

2.4.3.1 ระดับปริญญาตรี ภาคปกติ มี 3 สาขาวิชา

- 1) สาขาวิชาสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
 - (1) ปริญญาคหกรรมศาสตรบัณฑิต (หลักสูตรการออกแบบแฟชั่นและนวัตกรรมเครื่องแต่งกาย)
- 2) สาขาวิชาอาหารและโภชนาการ
 - (1) ปริญญาคหกรรมศาสตรบัณฑิต (หลักสูตรอาหารและโภชนาการ)
- 3) สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์
 - (1) ปริญญาคหกรรมศาสตรบัณฑิต (หลักสูตรศิลปประดิษฐ์ในงานคหกรรมศาสตร์)
 - (2) ปริญญาศึกษาศาสตรบัณฑิต (หลักสูตรการศึกษาปฐมวัย)

2.4.3.2 ระดับปริญญาโท ภาคพิเศษ เปิดสอน 1 หลักสูตร คือ ปริญญา คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (หลักสูตรเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์)

2.4.4 ข้อมูลบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์มีบุคลากรสายวิชาการ จำนวน 48 คน สายสนับสนุน จำนวน 41 คน ข้อมูล ณ วันที่ 12 ตุลาคม 2565 (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์, 2565ง)

2.4.5 ข้อมูลแผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ได้รับงบประมาณอยู่ 2 แหล่ง ได้แก่ 1) งบประมาณรายจ่าย เป็นเงินที่ได้รับจัดสรรจากรัฐบาล 2) งบประมาณเงินรายได้ เป็นเงินที่ได้รับจากการเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

2.4.5.1 งบประมาณรายจ่าย ประกอบไปด้วย 3 หมวดหลัก ดังนี้ (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กองนโยบายและแผน, 2564ก)

- 1) ค่าใช้จ่ายบุคลากร ประกอบไปด้วย ค่าใช้จ่ายเงินเดือน ค่าจ้างประจำ ค่าจ้างชั่วคราว ค่าตอบแทนพนักงานราชการ เงินประจำตำแหน่งผู้บริหารที่มีวาระ เงินค่าตอบแทนพิเศษข้าราชการและลูกจ้างประจำที่ได้รับเงินเดือนเต็มขั้น เงินค่าตอบแทนรายเดือนตำแหน่งประเภท

ผู้บริหารที่มีวาระ เงินค่าตอบแทนรายเดือนตำแหน่งประเภทผู้บริหารที่ไม่มีวาระ เงินสมทบกองทุน ประกันสังคม เงินสมทบกองทุนเงินทดแทน ค่าจ้างพนักงานมหาวิทยาลัย

2) งบลงทุน ประกอบไปด้วย ค่าครุภัณฑ์ ค่าที่ดินและสิ่งก่อสร้าง

3) งบเงินอุดหนุนค่าใช้จ่ายดำเนินงาน ประกอบไปด้วย ค่าตอบแทน ค่าวัสดุการศึกษา ค่าสาธารณูปโภค ค่าใช้จ่ายโครงการและเงินอุดหนุนค่าใช้จ่ายในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน

2.4.5.2 งบประมาณเงินรายได้ ประกอบไปด้วย 11 หมวดหลัก ดังนี้

(มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กองนโยบายและแผน, 2564ข)

1) งบบุคลากรภาครัฐ ประกอบไปด้วย ค่าจ้างชั่วคราว ค่าครองชีพ เงินประจำตำแหน่งผู้บริหาร ค่าตอบแทนประจำตำแหน่งหัวหน้าภาควิชาและหัวหน้าสาขาวิชา ค่าตอบแทนสำหรับผู้ดำรงตำแหน่งผู้บริหาร ค่าประกันสังคม กองทุนเงินทดแทน ค่าสาธารณูปโภค

2) งบเงินอุดหนุนค่าใช้จ่ายดำเนินงาน ประกอบไปด้วย ค่าตอบแทน ค่าใช้สอย ค่าวัสดุ ค่าใช้จ่ายดำเนินโครงการ

3) งบรายจ่ายอื่น ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว

4) ค่าครุภัณฑ์

5) เงินรับฝาก ค่าใช้จ่ายในการปฐมนิเทศนักศึกษาใหม่

6) งบประมาณเงินรายได้ (งบกลาง) ของคณะ

7) เงินทุนสำรองคณะ

8) เงินประกันความเสี่ยงคณะ

9) เงินสมทบกองทุน ประกอบไปด้วย เงินสมทบกองทุนส่งเสริมงานวิจัย เงินสมทบกองทุนพัฒนานักศึกษา เงินสมทบกองทุนพัฒนามูลสาร

10) กองทุนส่งเสริมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ประกอบไปด้วย ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของคณะ เงินสมทบกองทุนส่งเสริมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ เงินรายได้กองทุนฝึกประสบการณ์วิชาชีพสมทบมหาวิทยาลัย

11) เงินสมทบมหาวิทยาลัย

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัทมา ปรัชญาวุฒิรัตน์ (2550) ได้ทำการศึกษารายงานโครงการเฉพาะบุคคล เรื่องการเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของข้าราชการกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: โครงการศูนย์ส่งเสริมการบริหารเงินออมครอบครัวกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเกี่ยวกับโครงการศูนย์ส่งเสริมการบริหารเงินออมครอบครัว

กรุงเทพมหานครของข้าราชการกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ภายในเกี่ยวกับโครงการศูนย์ส่งเสริมการบริหารเงินออมครอบครัวกรุงเทพมหานครของข้าราชการ กรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ภายในของข้าราชการกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับโครงการศูนย์ส่งเสริมการบริหารเงินออมครอบครัว กรุงเทพมหานครของข้าราชการกรุงเทพมหานคร เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามซึ่งแบ่งสื่อ ประชาสัมพันธ์ต่างๆ ออกเป็น 2 ประเภท คือ สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคลประกอบไปด้วย หัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน พนักงาน/เจ้าหน้าที่ศูนย์ส่งเสริมการบริหารเงินออมครอบครัว กรุงเทพมหานคร สื่อเฉพาะกิจ ประกอบไปด้วย โปสเตอร์ แผ่นพับ วารสารภายใน บอร์ดประชาสัมพันธ์ จดหมายเวียน คู่มือ การอบรม อินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาพบว่า ข้าราชการกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาตามประเภทของสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อบุคคล ซึ่งได้แก่ หัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานมากที่สุด เนื่องจากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานเป็นสื่อบุคคลที่มีความใกล้ชิดกับกลุ่มตัวอย่างและมีความน่าเชื่อถือ จึงส่งผลให้ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อบุคคลเหล่านี้เป็นจำนวนมาก และสื่อเฉพาะกิจที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด คือ แผ่นพับ เนื่องจากสื่อแผ่นพับเป็นสื่อที่พบเห็นได้ทั่วไปและพกพาสะดวก จึงทำให้สื่อแผ่นพับ เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้เป็นอย่างดี ผลการศึกษาการรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ภายใน สรุปได้ว่า การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในนั้นอาจไม่สามารถทำให้กลุ่ม ตัวอย่างมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโครงการศูนย์ส่งเสริมการบริหารเงินออมครอบครัว กรุงเทพมหานครมากนัก จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจประเภทข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับโครงการ ศูนย์ส่งเสริมการบริหารเงินออมครอบครัวกรุงเทพมหานครนี้น้อยไปด้วย ผลการศึกษา ความสัมพันธ์ของการเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในพบว่า ปัจจัยทาง ประชากรศาสตร์ ได้แก่ สถานภาพสมรส ระดับราชการและรายได้ทำให้การเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน นอกจากนั้นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับการรับรู้ข่าวสารจากสื่อ ประชาสัมพันธ์ภายในเกี่ยวกับโครงการศูนย์ส่งเสริมการบริหารเงินออมครอบครัวกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารและความสนใจประเภทข่าวสารต่าง ๆ โดยมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ขณะที่การเปิดรับข่าวสารสื่อประชาสัมพันธ์ภายในไม่มีความสัมพันธ์กับความเข้าใจในประเภทเนื้อหาข่าวสารต่าง ๆ

จารุณี แสงทับทิม (2550) ได้ศึกษารายงานโครงการเฉพาะบุคคล เรื่อง การเปิดรับข่าวสารจาก สื่อประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลหัวใจกรุงเทพ กับการรับรู้และการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้รับ บริการโรงพยาบาลหัวใจกรุงเทพ : กรณีศึกษาผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลหัวใจกรุงเทพ เป็น งานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนหลัก

ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ แบ่งเป็น 5 หัวข้อย่อย หัวข้อย่อยที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ของโรงพยาบาลหัวใจกรุงเทพ หัวข้อย่อยที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้รับบริการที่คิดว่าสื่อประชาสัมพันธ์ใดมีประสิทธิภาพในการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข่าวสารบริการของโรงพยาบาลหัวใจกรุงเทพ สื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้เป็นข้อความในหัวข้อย่อยที่ 1 และ 2 เป็นสื่อประชาสัมพันธ์เดียวกัน หัวข้อย่อยที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับสถานที่ที่รับรู้ข่าวสาร หัวข้อย่อยที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารโรงพยาบาลหัวใจกรุงเทพเพราะเหตุใด หัวข้อย่อยที่ 5 สอบถามความคิดเห็นสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลหัวใจกรุงเทพมีผลต่อการใช้บริการ ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้และเข้าใจในรายละเอียดด้านข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลกรุงเทพ ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลหัวใจกรุงเทพ

เจตนิพิฐ วินิจจกรกิจกุล (2555) ได้ศึกษารายงานโครงการเฉพาะบุคคล เรื่องการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ การรับรู้ข่าวสาร และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรในมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างภูมิหลังกับการเปิดรับข่าวสารการประกันคุณภาพการศึกษาจากสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างภูมิหลังกับการรับรู้ข่าวสารการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรในมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต 3) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างภูมิหลังกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรในมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์การรับรู้ข่าวสาร และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรในมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างบุคลากรในมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิตมีการเปิดรับข่าวสารการประกันคุณภาพการศึกษาจากสื่อประชาสัมพันธ์โดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลมากที่สุด รองลงมาคือสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกิจกรรม และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตามลำดับ ในด้านการรับรู้ข่าวสารการประกันคุณภาพการศึกษาจากสื่อประชาสัมพันธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งส่วนใหญ่มีการรับรู้ข่าวสารด้านนโยบายมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านข้อมูลทั่วไป และด้านกิจกรรมตามลำดับ และด้านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการประกันคุณภาพการศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์มากที่สุด รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการรับรู้ การมีส่วนร่วมในการประเมินผล และการมีส่วนร่วมในการวางแผน ตามลำดับ ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิตที่มีภูมิหลังอันได้แก่ เพศ และตำแหน่งงานที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารการประกันคุณภาพการศึกษาจากสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน แต่ระยะเวลาในการปฏิบัติงานไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ และบุคลากรมหาวิทยาลัย

เกษมบัณฑิตที่มีภูมิหลัง อันได้แก่ เพศ และตำแหน่งงานที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้ข่าวสารการประกันคุณภาพการศึกษาไม่แตกต่างกัน แต่ระยะเวลาในการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ ส่วนบุคลากรที่มีภูมิหลัง อันได้แก่ เพศ และตำแหน่งงานที่แตกต่างกันจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมการประกันคุณภาพการศึกษาไม่แตกต่างกัน รวมทั้งระยะเวลาในการปฏิบัติงานไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการประกันคุณภาพการศึกษาเช่นกัน สำหรับผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารการประกันคุณภาพการศึกษาจากสื่อประชาสัมพันธ์การรับรู้ข่าวสารการประกันคุณภาพการศึกษา และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรในมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

สุนันทา จินแจ้ง และคณะ (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมของบุคลากรในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในคณะรัฐศาสตร์ 2) เพื่อเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับระดับพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ของบุคลากรในคณะรัฐศาสตร์ 3) เพื่อศึกษาว่าสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทใดที่เหมาะสมจะใช้เป็นช่องทางในการส่งข้อมูลข่าวสารของคณะรัฐศาสตร์ ประชากรที่ใช้ศึกษาคือบุคลากรของคณะรัฐศาสตร์ ประกอบด้วยสายวิชาการ ได้แก่ อาจารย์ และสายสนับสนุนวิชาการ ได้แก่ ข้าราชการ พนักงานมหาวิทยาลัย ลูกจ้างประจำและพนักงานเงินรายได้ ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ประเภทสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้สอบถาม ได้แก่ จดหมายเวียน, บอร์ดประชาสัมพันธ์, เว็บไซต์, E-mail, Facebook, Line, โทรศัพท์ และอื่น ๆ ด้านพฤติกรรมการเลือกรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ ข้อคำถามที่ใช้สอบถาม ได้แก่ 1) เปิดรับข่าวสารทุกอย่าง (อ่านรายละเอียดของเนื้อหาทุกข่าวสาร) 2) เลือกเปิดรับเฉพาะหัวข้อที่เกี่ยวกับงานและความสนใจของตนเอง เช่น ข่าวการอบรม, ข่าวกิจกรรม, ข่าวสัมมนา และข่าวสารประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เป็นต้น 3) ไม่เปิดรับข่าวสารใดๆ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ E-mail, Facebook, Line รวมกันมากถึงร้อยละ 70.5 ส่วนสื่อที่กลุ่มตัวอย่างใช้น้อยที่สุดคือบอร์ดประชาสัมพันธ์ ด้านพฤติกรรมการเลือกรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเลือกเปิดรับเฉพาะหัวข้อที่เกี่ยวกับงานและความสนใจของตนเองมากที่สุด ร้อยละ 70.0 รองลงมาเลือกเปิดรับข่าวสารทุกอย่าง ร้อยละ 22.0 ส่วนข้อคำถามไม่เปิดรับข่าวสารใด ๆ ไม่มีกลุ่มตัวอย่างเลือก

ปฐมมา ศรีสังข์ (2556) ได้ศึกษาวิทยานิพนธ์เรื่อง การรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของบุคลากรมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของบุคลากรมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2) เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 3) เพื่อศึกษาเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์

ภายในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 4) เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารของบุคลากรมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สมมติฐานการวิจัย 1) บุคลากรของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ที่มีข้อมูลประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยต่างกัน 2) พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของบุคลากรมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ต่างกัน 3) เนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการรับรู้แตกต่างกัน การศึกษาใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ผลทางสถิติ และทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วย t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีตัวแปรอิสระ 2 กลุ่ม และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อทดสอบตัวแปรอิสระที่มี 3 กลุ่มขึ้นไป เปรียบเทียบเชิงซ้อนรายคู่ (Multiple Comparison) ของ LSD ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สื่อที่ใช้ในการสอบถามเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัย ได้แก่ 1) จดหมายข่าว มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2) จุลสารธรรมศาสตร์ 3) ป้ายประกาศ อาทิ คัดเอาท์ โปสเตอร์ ไลน์ 4) โทรทัศน์ภายใน ผลการศึกษาพบว่าบุคลากรติดตามและรับรู้รูปแบบการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมากที่สุดคือ ป้ายประกาศ รองลงมาเป็นจดหมายข่าว จุลสารธรรมศาสตร์ และโทรทัศน์ภายในตามลำดับ

ฉัตร สิมัง (2560) ได้ศึกษาวิทยานิพนธ์เรื่อง การเปิดรับสื่อ ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในและความผูกพันที่มีต่อองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร มีวัตถุประสงค์ 1) เปรียบเทียบการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน องค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรตามลักษณะทางประชากร 2) เปรียบเทียบความต้องการข้อมูล ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรตามลักษณะทางประชากร 3) เปรียบเทียบความผูกพันองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรตามลักษณะทางประชากร 4) ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรกับความผูกพันองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร ผลการศึกษาพบว่า 1) บุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในโดย รวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยเปิดรับจากหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นสื่อออนไลน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และ สื่อสิ่งพิมพ์ แต่เปิดรับผ่านทางสื่อออนไลน์มากที่สุดและพบว่าการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความแตกต่างกันตามลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ระยะเวลาในการทำงาน 2) ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มากที่สุด คือ ด้านของข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสวัสดิการ สิทธิประโยชน์ และผลประโยชน์ต่าง ๆ โดยแตกต่างตามลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ระยะเวลาในการทำงาน 3) บุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร มีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมาก โดยไม่มีความแตกต่างตามลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ระยะเวลาในการทำงาน

4) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในมีความสัมพันธ์กับความผูกพันองค์การของบุคลากร มหาวิทยาลัยนเรศวร

นันทวัน ศรีภูมิพฤกษ์ (2564) ได้ศึกษาวิทยานิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารยุทธศาสตร์ ภายในมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาความคิดเห็นต่อประสิทธิผลของการสื่อสารยุทธศาสตร์ ภายในมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 2) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารยุทธศาสตร์ ภายใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช 3) เสนอแนะกลยุทธ์การสื่อสารยุทธศาสตร์ภายในมหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นต่อประสิทธิผลของการสื่อสารยุทธศาสตร์ภายใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช มีไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 2) ปัจจัยด้าน การสื่อสารภายในองค์การ ปัจจัยด้านยุทธศาสตร์และนโยบายภายนอกองค์การ ปัจจัยด้านผู้นำองค์การ มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการสื่อสารยุทธศาสตร์ภายในมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ .05 โดยรวมสามารถอธิบายความผันแปรของประสิทธิผลการสื่อสารยุทธศาสตร์ภายในมหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราชได้ คิดเป็นร้อยละ 62.70 3) กลยุทธ์ที่ควรนำมาใช้คือ นำหลักการสื่อสารภายในองค์การ มาใช้ในการสื่อสารยุทธศาสตร์อย่างจริงจัง ต่อเนื่อง และทั่วถึง ให้มีความสำคัญกับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ วิสัยทัศน์ของประเทศ และการพัฒนาระบบอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมของประเทศและเน้นการนำองค์การ โดยการโน้มน้าวใจบุคลากรให้ปฏิบัติตามแผนยุทธศาสตร์ต่าง ๆ รวมถึงมีการส่งเสริม ให้บุคลากรเกิดการเรียนรู้ การยอมรับและตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ของผู้นำ



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการรับรู้การประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการรับรู้แผนงบประมาณจากการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 2) เปรียบเทียบการรับรู้แผนงบประมาณของบุคลากรในคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีจากการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามลักษณะประชากร การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียวและให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการศึกษาและขั้นตอนดังนี้

- 3.1 รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น
- 3.2 กำหนดประชากร
- 3.3 การสร้างเครื่องมือและการเก็บข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์และการแปลผลข้อมูล

3.1 รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น

3.1.1 ทำการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวแนวคิดการประชาสัมพันธ์ แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ แนวคิดเกี่ยวกับแผนงบประมาณจากตำราวิชาการ

3.1.2 เอกสารการจัดสรรงบประมาณรายจ่ายและเอกสารการจัดสรรงบประมาณเงินรายได้ คณะเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

3.1.3 ข้อมูลพื้นฐานของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

3.1.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 กำหนดประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ บุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ทั้งหมด ซึ่งแยกตามขอบเขตกลุ่มเป้าหมาย คือขอบเขตกลุ่มเป้าหมายสายวิชาการจำนวน 48 คน และขอบเขตกลุ่มเป้าหมายสายสนับสนุน จำนวน 41 คน ข้อมูล ณ วันที่ 12 ตุลาคม 2565 (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์, 2565ง)

3.3 การสร้างเครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 การสร้างเครื่องมือ

สร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการรวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติการวิจัยและด้านนโยบายและแผนตรวจสอบหาความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) จำนวน 3 ท่านมีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 0.921 อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ แล้วจึงนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแล้วใช้ในการจัดเก็บข้อมูลกับบุคลากรคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์(ดังรายละเอียดในภาคผนวก ข) ลักษณะของแบบสอบถามมี 2 ลักษณะ คือ คำถามปลายปิด (Close-ended Question) เป็นคำถามให้เลือกคำตอบเพื่อความสะดวกแก่ผู้ตอบแบบสอบถามและคำถามปลายเปิด (Open-ended Question) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น โดยแบ่งคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุงาน ประสบการณ์ในการทำงาน ประเภทบุคลากร ลักษณะงานที่ทำ ระดับการศึกษา เป็นลักษณะคำถามปลายปิดจำนวน 4 ข้อ และลักษณะคำถามปลายเปิดจำนวน 2 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามการรับรู้การประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เป็นลักษณะคำถามปลายปิดจำนวน 16 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามช่องทางการประชาสัมพันธ์ เป็นลักษณะคำถามปลายปิดจำนวน 14 ข้อ

ส่วนที่ 4 ความสนใจของบุคลากรต่อประเภทของแผนงบประมาณ เป็นลักษณะคำถามปลายปิดจำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด 1 ข้อ

3.3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม เรื่อง การรับรู้การประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กับบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ทั้งหมด ประกอบไปด้วย บุคลากรสายวิชาการ จำนวน 48 คน บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ จำนวน 41 คน ทะเบียนรายชื่อบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ที่ได้รับจากงานบุคลากร ฝ่ายบริหารงานทั่วไป

เมื่อเก็บข้อมูลแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว นำแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง และนำแบบสอบถามเข้ารหัส (Coding) ข้อมูลแล้วประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติสำหรับภาควิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติในการวิจัยทางสังคมศาสตร์

3.4 การวิเคราะห์และการแปลผลข้อมูล

3.4.1 การวิเคราะห์และการแปลผลข้อมูลจากแบบสอบถามเรื่องการรับรู้การประชาสัมพันธ์ แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการอธิบายผลการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติสำหรับการวิเคราะห์ ข้อมูลทางสถิติในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.4.2.1 การแจกแจงความถี่ ร้อยละ (Percentage) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

3.4.2.3 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) สำหรับหาระดับการรับรู้แผนงบประมาณจากสื่อ ประชาสัมพันธ์ ระดับความมีประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ ระดับการรับรู้ประเภทแผนงบประมาณ ระดับความสนใจประเภทแผนงบประมาณ

3.4.2.4 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

3.4.2.5 การทดสอบตัวแปร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันเพื่อทดสอบความแตกต่าง ใช้วิธี วิเคราะห์ t-Test แบบ Independent Sample

3.4.2.6 การทดสอบตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว ใช้วิธีวิเคราะห์ F-test (One-Way ANOVA) หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะดำเนินการ ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD (Least Significant Difference)

เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล แต่ละส่วน ดังนี้

3.4.3 วิเคราะห์แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล โดยใช้วิธีหาค่าความถี่และร้อยละ

3.4.4 วิเคราะห์แบบสอบถามส่วนที่ 2 การรับรู้การประชาสัมพันธ์

3.4.4.1 ข้อที่ 1 การรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เป็นแบบมาตรวัดประมาณค่า 6 ระดับ (ัญพิชชา ดาวพิเศษ, 2563) โดยกำหนดคะแนนของคำตอบ ดังนี้

ระดับการรับรู้มากที่สุด	คิดเป็น 5 คะแนน
ระดับการรับรู้มาก	คิดเป็น 4 คะแนน
ระดับการรับรู้ปานกลาง	คิดเป็น 3 คะแนน
ระดับการรับรู้น้อย	คิดเป็น 2 คะแนน
ระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด	คิดเป็น 1 คะแนน
ไม่เคยรับรู้เลย	คิดเป็น 0 คะแนน

นำคะแนนที่ได้มากำหนดช่วงห่างของการวัด โดยใช้ค่าสถิติในการคำนวณหาค่าเฉลี่ยเรขาคณิต ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ช่วงห่าง} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-0}{5} \\ &= 1\end{aligned}$$

จากสูตรการคำนวณข้างต้น กำหนดการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนน จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.01 - 5.00	หมายถึง	ระดับการรับรู้มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.01 - 4.00	หมายถึง	ระดับการรับรู้มาก
ค่าเฉลี่ย	2.01 - 3.00	หมายถึง	ระดับการรับรู้ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.01 - 2.00	หมายถึง	ระดับการรับรู้น้อย
ค่าเฉลี่ย	0.00 - 1.00	หมายถึง	ระดับการรับรู้ที่น้อยที่สุด

3.4.4.2 ข้อที่ 2 การรับรู้ของบุคลากรเกี่ยวกับแผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากการประชาสัมพันธ์ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้ (เจตนิพิฐ วิจิตรกิจกุล, 2555)

เลือกคำตอบว่า	รู้	หมายถึง	1 คะแนน
เลือกคำตอบว่า	ไม่รู้	หมายถึง	0 คะแนน

3.4.5 วิเคราะห์แบบสอบถามส่วนที่ 3 ช่องทางการประชาสัมพันธ์ เป็นแบบมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ โดยกำหนดคะแนนของคำตอบ ดังนี้

ระดับความมีประสิทธิภาพมากที่สุด	เท่ากับ	5
ระดับความมีประสิทธิภาพมาก	เท่ากับ	4
ระดับความมีประสิทธิภาพปานกลาง	เท่ากับ	3
ระดับความมีประสิทธิภาพน้อย	เท่ากับ	2
ระดับความมีประสิทธิภาพน้อยที่สุด	เท่ากับ	1

นำคะแนนที่ได้มากำหนดช่วงห่างของการวัด โดยใช้ค่าสถิติในการคำนวณหาค่าเฉลี่ยเรขาคณิต ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ช่วงห่าง} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

จากสูตรการคำนวณข้างต้น กำหนดการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนน จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง	ระดับความมีประสิทธิภาพมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึง	ระดับความมีประสิทธิภาพมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง	ระดับความมีประสิทธิภาพปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง	ระดับความมีประสิทธิภาพน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง	ระดับความมีประสิทธิภาพน้อยที่สุด

3.4.6 วิเคราะห์แบบสอบถามส่วนที่ 4 ความสนใจของบุคลากรต่อประเภทแผนงบประมาณ เป็นแบบมาตรวัดประมาณค่า 6 ระดับ โดยกำหนดคะแนนของคำตอบ ดังนี้

ระดับความสนใจมากที่สุด	เท่ากับ	5	คะแนน
ระดับความสนใจมาก	เท่ากับ	4	คะแนน
ระดับความสนใจปานกลาง	เท่ากับ	3	คะแนน
ระดับความสนใจน้อย	เท่ากับ	2	คะแนน
ระดับความสนใจน้อยที่สุด	เท่ากับ	1	คะแนน
ไม่สนใจเลย	เท่ากับ	0	คะแนน

นำคะแนนที่ได้มากำหนดช่วงห่างของการวัด โดยใช้ค่าสถิติในการคำนวณหาค่าเฉลี่ยเรขาคณิต ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงห่าง} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-0}{5} \\ &= 1 \end{aligned}$$

จากสูตรการคำนวณข้างต้น กำหนดการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนน จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.01 - 5.00	หมายถึง	ระดับความสนใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.01 - 4.00	หมายถึง	ระดับความสนใจมาก
ค่าเฉลี่ย	2.01 - 3.00	หมายถึง	ระดับความสนใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.01 - 2.00	หมายถึง	ระดับความสนใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	0.00 - 1.00	หมายถึง	ระดับความสนใจน้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการรับรู้การประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เป็นการศึกษเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการศึกษเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 89 คน ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของบุคลากรคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ส่วนที่ 2 การรับรู้การประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 3 ช่องทางการประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 4 ความสนใจของบุคลากรต่อประเภทของแผนงบประมาณ

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นของบุคลากรคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ที่มีต่อการรับรู้การประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

μ	แทน	ค่าเฉลี่ยประชากร
σ	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานประชากร
t	แทน	ค่า t-test
F	แทน	ค่า F-test (One-Way ANOVA)
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
P-Value	แทน	ผลของการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของบุคลากรคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของบุคลากรคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์ในการทำงาน ประเภทบุคลากร ลักษณะงานที่ทำ ระดับการศึกษา โดยใช้การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังตารางที่ 4.1 - 4.6

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของบุคลากร จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	17	19.10
หญิง	72	80.90
รวม	89	100.00

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เพศหญิง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 80.90 เพศชาย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 19.10

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของบุคลากร จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
21 - 30 ปี	10	11.24
31 - 40 ปี	29	32.58
41 - 50 ปี	28	31.46
51 - 60 ปี	22	24.72
รวม	89	100.00

จากตารางที่ 4.2 ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 32.58 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 41 - 50 ปี มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 31.46 ลำดับที่สามคือช่วงอายุ 51 - 60 ปี มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 24.72 และลำดับสุดท้ายคือ ช่วงอายุ 21 - 30 ปี มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 11.24 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของบุคลากร จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน

ประสบการณ์ในการทำงาน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 3 ปี	12	13.48
3-5 ปี	10	11.24
6-8 ปี	17	19.10
9-11 ปี	17	19.10
12-14 ปี	4	4.49
ตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป	29	32.58
รวม	89	100.00

จากตารางที่ 4.3 ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 32.58 รองลงมา มีประสบการณ์ในการทำงาน 6 -8 ปี และ 9-11 ปี มีจำนวนเท่ากัน คือช่วงละ 17 คน คิดเป็นร้อยละ 19.10 ลำดับที่สามคือประสบการณ์ในการทำงานไม่เกิน 3 ปี มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 13.48 ลำดับที่สี่คือประสบการณ์ในการทำงาน 3 – 5 ปี มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 11.24 และลำดับสุดท้ายประสบการณ์ในการทำงาน 12 – 14 ปี มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของบุคลากร จำแนกตามประเภทบุคลากร

ประเภทบุคลากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บุคลากรสายวิชาการ		
ผู้บริหาร	12	13.48
อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ)	13	14.61
อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย)	19	21.35
รวมบุคลากรสายวิชาการ	44	49.44

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของบุคลากร จำแนกตามประเภทบุคลากร (ต่อ)

ประเภทบุคลากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ		
หัวหน้างาน	4	4.49
เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	23	25.84
นักวิชาการศึกษา	11	12.36
อื่นๆ	7	7.87
รวมบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ	45	50.56
รวมทั้งหมด	89	100.00

จากตารางที่ 4.4 ผลการศึกษาพบว่า ประเภทบุคลากรสายวิชาการ อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย) มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 21.35 รองลงมาคืออาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ) มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 14.61 และลำดับสุดท้ายคือผู้บริหารมีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 13.48 ตามลำดับ ส่วนบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปมีจำนวนมากที่สุด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 25.84 รองลงมาคือ นักวิชาการศึกษาจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 12.36 ลำดับที่สามคือบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการอื่นๆ ได้แก่ พี่เลี้ยงเด็ก เจ้าหน้าที่งานห้องปฏิบัติการ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.87 และลำดับสุดท้ายหัวหน้างาน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.49 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของบุคลากร จำแนกตามลักษณะงานที่ทำ

ลักษณะงานที่ทำ	จำนวน (คำตอบ)	ร้อยละ
งานบริหารองค์กร	14	13.73
การเรียนการสอน	46	45.10
เจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ	12	11.76
เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ COE	5	4.90
เจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน	21	20.59
อื่นๆ	4	3.92
รวม	102	100.00

จากตารางที่ 4.5 ผลการศึกษาพบว่าลักษณะงานที่ทำมากที่สุดคือการเรียนการสอน จำนวน 46 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 45.10 รองลงมาคือเจ้าหน้าที่ประจำสำนักงานจำนวน 21 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 20.59 ลำดับที่สามคืองานบริหารองค์กร จำนวน 14 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 13.73 ลำดับที่สี่คือเจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ จำนวน 12 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 11.76 ลำดับที่ห้าคือเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ COE จำนวน 5 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 4.90 และลำดับสุดท้ายลักษณะงานที่ทำด้านอื่น ๆ ได้แก่ ครูพี่เลี้ยงเด็ก เจ้าหน้าที่ดูแลห้องเก็บอุปกรณ์ประจำห้องปฏิบัติการ จำนวน 4 คำตอบ คิดเป็นร้อยละ 3.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของบุคลากร จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	10	11.24
ปริญญาตรี	28	31.46
สูงกว่าปริญญาตรี	51	57.30
รวม	89	100.00

จากตารางที่ 4.6 ผลการศึกษาพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 57.30 รองลงมาคือมีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 31.46 ลำดับที่สามคือระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 11.24 ตามลำดับ

4.2 ส่วนที่ 2 การรับรู้การประชาสัมพันธ์

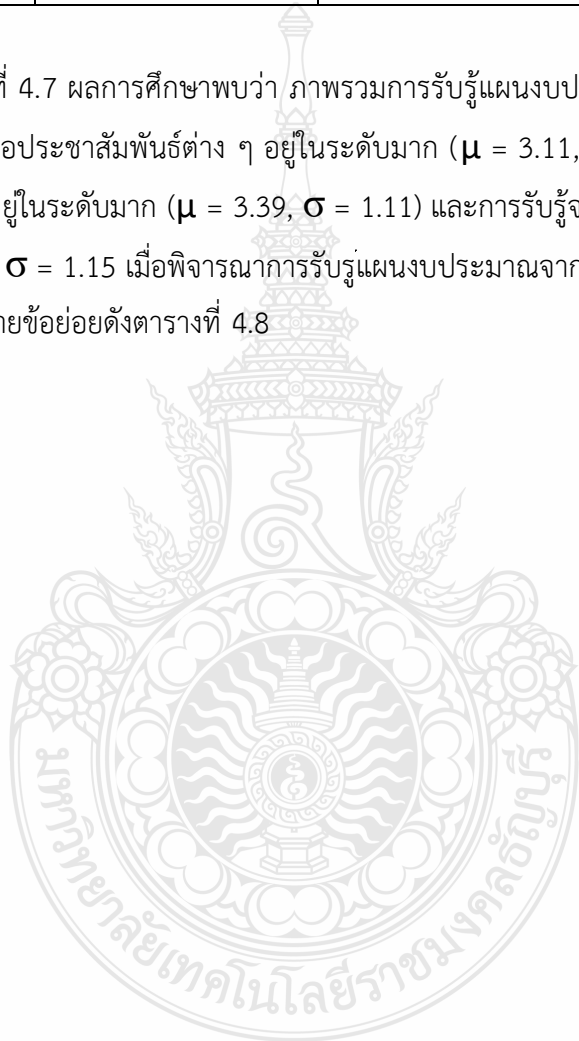
ในการศึกษาข้อมูลการรับรู้การประชาสัมพันธ์แผนงงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ผู้วิจัยได้แบ่งการรับรู้การประชาสัมพันธ์ออกเป็น 2 ข้อหลัก ดังนี้

4.2.1 การรับรู้แผนงงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการแปลผลข้อมูล ดังตารางที่ 4.7 และ 4.8

ตารางที่ 4.7 สรุปการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ

สื่อประชาสัมพันธ์	μ	σ	ความหมาย
1.สื่อบุคคล	3.39	1.11	มาก
2.สื่อเฉพาะกิจ	2.95	1.15	ปานกลาง
รวม	3.11	1.03	มาก

จากตารางที่ 4.7 ผลการศึกษาพบว่า ภาพรวมการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.11$, $\sigma = 1.03$) ทั้งนี้บุคลากรมีการรับรู้จากสื่อบุคคลอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.39$, $\sigma = 1.11$) และการรับรู้จากสื่อเฉพาะกิจ อยู่ในระดับปานกลาง ($\mu = 2.95$, $\sigma = 1.15$) เมื่อพิจารณาการรับรู้แผนงบประมาณจากสื่อประชาสัมพันธ์สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจเป็นรายข้อย่อยดังตารางที่ 4.8



ตารางที่ 4.8 รายละเอียดการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ

สื่อประชาสัมพันธ์	ระดับการรับรู้แผนงบประมาณจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ							μ	σ	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยรับรู้เลย	รวม			
1.สื่อบุคคล										
1.1 หัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น)	30 (33.71)	21 (23.60)	15 (16.85)	16 (17.98)	3 (3.37)	4 (4.49)	89 (100.00)	3.53	1.43	มาก
1.2 เพื่อนร่วมงาน	10 (11.24)	25 (28.09)	35 (39.33)	12 (13.48)	4 (4.49)	3 (3.37)	89 (100.00)	3.18	1.15	มาก
1.3 เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน	20 (22.47)	32 (35.96)	18 (20.22)	11 (12.36)	4 (4.49)	4 (4.49)	89 (100.00)	3.46	1.33	มาก
2.สื่อเฉพาะกิจ										
2.1 บันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน)	16 (17.98)	30 (33.71)	16 (17.98)	19 (21.35)	5 (5.62)	3 (3.37)	89 (100.00)	3.27	1.32	มาก
2.2 การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา	18 (20.22)	37 (41.57)	18 (20.22)	11 (12.36)	3 (3.37)	2 (2.25)	89 (100.00)	3.56	1.18	มาก

ตารางที่ 4.8 รายละเอียดการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ (ต่อ)

สื่อประชาสัมพันธ์	ระดับการรับรู้แผนงบประมาณจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ							μ	σ	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ไม่เคยรับรู้เลย	รวม			
2.3 เว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (https://www.het.rmutt.ac.th)	6 (6.74)	23 (25.84)	24 (26.97)	12 (13.48)	4 (4.49)	20 (22.47)	89 (100.00)	2.49	1.63	ปานกลาง
2.4 เว็บไซต์กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (https://www.pld.rmutt.ac.th)	4 (4.49)	23 (25.84)	21 (23.60)	12 (13.48)	6 (6.74)	23 (25.84)	89 (100.00)	2.30	1.65	ปานกลาง
2.5 งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผนคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด	11 (12.36)	28 (31.46)	31 (34.83)	6 (6.74)	5 (5.62)	8 (8.99)	89 (100.00)	3.11	1.39	มาก

จากตารางที่ 4.8 ผลการศึกษาพบว่า

1) สื่อบุคคล

(1) หัวหน้างาน (เช่น คณบดี,รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) บุคลากรมีการรับรู้ในสื่อดังกล่าวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.53, \sigma = 1.43$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ ร้อยละ 33.71 รับรู้ระดับมากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 23.60 รับรู้ระดับมาก ลำดับที่สาม ร้อยละ 17.98 รับรู้ระดับน้อย ลำดับที่สี่ ร้อยละ 16.85 รับรู้ระดับปานกลาง ลำดับที่ห้า ร้อยละ 4.49 ไม่เคยรับรู้เลย และลำดับที่หก ร้อยละ 3.37 ระดับรับรู้ต่ำสุดตามลำดับ

(2) เพื่อนร่วมงาน บุคลากรมีการรับรู้ในสื่อดังกล่าวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.18, \sigma = 1.15$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ ร้อยละ 39.33 รับรู้ระดับปานกลาง รองลงมา ร้อยละ 28.09 รับรู้ระดับมาก ลำดับที่สาม ร้อยละ 13.48 รับรู้ระดับน้อย ลำดับที่สี่ ร้อยละ 11.24 รับรู้ระดับมากที่สุด ลำดับที่ห้า ร้อยละ 4.49 รับรู้ระดับน้อยที่สุด และลำดับที่หก ร้อยละ 3.37 ไม่เคยรับรู้เลยตามลำดับ

(3) เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน บุคลากรมีการรับรู้ในสื่อดังกล่าวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.46, \sigma = 1.33$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ ร้อยละ 35.96 รับรู้ระดับมาก รองลงมา ร้อยละ 22.47 รับรู้ระดับมากที่สุด ลำดับที่สาม ร้อยละ 20.22 รับรู้ระดับปานกลาง ลำดับที่สี่ ร้อยละ 12.36 รับรู้ระดับน้อย ลำดับที่ห้าระดับการรับรู้ต่ำและไม่เคยรู้เลยมีค่าเท่ากันคือร้อยละ 4.49 ตามลำดับ

2) สื่อเฉพาะกิจ

(1) บันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน) บุคลากรมีการรับรู้ในสื่อดังกล่าวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.27, \sigma = 1.32$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ ร้อยละ 33.71 รับรู้ระดับมาก รองลงมา ร้อยละ 21.35 รับรู้ระดับน้อย ลำดับที่สาม รับรู้ระดับปานกลางและระดับมากที่สุดมีค่าเท่ากันคือร้อยละ 17.98 ลำดับที่สี่ ร้อยละ 5.62 รับรู้ระดับน้อยที่สุด และลำดับที่ห้า ร้อยละ 3.37 ไม่เคยรู้เลยตามลำดับ

(2) การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา บุคลากรมีการรับรู้ในสื่อดังกล่าวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.56, \sigma = 1.18$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ ร้อยละ 41.57 รับรู้ระดับมาก รองลงมารับรู้ระดับมากที่สุดและรับรู้ระดับปานกลางมีค่าเท่ากันคือ ร้อยละ 20.22 ลำดับที่สาม ร้อยละ 12.36 รับรู้ระดับน้อย ลำดับที่สี่ ร้อยละ 3.37 รับรู้ระดับน้อยที่สุด และลำดับที่ห้า ร้อยละ 2.25 ไม่เคยรับรู้ตามลำดับ

(3) เว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (<https://www.het.rmutt.ac.th>) บุคลากรมีการรับรู้ในสื่อดังกล่าวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\mu = 2.49$, $\sigma = 1.63$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ ร้อยละ 26.97 รับรู้ระดับปานกลาง รองลงมา ร้อยละ 25.84 รับรู้ระดับมาก ลำดับที่สาม ร้อยละ 22.47 ไม่เคยรับรู้ ลำดับที่สี่ ร้อยละ 13.48 รับรู้ระดับน้อย ลำดับที่ห้า ร้อยละ 6.74 รับรู้ระดับมากที่สุด และลำดับที่หก ร้อยละ 4.49 รับรู้ระดับน้อยที่สุดตามลำดับ

(4) เว็บไซต์กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (<https://www.pld.rmutt.ac.th>) บุคลากรมีการรับรู้ในสื่อดังกล่าวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\mu = 2.30$, $\sigma = 1.65$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้มากและไม่เคยรับรู้เลยมีค่าเท่ากันคือร้อยละ 25.84 รองลงมาคือ ร้อยละ 23.60 รับรู้ระดับปานกลาง ลำดับที่สาม ร้อยละ 13.48 รับรู้ระดับน้อย ลำดับที่สี่ ร้อยละ 6.74 รับรู้ระดับน้อยที่สุด และลำดับที่ห้า ร้อยละ 4.49 รับรู้ระดับมากที่สุดตามลำดับ

(5) งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด บุคลากรมีการรับรู้ในสื่อดังกล่าวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.11$, $\sigma = 1.39$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ร้อยละ 34.83 รับรู้ระดับปานกลาง รองลงมา ร้อยละ 31.46 รับรู้ระดับมาก ลำดับที่สาม ร้อยละ 12.36 รับรู้ระดับมากที่สุด ลำดับที่สี่ ร้อยละ 8.99 ไม่เคยรับรู้ ลำดับที่ห้า ร้อยละ 6.74 รับรู้ระดับน้อย และลำดับที่หก ร้อยละ 5.62 รับรู้ระดับน้อยที่สุดตามลำดับ

4.2.2 การรับรู้ของบุคลากรเกี่ยวกับแผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากการประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการแปลผลข้อมูล ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 การรับรู้ของบุคลากรเกี่ยวกับแผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากการประชาสัมพันธ์

ประเภทของแผนงบประมาณ	รู้	ไม่รู้	จำนวนรวม (ร้อยละ)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1.งบบุคลากร (เงินเดือน,เงินค่าประจำตำแหน่ง)	51 (57.30)	38 (42.70)	89 (100.00)
2.งบดำเนินงาน (ค่าตอบแทน,ค่าใช้สอย, ค่าวัสดุ,ค่าใช้จ่ายเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว)	34 (38.20)	55 (61.80)	89 (100.00)

ตารางที่ 4.9 การรับรู้ของบุคลากรเกี่ยวกับแผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากการ
 ประชาสัมพันธ์ (ต่อ)

ประเภทของแผนงบประมาณ	รู้	ไม่รู้	จำนวนรวม (ร้อยละ)
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
3.โครงการอบรมของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	61 (68.54)	28 (31.46)	89 (100.00)
4.งบลงทุน (รายการปรับปรุงสิ่งก่อสร้าง, รายการครุภัณฑ์)	37 (41.57)	52 (58.43)	89 (100.00)
5.เงินงบบกลางของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	19 (21.35)	70 (78.65)	89 (100.00)
6.เงินสทบกองทุน (กองทุนส่งเสริมงานวิจัย กองทุนพัฒนา บุคลากร กองทุนพัฒนานักศึกษา)	33 (37.08)	56 (62.92)	89 (100.00)
7.ค่าใช้จ่ายของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ที่จัดสรรไว้ ส่วนกลาง	20 (22.47)	69 (77.53)	89 (100.00)
8.นโยบายการบริหารงบประมาณรายจ่ายและงบประมาณ เงินรายได้ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	27 (30.34)	62 (69.66)	89 (100.00)

จากตารางที่ 4.9 การรับรู้ของบุคลากรเกี่ยวกับแผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยี
 คหกรรมศาสตร์ จากการประชาสัมพันธ์ผลการศึกษาพบว่า

1) ประเภทแผนงบบุคลากร บุคลากรที่รู้มีจำนวน 51 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 57.30
 บุคลากรที่ไม่รู้มีจำนวน 38 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 42.70

2) ประเภทแผนงบดำเนินงาน (ค่าตอบแทน, ค่าใช้สอย, ค่าวัสดุ, ค่าใช้จ่ายเดินทางไป
 ราชการต่างประเทศชั่วคราว) บุคลากรที่รู้มีจำนวน 34 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 38.20 บุคลากรที่ไม่รู้มี
 จำนวน 55 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 61.80

3) ประเภทแผนงบประมาณโครงการอบรมของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
 บุคลากรที่รู้มีจำนวน 61 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 68.54 บุคลากรที่ไม่รู้มีจำนวน 28 คน คิดเป็นค่าร้อยละ
 31.46

4) ประเภทแผนงบลงทุน (รายการปรับปรุงสิ่งก่อสร้าง, รายการครุภัณฑ์) บุคลากร
 ที่รู้มีจำนวน 37 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 41.57 บุคลากรที่ไม่รู้มีจำนวน 52 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 58.43

5) ประเภทแผนเงินงบกลางของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ บุคลากรที่รู้มีจำนวน 19 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 21.35 บุคลากรที่ไม่รู้มีจำนวน 70 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 78.65

6) ประเภทแผนเงินสทบกองทุน (กองทุนส่งเสริมงานวิจัย กองทุนพัฒนาบุคลากร กองทุนพัฒนานักศึกษา) บุคลากรที่รู้มีจำนวน 33 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 37.08 บุคลากรที่ไม่รู้มีจำนวน 56 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 62.92

7) ประเภทแผนค่าใช้จ่ายของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ที่จัดสรรไว้ส่วนกลาง บุคลากรที่รู้มีจำนวน 20 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 22.47 บุคลากรที่ไม่รู้มีจำนวน 69 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 77.53

8) ประเภทแผนนโยบายการบริหารงบประมาณรายจ่ายและงบประมาณเงินรายได้ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี บุคลากรที่รู้มีจำนวน 27 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 30.34 บุคลากรที่ไม่รู้มีจำนวน 62 คน คิดเป็นค่าร้อยละ 69.66

4.3 ส่วนที่ 3 ช่องทางการประชาสัมพันธ์

การศึกษาข้อมูลช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความเข้าใจและทำให้บุคลากรได้รับความรู้เกี่ยวกับแผนงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อนำไปหาแนวทางการประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการแปลผลข้อมูล ดังตารางที่ 4.10 และ 4.11

ตารางที่ 4.10 ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความเข้าใจและได้รับความรู้เกี่ยวกับแผนงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ

สื่อประชาสัมพันธ์	μ	σ	ความหมาย
1.สื่อบุคคล	3.67	0.92	มาก
2.สื่อเฉพาะกิจ	3.16	0.90	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 ผลการศึกษาช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความเข้าใจและทำให้บุคลากรได้รับความรู้เกี่ยวกับแผนงบประมาณ ในภาพรวมพบว่าสื่อบุคคลมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อเฉพาะกิจ โดยสื่อบุคคลมีประสิทธิภาพระดับมาก ($\mu = 3.67$, $\sigma = 0.92$) ส่วนสื่อเฉพาะกิจมีประสิทธิภาพระดับปานกลาง ($\mu = 3.16$, $\sigma = 0.90$) เมื่อพิจารณาช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพเป็นรายข้อย่อย ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 รายละเอียดช่องทางประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความเข้าใจและได้รับความรู้เกี่ยวกับแผนงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ

สื่อประชาสัมพันธ์	ระดับความมีประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์						μ	σ	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม			
1. สื่อบุคคล									
1.1 หัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น)	31 (34.83)	24 (26.97)	22 (24.72)	9 (10.11)	3 (3.37)	89 (100.00)	3.74	1.19	มาก
1.2 เพื่อนร่วมงาน	10 (11.24)	43 (48.31)	25 (28.09)	8 (8.99)	3 (3.37)	89 (100.00)	3.55	0.93	มาก
1.3 เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน	25 (28.09)	33 (37.08)	18 (20.22)	8 (8.99)	5 (5.62)	89 (100.00)	3.73	1.14	มาก
2. สื่อเฉพาะกิจ									
2.1 บันทึกข้อความ หนังสือราชการ ปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน)	11 (12.36)	34 (38.20)	28 (31.46)	11 (12.36)	5 (5.62)	89 (100.00)	3.39	1.04	ปานกลาง

ตารางที่ 4.11 รายละเอียดช่องทางประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความเข้าใจและได้รับความรู้เกี่ยวกับแผนงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ (ต่อ)

สื่อประชาสัมพันธ์	ระดับความมีประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์						μ	σ	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม			
2.2 บันทึกข้อความ หนังสือราชการ อิเล็กทรอนิกส์ (e-office)	10 (11.24)	35 (39.33)	24 (26.97)	12 (13.48)	8 (8.99)	89 (100.00)	3.30	1.12	ปานกลาง
2.3 การประชุมบุคลากรของ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา	23 (25.84)	42 (47.19)	13 (14.61)	8 (8.99)	3 (3.37)	89 (100.00)	3.83	1.02	มาก
2.4 การประชุมที่หน่วยงานสนับสนุน การศึกษาเป็นผู้จัด เช่น กองคลัง กองนโยบายและแผน	7 (7.87)	24 (26.97)	28 (31.46)	18 (20.22)	12 (13.48)	89 (100.00)	2.90	1.18	ปานกลาง
2.5 เว็บไซต์คณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์ (https://www.het.rmutt.ac.th)	8 (8.99)	21 (23.60)	27 (30.34)	18 (20.22)	15 (16.85)	89 (100.00)	2.82	1.23	ปานกลาง
2.6 เว็บไซต์กองนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (https://www.pld.rmutt.ac.th)	9 (10.11)	19 (21.35)	26 (29.21)	20 (22.47)	15 (16.85)	89 (100.00)	2.80	1.25	ปานกลาง

ตารางที่ 4.11 รายละเอียดช่องทางประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความเข้าใจและได้รับความรู้เกี่ยวกับแผนงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ (ต่อ)

สื่อประชาสัมพันธ์	ระดับความมีประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์						μ	σ	ความหมาย
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม			
2.7 เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (https://www.rmutt.ac.th)	7 (7.87)	22 (24.72)	24 (26.97)	19 (21.35)	17 (19.10)	89 (100.00)	2.75	1.25	ปานกลาง
2.8 งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด	9 (10.11)	45 (50.56)	19 (21.35)	10 (11.24)	6 (6.74)	89 (100.00)	3.46	1.05	มาก
2.9 Facebook Fanpage คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (Home Economics Technology, RMUTT)	8 (8.99)	23 (25.84)	32 (35.96)	18 (20.22)	8 (8.99)	89 (100.00)	3.06	1.09	ปานกลาง
2.10 Line Group (กลุ่มอาจารย์/บุคลากรสายสนับสนุน/พนักงานมหาวิทยาลัย)	22 (24.72)	39 (43.82)	15 (16.85)	6 (6.74)	7 (7.87)	89 (100.00)	3.71	1.15	มาก
2.11 บอร์ดประชาสัมพันธ์ภายในคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	5 (5.62)	20 (22.47)	23 (25.84)	28 (31.46)	13 (14.61)	89 (100.00)	2.73	1.14	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.11 รายละเอียดช่องทางประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความเข้าใจ และได้รับความรู้เกี่ยวกับแผนงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ ผลการศึกษาพบว่า

1) สื่อบุคคล

(1) หัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) ความมีประสิทธิภาพระดับมาก ($\mu = 3.74, \sigma = 1.19$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ร้อยละ 34.84 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 26.97 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมาก ลำดับที่สาม ร้อยละ 24.72 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับปานกลาง ลำดับที่สี่ ร้อยละ 10.11 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อย และลำดับที่ห้า ร้อยละ 3.37 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อยที่สุดตามลำดับ

(2) เพื่อนร่วมงาน ระดับความมีประสิทธิภาพระดับมาก ($\mu = 3.55, \sigma = 0.93$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ร้อยละ 48.31 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมาก รองลงมา ร้อยละ 28.09 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับปานกลาง ลำดับที่สาม ร้อยละ 11.24 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมากที่สุด ลำดับที่สี่ ร้อยละ 8.99 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อย และลำดับที่ห้า ร้อยละ 3.37 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อยที่สุดตามลำดับ

(3) เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน ความมีประสิทธิภาพระดับมาก ($\mu = 3.73, \sigma = 1.14$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ร้อยละ 37.08 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมาก รองลงมา ร้อยละ 28.09 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมากที่สุด ลำดับที่สาม ร้อยละ 20.22 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับปานกลาง ลำดับที่สี่ ร้อยละ 8.99 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อย และลำดับที่ห้า ร้อยละ 5.62 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อยที่สุดตามลำดับ

2) สื่อเฉพาะกิจ

(1) บันทึกข้อความหนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน) ความมีประสิทธิภาพระดับปานกลาง ($\mu = 3.39, \sigma = 1.04$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ร้อยละ 38.20 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมาก รองลงมา ร้อยละ 31.46 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับปานกลาง ลำดับที่สาม รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมากและระดับน้อยมีค่าเท่ากันคือร้อยละ 12.36 ลำดับที่สี่ ร้อยละ 5.62 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อยที่สุดตามลำดับ

(2) บันทึกข้อความหนังสือราชการอิเล็กทรอนิกส์ (e-office) ความมีประสิทธิภาพระดับปานกลาง ($\mu = 3.30, \sigma = 1.12$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ร้อยละ 39.33 รู้สึก

ว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมาก รองลงมาร้อยละ 26.97 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับปานกลาง ลำดับที่สาม ร้อยละ 13.48 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อย ลำดับที่สี่ ร้อยละ 11.24 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมากที่สุด และลำดับที่ห้า ร้อยละ 8.99 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อยที่สุดตามลำดับ

(3) การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา ความมีประสิทธิภาพระดับมาก ($\mu = 3.83, \sigma = 1.02$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ร้อยละ 47.19 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมาก รองลงมาร้อยละ 25.84 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมากที่สุด ลำดับที่สาม ร้อยละ 14.61 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับปานกลาง ลำดับที่สี่ ร้อยละ 8.99 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อย และลำดับที่ห้า ร้อยละ 3.37 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อยที่สุดตามลำดับ

(4) การประชุมที่หน่วยงานสนับสนุนการศึกษาเป็นผู้จัด เช่น กองคลัง กองนโยบายและแผน ความมีประสิทธิภาพระดับปานกลาง ($\mu = 2.90, \sigma = 1.18$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ร้อยละ 31.46 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับปานกลาง รองลงมาร้อยละ 26.97 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมาก ลำดับที่สาม ร้อยละ 20.22 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อย ลำดับที่สี่ ร้อยละ 13.48 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อยที่สุด และลำดับที่ห้า ร้อยละ 7.87 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมากที่สุดตามลำดับ

(5) เว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (<https://www.het.rmutt.ac.th>) ความมีประสิทธิภาพปานกลาง ($\mu = 2.82, \sigma = 1.23$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ร้อยละ 30.34 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับปานกลาง รองลงมาร้อยละ 23.60 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมาก ลำดับที่สาม ร้อยละ 20.22 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อย ลำดับที่สี่ ร้อยละ 16.85 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อยที่สุด และลำดับที่ห้า ร้อยละ 8.99 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมากที่สุดตามลำดับ

(6) เว็บไซต์กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (<https://www.pld.rmutt.ac.th>) ความมีประสิทธิภาพระดับปานกลาง ($\mu = 2.80, \sigma = 1.25$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ร้อยละ 29.21 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับปานกลาง รองลงมาร้อยละ 22.47 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อย ลำดับที่สาม ร้อยละ 21.35 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมาก ลำดับที่สี่ ร้อยละ 16.85 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อยที่สุด และลำดับที่ห้า ร้อยละ 10.11 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมากที่สุดตามลำดับ

(7) เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (<https://www.rmutt.ac.th>) ความมีประสิทธิภาพปานกลาง ($\mu = 2.75, \sigma = 1.25$) มีค่าเฉลี่ย 2.75 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า

บุคลากรส่วนใหญ่ร้อยละ 26.97 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับปานกลาง รองลงมาร้อยละ 24.72 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมาก ลำดับที่สาม ร้อยละ 21.35 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อย ลำดับที่สี่ ร้อยละ 19.10 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อยที่สุด และลำดับที่ห้า ร้อยละ 7.87 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมากที่สุด

(8) งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด ความมีประสิทธิภาพมาก ($\mu = 3.46$, $\sigma = 1.05$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ร้อยละ 50.56 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมาก รองลงมาร้อยละ 21.35 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับปานกลาง ลำดับที่สาม ร้อยละ 11.24 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อย ลำดับที่สี่ ร้อยละ 10.11 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมากที่สุด และลำดับที่ห้า ร้อยละ 6.74 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อยที่สุดตามลำดับ

(9) Facebook Fanpage คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (Home Economics Technology, RMUTT) ความมีประสิทธิภาพระดับปานกลาง ($\mu = 3.06$, $\sigma = 1.09$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ร้อยละ 35.96 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับปานกลาง รองลงมา ร้อยละ 25.84 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมาก ลำดับที่สาม ร้อยละ 20.22 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อย ลำดับที่สี่รู้สึกว่าคุณภาพสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมากที่สุดและระดับน้อยที่สุดมีค่าเท่ากันคือร้อยละ 8.99 ตามลำดับ

(10) Line Group (กลุ่มอาจารย์/บุคลากรสายสนับสนุน/พนักงานมหาวิทยาลัย) ความมีประสิทธิภาพระดับมาก ($\mu = 3.71$, $\sigma = 1.15$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ร้อยละ 43.82 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมาก รองลงมาร้อยละ 24.72 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมาก ลำดับที่สาม ร้อยละ 16.85 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับปานกลาง ลำดับที่สี่ ร้อยละ 7.87 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อยที่สุด และลำดับที่ห้า ร้อยละ 6.74 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อยตามลำดับ

(11) บอร์ดประชาสัมพันธ์ภายในคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ความมีประสิทธิภาพปานกลาง ($\mu = 2.73$, $\sigma = 1.14$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ร้อยละ 31.46 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อย รองลงมาร้อยละ 25.84 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับปานกลาง ลำดับที่สาม ร้อยละ 22.47 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมาก ลำดับที่สี่ ร้อยละ 14.61 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับน้อยที่สุด และลำดับที่ห้า ร้อยละ 5.62 รู้สึกว่าสื่อดังกล่าวมีประสิทธิภาพระดับมากที่สุดตามลำดับ

4.4 ส่วนที่ 4 ความสนใจของบุคลากรต่อประเภทของแผนงบประมาณ

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลความสนใจของบุคลากรต่อประเภทของแผนงบประมาณ เพื่อนำไปหาแนวทางการประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการแปลผลข้อมูล ดังตารางที่ 4.12



ตารางที่ 4.12 ความสนใจของบุคลากรต่อประเภทของแผนงบประมาณ

ประเภท ของแผนงบประมาณ	ระดับความสนใจประเภทแผนงบประมาณ							μ	σ	ความ หมาย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่ สนใจ	รวม			
1.ข้อมูลแผนงบประมาณทุกรายการ	20 (22.47)	29 (32.58)	28 (31.46)	9 (10.11)	1 (1.12)	2 (2.25)	89 (100.00)	3.58	1.12	มาก
2. งบบุคลากร (เงินเดือน, เงินค่าประจำ ตำแหน่ง)	33 (37.08)	28 (31.46)	23 (25.84)	3 (3.37)	-	2 (2.25)	89 (100.00)	3.96	1.07	มาก
3.งบดำเนินงาน (ค่าตอบแทน,ค่าใช้สอย ,ค่าวัสดุ,ค่าใช้จ่ายเดินทางไปราชการ ต่างประเทศชั่วคราว)	23 (25.84)	32 (35.96)	26 (29.21)	5 (5.62)	1 (1.12)	2 (2.25)	89 (100.00)	3.73	1.09	มาก
4.โครงการอบรมของคณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์	26 (29.21)	37 (41.57)	20 (22.47)	4 (4.49)	-	2 (2.25)	89 (100.00)	3.89	1.03	มาก
5.งบลงทุน (รายการปรับปรุง สิ่งก่อสร้าง,รายการครุภัณฑ์)	18 (20.22)	25 (28.09)	36 (40.45)	4 (4.49)	3 (3.37)	3 (3.37)	89 (100.00)	3.47	1.17	มาก
6.เงินงบกลางของคณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์	18 (20.22)	23 (25.84)	36 (40.45)	8 (8.99)	2 (2.25)	2 (2.25)	89 (100.00)	3.46	1.12	มาก
7.เงินสทบกองทุน (กองทุนส่งเสริม งานวิจัย กองทุนพัฒนาบุคลากร กองทุนพัฒนานักศึกษา)	27 (30.34)	27 (30.34)	25 (28.09)	4 (4.49)	3 (3.37)	3 (3.37)	89 (100.00)	3.70	1.24	มาก

ตารางที่ 4.12 ความสนใจของบุคลากรต่อประเภทของแผนงบประมาณ (ต่อ)

ประเภท ของแผนงบประมาณ	ระดับความสนใจประเภทแผนงบประมาณ							μ	σ	ความ หมาย
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	ไม่ สนใจ	รวม			
8.ค่าใช้จ่ายของคณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์ที่จัดสรรไว้ส่วนกลาง	17 (19.10)	29 (32.58)	33 (37.08)	6 (6.74)	2 (2.25)	2 (2.25)	89 (100.00)	3.53	1.09	มาก
9.นโยบายการบริหารงบประมาณ รายจ่ายและงบประมาณเงินรายได้ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี	17 (19.10)	28 (31.46)	34 (38.20)	7 (7.87)	1 (1.12)	2 (2.25)	89 (100.00)	3.53	1.07	มาก
รวม								3.65	0.99	มาก

จากตารางที่ 4.12 ผลการศึกษาพบว่า ภาพรวมบุคลาการของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มีความสนใจประเภทของแผนงบประมาณระดับมาก ($\mu = 3.65, \sigma = 0.99$) เมื่อพิจารณาเป็นรายพบว่า บุคลากรทั้งหมดมีความสนใจประเภทแผนงบประมาณทุกรายการระดับมาก รายละเอียด ดังนี้

1) ข้อมูลแผนงบประมาณทุกรายการ ระดับความสนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าว ระดับมาก ($\mu = 3.58, \sigma = 1.12$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ร้อยละ 32.58 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมาก รองลงมา ร้อยละ 31.46 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับปานกลาง ลำดับที่สาม ร้อยละ 22.47 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมากที่สุด ลำดับที่สี่ ร้อยละ 10.11 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับน้อย ลำดับที่ห้า ร้อยละ 2.25 ไม่สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าว และลำดับที่หก ร้อยละ 1.12 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับน้อยที่สุดตามลำดับ

2) งบบุคลากร (เงินเดือน, เงินค่าประจำตำแหน่ง) ระดับความสนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมาก ($\mu = 3.96, \sigma = 1.07$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ร้อยละ 37.08 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมากที่สุด รองลงมา ร้อยละ 31.46 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมาก ลำดับที่สาม ร้อยละ 25.84 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับปานกลาง ลำดับที่สี่ ร้อยละ 3.37 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับน้อย และลำดับที่ห้า ร้อยละ 2.25 ไม่สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวตามลำดับ

3) งบดำเนินงาน (ค่าตอบแทน, ค่าใช้สอย, ค่าวัสดุ, ค่าใช้จ่ายเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว) ระดับความสนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมาก ($\mu = 3.73, \sigma = 1.09$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ร้อยละ 35.96 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมาก รองลงมา ร้อยละ 29.21 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับปานกลาง ลำดับที่สาม ร้อยละ 25.84 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมากที่สุด ลำดับที่สี่ ร้อยละ 5.62 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับน้อย ลำดับที่ห้า ร้อยละ 2.25 ไม่สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าว และลำดับที่หก ร้อยละ 1.12 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับน้อยตามลำดับ

4) โครงการอบรมของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ระดับความสนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมาก ($\mu = 3.89, \sigma = 1.03$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ร้อยละ 41.57 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมาก รองลงมา ร้อยละ 29.21 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมากที่สุด ลำดับที่สาม ร้อยละ 22.47 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับปานกลาง ลำดับที่สี่ ร้อยละ 4.49 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับน้อย และลำดับที่ห้า ร้อยละ 2.25 ไม่สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวตามลำดับ

5) งบลงทุน (รายการปรับปรุงสิ่งก่อสร้าง,รายการครุภัณฑ์) ระดับความสนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมาก ($\mu = 3.47, \sigma = 1.17$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ ร้อยละ 40.45 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับปานกลาง รองลงมา ร้อยละ 28.09 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมาก ลำดับที่สาม ร้อยละ 20.22 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมากที่สุด ลำดับที่สี่ ร้อยละ 4.49 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับน้อย ลำดับที่ห้าสนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับน้อยที่สุดและไม่สนใจเลยมีค่าเท่ากันคือ ร้อยละ 3.37 ตามลำดับ

6) เงินงบกลางของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ระดับความสนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมาก ($\mu = 3.46, \sigma = 1.12$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ร้อยละ 40.45 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับปานกลาง รองลงมา ร้อยละ 25.84 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมาก ลำดับที่สาม ร้อยละ 20.22 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมากที่สุด ลำดับที่สี่ ร้อยละ 8.99 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับน้อย ลำดับที่ห้าสนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับน้อยที่สุดและไม่สนใจเลยมีค่าเท่ากันคือ ร้อยละ 2.25 ตามลำดับ

7) เงินสทบกองทุน (กองทุนส่งเสริมงานวิจัย กองทุนพัฒนาบุคลากร กองทุนพัฒนานักศึกษา) ระดับความสนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมาก ($\mu = 3.70, \sigma = 1.24$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมากและมากที่สุด มีค่าเท่ากันคือ ร้อยละ 30.34 รองลงมา ร้อยละ 28.09 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับปานกลาง ลำดับที่สาม ร้อยละ 4.49 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับน้อย ลำดับที่สี่สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับน้อยที่สุดและไม่สนใจเลยมีค่าเท่ากันคือ ร้อยละ 3.37 ตามลำดับ

8) ค่าใช้จ่ายของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ที่จัดสรรไว้ส่วนกลาง ระดับความสนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมาก ($\mu = 3.53, \sigma = 1.09$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ ร้อยละ 37.08 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับปานกลาง รองลงมา ร้อยละ 32.58 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมาก ลำดับที่สาม ร้อยละ 19.10 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมากที่สุด ลำดับที่สี่ ร้อยละ 6.74 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับน้อย ลำดับที่ห้า สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับน้อยที่สุดและไม่สนใจเลยมีค่าเท่ากันคือ ร้อยละ 2.25 ตามลำดับ

9) นโยบายการบริหารงบประมาณรายจ่ายและงบประมาณเงินรายได้ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ระดับความสนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมาก ($\mu = 3.53, \sigma = 1.07$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าบุคลากรส่วนใหญ่ ร้อยละ 38.20 สนใจประเภทแผนงบประมาณ

ดังกล่าวระดับปานกลาง รองลงมา ร้อยละ 31.46 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมาก ลำดับที่สาม ร้อยละ 19.10 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับมากที่สุด ลำดับที่สี่ ร้อยละ 7.87 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับน้อย ลำดับที่ห้า ร้อยละ 2.25 ไม่สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าว และลำดับที่หก ร้อยละ 1.12 สนใจประเภทแผนงบประมาณดังกล่าวระดับน้อยที่สุดตามลำดับ

4.5 ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นของบุคลากรคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ที่มีต่อการรับรู้การประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

จากบุคลากรทั้งหมด 89 คน มีผู้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม 1 คน โดยแสดงความคิดเห็นไว้ว่าอยากให้คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แจ้งงบประมาณรายจ่าย รายได้ รายรับ ในที่ประชุมคณะเวลาได้รับงบประมาณทุกปี

4.6 ส่วนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน ดังตารางที่ 4.13 – 4.31

สมมติฐานย่อย 1.1 ผู้ที่มีเพศต่างกันจะมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบความแตกต่างของเพศที่มีต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ

สื่อประชาสัมพันธ์	เพศ	จำนวน	μ	σ	t-test	P-Value
1. หัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น)	ชาย	17	3.88	1.17	1.137	0.259
	หญิง	72	3.44	1.48		
2. เพื่อนร่วมงาน	ชาย	17	3.47	1.07	1.158	0.250
	หญิง	72	3.11	1.17		

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบความแตกต่างของเพศที่มีต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ (ต่อ)

สื่อประชาสัมพันธ์	เพศ	จำนวน	μ	σ	t-test	P-Value
3. เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน	ชาย	17	3.82	0.95	1.582	0.123
	หญิง	72	3.38	1.40		
4. บันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน)	ชาย	17	3.65	1.22	1.315	0.192
	หญิง	72	3.18	1.34		
5. การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา	ชาย	17	4.00	0.94	2.022	0.052
	หญิง	72	3.18	1.21		
6. เว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (https://www.het.rmutt.ac.th)	ชาย	17	3.18	1.33	1.955	0.054
	หญิง	72	2.33	1.65		
7. เว็บไซต์กองนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (https://www.pld.rmutt.ac.th)	ชาย	17	2.88	1.41	1.813	0.081
	หญิง	72	2.17	1.68		
8. งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ เป็นผู้จัด	ชาย	17	3.47	1.33	1.224	0.232
	หญิง	72	3.03	1.39		
รวม					1.941	0.055

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.13 แสดงว่าเพศที่ต่างกันมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.2 ผู้ที่มีอายุแตกต่างกันจะมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยี
คหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบความแตกต่างของอายุที่มีต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยี
คหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ

สื่อประชาสัมพันธ์	อายุ	จำนวน	μ	σ	F-test	P-Value
1. หัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่ สูงกว่า 1 ชั้น)	21-30 ปี	10	3.70	1.57	0.578	0.631
	31-40 ปี	29	3.76	1.12		
	41-50 ปี	28	3.29	1.46		
	51-60 ปี	22	3.45	1.71		
2. เพื่อนร่วมงาน	21-30 ปี	10	3.40	1.51	1.260	0.293
	31-40 ปี	29	3.41	0.78		
	41-50 ปี	28	2.86	1.24		
	51-60 ปี	22	3.18	1.26		
3. เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและ วางแผน	21-30 ปี	10	3.40	1.43	1.620	0.191
	31-40 ปี	29	3.90	0.90		
	41-50 ปี	28	3.21	1.50		
	51-60 ปี	22	3.23	1.48		
4. บันทึกข้อความ หนังสือ ราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบาย และแผน, หนังสือเวียนจาก ฝ่ายบริหารและวางแผน)	21-30 ปี	10	3.50	1.58	1.917	0.133
	31-40 ปี	29	3.62	0.90		
	41-50 ปี	28	3.82	1.39		
	51-60 ปี	22	3.27	1.49		
5. การประชุมบุคลากรของ คณะเทคโนโลยีคหกรรม ศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา	21-30 ปี	10	3.60	1.35	1.005	0.395
	31-40 ปี	29	3.76	0.79		
	41-50 ปี	28	3.25	1.40		
	51-60 ปี	22	3.68	1.21		
6. เว็บไซต์คณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์ (https://www.het.rmutt. ac.th)	21-30 ปี	10	3.00	1.25	1.924	0.132
	31-40 ปี	29	2.59	1.57		
	41-50 ปี	28	1.93	1.84		
	51-60 ปี	22	2.86	1.42		

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบความแตกต่างของอายุที่มีต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ (ต่อ)

สื่อประชาสัมพันธ์	อายุ	จำนวน	μ	σ	F-test	P-Value
7. เว็บไซต์กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (https://www.pld.rmutt.ac.th)	21-30 ปี	10	2.70	1.70	1.127	0.343
	31-40 ปี	29	2.38	1.68		
	41-50 ปี	28	1.86	1.69		
	51-60 ปี	22	2.59	1.50		
8. งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผนคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด	21-30 ปี	10	3.00	1.70	1.018	0.389
	31-40 ปี	29	3.41	1.02		
	41-50 ปี	28	2.79	1.40		
	51-60 ปี	22	3.18	1.62		
รวม					1.860	0.143

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.14 แสดงว่าอายุที่ต่างกันมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.3 ผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกันจะมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบความแตกต่างของประสบการณ์ในการทำงานที่มีต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ

สื่อประชาสัมพันธ์	ประสบการณ์ในการทำงาน	จำนวน	μ	σ	F-test	P-Value
1. หัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น)	ไม่เกิน 3 ปี	12	3.25	1.66	1.267	0.286
	3-5 ปี	10	4.20	0.92		
	6-8 ปี	17	3.53	1.12		
	9-11 ปี	17	3.88	1.27		
	12-14 ปี	4	2.50	0.58		
	ตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป	29	3.34	1.72		
2. เพื่อนร่วมงาน	ไม่เกิน 3 ปี	12	2.92	1.51	0.510	0.768
	3-5 ปี	10	3.60	0.84		
	6-8 ปี	17	3.24	1.03		
	9-11 ปี	17	3.24	1.03		
	12-14 ปี	4	2.75	0.50		
	ตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป	29	3.14	1.30		
3. เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน	ไม่เกิน 3 ปี	12	2.83	1.40	1.245	0.296
	3-5 ปี	10	3.80	0.79		
	6-8 ปี	17	3.88	1.27		
	9-11 ปี	17	3.65	1.32		
	12-14 ปี	4	3.50	1.00		
	ตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป	29	3.24	1.48		
4. บันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน)	ไม่เกิน 3 ปี	12	2.92	1.38	0.938	0.461
	3-5 ปี	10	3.80	1.14		
	6-8 ปี	17	3.47	1.28		
	9-11 ปี	17	3.41	1.18		
	12-14 ปี	4	2.50	1.00		
	ตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป	29	3.14	1.48		

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบความแตกต่างของประสบการณ์ในการทำงานที่มีต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ (ต่อ)

สื่อประชาสัมพันธ์	ประสบการณ์ในการทำงาน	จำนวน	μ	σ	F-test	P-Value
5. การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา	ไม่เกิน 3 ปี	12	3.17	1.40	1.177	0.328
	3-5 ปี	10	3.70	0.95		
	6-8 ปี	17	3.53	1.01		
	9-11 ปี	17	3.71	1.26		
	12-14 ปี	4	2.50	0.58		
	ตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป	29	3.76	1.21		
6. เว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (https://www.het.rmutt.ac.th)	ไม่เกิน 3 ปี	12	2.42	1.56	2.483	0.038*
	3-5 ปี	10	3.30	0.95		
	6-8 ปี	17	1.71	1.53		
	9-11 ปี	17	2.12	2.00		
	12-14 ปี	4	1.75	2.06		
	ตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป	29	3.03	1.38		
7. เว็บไซต์กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (https://www.pld.rmutt.ac.th)	ไม่เกิน 3 ปี	12	2.17	1.70	2.578	0.032*
	3-5 ปี	10	3.10	1.20		
	6-8 ปี	17	1.53	1.66		
	9-11 ปี	17	1.82	1.94		
	12-14 ปี	4	1.75	1.50		
	ตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป	29	2.90	1.35		
8. งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผนคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด	ไม่เกิน 3 ปี	12	2.33	1.67	1.055	0.391
	3-5 ปี	10	3.50	0.85		
	6-8 ปี	17	3.18	1.38		
	9-11 ปี	17	3.06	1.20		
	12-14 ปี	4	3.00	0.82		
	ตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป	29	3.31	1.54		
รวม					1.168	0.332

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบ One-Way ANOVA พบว่า บุคลากรที่มีประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อย่อยพบว่าประสบการณ์ในการทำงานที่ต่างกัน มีการรับรู้แผนงบประมาณจากเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (<https://www.het.rmutt.ac.th>) และเว็บไซต์กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (<https://www.pld.rmutt.ac.th>) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประสบการณ์ในการทำงานที่ละคู่ด้วยวิธี ผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Different: LSD) ดังแสดงในตารางที่ 4.16 และตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (<https://www.het.rmutt.ac.th>) จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน

เว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (https://www.het.rmutt.ac.th)						
ประสบการณ์ ในการทำงาน	ไม่เกิน 3 ปี ($\mu = 2.42$)	3 – 5 ปี ($\mu = 3.30$)	6-8 ปี ($\mu = 1.71$)	9 – 11 ปี ($\mu = 2.12$)	12 – 14 ปี ($\mu = 1.75$)	ตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป ($\mu = 3.03$)
ไม่เกิน 3 ปี ($\mu = 2.42$)		-0.883 (0.190)	0.711 (0.230)	0.299 (0.613)	0.667 (0.461)	-0.618 (0.252)
3-5 ปี ($\mu = 3.30$)			1.594 (0.012)*	1.182 (0.061)	1.550 (0.097)	0.266 (0.644)
6-8 ปี ($\mu = 1.71$)				-0.412 (0.444)	-0.044 (0.960)	-1.329 (0.007)*
9-11 ปี ($\mu = 2.12$)					0.368 (0.673)	-0.917 (0.058)
12-14 ปี ($\mu = 1.75$)						-1.284 (0.126)
ตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป ($\mu = 3.03$)						

หมายเหตุ: * ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.16 เมื่อนำผลการทดสอบ One-Way ANOVA มาทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ โดยวิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Different: LSD) พบว่ามีความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประสบการณ์ในการทำงาน ดังนี้

บุคลากรกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 3 – 5 ปี มีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (<https://www.het.rmutt.ac.th>) สูงกว่ากลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 6 -8 ปี

บุคลากรกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 6 -8 ปี มีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (<https://www.het.rmutt.ac.th>) ต่ำกว่ากลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงานตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากเว็บไซต์กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (<https://www.pld.rmutt.ac.th>) จำแนกตามประสบการณ์ในการทำงาน

เว็บไซต์กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (https://www.pld.rmutt.ac.th)						
ประสบการณ์ ในการทำงาน	ไม่เกิน 3 ปี ($\mu = 2.17$)	3 – 5 ปี ($\mu = 3.10$)	6 -8 ปี ($\mu = 1.53$)	9 – 11 ปี ($\mu = 1.82$)	12 – 14 ปี ($\mu = 1.75$)	ตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป ($\mu = 2.90$)
ไม่เกิน 3 ปี ($\mu = 2.17$)		-0.933 (0.171)	0.637 (0.287)	0.343 (0.566)	0.417 (0.649)	-0.730 (0.182)
3 – 5 ปี ($\mu = 3.10$)			1.571 (0.014)*	1.276 (0.046)*	1.350 (0.152)	0.203 (0.726)
6 -8 ปี ($\mu = 1.53$)				-0.294 (0.588)	-0.221 (0.802)	-1.367 (0.006)*
9 – 11 ปี ($\mu = 1.82$)					0.074 (0.933)	-1.073 (0.029)*
12 – 14 ปี ($\mu = 1.75$)						-1.147 (0.177)
ตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป ($\mu = 2.90$)						

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.17 เมื่อนำผลการทดสอบ One-Way ANOVA มาทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ โดยวิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Different: LSD) พบว่ามีความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประสบการณ์ในการทำงาน ดังนี้

บุคลากรกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 3 – 5 ปี มีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากเว็บไซต์กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (<https://www.pld.rmutt.ac.th>) สูงกว่ากลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 6 -8 ปี และกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 9-11 ปี

บุคลากรกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 6-8 ปี และกลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 9-11 ปี มีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากเว็บไซต์กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (<https://www.pld.rmutt.ac.th>) ต่ำกว่ากลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงาน ตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป

สมมติฐานย่อย 1.4 ประเภทบุคลากรต่างกันจะมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน



ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบความแตกต่างประเภทบุคลากรที่มีต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ

สื่อประชาสัมพันธ์	ประเภทบุคลากร	จำนวน	μ	σ	F-test	P-Value
1. หัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น)	สายวิชาการ : ผู้บริหาร	12	4.83	0.39	2.530	0.027*
	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ)	13	3.08	1.66		
	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย)	19	3.32	1.38		
	สายสนับสนุนวิชาการ : หัวหน้างาน	4	4.25	0.50		
	สายสนับสนุนวิชาการ : เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	23	3.26	1.68		
	สายสนับสนุนวิชาการ : นักวิชาการศึกษา	11	3.45	1.13		
	สายสนับสนุนวิชาการ : อื่นๆ	7	3.29	1.11		
2. เพื่อนร่วมงาน	สายวิชาการ : ผู้บริหาร	12	3.92	0.90	1.406	0.222
	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ)	13	3.08	0.95		
	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย)	19	2.95	1.39		
	สายสนับสนุนวิชาการ : หัวหน้างาน	4	3.00	1.63		
	สายสนับสนุนวิชาการ : เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	23	2.91	1.16		
	สายสนับสนุนวิชาการ : นักวิชาการศึกษา	11	3.55	0.69		
	สายสนับสนุนวิชาการ : อื่นๆ	7	3.14	1.21		

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบความแตกต่างประเภทบุคลากรที่มีต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ (ต่อ)

สื่อประชาสัมพันธ์	ประเภทบุคลากร	จำนวน	μ	σ	F-test	P-Value
3. เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน	สายวิชาการ : ผู้บริหาร	12	4.42	0.67	3.073	0.009*
	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ)	13	2.85	1.34		
	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย)	19	3.21	1.44		
	สายสนับสนุนวิชาการ : หัวหน้างาน	4	4.25	0.50		
	สายสนับสนุนวิชาการ : เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	23	3.17	1.47		
	สายสนับสนุนวิชาการ : นักวิชาการศึกษา	11	4.18	0.98		
	สายสนับสนุนวิชาการ : อื่นๆสายสนับสนุน : อื่นๆ	7	3.00	1.00		
4. บันทึกข้อความ หนังสือราชการ ปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน)	สายวิชาการ : ผู้บริหาร	12	4.08	1.00	1.962	0.081
	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ)	13	3.00	1.41		
	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย)	19	2.68	1.38		
	สายสนับสนุนวิชาการ : หัวหน้างาน	4	4.25	0.50		
	สายสนับสนุนวิชาการ : เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	23	3.30	1.43		
	สายสนับสนุนวิชาการ : นักวิชาการศึกษา	11	3.27	1.01		
	สายสนับสนุนวิชาการ : อื่นๆ	7	3.29	1.25		

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบความแตกต่างประเภทบุคลากรที่มีต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ (ต่อ)

สื่อประชาสัมพันธ์	ประเภทบุคลากร	จำนวน	μ	σ	F-test	P-Value
5. การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา	สายวิชาการ : ผู้บริหาร	12	4.67	0.49	3.074	0.009*
	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ)	13	3.46	1.33		
	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย)	19	3.37	1.16		
	สายสนับสนุนวิชาการ : หัวหน้างาน	4	4.25	0.50		
	สายสนับสนุนวิชาการ : เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	23	3.22	1.35		
	สายสนับสนุนวิชาการ : นักวิชาการศึกษา	11	3.64	0.67		
	สายสนับสนุนวิชาการ : อื่นๆ	7	3.00	1.00		
6. เว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (https://www.het.rmutt.ac.th)	สายวิชาการ : ผู้บริหาร	12	2.67	1.87	0.636	0.701
	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ)	13	2.92	1.12		
	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย)	19	2.32	1.89		
	สายสนับสนุนวิชาการ : หัวหน้างาน	4	2.00	2.31		
	สายสนับสนุนวิชาการ : เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	23	2.70	1.33		
	สายสนับสนุนวิชาการ : นักวิชาการศึกษา	11	1.82	1.83		
	สายสนับสนุนวิชาการ : อื่นๆ	7	2.57	1.62		

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบความแตกต่างประเภทบุคลากรที่มีต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ (ต่อ)

สื่อประชาสัมพันธ์	ประเภทบุคลากร	จำนวน	μ	σ	F-test	P-Value
7. เว็บไซต์กองนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี (https://www.pld.rmutt.ac.th)	สายวิชาการ : ผู้บริหาร	12	2.67	1.97	0.794	0.577
	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ)	13	2.85	0.90		
	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย)	19	1.89	1.82		
	สายสนับสนุนวิชาการ : หัวหน้างาน	4	2.00	2.31		
	สายสนับสนุนวิชาการ : เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	23	2.43	1.53		
	สายสนับสนุนวิชาการ : นักวิชาการศึกษา	11	1.73	1.79		
	สายสนับสนุนวิชาการ : อื่นๆ	7	2.43	1.51		
8. งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและ วางแผน คณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด	สายวิชาการ : ผู้บริหาร	12	4.42	0.51	3.209	0.007*
	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ)	13	2.85	1.34		
	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย)	19	2.84	1.42		
	สายสนับสนุนวิชาการ : หัวหน้างาน	4	3.75	0.96		
	สายสนับสนุนวิชาการ : เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	23	2.74	1.57		
	สายสนับสนุนวิชาการ : นักวิชาการศึกษา	11	3.45	0.69		
	สายสนับสนุนวิชาการ : อื่นๆ	7	2.43	1.51		
รวม					1.941	0.084

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบ One-Way ANOVA พบว่า ประเภทบุคลากรมีผลต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อย่อยพบว่า ประเภทบุคลากรที่ต่างกัน มีการรับรู้แผนงบประมาณจากหัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น), เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน, การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา และงานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประสบการณ์ในการทำงานที่ละคู่ด้วยวิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Different: LSD) ดังแสดงในตารางที่ 4.19 ถึง 4.22



ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากหัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) จำแนกตามประเภทบุคลากร

หัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น)							
ประเภทบุคลากร	สายวิชาการ : ผู้บริหาร ($\mu = 4.83$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ) ($\mu = 3.08$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย) ($\mu = 3.32$)	สายสนับสนุน วิชาการ : หัวหน้างาน ($\mu = 4.25$)	สายสนับสนุน วิชาการ : เจ้าหน้าที่ บริหารงานทั่วไป ($\mu = 3.26$)	สายสนับสนุน วิชาการ : นักวิชาการ ศึกษา ($\mu = 3.45$)	สายสนับสนุน วิชาการ : อื่นๆ ($\mu = 3.29$)
สายวิชาการ : ผู้บริหาร ($\mu = 4.83$)		1.756 (0.002)*	1.518 (0.003)*	0.583 (0.460)	1.572 (0.002)*	1.379 (0.017)*	1.548 (0.019)*
สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ) ($\mu = 3.08$)			-0.239 (0.627)	-1.173 (0.136)	-0.184 (0.698)	-0.378 (0.500)	-0.209 (0.744)

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากหัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) จำแนกตามประเภทบุคลากร (ต่อ)

หัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น)							
ประเภทบุคลากร	สายวิชาการ : ผู้บริหาร ($\mu = 4.83$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ) ($\mu = 3.08$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย) ($\mu = 3.32$)	สายสนับสนุน วิชาการ : หัวหน้างาน ($\mu = 4.25$)	สายสนับสนุน วิชาการ : เจ้าหน้าที่ บริหารงานทั่วไป ($\mu = 3.26$)	สายสนับสนุน วิชาการ : นักวิชาการ ศึกษา ($\mu = 3.45$)	สายสนับสนุน วิชาการ : อื่นๆ ($\mu = 3.29$)
สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงาน มหาวิทยาลัย) ($\mu = 3.32$)				-0.934 (0.216)	0.055 (0.897)	-0.139 (0.789)	0.030 (0.960)
สายสนับสนุนวิชาการ : หัวหน้างาน ($\mu = 4.25$)					0.989 (0.184)	0.795 (0.320)	0.964 (0.262)

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากหัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) จำแนกตามประเภทบุคลากร (ต่อ)

หัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น)							
ประเภทบุคลากร	สายวิชาการ : ผู้บริหาร ($\mu = 4.83$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ) ($\mu = 3.08$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย) ($\mu = 3.32$)	สายสนับสนุน วิชาการ : หัวหน้างาน ($\mu = 4.25$)	สายสนับสนุน วิชาการ : เจ้าหน้าที่ บริหารงานทั่วไป ($\mu = 3.26$)	สายสนับสนุน วิชาการ : นักวิชาการ ศึกษา ($\mu = 3.45$)	สายสนับสนุน วิชาการ : อื่นๆ ($\mu = 3.29$)
สายสนับสนุนวิชาการ : เจ้าหน้าที่ บริหารงานทั่วไป ($\mu = 3.26$)						-0.194 (0.699)	-0.025 (0.966)
สายสนับสนุนวิชาการ : นักวิชาการศึกษา ($\mu = 3.45$)							0.169 (0.798)
สายสนับสนุนวิชาการ : อื่นๆ ($\mu = 3.29$)							

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.19 เมื่อนำผลการทดสอบ One-Way ANOVA มาทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากหัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) โดยวิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Different: LSD) พบว่า บุคลากรสายวิชาการประเภทผู้บริหารมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากหัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) สูงกว่าบุคลากรสายวิชาการประเภทอาจารย์ผู้สอนทั้งที่เป็นข้าราชการ พนักงานมหาวิทยาลัย และบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการประเภทเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป นักวิชาการศึกษา บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการประเภทอื่น ๆ ได้แก่ เลี้ยงเด็ก เจ้าพนักงานห้องปฏิบัติการ



ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน จำแนกตามประเภทบุคลากร

เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน							
ประเภทบุคลากร	สายวิชาการ : ผู้บริหาร ($\mu = 4.42$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ) ($\mu = 2.85$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย) ($\mu = 3.21$)	สายสนับสนุน วิชาการ : หัวหน้างาน ($\mu = 4.25$)	สายสนับสนุน วิชาการ : เจ้าหน้าที่ บริหารงานทั่วไป ($\mu = 3.17$)	สายสนับสนุน วิชาการ : นักวิชาการ ศึกษา ($\mu = 4.18$)	สายสนับสนุน วิชาการ : อื่นๆ ($\mu = 3.00$)
สายวิชาการ :ผู้บริหาร ($\mu = 4.42$)		1.571 (0.002)*	1.206 (0.010)*	0.167 (0.817)	1.243 (0.006)*	0.235 (0.653)	1.417 (0.019)*
สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ) ($\mu = 2.85$)			-0.364 (0.419)	-1.404 (0.052)	-0.328 (0.451)	-1.336 (0.011)*	-1.154 (0.793)

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน จำแนกตามประเภทบุคลากร (ต่อ)

เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน							
ประเภทบุคลากร	สายวิชาการ : ผู้บริหาร ($\mu = 2.67$)	สายวิชาการ : ผู้บริหาร ($\mu = 4.42$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ) ($\mu = 2.85$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงาน มหาวิทยาลัย) ($\mu = 3.21$)	สายสนับสนุน วิชาการ : หัวหน้างาน ($\mu = 4.25$)	สายสนับสนุน วิชาการ : เจ้าหน้าที่ บริหารงานทั่วไป ($\mu = 3.17$)	สายสนับสนุน วิชาการ : นักวิชาการ ศึกษา ($\mu = 4.18$)
สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงาน มหาวิทยาลัย) ($\mu = 3.21$)				-1.039 (0.133)	0.037 (0.925)	-0.971 (0.043)*	0.211 (0.704)
สายสนับสนุนวิชาการ : หัวหน้างาน ($\mu = 4.25$)					1.076 (0.115)	0.068 (0.926)	1.250 (0.114)

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน จำแนกตามประเภทบุคลากร (ต่อ)

เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน							
ประเภทบุคลากร	สายวิชาการ : ผู้บริหาร ($\mu = 2.67$)	สายวิชาการ : ผู้บริหาร ($\mu = 4.42$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ) ($\mu = 2.85$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงาน มหาวิทยาลัย) ($\mu = 3.21$)	สายสนับสนุน วิชาการ : หัวหน้างาน ($\mu = 4.25$)	สายสนับสนุน วิชาการ : เจ้าหน้าที่ บริหารงานทั่วไป ($\mu = 3.17$)	สายสนับสนุน วิชาการ : นักวิชาการ ศึกษา ($\mu = 4.18$)
สายสนับสนุนวิชาการ : เจ้าหน้าที่ บริหารงานทั่วไป ($\mu = 3.17$)						-1.008 (0.030)*	0.174 (0.747)
สายสนับสนุนวิชาการ : นักวิชาการศึกษา ($\mu = 4.18$)							1.182 (0.053)
สายสนับสนุนวิชาการ : อื่นๆ ($\mu = 3.00$)							

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.20 เมื่อนำผลการทดสอบ One-Way ANOVA มาทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน โดยวิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Different: LSD) พบว่ามีความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประเภทบุคลากร ดังนี้

1) บุคลากรสายวิชาการประเภทผู้บริหาร

(1) บุคลากรสายวิชาการประเภทผู้บริหารมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน สูงกว่าบุคลากรสายวิชาการประเภทอาจารย์ผู้สอนทั้งที่เป็นข้าราชการและพนักงานมหาวิทยาลัย บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป และสายสนับสนุนวิชาการ : อื่นๆ ได้แก่ พี่เลี้ยงเด็ก เจ้าพนักงานห้องปฏิบัติการ

(2) บุคลากรสายวิชาการ ประเภทอาจารย์ผู้สอนทั้งที่เป็นข้าราชการและพนักงานมหาวิทยาลัย มีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน ต่ำกว่าสายสนับสนุนวิชาการ นักวิชาการศึกษา

2) บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป มีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน ต่ำกว่าสายสนับสนุนวิชาการ นักวิชาการศึกษา



ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากการประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา จำแนกตามประเภทบุคลากร

การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา							
ประเภทบุคลากร	สายวิชาการ : ผู้บริหาร ($\mu = 4.67$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ) ($\mu = 3.46$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย) ($\mu = 3.37$)	สายสนับสนุน วิชาการ : หัวหน้างาน ($\mu = 4.25$)	สายสนับสนุน วิชาการ : เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ($\mu = 3.22$)	สายสนับสนุน วิชาการ : นักวิชาการศึกษา ($\mu = 3.64$)	สายสนับสนุน วิชาการ : อื่นๆ ($\mu = 3.00$)
สายวิชาการ : ผู้บริหาร ($\mu = 4.67$)		1.205 (0.008)*	1.298 (0.002)*	0.417 (0.514)	1.449 (0.000)*	1.030 (0.028)*	1.667 (0.002)*
สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ) ($\mu = 3.46$)			0.093 (0.815)	-0.788 (0.214)	0.244 (0.525)	-0.175 (0.700)	0.462 (0.374)
สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย) ($\mu = 3.37$)				0.882 (0.150)	0.151 (0.660)	-0.268 (0.523)	0.368 (0.452)

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากการประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา จำแนกตามประเภทบุคลากร (ต่อ)

การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา							
ประเภทบุคลากร	สายวิชาการ : ผู้บริหาร ($\mu = 4.67$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ) ($\mu = 3.46$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย) ($\mu = 3.37$)	สายสนับสนุน วิชาการ : หัวหน้างาน ($\mu = 4.25$)	สายสนับสนุน วิชาการ : เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ($\mu = 3.22$)	สายสนับสนุน วิชาการ : นักวิชาการศึกษา ($\mu = 3.64$)	สายสนับสนุน วิชาการ : อื่นๆ ($\mu = 3.00$)
สายสนับสนุนวิชาการ : หัวหน้างาน ($\mu = 4.25$)					1.033 (0.087)	0.614 (0.034)	1.250 (0.074)
สายสนับสนุนวิชาการ : เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ($\mu = 3.22$)						-0.419 (0.303)	0.217 (0.649)
สายสนับสนุนวิชาการ : นักวิชาการศึกษา ($\mu = 3.64$)							0.636 (0.236)

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากการประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา จำแนกตามประเภทบุคลากร (ต่อ)

การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา							
ประเภท บุคลากร	สายวิชาการ : ผู้บริหาร ($\mu = 4.67$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ) ($\mu = 3.46$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย) ($\mu = 3.37$)	สายสนับสนุน วิชาการ : หัวหน้างาน ($\mu = 4.25$)	สายสนับสนุน วิชาการ : เจ้าหน้าที่ บริหารงานทั่วไป ($\mu = 3.22$)	สายสนับสนุน วิชาการ : นักวิชาการ ศึกษา ($\mu = 3.64$)	สายสนับสนุน วิชาการ : อื่นๆ ($\mu = 3.00$)
สายสนับสนุนวิชาการ : อื่นๆ ($\mu = 3.00$)							

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



จากตารางที่ 4.21 เมื่อนำผลการทดสอบ One-Way ANOVA มาทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากการประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา โดยวิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Different: LSD) พบว่าบุคลากรสายวิชาการประเภทผู้บริหาร มีการรับรู้สูงกว่าบุคลากรประเภทอื่น ๆ แทบทั้งหมด ยกเว้น บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ หัวหน้างาน



ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากงานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด จำแนกตามประเภทบุคลากร

งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด							
ประเภทบุคลากร	สายวิชาการ : ผู้บริหาร ($\mu = 4.42$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ) ($\mu = 2.85$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย) ($\mu = 2.84$)	สายสนับสนุน วิชาการ : หัวหน้างาน ($\mu = 3.75$)	สายสนับสนุน วิชาการ : เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ($\mu = 2.74$)	สายสนับสนุน วิชาการ : นักวิชาการศึกษา ($\mu = 3.45$)	สายสนับสนุน วิชาการ : อื่นๆ ($\mu = 2.43$)
สายวิชาการ : ผู้บริหาร ($\mu = 4.42$)		1.571 (0.003)*	1.575 (0.001)*	0.667 (0.374)	1.678 (0.000)*	0.962 (0.078)	1.988 (0.002)*
สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ) ($\mu = 2.85$)			0.004 (0.993)	-0.904 (0.224)	0.107 (0.812)	-0.608 (0.254)	0.418 (0.492)
สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย) ($\mu = 2.84$)				-0.908 (0.205)	0.103 (0.798)	-0.612 (0.214)	0.414 (0.471)

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากงานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด จำแนกตามประเภทบุคลากร (ต่อ)

งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด							
ประเภทบุคลากร	สายวิชาการ : ผู้บริหาร ($\mu = 4.42$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ) ($\mu = 2.85$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย) ($\mu = 2.84$)	สายสนับสนุน วิชาการ : หัวหน้างาน ($\mu = 3.75$)	สายสนับสนุน วิชาการ : เจ้าหน้าที่ บริหารงานทั่วไป ($\mu = 2.74$)	สายสนับสนุน วิชาการ : นักวิชาการ ศึกษา ($\mu = 3.45$)	สายสนับสนุน วิชาการ : อื่นๆ ($\mu = 2.43$)
สายสนับสนุนวิชาการ : หัวหน้างาน ($\mu = 3.75$)					1.011 (0.152)	0.295 (0.696)	1.321 (0.106)
สายสนับสนุนวิชาการ : เจ้าหน้าที่ บริหารงานทั่วไป ($\mu = 2.74$)						-0.715 (0.135)	0.311 (0.579)
สายสนับสนุนวิชาการ : นักวิชาการศึกษา ($\mu = 3.45$)							1.026 (0.104)

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากงานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด จำแนกตามประเภทบุคลากร (ต่อ)

งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด							
ประเภทบุคลากร	สายวิชาการ : ผู้บริหาร ($\mu = 4.42$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ) ($\mu = 2.85$)	สายวิชาการ : อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย) ($\mu = 2.84$)	สายสนับสนุน วิชาการ : หัวหน้างาน ($\mu = 3.75$)	สายสนับสนุน วิชาการ : เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ($\mu = 2.74$)	สายสนับสนุน วิชาการ : นักวิชาการศึกษา ($\mu = 3.45$)	สายสนับสนุน วิชาการ : อื่นๆ ($\mu = 2.43$)
สายสนับสนุนวิชาการ : อื่นๆ ($\mu = 2.43$)							

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.22 เมื่อนำผลการทดสอบ One-Way ANOVA มาทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด โดยวิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Different: LSD) พบว่าบุคลากรสายวิชาการประเภทผู้บริหาร มีการรับรู้สูงกว่าบุคลากรสายวิชาการทั้งที่เป็นข้าราชการและพนักงานมหาวิทยาลัย บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป และสายสนับสนุนวิชาการประเภทอื่น ๆ

สมมติฐานย่อย 1.5 ลักษณะงานที่ทำต่างกันจะมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบความแตกต่างจากลักษณะงานที่ทำ ที่มีต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ

สื่อประชาสัมพันธ์	ลักษณะงานที่ทำ	จำนวน (คำตอบ)	μ	σ	F-test	P- Value
1. หัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูง กว่า 1 ชั้น)	งานบริหารองค์กร	14	4.71	0.61	3.205	0.010*
	การเรียนการสอน	46	3.57	1.41		
	เจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ	12	2.58	1.68		
	เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ COE	5	3.40	2.07		
	เจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน	21	3.71	1.27		
	อื่น ๆ	4	3.75	1.50		
2. เพื่อนร่วมงาน	งานบริหารองค์กร	14	3.93	0.83	1.922	0.098
	การเรียนการสอน	46	3.26	1.16		
	เจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ	12	2.58	1.08		
	เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ COE	5	3.00	1.87		
	เจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน	21	3.10	1.14		
	อื่น ๆ	4	3.25	0.96		

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบความแตกต่างจากลักษณะงานที่ทำ ที่มีต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ (ต่อ)

สื่อประชาสัมพันธ์	ลักษณะงานที่ทำ	จำนวน (คำตอบ)	μ	σ	F-test	P- Value
3. เจ้าหน้าที่ฝ่าย บริหารและวางแผน	งานบริหารองค์กร	14	4.36	0.74	2.191	0.061
	การเรียนการสอน	46	3.41	1.31		
	เจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ	12	2.75	1.82		
	เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ COE	5	3.80	2.17		
	เจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน	21	3.67	1.02		
	อื่น ๆ	4	3.25	0.96		
4. บันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจาก กองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่าย บริหารและวางแผน)	งานบริหารองค์กร	14	4.00	0.96	2.957	0.016*
	การเรียนการสอน	46	3.15	1.35		
	เจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ	12	2.33	1.37		
	เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ COE	5	3.20	1.92		
	เจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน	21	3.76	1.04		
	อื่น ๆ	4	3.50	1.00		
5. การประชุมบุคลากร ของคณะเทคโนโลยีค หกรรมศาสตร์แต่ละ ภาคการศึกษา	งานบริหารองค์กร	14	4.43	0.85	4.741	0.001*
	การเรียนการสอน	46	3.65	1.14		
	เจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ	12	2.33	1.37		
	เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ COE	5	3.40	1.95		
	เจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน	21	3.81	0.81		
	อื่น ๆ	4	3.50	1.29		
6. เว็บไซต์คณะ เทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์ (https://www.het.r mutt.ac.th)	งานบริหารองค์กร	14	2.64	1.86	1.425	0.222
	การเรียนการสอน	46	2.35	1.69		
	เจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ	12	1.50	1.51		
	เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ COE	5	2.00	2.00		
	เจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน	21	2.95	1.28		
	อื่น ๆ	4	3.00	2.00		

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบความแตกต่างจากลักษณะงานที่ทำ ที่มีต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ (ต่อ)

สื่อประชาสัมพันธ์	ลักษณะงานที่ทำ	จำนวน (คำตอบ)	μ	σ	F-test	P- Value
7. เว็บไซต์กอง นโยบายและแผน มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี (https://www.pld.rmutt.ac.th)	งานบริหารองค์กร	14	2.43	1.87	1.039	0.399
	การเรียนการสอน	46	2.20	1.69		
	เจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ	12	1.42	1.44		
	เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ COE	5	2.00	2.00		
	เจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน	21	2.71	1.55		
	อื่น ๆ	4	2.75	1.89		
8. งานสัมมนาที่ฝ่าย บริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์เป็นผู้ จัด	งานบริหารองค์กร	14	4.14	1.10	2.849	0.019*
	การเรียนการสอน	46	3.20	1.31		
	เจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ	12	2.17	1.64		
	เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ COE	5	2.80	1.64		
	เจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน	21	3.29	1.23		
	อื่น ๆ	4	3.00	2.16		
รวม					3.753	0.004*

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบ One-Way ANOVA พบว่า ลักษณะงานที่ทำ มีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายข้อย่อยพบว่า ลักษณะงานที่ทำต่างกัน มีการรับรู้แผนงบประมาณจากหัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น), บันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน), การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา และงานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยลักษณะงานที่ทำทีละคู่ด้วยวิธี ผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Different: LSD) ดังแสดงในตารางที่ 4.24 ถึง 4.27

ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากหัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) จำแนกตามลักษณะงานที่ทำ

หัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น)						
ลักษณะงานที่ทำ	งานบริหารองค์กร ($\mu = 4.71$)	การเรียนการสอน ($\mu = 3.57$)	เจ้าหน้าที่ประจำ ห้องปฏิบัติการ ($\mu = 2.58$)	เจ้าหน้าที่ประจำ ศูนย์ COE ($\mu = 3.40$)	เจ้าหน้าที่ประจำ สำนักงาน ($\mu = 3.71$)	อื่นๆ ($\mu = 3.75$)
งานบริหารองค์กร ($\mu = 4.71$)		1.149 (0.007)*	2.131 (0.000)*	1.314 (0.070)	1.000 (0.038)*	0.964 (0.219)
การเรียนการสอน ($\mu = 3.57$)			0.982 (0.030)*	0.165 (0.799)	-0.149 (0.681)	-0.185 (0.797)
เจ้าหน้าที่ประจำ ห้องปฏิบัติการ ($\mu = 2.58$)				-0.817 (0.267)	-1.131 (0.025)*	-1.167 (0.145)
เจ้าหน้าที่ประจำ ศูนย์ COE ($\mu = 3.40$)					-0.314 (0.647)	-0.350 (0.705)

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากหัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) จำแนกตามลักษณะงานที่ทำ (ต่อ)

หัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น)						
ลักษณะงานที่ทำ	งานบริหารองค์กร ($\mu = 4.71$)	การเรียนการสอน ($\mu = 3.57$)	เจ้าหน้าที่ประจำ ห้องปฏิบัติการ ($\mu = 2.58$)	เจ้าหน้าที่ประจำ ศูนย์ COE ($\mu = 3.40$)	เจ้าหน้าที่ประจำ สำนักงาน ($\mu = 3.71$)	อื่นๆ ($\mu = 3.75$)
เจ้าหน้าที่ประจำ สำนักงาน ($\mu = 3.71$)						-0.036 (0.962)
อื่นๆ ($\mu = 3.75$)						

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



จากตารางที่ 4.24 เมื่อนำผลการทดสอบ One-Way ANOVA มาทำการเปรียบเทียบ รับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากหัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) โดยวิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Different: LSD) พบว่ามีความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยลักษณะงานที่ทำ ดังนี้

งานบริหารองค์กรมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากหัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) สูงกว่างานการเรียนการสอน เจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ เจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน

งานการเรียนการสอน มีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากหัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) สูงกว่าเจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ

เจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ มีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากหัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) ต่ำกว่าเจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน



ตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากบันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน) จำแนกตามลักษณะงานที่ทำ

บันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน)						
ลักษณะงานที่ทำ	งานบริหารองค์กร ($\mu = 4.00$)	การเรียนการสอน ($\mu = 3.15$)	เจ้าหน้าที่ประจำ ห้องปฏิบัติการ ($\mu = 2.33$)	เจ้าหน้าที่ประจำ ศูนย์ COE ($\mu = 3.20$)	เจ้าหน้าที่ประจำ สำนักงาน ($\mu = 3.76$)	อื่นๆ ($\mu = 3.50$)
งานบริหารองค์กร ($\mu = 4.00$)		0.848 (0.031)*	1.667 (0.001)*	0.800 (0.229)	0.238 (0.587)	0.500 (0.488)
การเรียนการสอน ($\mu = 3.15$)			0.819 (0.049)*	-0.048 (0.936)	-0.610 (0.071)	-0.348 (0.600)
เจ้าหน้าที่ประจำ ห้องปฏิบัติการ ($\mu = 2.33$)				-0.867 (0.202)	-1.429 (0.002)*	-1.167 (0.114)
เจ้าหน้าที่ประจำ ศูนย์ COE ($\mu = 3.20$)					-0.562 (0.375)	-0.300 (0.725)

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากบันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน) จำแนกตามลักษณะงานที่ทำ (ต่อ)

บันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน)						
ลักษณะงานที่ทำ	งานบริหารองค์กร ($\mu = 4.00$)	การเรียนการสอน ($\mu = 3.15$)	เจ้าหน้าที่ประจำ ห้องปฏิบัติการ ($\mu = 2.33$)	เจ้าหน้าที่ประจำ ศูนย์ COE ($\mu = 3.20$)	เจ้าหน้าที่ประจำ สำนักงาน ($\mu = 3.76$)	อื่นๆ ($\mu = 3.50$)
เจ้าหน้าที่ประจำ สำนักงาน ($\mu = 3.76$)						0.262 (0.706)
อื่นๆ ($\mu = 3.50$)						

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



จากตารางที่ 4.25 เมื่อนำผลการทดสอบ One-Way ANOVA มาทำการเปรียบเทียบการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากบันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน) โดยวิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Different: LSD) พบว่ามีความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยลักษณะงานที่ทำ ดังนี้

งานบริหารองค์กรมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากบันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน) สูงกว่างานการเรียนการสอน และเจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ

งานการเรียนการสอนมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากบันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน) สูงกว่าเจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ

เจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากบันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน) ต่ำกว่าเจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน



ตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากการประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา จำแนกตามลักษณะงานที่ทำ

การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา						
ลักษณะงานที่ทำ	งานบริหารองค์กร ($\mu = 4.43$)	การเรียนการสอน ($\mu = 3.65$)	เจ้าหน้าที่ประจำ ห้องปฏิบัติการ ($\mu = 2.33$)	เจ้าหน้าที่ประจำ ศูนย์ COE ($\mu = 3.40$)	เจ้าหน้าที่ประจำ สำนักงาน ($\mu = 3.81$)	อื่นๆ ($\mu = 3.50$)
งานบริหารองค์กร ($\mu = 4.43$)		0.776 (0.026)*	2.095 (0.000)*	1.029 (0.083)	0.619 (0.115)	0.929 (0.149)
การเรียนการสอน ($\mu = 3.65$)			1.319 (0.000)*	0.252 (0.636)	-0.157 (0.597)	0.152 (0.796)
เจ้าหน้าที่ประจำ ห้องปฏิบัติการ ($\mu = 2.33$)				-1.067 (0.079)	-1.476 (0.000)*	-1.167 (0.076)
เจ้าหน้าที่ประจำ ศูนย์ COE ($\mu = 3.40$)					-0.410 (0.467)	-0.100 (0.895)

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากการประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา จำแนกตามลักษณะงานที่ทำ (ต่อ)

การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา						
ลักษณะงานที่ทำ	งานบริหารองค์กร ($\mu = 4.43$)	การเรียนการสอน ($\mu = 3.65$)	เจ้าหน้าที่ประจำ ห้องปฏิบัติการ ($\mu = 2.33$)	เจ้าหน้าที่ประจำ ศูนย์ COE ($\mu = 3.40$)	เจ้าหน้าที่ประจำ สำนักงาน ($\mu = 3.81$)	อื่นๆ ($\mu = 3.50$)
เจ้าหน้าที่ประจำ สำนักงาน ($\mu = 3.81$)						0.310 (0.616)
อื่นๆ ($\mu = 3.50$)						

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

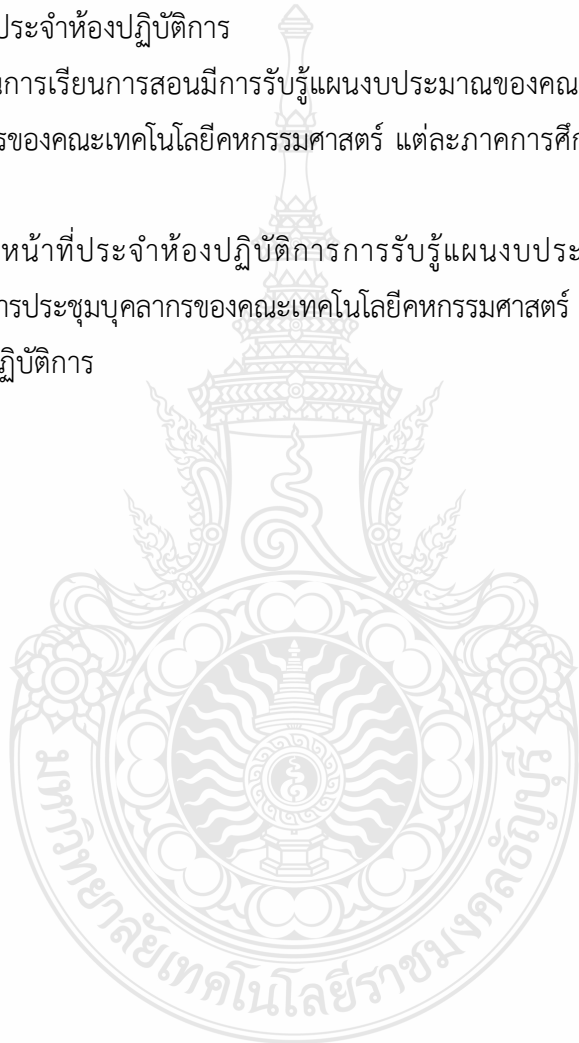


จากตารางที่ 4.26 เมื่อนำผลการทดสอบ One-Way ANOVA มาทำการเปรียบเทียบ การรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากการประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา โดยวิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Different: LSD) พบว่ามีความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยลักษณะงานที่ทำ ดังนี้

งานบริหารองค์กรมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากการประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา สูงกว่างานการเรียน การสอนและเจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ

งานการเรียนการสอนมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากการประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษาสูงกว่าเจ้าหน้าที่ประจำ ห้องปฏิบัติการ

เจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์ จากการประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษาต่ำกว่า เจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ



ตารางที่ 4.27 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากงานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด จำแนกตามลักษณะงานที่ทำ

งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด						
ลักษณะงานที่ทำ	งานบริหารองค์กร ($\mu = 4.14$)	การเรียนการสอน ($\mu = 3.20$)	เจ้าหน้าที่ประจำ ห้องปฏิบัติการ ($\mu = 2.17$)	เจ้าหน้าที่ประจำ ศูนย์ COE ($\mu = 2.80$)	เจ้าหน้าที่ประจำ สำนักงาน ($\mu = 3.29$)	อื่นๆ ($\mu = 3.00$)
งานบริหารองค์กร ($\mu = 4.14$)		0.947 (0.025)*	1.976 (0.000)*	1.343 (0.061)	0.857 (0.071)	1.143 (0.142)
การเรียนการสอน ($\mu = 3.20$)			1.029 (0.022)*	0.396 (0.538)	-0.090 (0.802)	0.196 (0.783)
เจ้าหน้าที่ประจำ ห้องปฏิบัติการ ($\mu = 2.17$)				-0.633 (0.384)	-1.119 (0.025)*	-0.833 (0.291)
เจ้าหน้าที่ประจำ ศูนย์ COE ($\mu = 2.80$)					-0.486 (0.475)	-0.200 (0.827)

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.27 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากงานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด จำแนกตามลักษณะงานที่ทำ (ต่อ)

งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด						
ลักษณะงานที่ทำ	งานบริหารองค์กร ($\mu = 4.14$)	การเรียนการสอน ($\mu = 3.20$)	เจ้าหน้าที่ประจำ ห้องปฏิบัติการ ($\mu = 2.17$)	เจ้าหน้าที่ประจำ ศูนย์ COE ($\mu = 2.80$)	เจ้าหน้าที่ประจำ สำนักงาน ($\mu = 3.29$)	อื่นๆ ($\mu = 3.00$)
เจ้าหน้าที่ประจำ สำนักงาน ($\mu = 3.29$)						0.286 (0.701)
อื่นๆ ($\mu = 3.00$)						

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



จากตารางที่ 4.27 เมื่อนำผลการทดสอบ One-Way ANOVA มาทำการเปรียบเทียบ รับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากงานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด โดยวิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Different: LSD) พบว่ามีความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยลักษณะงานที่ทำ ดังนี้

งานบริหารองค์กรมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากงานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด สูงกว่างานการเรียน การสอน และเจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ

งานการเรียนการสอนมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากงานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด สูงกว่าเจ้าหน้าที่ ประจำห้องปฏิบัติการ

เจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์ จากงานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัดต่ำกว่า เจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ

สมมติฐานย่อย 1.6 ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีการรับรู้แผนงบประมาณของ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบความแตกต่างระดับการศึกษา ที่มีต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ

สื่อประชาสัมพันธ์	ระดับการศึกษา	จำนวน	μ	σ	F-test	P-Value
1. หัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น)	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	10	2.90	1.67	1.087	0.342
	ปริญญาตรี	28	3.61	1.32		
	สูงกว่าปริญญาตรี	51	3.61	1.44		
2. เพื่อนร่วมงาน	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	10	2.70	0.82	0.985	0.378
	ปริญญาตรี	28	3.21	1.29		
	สูงกว่าปริญญาตรี	51	3.25	1.13		
3. เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	10	2.50	1.27	3.308	0.041*
	ปริญญาตรี	28	3.71	1.24		
	สูงกว่าปริญญาตรี	51	3.51	1.33		
4. บันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน)	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	10	2.70	1.16	2.236	0.113
	ปริญญาตรี	28	3.64	1.16		
	สูงกว่าปริญญาตรี	51	3.18	1.40		
5. การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	10	2.40	1.17	6.146	0.003*
	ปริญญาตรี	28	3.68	0.98		
	สูงกว่าปริญญาตรี	51	3.73	1.17		

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบความแตกต่างระดับการศึกษา ที่มีต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ (ต่อ)

สื่อประชาสัมพันธ์	ระดับการศึกษา	จำนวน	μ	σ	F-test	P-Value
6. เว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (https://www.het.rmutt.ac.th)	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	10	2.00	1.70	0.720	0.489
	ปริญญาตรี	28	2.71	1.56		
	สูงกว่าปริญญาตรี	51	2.47	1.65		
7. เว็บไซต์กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (https://www.pld.rmutt.ac.th)	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	10	1.90	1.60	0.429	0.653
	ปริญญาตรี	28	2.46	1.71		
	สูงกว่าปริญญาตรี	51	2.29	1.64		
8. งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผนคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า	10	1.90	1.60	4.711	0.011*
	ปริญญาตรี	28	3.21	1.13		
	สูงกว่าปริญญาตรี	51	3.29	1.38		
รวม					3.143	0.480

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบ One-Way ANOVA พบว่า ระดับการศึกษาของบุคลากรทั้งหมด 89 คน มีผลต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อย่อยพบว่า ระดับการศึกษาต่างกัน มีการรับรู้แผนงบประมาณจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน, การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา, งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ เป็นผู้จัดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้วิจัยจึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประสบการณ์ในการทำงานที่สะดวกด้วยวิธี ผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Different: LSD) ดังแสดงในตารางที่ 4.29 ถึง 4.31



ตารางที่ 4.29 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน จำแนกตามระดับการศึกษา

เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า ($\mu = 2.50$)	ปริญญาตรี ($\mu = 3.71$)	สูงกว่าปริญญาตรี ($\mu = 3.51$)
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ตอนปลายหรือ เทียบเท่า ($\mu = 2.50$)		-1.214 (0.013)*	-1.010 (0.027)*
ปริญญาตรี ($\mu = 3.71$)			0.204 (0.505)
สูงกว่าปริญญาตรี ($\mu = 3.51$)			

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.29 เมื่อนำผลการทดสอบ One-Way ANOVA มาทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน โดยวิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Different: LSD) พบว่าบุคลากรที่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่ามีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผนต่ำกว่าบุคลากรที่สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.30 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จาก การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา จำแนกตามระดับการศึกษา

การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ตอนปลาย หรือเทียบเท่า ($\mu = 2.40$)	ปริญญาตรี ($\mu = 3.68$)	สูงกว่าปริญญาตรี ($\mu = 3.73$)
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอน ปลายหรือเทียบเท่า ($\mu = 2.40$)		-1.279 (0.002)*	-1.325 (0.001)*
ปริญญาตรี ($\mu = 3.68$)			-0.047 (0.858)
สูงกว่าปริญญาตรี ($\mu = 3.73$)			

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.30 เมื่อนำผลการทดสอบ One-Way ANOVA มาทำการ เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากการประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา โดยวิธีผลต่างอย่างมี นัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Different: LSD) พบว่าบุคลากรที่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากการประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา ต่ำกว่าบุคลากรที่ สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี

ตารางที่ 4.31 เปรียบเทียบความแตกต่างการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากงานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด จำแนกตามระดับการศึกษา

งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด			
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ตอนปลาย หรือเทียบเท่า ($\mu = 1.90$)	ปริญญาตรี ($\mu = 2.46$)	สูงกว่าปริญญาตรี ($\mu = 2.29$)
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอน ปลายหรือเทียบเท่า ($\mu = 1.90$)		-1.314 (0.009)*	-1.394 (0.003)*
ปริญญาตรี ($\mu = 2.46$)			-0.080 (0.799)
สูงกว่าปริญญาตรี ($\mu = 2.29$)			

หมายเหตุ : * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.31 เมื่อนำผลการทดสอบ One-Way ANOVA มาทำการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากงานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด โดยวิธีผลต่างอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Different: LSD) พบว่า บุคลากรที่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากงานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด ต่ำกว่าบุคลากรที่สำเร็จการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการรับรู้การประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยไว้ 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาการรับรู้แผนงบประมาณจากการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 2) เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้แผนงบประมาณของบุคลากรในคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีจากการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามลักษณะประชากร การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยวิธีวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม ที่ผ่านการปรับปรุงจากการนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติการวิจัยและด้านนโยบายและแผนตรวจสอบหาความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) จำนวน 3 ท่าน เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียวและให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ บุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ทั้งหมด จำนวน 89 คน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เชิงอนุมาน ในการอธิบายผลการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยประชากร ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประชากรเพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์ในการทำงาน ประเภทบุคลากร ลักษณะงานที่ทำ ระดับการศึกษา การรับรู้การประชาสัมพันธ์ ช่องทางการประชาสัมพันธ์ ความสนใจของบุคลากรต่อประเภทของแผนงบประมาณ และใช้สถิติเชิงอนุมานด้วยการทดสอบค่า t-Test แบบ Independent Sample การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) สำหรับกลุ่มตัวแปรที่มากกว่า 2 ตัว หากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะดำเนินการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ LSD (Least Significant Difference) ในการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่าสถิติระดับนัยสำคัญ 0.05 เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้การประชาสัมพันธ์ จำแนกตามลักษณะประชากร

5.1 สรุปผลวิจัย

5.1.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

จากการศึกษาพบว่า บุคลากรที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 89 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 80.90 เป็นเพศชาย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 19.10

ด้านอายุ บุคลากรส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 31 -40 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 32.58 ช่วงอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 31.46 ช่วงอายุ 51 – 60 จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 24.72 ช่วงอายุ 21 – 30 จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 11.24

ด้านประสบการณ์ในการทำงาน บุคลากรส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงาน ตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 32.58 ประสบการณ์ในการทำงาน 6 - 8 ปี และ 9 – 11 ปี จำนวนเท่ากันคือช่วงละ 17 คน คิดเป็นร้อยละ 19.10 ประสบการณ์ในการทำงานไม่เกิน 3 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 13.48 ประสบการณ์ในการทำงาน 3 – 5 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 11.24 ประสบการณ์ในการทำงาน 12 – 14 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.49

ด้านประเภทบุคลากร บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการและสายวิชาการ มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ 44 และ 45 คน โดยบุคลากรสายวิชาการ อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย) จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 21.35 อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ) จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 14.61 ผู้บริหาร จำนวน 12 คน คิดเป็น 13.48 ส่วนบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 25.84 นักวิชาการศึกษา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 12.36 บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการประเภทอื่นๆ ได้แก่ พี่เลี้ยงเด็ก เจ้าหน้าที่ห้องปฏิบัติการ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.87 หัวหน้างาน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.49

ด้านลักษณะงานที่ทำ บุคลากรส่วนใหญ่ทำงานด้านการเรียนการสอน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 45.10 เจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 22.59 งานบริหารองค์กร จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 13.73 เจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 11.76 เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ COE จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 ลักษณะงานที่ทำอื่น ๆ ได้แก่ ครูพี่เลี้ยงเด็ก เจ้าหน้าที่ดูแลห้องเก็บอุปกรณ์ประจำห้องปฏิบัติการ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.92

ด้านระดับการศึกษา บุคลากรส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 57.30 ระดับปริญญาตรี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 31.46 ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 11.24

5.1.2 ส่วนที่ 2 การรับรู้การประชาสัมพันธ์

จากการศึกษาการรับรู้แผนงบประมาณของบุคลากร ผู้วิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ และการรับรู้ประเภทของแผนงบประมาณจากการประชาสัมพันธ์ ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรมีระดับการรับรู้แผนงบประมาณจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบันภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.11$) ผู้วิจัยได้แยกสื่อประชาสัมพันธ์ออกเป็นสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ ผลการศึกษาพบว่าบุคลากรมีระดับการรับรู้แผนงบประมาณจากสื่อบุคคลมากกว่าสื่อเฉพาะกิจ การรับรู้แผนงบประมาณจากสื่อบุคคลในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.39$) ส่วนการรับรู้แผนงบประมาณจากสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับปานกลาง ($\mu = 2.95$)

เมื่อพิจารณาสื่อบุคคลพบว่า การรับรู้แผนงบประมาณของบุคลากร มีการรับรู้สื่อบุคคลจากหัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) เพื่อนร่วมงาน เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผนอยู่ในระดับมากที่สุด โดยสื่อบุคคลจากหัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) มีค่าเฉลี่ยการรับรู้มากที่สุด ($\mu = 3.53$) รองลงมาคือเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผนมีค่าเฉลี่ย ($\mu = 3.46$) เพื่อนร่วมงานมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\mu = 3.18$)

สื่อเฉพาะกิจที่บุคลากรมีการรับรู้แผนงบประมาณมาก คือ การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา ($\mu = 3.56$) บันทึกรายการวิทยุ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน) ($\mu = 3.27$) งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด ($\mu = 3.11$) ส่วนเว็บไซต์กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (<https://www.pld.rmutt.ac.th>) ($\mu = 2.49$) เว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (<https://www.het.rmutt.ac.th>) ($\mu = 2.30$) บุคลากรมีระดับการรับรู้ปานกลาง

ผลการศึกษาการรับรู้ประเภทแผนงบประมาณของบุคลากร พบว่า บุคลากรมีการรู้แผนโครงการอบรมของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์มากที่สุด จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 68.54 รองลงมาคืองบบุคลากร (เงินเดือน, เงินค่าจ้างประจำตำแหน่ง) รู้จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 57.30 ลำดับที่สามแผนงบลงทุน (รายการปรับปรุงสิ่งก่อสร้าง, รายการครุภัณฑ์) รู้จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 41.57 ลำดับที่สี่แผนงบดำเนินงาน (ค่าตอบแทน, ค่าใช้สอย, ค่าวัสดุ, ค่าใช้จ่ายเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว) รู้จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 38.20 ลำดับที่ห้าเงินสมทบกองทุน (กองทุนส่งเสริมงานวิจัย กองทุนพัฒนาบุคลากร กองทุนพัฒนานักศึกษา) รู้จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 37.08 ลำดับที่หกนโยบายการบริหารงบประมาณรายจ่ายและงบประมาณเงินรายได้ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี รู้จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 30.34 ลำดับที่เจ็ดค่าใช้จ่ายของคณะเทคโนโลยี

คหกรรมศาสตร์ที่จัดสรรไว้ส่วนกลาง รู้จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 22.47 และลำดับสุดท้ายเงินงบกลาง
ของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ รู้จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 21.35

5.1.3 ส่วนที่ 3 ช่องทางการประชาสัมพันธ์

ผู้วิจัยได้สอบถามความคิดเห็นของบุคลากรเกี่ยวกับช่องทางประชาสัมพันธ์เพื่อนำไป
จัดทำแนวทางการประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณในการสร้างความรู้ความเข้าใจและทำให้ได้รับความรู้
แผนงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ โดยแยกเป็นสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ พบว่าภาพรวมของสื่อ
บุคคลระดับความมีประสิทธิภาพมาก ($\mu = 3.67$) ภาพรวมของสื่อเฉพาะกิจระดับความมีประสิทธิภาพ
ปานกลาง ($\mu = 3.16$) เมื่อพิจารณาเฉพาะสื่อบุคคลพบว่า หัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ
หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) มีประสิทธิภาพในการสร้างความรู้ความเข้าใจและทำให้ได้รับความรู้แผนงบประมาณ
อย่างมีประสิทธิภาพระดับมาก ($\mu = 3.74$) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน
มีประสิทธิภาพในการสร้างความรู้ความเข้าใจและทำให้ได้รับความรู้แผนงบประมาณอย่างมี
ประสิทธิภาพระดับมาก ($\mu = 3.73$) และเพื่อนร่วมงาน มีประสิทธิภาพในการสร้างความรู้ความเข้าใจ
และทำให้ได้รับความรู้แผนงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพระดับมาก ($\mu = 3.55$) ตามลำดับ ส่วนสื่อ
เฉพาะกิจ บุคลากรส่วนใหญ่คิดว่าการประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาค
การศึกษามีประสิทธิภาพระดับมาก ($\mu = 3.83$) รองลงมา คือ Line Group (กลุ่มอาจารย์/บุคลากรสายสนับสนุน/
พนักงานมหาวิทยาลัย) มีประสิทธิภาพระดับมาก ($\mu = 3.71$) งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด มีประสิทธิภาพระดับมาก ($\mu = 3.46$) บันทึกข้อความ หนังสือ
ราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน)
มีประสิทธิภาพระดับปานกลาง ($\mu = 3.39$) บันทึกข้อความ หนังสือราชการอิเล็กทรอนิกส์ (e-office) มี
ประสิทธิภาพระดับปานกลาง ($\mu = 3.30$) Facebook Fanpage คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
(Home Economics Technology, RMUTT) มีประสิทธิภาพระดับปานกลาง ($\mu = 3.06$) การประชุม
ที่หน่วยงานสนับสนุนการศึกษาเป็นผู้จัด เช่น กองคลัง กองนโยบายและแผน มีประสิทธิภาพระดับปานกลาง
($\mu = 2.90$) เว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (<https://www.het.rmutt.ac.th>) มีประสิทธิภาพ
ระดับปานกลาง ($\mu = 2.82$) เว็บไซต์กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
(<https://www.pld.rmutt.ac.th>) มีประสิทธิภาพระดับปานกลาง ($\mu = 2.80$) เว็บไซต์มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (<https://www.rmutt.ac.th>) มีประสิทธิภาพระดับปานกลาง ($\mu = 2.75$)
และบอร์ดประชาสัมพันธ์ภายในคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มีประสิทธิภาพระดับ ปานกลาง ($\mu = 2.73$)
ตามลำดับ

5.1.4 ส่วนที่ 4 ความสนใจของบุคลากรต่อประเภทของแผนงบประมาณ

ผู้วิจัยได้สอบถามความคิดเห็นของบุคลากรเกี่ยวกับความสนใจของบุคลากรต่อประเภทของแผนงบประมาณเพื่อนำไปจัดทำแนวทางการประชาสัมพันธ์ต่อไป ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรมีความสนใจประเภทแผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.65$) เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า บุคลากรมีความสนใจทุกประเภทแผนงบประมาณอยู่ในระดับมากที่สุด ประเภทย่อยที่สนใจมากที่สุดคือ งบบุคลากร (เงินเดือน, เงินค่าประจำตำแหน่ง) ($\mu = 3.96$) รองลงมาคือ โครงการอบรมของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ($\mu = 3.89$) งบดำเนินงาน (ค่าตอบแทน, ค่าใช้สอย, ค่าวัสดุ, ค่าใช้จ่ายเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว) ($\mu = 3.73$) เงินสหทบกองทุน (กองทุนส่งเสริมงานวิจัย กองทุนพัฒนาบุคลากร กองทุนพัฒนานักศึกษา) ($\mu = 3.70$) ข้อมูลแผนงบประมาณทุกรายการ ($\mu = 3.58$) ค่าใช้จ่ายของคณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์ที่จัดสรรไว้ส่วนกลาง ($\mu = 3.53$) นโยบายการบริหารงบประมาณรายจ่ายและงบประมาณเงินรายได้ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ($\mu = 3.53$) งบลงทุน (รายการปรับปรุงสิ่งก่อสร้าง, รายการครุภัณฑ์) ($\mu = 3.47$) และเงินงบกลางของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ($\mu = 3.46$) ตามลำดับ

5.1.5 ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามทั้งหมด 89 คน มีผู้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมในประเด็นการประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เพิ่มเติมว่าอยากให้คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แจ้งงบประมาณรายงาน รายได้ รายรับ ในที่ประชุมคณะกรรมการได้รับงบประมาณทุกปี

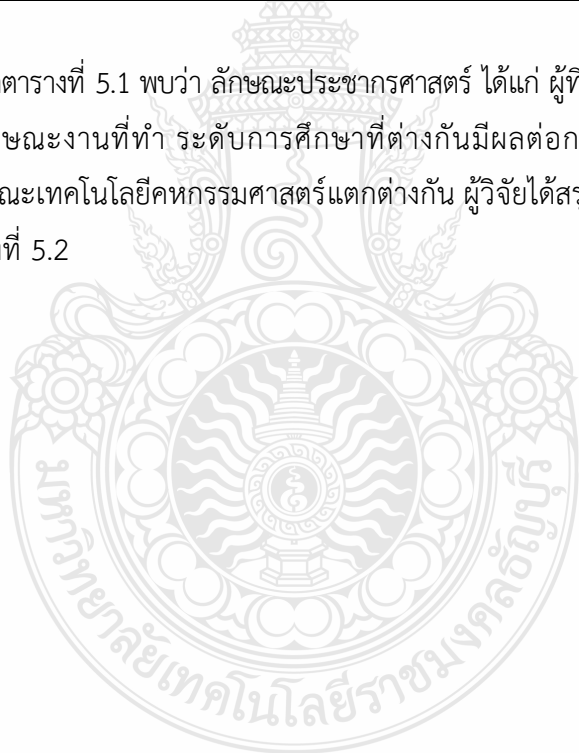
5.1.6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน
สมมติฐานย่อย 1.1 ผู้ที่มีเพศต่างกันจะมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย	
สมมติฐานย่อย 1.2	ผู้ที่มีอายุแตกต่างกันจะมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน
สมมติฐานย่อย 1.3	ผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกันจะมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ แตกต่างกัน
สมมติฐานย่อย 1.4	ประเภทบุคลากรต่างกันจะมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ แตกต่างกัน
สมมติฐานย่อย 1.5	ลักษณะงานที่ทำต่างกันจะมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ แตกต่างกัน
สมมติฐานย่อย 1.6	ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ แตกต่างกัน

จากตารางที่ 5.1 พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ ผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน ประเภทบุคลากร ลักษณะงานที่ทำ ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อการรับรู้การประชาสัมพันธ์ แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แตกต่างกัน ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างดังตารางที่ 5.2



ตารางที่ 5.2 สรุปผลการวิจัยการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ จำแนกตามลักษณะประชากร

สื่อประชาสัมพันธ์	ลักษณะประชากร					
	เพศ	อายุ	ประสบการณ์ ในการทำงาน	ประเภท บุคลากร	ลักษณะงาน ที่ทำ	ระดับการศึกษา
1.สื่อบุคคล						
1.1 หัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างาน ที่สูงกว่า 1 ชั้น)	×	×	×	✓	✓	×
1.2 เพื่อนร่วมงาน	×	×	×	×	×	×
1.3 เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน	×	×	×	✓	×	✓
2.สื่อเฉพาะกิจ						
2.1 บันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียน จากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหาร และวางแผน)	×	×	×	×	✓	✓
2.2 การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา	×	×	×	✓	✓	✓

หมายเหตุ : ✓ หมายถึง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, × หมายถึง ไม่มีความแตกต่าง

ตารางที่ 5.2 สรุปผลการวิจัยการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ จำแนกตามลักษณะประชากร (ต่อ)

สื่อประชาสัมพันธ์	ลักษณะประชากร					
	เพศ	อายุ	ประสบการณ์ ในการทำงาน	ประเภท บุคลากร	ลักษณะงาน ที่ทำ	ระดับการศึกษา
2.3 เว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (https://www.het.rmutt.ac.th)	✗	✗	✓	✗	✗	✗
2.4 เว็บไซต์กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี (https://www.pld.rmutt.ac.th)	✗	✗	✓	✗	✗	✗
2.5 งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยี- คหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด	✗	✗	✗	✓	✓	✓

หมายเหตุ : ✓ หมายถึง มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, ✗ หมายถึง ไม่มีความแตกต่าง



จากตารางที่ 5.2 สามารถอธิบายได้ดังนี้ ลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ และอายุที่ต่างกัน มีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ไม่แตกต่างกัน

บุคลากรที่มีประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกันมีการรับรู้แผนงบประมาณจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ แตกต่างกันได้แก่ เว็บไซต์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (<https://www.het.mutt.ac.th>) และเว็บไซต์กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (<https://www.pld.mutt.ac.th>) โดยกลุ่มบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 3-5 ปี มีการรับรู้แผนงบประมาณจากเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (<https://www.het.mutt.ac.th>) และเว็บไซต์กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (<https://www.pld.mutt.ac.th>) สูงกว่ากลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 6 – 8 ปี

กลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 6 – 8 ปี มีการรับรู้แผนงบประมาณจากเว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (<https://www.het.mutt.ac.th>) และเว็บไซต์กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (<https://www.pld.mutt.ac.th>) ต่ำกว่ากลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงานตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป

กลุ่มบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 3-5 ปี มีการรับรู้แผนงบประมาณจากเว็บไซต์กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (<https://www.pld.mutt.ac.th>) สูงกว่ากลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 9 – 11 ปี ในขณะที่กลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงาน 9 – 11 ปี มีการรับรู้แผนงบประมาณจากเว็บไซต์กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (<https://www.pld.mutt.ac.th>) ต่ำกว่ากลุ่มที่มีประสบการณ์ในการทำงานตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป

ประเภทบุคลากรที่ต่างกันมีการรับรู้แผนงบประมาณจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ แตกต่างกันได้แก่ หัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัดโดยบุคลากรสายวิชาการประเภทผู้บริหารมีการรับรู้แผนงบประมาณจากหัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผนคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด สูงกว่าบุคลากรสายวิชาการประเภทอาจารย์ผู้สอนทั้งที่เป็นข้าราชการและพนักงานมหาวิทยาลัย บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการประเภทเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการประเภทนักวิชาการศึกษา บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการประเภทอื่นๆ ได้แก่ พี่เลี้ยงเด็ก เจ้าพนักงานห้องปฏิบัติการ

บุคลากรสายวิชาการประเภทผู้บริหารมีการรับรู้แผนงบประมาณจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผนสูงกว่าบุคลากรสายวิชาการประเภทอาจารย์ผู้สอนพนักงานมหาวิทยาลัย บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการประเภทเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารงานทั่วไปและประเภทอื่น ๆ ได้แก่ พี่เลี้ยงเด็ก เจ้าหน้าที่งานห้องปฏิบัติการ ในขณะที่บุคลากรสายวิชาการประเภทอาจารย์ผู้สอนทั้งที่เป็นข้าราชการและพนักงานมหาวิทยาลัย บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการประเภทเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไปมีการรับรู้แผนงบประมาณจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผนต่ำกว่าบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการประเภทนักวิชาการศึกษา

บุคลากรสายวิชาการประเภทผู้บริหารมีการรับรู้แผนงบประมาณการประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษาสูงกว่าบุคลากรสายวิชาการประเภทอาจารย์ผู้สอนข้าราชการ บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการประเภทเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารงานทั่วไป บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการประเภทนักวิชาการศึกษา บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการประเภทประเภทอื่นๆ ได้แก่ พี่เลี้ยงเด็ก เจ้าหน้าที่งานห้องปฏิบัติการ

บุคลากรสายวิชาการประเภทผู้บริหารการรับรู้แผนงบประมาณจากงานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด สูงกว่าบุคลากรสายวิชาการประเภทอาจารย์ผู้สอนทั้งที่เป็นข้าราชการและพนักงานมหาวิทยาลัย บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการประเภทนักวิชาการศึกษา บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการประเภทประเภทอื่นๆ ได้แก่ พี่เลี้ยงเด็ก เจ้าหน้าที่งานห้องปฏิบัติการ

ลักษณะงานที่ทำต่างกันมีการรับรู้แผนงบประมาณจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ แตกต่างกันได้แก่ หัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) บันทึกข้อความหนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน) การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด โดยงานบริหารองค์กร มีการรับรู้แผนงบประมาณจากหัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) สูงกว่าเจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ เจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน งานการเรียนการสอนและเจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน มีการรับรู้แผนงบประมาณจากหัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) มากกว่าเจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ

งานบริหารองค์กรมีการรับรู้แผนงบประมาณจากบันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน) การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด สูงกว่างานการเรียนการสอน เจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ

ส่วนงานการเรียนการสอนและเจ้าหน้าที่ประจำสำนักงานมีการรับรู้แผนงบประมาณจากบันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน) การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัดสูงกว่าเจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ

บุคลากรที่สำเร็จการศึกษาที่ต่างกันมีการรับรู้แผนงบประมาณจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ แตกต่างกันได้แก่ เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน บันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน) การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด โดยบุคลากรที่สำเร็จการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า มีการมีการรับรู้แผนงบประมาณจากเจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด ต่ำกว่าบุคลากรที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี

5.2 อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์งานวิจัยการรับรู้การประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผู้วิจัยอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การศึกษาดังนี้

5.2.1 เพื่อศึกษาการรับรู้แผนงบประมาณจากการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

จากการศึกษาพบว่าบุคลากรมีการรับรู้แผนงบประมาณจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่คณะใช้เผยแพร่อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายสื่อบอกว่าบุคลากรมีระดับการรับรู้แผนงบประมาณจากสื่อบุคคลอยู่ในระดับมาก ซึ่งสื่อบุคคลหัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น) และเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผนมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ของบุคลากรใกล้เคียงกัน เนื่องจากมีความสะดวกติดต่อประสานงานเพื่อปรึกษาและขอข้อมูลแผนงบประมาณง่ายกว่าสื่อเฉพาะกิจ อีกทั้งเมื่อเกิดความสงสัยในประเภทแผนงบประมาณ นโยบายบริหารงบประมาณหัวหน้างานและเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผนสามารถอธิบายให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ ปัทมา ปรัชญาวุฒิรัตน์ (2550) กล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อบุคคลมากที่สุด เนื่องจากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานเป็นสื่อบุคคลที่มีความใกล้ชิดกับกลุ่มตัวอย่างและมีความน่าเชื่อถือ จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อบุคคลเหล่านี้เป็นจำนวนมาก

สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา, บันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน) และงานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด สื่อทั้งสามประเภทได้การรับรู้ระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยระดับการรับรู้ใกล้เคียงกัน เนื่องจากการประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษาและงานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัดได้พูดคุยสอบถามโดยตรง เมื่อประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณแล้วไม่เข้าใจสามารถสอบถามได้ในทันที บันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน) เป็นเอกสารทางราชการ บุคลากรใช้ในการทำงานเป็นปกติ เป็นสื่อใกล้ตัวที่ใช้ประจำจึงสะดวกต่อการใช้งาน สอดคล้องกับ ญัตติชุตตา วิจิตรจามรี (2559) กล่าวไว้ว่า แม้ว่าองค์กรจะมีสื่อสังคม อินเทอร์เน็ต และเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยแล้วก็ตาม แต่ช่องทางการสื่อสารที่ดีที่สุดในการเข้าถึงพนักงานก็คือการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตากันระหว่างคู่สื่อสาร (Face-to-Face Communications) และผู้บังคับบัญชาเป็นแหล่งข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรที่พนักงานส่วนใหญ่ต้องการมากที่สุด การสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตามีข้อดีคือผู้สื่อสารถ่ายทอดได้หลายช่องทางทั้งคำพูดและอวัจนภาษา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การแสดงออกทางสีหน้าและดวงตา ที่จะช่วยในการตีความหมายในการสื่อสารและส่งเสริมความเข้าใจระหว่างกันได้มากขึ้น และผู้รับสารสามารถให้ข้อมูลป้อนกลับหรือมีปฏิกิริยาตอบสนองได้ทันที ส่วนเว็บไซต์ กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (<https://www.pld.rmutt.ac.th>) และเว็บไซต์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (<https://www.het.rmutt.ac.th>) บุคลากรมีระดับการรับรู้ปานกลาง เนื่องจากมีการเข้าถึงข้อมูลแผนงบประมาณต้องเข้าช้อนหลายหัวข้อ ไม่ได้อยู่บนเว็บไซต์หลักทำให้เข้าถึงได้ยากกว่าสื่อบุคคล

ผลการศึกษาระบุเกี่ยวกับประเภทแผนงบประมาณจากการประชาสัมพันธ์ พบว่า บุคลากรมีการรับรู้แผนงบประมาณประเภทโครงการอบรมของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์และงบบุคลากร (เงินเดือน, เงินค่าจ้างประจำตำแหน่ง) มากกว่าแผนงบประมาณประเภทอื่น เนื่องจากเงินเดือน, เงินค่าจ้างประจำตำแหน่งเป็นเรื่องสำคัญเป็นเรื่องที่ตนเองสนใจเพราะมีผลต่อการดำเนินชีวิต ส่วนโครงการอบรมของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์บุคลากรมีส่วนร่วมในกิจกรรม อีกทั้งเมื่อคณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์จัดโครงการจะแจ้งช่วงระยะเวลาของการจัดโครงการล่วงหน้าให้บุคลากรทราบโดยทั่วกันถึงแม้บุคลากรของคณะไม่ได้เข้าร่วมโครงการนั้นก็ตาม เนื่องจากบุคลากรทั้งสายวิชาการและบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการต้องวางแผนการทำงานของตนเองให้ไม่กระทบกับงานที่ต้องร่วมทำกับบุคคลอื่น สอดคล้องกับบุรารัตติ เนื่องโนราช (2558) ที่กล่าวว่า คนเรามักจะรับรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัวไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระบบสัมผัสและสภาพจิตใจของแต่ละคน ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับรู้สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน คือ ด้านกายภาพกับด้านจิตวิทยา

ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาของคนมีอิทธิพลต่อการรับรู้ เช่น ความต้องการ ความปรารถนา ใครต้องการอะไรก็สนใจแต่สิ่งนั้น

ผู้วิจัยได้ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับช่องทางการประชาสัมพันธ์และความสนใจของบุคลากรต่อประเภทของแผนงบประมาณเพื่อนำไปจัดทำแนวทางการประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณ ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรคิดว่าสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความรู้ความเข้าใจและทำให้ได้รับความรู้แผนงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพมาก ได้แก่ หัวหน้างาน (เช่น คณบดี,รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น), เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน, เพื่อนร่วมงาน, การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ และงานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด, Line Group (กลุ่มอาจารย์/บุคลากรสายสนับสนุน/พนักงานมหาวิทยาลัย) สอดคล้องกับ จิราภรณ์ ตั้งกิตติภรณ์ (2556) ที่กล่าวว่า ประสิทธิภาพเดิมจะมีอิทธิพลต่อการแปลงความหมาย การคุ้นเคยกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือการรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งมาแล้วหลายครั้งหลายหนจะทำให้การรับรู้สิ่งนั้นเร็วขึ้นง่ายขึ้น และสอดคล้องกับภรรณีการ์ อัครเดชา (2553) ที่กล่าวว่าช่องทางการสื่อสาร (Channel) ควรใช้ช่องทางการสื่อสารที่ผู้รับมักใช้และให้ความเชื่อถือและสอดคล้องกับSmith (2005) อ่างถึงใน (กชพร ต้นทะสุวรรณ, 2555) ที่กล่าวว่า การสื่อสารองค์กร (Organizational media) เป็นสื่อที่องค์กรจัดทำขึ้น เช่น สิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ เสียงตามสาย เพื่อถ่ายทอดข่าวสารไปยังผู้ใช้และประชาชนทั่วไป และสอดคล้องกับสุนันทา จินแจ้ง และคณะ (2555) ผลการศึกษางานวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ E-mail, Facebook, Line รวมกันมากที่สุด

ความสนใจของบุคลากรต่อประเภทของแผนงบประมาณ ผลการศึกษาพบว่า บุคลากรมีความสนใจแผนงบประมาณทุกประเภทอยู่ในระดับมาก งบประมาณ (เงินเดือน, เงินค่าประจำตำแหน่ง), โครงการอบรมของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์, งบดำเนินงาน (ค่าตอบแทน, ค่าใช้สอย, ค่าวัสดุ, ค่าใช้จ่ายเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว) และเงินสทบกองทุน (กองทุนส่งเสริมงานวิจัย กองทุนพัฒนาบุคลากร กองทุนพัฒนานักศึกษา) มีความสนใจอยู่ในระดับมากก่อนไปทางมากที่สุด เนื่องจากเป็นเรื่องสำคัญมีผลต่อการบริหารจัดการการใช้เงินของแต่ละปัจเจกบุคคล และเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการใช้งบประมาณ สอดคล้องกับกิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์ (2552) กล่าวว่ามนุษย์ไม่สามารถรับรู้สิ่งเร้าทุกอย่างในเวลาเดียวกันได้ มนุษย์จึงต้องเลือกแปลความหมายเฉพาะสิ่งเร้าที่ตนสนใจหรือใส่ใจ ซึ่งความสนใจเกิดขึ้นกับตัวผู้รับเอง ไม่สอดคล้องกับสุนันทา จินแจ้ง และคณะ (2555) ผลการศึกษพบว่าพฤติกรรมการเลือกรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเลือกเปิดรับเฉพาะหัวข้อที่เกี่ยวกับงานและความสนใจของตนเองมากที่สุด รองลงมาเลือกเปิดรับข่าวสารทุกอย่าง

5.2.2 เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้แผนงบประมาณของบุคลากรในคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีจากการประชาสัมพันธ์

จากตารางที่ 5.2 เห็นได้ว่าเมื่อเปรียบเทียบการรับรู้แผนงบประมาณของบุคลากรในคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีจากการประชาสัมพันธ์ จำแนก ลักษณะประชากร สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทการประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา และงานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผนคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด มีผลการทดสอบความแตกต่างที่มีต่อการรับรู้แผนงบประมาณของบุคลากรตรงกัน 3 ประเภท ได้แก่ ประเภทบุคลากร ลักษณะงานที่ทำ ระดับการศึกษา ผู้วิจัยจึงสนใจสื่อ 2 ประเภทดังกล่าว เนื่องจากมีผลต่อการรับรู้แผนงบประมาณมากกว่าการแบ่งลักษณะประชากรประเภทอื่น ทำให้ประหยัดเวลาและงบประมาณสามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงแนวทางการประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณต่อไป สอดคล้องกับ ญัตติชุตตา วิจิตรจามรี (2559) กล่าวว่า การประชุมเป็นช่องทางการสื่อสารแบบเห็นหน้าคาคตาที่องค์กรควรจัดขึ้นเป็นประจำ สามารถตอบสนองการอธิบายนโยบายแผนงาน การเปลี่ยนแปลงองค์กร การรายงานผลปฏิบัติงาน การแลกเปลี่ยนระหว่างบุคลากรส่งเสริมการสื่อสารแบบสองทางซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานได้ อีกทั้งยังเป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของบุคลากรเกี่ยวกับช่องทางการประชาสัมพันธ์ ที่ผลการศึกษาพบว่า สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา Line Group (กลุ่มอาจารย์/บุคลากรสายสนับสนุน/พนักงานมหาวิทยาลัย) งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผนคณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด มีประสิทธิภาพในการสร้างความรู้ความเข้าใจและทำให้ได้รับความรู้เกี่ยวกับแผนงบประมาณมาก

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะต่อคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

จากการวิจัยเรื่องการรับรู้การประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่าบุคลากรมีการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่เผยแพร่อยู่ในปัจจุบันในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีบุคลากรมีการรับรู้มากที่สุด คือสื่อบุคคลและสื่อที่มีบุคคลเข้าไปเกี่ยวข้อง ได้แก่ การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด สอดคล้องกับผลการศึกษาความคิดเห็นของบุคลากรเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความรู้ความเข้าใจและทำให้ได้รับรู้แผนงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้วิจัยได้เพิ่มเติมช่องทางสื่อประชาสัมพันธ์ใหม่ที่ยังไม่เคยเผยแพร่แผนงบประมาณไปด้วย บุคลากรยังคงเล็งเห็นว่าสื่อบุคคลและสื่อ

ที่มีบุคคลเข้าไปเกี่ยวข้อง ได้แก่ การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาค การศึกษา งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผนมีประสิทธิภาพมากที่สุด และมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ใหม่ที่บุคลากรคิดว่ามีประสิทธิภาพในการสื่อสาร คือ Line Group (กลุ่มอาจารย์/บุคลากรสายสนับสนุน/พนักงานมหาวิทยาลัย) ส่วนผลการศึกษารับรู้เกี่ยวกับประเภทแผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์ที่จากการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันพบว่า ภาพรวมบุคลากรมีการรับรู้น้อย ผู้วิจัยศึกษาเพิ่มเติมถึงความสนใจของบุคลากรเกี่ยวกับแผนงบประมาณประเภทต่างๆ พบว่า บุคลากรมีความสนใจทุกประเภทแผนงบประมาณมาก

ดังนั้นเพื่อให้การประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์มีประสิทธิภาพ นำไปปรับปรุงพัฒนาแนวทางการประชาสัมพันธ์ได้อย่างเหมาะสม ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานคือ ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน ผลการศึกษาสมมติฐานพบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทการประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผนคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด มีผลการทดสอบความแตกต่างที่มีต่อการรับรู้แผนงบประมาณของบุคลากรตรงกัน 3 ประเภท ได้แก่ ประเภทบุคลากร ลักษณะงานที่ทำ และระดับการศึกษา

จากผลการศึกษาผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะการประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ โดยให้ความสำคัญลักษณะงานที่ทำเป็นอันดับแรก เนื่องจากลักษณะงานที่ทำมีความเชื่อมโยงทั้งช่องทางการประชาสัมพันธ์และความสนใจประเภทแผนงบประมาณของบุคลากรมากที่สุด ข้อมูลแผนงบประมาณที่ประชาสัมพันธ์เป็นประเภทแผนงบประมาณทั้งหมด โดยเน้นข้อมูลแผนงบประมาณประเภทงบบุคลากร (เงินเดือน, เงินค่าประจำตำแหน่ง), โครงการอบรมของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์, งบดำเนินงาน (ค่าตอบแทน, ค่าใช้สอย, ค่าวัสดุ, ค่าใช้จ่ายเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว) และเงินสหทบกองทุน (กองทุนส่งเสริมงานวิจัย กองทุนพัฒนาบุคลากร กองทุนพัฒนานักศึกษา) เพราะบุคลากรมีความสนใจอยู่ในระดับมากค่อนข้างไปทางมากที่สุด ผู้วิจัยได้จัดทำแนวทางการประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ไว้ 3 แนวทาง ดังนี้

แนวทางที่ 1 ประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ผ่านการประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์แต่ละภาคการศึกษา ช่องทางการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นช่องทางเดิมที่มีอยู่แล้วในปัจจุบันและบุคลากรเห็นว่าช่องทางนี้เป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการรับรู้ข้อมูลแผนงบประมาณมาก แต่ควรใช้เวลาในการประชาสัมพันธ์มากกว่าปัจจุบัน เมื่อบุคลากรมีข้อสงสัยจะได้สอบถามเพิ่มเติม ผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน

ควรเน้นประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณกับบุคลากรที่ปฏิบัติงานการเรียนการสอน เจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ เนื่องจากผลการศึกษามีความแตกต่างของการรับรู้แผนงบประมาณจากสื่อนี้

แนวทางที่ 2 ประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ผ่านงานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผนคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด ช่องทางการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นช่องทางเดิมที่มีอยู่แล้วในปัจจุบันและบุคลากรเห็นว่าช่องทางนี้เป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการรับรู้ข้อมูลแผนงบประมาณมาก แต่ควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลแผนงบประมาณทุกประเภท เนื่องจากเดิมเมื่อมีการจัดโครงการสัมมนาฝ่ายบริหารและวางแผนไม่ได้ประชาสัมพันธ์ประเภทงบประมาณทั้งหมด จะกล่าวถึงงบประมาณบางประเภทที่เกี่ยวข้องกับการนำมาใช้ในการดำเนินนโยบายเท่านั้น เช่น งบประมาณสำหรับการจัดโครงการ และควรวางแผนในโครงการสัมมนาจัดแบ่งบุคลากรเป็นกลุ่มย่อยตามลักษณะการทำงานได้แก่ การเรียนการสอน เจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ COE เจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน พี่เลี้ยงเด็ก เจ้าหน้าที่ห้องปฏิบัติการ เพื่อประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ โดยให้ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผนเป็นวิทยากรประจำกลุ่ม จะทำให้บุคลากรทุกภาคส่วนมีโอกาสรับรู้แผนงบประมาณขององค์กรมากขึ้นและสามารถสอบถามในประเด็นที่สนใจได้เพื่อความเข้าใจและใช้งบประมาณได้อย่างถูกต้อง

แนวทางที่ 3 ประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ผ่าน Line Group (กลุ่มอาจารย์/บุคลากรสายสนับสนุน/พนักงานมหาวิทยาลัย) ช่องทางการประชาสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นช่องทางใหม่ บุคลากรเห็นว่าช่องทางนี้เป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการรับรู้ข้อมูลแผนงบประมาณมาก เมื่อประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณทางข้อความไลน์กลุ่มแล้ว ควรเพิ่มเติมในช่องทางเน็ตของกลุ่มไลน์นั้น ๆ ด้วย เนื่องจากข้อมูลที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์เป็นรูปแบบภาพและไฟล์เอกสาร อาจมีการสูญหายเพราะข้อความในไลน์มีข้อจำกัดในเรื่องระยะเวลาที่สามารถดาวน์โหลดข้อมูล อีกทั้งบุคลากรอาจลบข้อความของกลุ่ม

แต่อย่างไรก็ตามไม่ควรมองข้ามที่จะประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณจากสื่อประชาสัมพันธ์อื่น ได้แก่ หัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น), เพื่อนร่วมงาน, เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน บันทึกรายข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน), บันทึกรายข้อความ หนังสือราชการอิเล็กทรอนิกส์ (e-office), การประชุมที่หน่วยงานสนับสนุนการศึกษาเป็นผู้จัด เช่น กองคลัง กองนโยบายและแผน, เว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (<https://www.het.rmutt.ac.th>), เว็บไซต์กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (<https://www.pld.rmutt.ac.th>), เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (<https://www.rmutt.ac.th>), Facebook Fanpage

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (Home Economics Technology, RMUTT), บอร์ดประชาสัมพันธ์
ภายในคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ เนื่องจากผลการศึกษาพบว่าสื่อเหล่านี้บุคลากรคิดเห็นว่ามี
ประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง เพื่อให้การประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณ
ครอบคลุมมากที่สุด

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการสำรวจ ซึ่งใช้
แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม อาทิเช่น การสัมภาษณ์
แบบเจาะลึกกับกลุ่มผู้บริหาร การสนทนากับตัวแทนบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็น
กลุ่มย่อย เพื่อให้งานวิจัยมีความต่อเนื่องและทราบข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น เพื่อปรับปรุงแนวทาง
การประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ต่อไป

5.3.2.2 แบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลครั้งต่อไปควรเพิ่มเติมโดย
ใช้รูปแบบคำถามที่เป็นลักษณะอัตราส่วน (Ratio-Scale) ที่เป็นลักษณะถูก-ผิด เพื่อวัดความรู้ความเข้าใจ
ถูกต้องเกี่ยวกับประเภทแผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

5.3.2.3 การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาความคิดเห็นของบุคลากรเกี่ยวกับความถี่ใน
การประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณและการปรับเนื้อหาให้มีความน่าสนใจเข้าใจง่ายเพิ่มเติม เพื่อปรับปรุง
แนวทางการประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ต่อไป



บรรณานุกรม

- กชพร ตันทะสุวรรณ. (2555). การเปิดรับสื่อและการรับรู้การประชาสัมพันธ์ห้องสมุดของนักศึกษา
ระดับปริญญาตรีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร. เรียกใช้เมื่อ 2565 ตุลาคม 13
จาก SWU e-Journals System: <http://ejournals.swu.ac.th/index.php/jlis/article/>
- กรรณิการ์ อิศวตรเดชา. (2553). การสื่อสารของมนุษย์. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. (2552). จิตวิทยาทั่วไป (พิมพ์ครั้งที่ 17). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จารุณี แสงทับทิม. (2550). การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลหัวใจกรุงเทพ
กับการรับรู้และตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้รับบริการโรงพยาบาลหัวใจกรุงเทพ :
กรณีศึกษาผู้รับบริการแผนกผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลหัวใจกรุงเทพ. รายงานเฉพาะบุคคล
ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิตรารณณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (2552). ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพมหานคร:
ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิราภรณ์ ตั้งกิตติภรณ์. (2556). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- เจตนิพิฐ วินิจวรกิจกุล. (2555). การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ การรับรู้ข่าวสาร และการมีส่วนร่วมใน
กิจกรรมการประชาสัมพันธ์คุณภาพการศึกษา ของบุคลากรในมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
(รายงานเฉพาะบุคคลปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- เจษฎา ทองรุ่งโรจน์. (2559). พจนานุกรมอังกฤษ-ไทย รัฐศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: บริษัท สำนักพิมพ์
แสงดาว จำกัด.
- ณัฐอร กรีฬา. (2565). คู่มือการปฏิบัติงานการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี คณะเทคโนโลยี
คหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ปทุมธานี: คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ณัฐชัชดา วิจิตรจามรี. (2559). หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดิน ปรัชญพฤทธิ. (2560). ศัพท์รัฐประศาสนศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนกร เอกเผ่าพันธ์. (2554). การวางแผนและควบคุมโดยงบประมาณ (พิมพ์ครั้งที่ 15).
กรุงเทพมหานคร: บริษัทธนาเพรส.

- ธัญพิชชา ดาวพิเศษ. (2563). การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และทัศนคติของกลุ่มเจเนอเรชันซี ที่มีต่อภารกิจหลัก และการทำกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ผ่านการประชาสัมพันธ์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ธิตี สิงห์คง. (2560). การเปิดรับสื่อ ความต้องการข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกพื้นที่ที่มีต่อองค์การของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช).
- นันทรัตน์ เจริญกุล. (2564). การบริหารนโยบายและกลยุทธ์การศึกษา. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทวัน ศรีภูมิพุกษ์. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสารยุทธศาสตร์ภายในมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- บัณฑิตยสภา. (2554). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554. เรียกใช้เมื่อ 2565 ตุลาคม 13 จาก สำนักงานราชบัณฑิตยสภา: <https://dictionary.orst.go.th/>
- ปฐมา ศรีสังข์. (2556). การรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของบุคลากรมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ประทุม ฤกษ์กลาง. (2552). การประชาสัมพันธ์ = Public relations (พิมพ์ครั้งที่ 6). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประทุม ฤกษ์กลาง. (2553). ยุทธศาสตร์การวางแผนการประชาสัมพันธ์ = Strategic public relations planning (พิมพ์ครั้งที่ 7). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปัทมา ปรัชญาวุฒิรัตน์. (2550). การเปิดรับและการรับรู้ข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของข้าราชการกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: โครงการศูนย์ส่งเสริมการบริหารเงินออมครอบครัว กรุงเทพมหานคร. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- เพชรวิทย์ จันทรศิริสิริ. (2560). นโยบายและการวางแผนกลยุทธ์สำหรับสถานศึกษายุคใหม่. มหาสารคาม: หจก.อภิชาติการพิมพ์.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กองนโยบายและแผน. (2564). นโยบายการบริหารงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2565 และงบประมาณเงินรายได้ ประจำปี 2565. ปทุมธานี.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กองนโยบายและแผน. (2564ก). การจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2565. ปทุมธานี.

- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กองนโยบายและแผน. (2564ข). **การจัดสรรงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ 2565**. ปทุมธานี.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กองนโยบายและแผน. (2565). **นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ พ.ศ.2563-2580 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (ฉบับย่อ) ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 2/ต.ค.64**. ปทุมธานี.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์. (2564). **แผนปฏิบัติการ 3 ปี พ.ศ.2563-2565 ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 3 ตุลาคม 2564**. ปทุมธานี.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์. **หลักสูตรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์**. (24 กุมภาพันธ์ 2565ค). ปทุมธานี.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์. **ข้อมูลบุคลากรคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์**. ปทุมธานี. (3 พฤษภาคม 2565ง).
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์. (2565ก). **ประวัติความเป็นมา**. เรียกใช้เมื่อ 13 ตุลาคม 2565 จาก ประวัติความเป็นมา: https://www.het.mutt.ac.th/?page_id=293
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์. (2565ข). **โครงสร้างการบริหารงาน**. เรียกใช้เมื่อ 13 ตุลาคม 2565 จาก โครงสร้างการบริหารงาน: https://www.het.mutt.ac.th/?page_id=762
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ. **คณะ/หน่วยงาน**. เรียกใช้เมื่อ 2565 ตุลาคม 2565 จาก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี: <https://www.rmutt.ac.th/faculty/>
- ยุรวาตี เนื่องโนราช. (2558). **จิตวิทยาพื้นฐาน**. กรุงเทพมหานคร: โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮ้าส์.
- สุนันทา จีนแจ้ และคณะ. (2555). **พฤติกรรมของบุคลากรในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**. (การวิจัยสำหรับบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ)
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. (2553). **สื่อประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุบลวรรณ ภาวกานันท์ และคณะ. (2553). **สื่อประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุษณีย์ เส็งพานิช. (2553). **การบัญชีเพื่อการจัดการองค์กรท้องถิ่น**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท แอคทีฟพรีนธ์ จำกัด.

ภาคผนวก



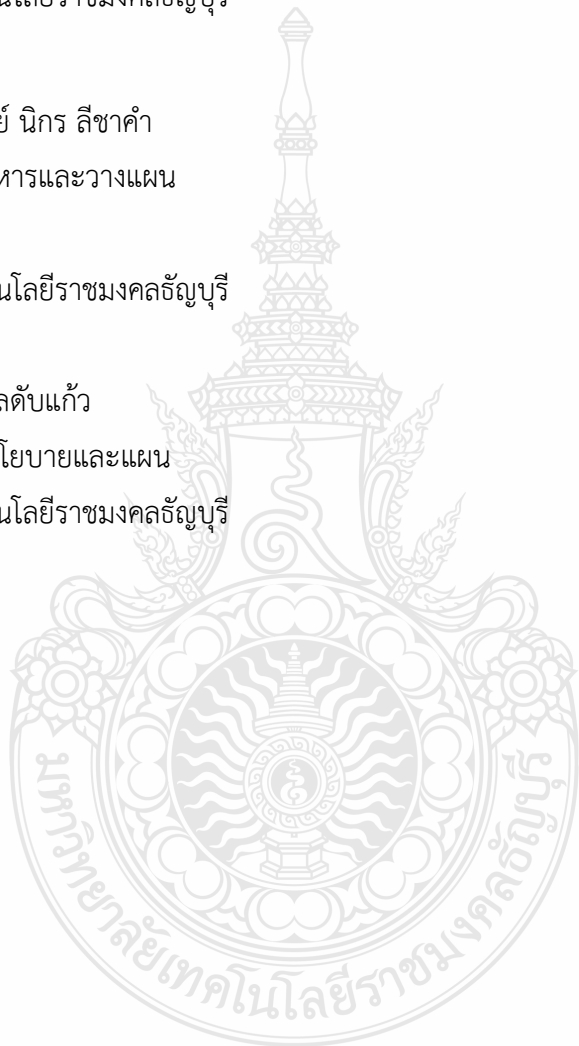


ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

1. รองศาสตราจารย์ ดร. อรวิทย์ อุปลัมภานนท์
ประธานหลักสูตรบัณฑิตศึกษา
คณะเทคโนโลยีวิศวกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นิกร ลีชาคำ
รองคณบดีฝ่ายบริหารและวางแผน
คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
3. นางสาวนวิรัตน์ นิลดับแก้ว
ผู้อำนวยการกองนโยบายและแผน
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี



ภาคผนวก ข
สรุปผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือแบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC)



สรุปผลการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือแบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC)

ในการสร้างเครื่องมือวิจัยผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือแบบประเมินความเที่ยงตรง งานวิจัยเรื่อง การรับรู้การประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาตรวจสอบหาความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) จำนวน 3 ท่าน สามารถแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังแสดงในตารางที่ ก.1

ตารางที่ ก.1 การประเมินความสอดคล้องของแบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแบบสอบถามในการหาประสิทธิภาพ จำนวน 3 ท่าน

ประเด็นความคิดเห็น		ความคิดเห็นของ			รวม	IOC	แปลผล
		ผู้เชี่ยวชาญ					
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล							
1.	เพศ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2.	อายุ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
3.	ประสบการณ์ในการทำงาน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
4.	ประเภทบุคลากร	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
5.	ลักษณะงานที่ทำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
6.	ระดับการศึกษา	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ส่วนที่ 2 การรับรู้การประชาสัมพันธ์							
1. ท่านรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เหล่านี้มากน้อยเพียงใด							
1	สื่อบุคคล						
	1.1 หัวหน้างาน	+1	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
	1.2 เพื่อนร่วมงาน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
	1.3 เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2	สื่อเฉพาะกิจ						
	2.1 บันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้

ประเด็นความคิดเห็น		ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			รวม	IOC	แปลผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
2.2	การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2.3	เว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (https://www.het.rmutt.ac.th)	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2.4	เว็บไซต์กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (https://www.pld.rmutt.ac.th)	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2.5	งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผนคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2. การรับรู้ของบุคลากรเกี่ยวกับแผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์จากการประชาสัมพันธ์							
1.	งบบุคลากร (เงินเดือน, เงินค่าประจำตำแหน่ง)	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
2.	งบดำเนินงาน (ค่าตอบแทน, ค่าใช้สอย, ค่าวัสดุ, ค่าใช้จ่ายเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว)	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
3.	โครงการอบรมของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
4.	งบลงทุน (รายการปรับปรุงสิ่งก่อสร้าง, รายการครุภัณฑ์)	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
5.	เงินบกลางของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
6.	ค่าใช้จ่ายของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ที่จัดสรรไว้ส่วนกลางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีใช้ในการดำเนินงาน	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้

ประเด็นความคิดเห็น	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			รวม	IOC	แปลผล	
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3				
7.	นโยบายการบริหารงบประมาณรายจ่ายและงบประมาณเงินรายได้ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	+1	0	+1	2	0.67	ใช้ได้
ส่วนที่ 3 ช่องทางการประชาสัมพันธ์							
1.	สื่อบุคคล						
	1.1 หัวหน้างาน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
	1.2 เพื่อนร่วมงาน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
	1.3 เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2.	สื่อเฉพาะกิจ						
	2.1 บันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ	0	+1	+1	2	0.67	ใช้ได้
	2.2 บันทึกข้อความ หนังสือราชการอิเล็กทรอนิกส์ (e-office)	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
	2.3 การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
	2.4 การประชุมที่หน่วยงานสนับสนุนการศึกษาเป็นผู้จัด เช่น กองคลัง กองนโยบายและแผน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
	2.5 เว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (https://www.het.rmutt.ac.th)	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
	2.6 เว็บไซต์กองนโยบายและแผนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (https://www.pld.rmutt.ac.th)	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
	2.7 เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (https://www.rmutt.ac.th)	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
	2.8 งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและวางแผนคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

ประเด็นความคิดเห็น		ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			รวม	IOC	แปลผล
		คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3			
	2.9 Facebook Fanpage คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (Home Economics Technology, RMUTT)	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
	2.10 Line Group (กลุ่มอาจารย์/บุคลากรสายสนับสนุน/พนักงานมหาวิทยาลัย)	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
	2.11 บอร์ดประชาสัมพันธ์ภายในคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
ส่วนที่ 4 ความสนใจของบุคลากรต่อประเภทของแผนงบประมาณ							
1.	ข้อมูลแผนงบประมาณทุกรายการ	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
2.	งบดำเนินงาน (ค่าตอบแทน, ค่าใช้สอย, ค่าวัสดุ, ค่าใช้จ่ายเดินทางไปราชการต่างประเทศชั่วคราว)	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
3.	โครงการอบรมของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
4.	งบลงทุน (ปรับปรุงสิ่งก่อสร้าง, ครุภัณฑ์)	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
5.	เงินบกลางของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
6.	ค่าใช้จ่ายของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ที่จัดสรรไว้ส่วนกลางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีใช้ในการดำเนินงาน	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้
7.	นโยบายการบริหารงบประมาณรายจ่ายและงบประมาณเงินรายได้ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	+1	+1	+1	3	1	ใช้ได้

จากตารางที่ ก.1 แสดงให้เห็นว่าจากการหาประสิทธิภาพค่าดัชนีความสอดคล้องที่ยอมรับได้ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 0.921

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 ให้ข้อเสนอแนะข้อคำถาม 2 ประเด็น ดังนี้

1. ส่วนที่ 2 การรับรู้การประชาสัมพันธ์ ข้อ 2 สื่อเฉพาะกิจ ข้อ 2.1 บันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ ว่าควรเป็นหนังสือเวียน จากฝ่ายบริหารและแผน
2. ส่วนที่ 3 ช่องทางการประชาสัมพันธ์ ข้อ 2 สื่อเฉพาะกิจ ข้อ 2.1 บันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ ว่าควรเป็นหนังสือเวียน จากฝ่ายบริหารและแผน

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 ให้ข้อเสนอแนะข้อคำถามในส่วนที่ 2 การรับรู้การประชาสัมพันธ์ ข้อที่ 2. การรับรู้ของบุคลากรเกี่ยวกับแผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากการประชุมประชาสัมพันธ์ ไว้ว่า น่าจะทำแบบทดสอบวัดความรู้แต่ละเรื่องใน 7 ข้อ ถ้าทำถูกแปลว่ารับรู้

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า สื่อบุคคลควรเพิ่ม คณบดี/รองคณบดี และควรเพิ่มเติม 2 ประเด็น ดังนี้

1. ควรมีคำนิยาม ค่าใช้จ่ายของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ที่จัดสรรไว้ส่วนกลาง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ใช้ในการดำเนินการ ว่าประกอบไปด้วยรายการอะไรบ้าง เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจยิ่งขึ้น
2. ควรเพิ่มการสอบถามการรับรู้ วัตถุประสงค์และแผนการใช้จ่ายเงินกองทุนที่คณะได้นำเงินส่งสมทบในกองทุนส่งเสริมงานวิจัย กองทุนพัฒนานักศึกษา และกองทุนพัฒนาบุคลากร



ภาคผนวก ค
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง การรับรู้การประชาสัมพันธ์แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

แบบสอบถามนี้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งของงานประจำสำนักงานวิจัย (R2R) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ข้อมูลที่ได้รับจักเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาของผู้วิจัย ใช้ในการปรับปรุงพัฒนางานต่อไป โดยจะนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของค่าสถิติซึ่งไม่มีการเปิดเผยข้อมูลรายบุคคลใดๆ ทั้งสิ้น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณในความร่วมมือนมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล
- ส่วนที่ 2 การรับรู้การประชาสัมพันธ์
- ส่วนที่ 3 ช่องทางการประชาสัมพันธ์
- ส่วนที่ 4 ความสนใจของบุคลากรต่อประเภทของแผนงบประมาณ
- ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

1. แผนงบประมาณ หมายถึง รายการค่าใช้จ่ายเงินที่ได้รับจัดสรรจากรัฐบาล และเงินที่ได้จากการเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ที่ได้รับแจ้งจัดสรรมาจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ไม่รวมแผนปฏิบัติการ 5 ปี และแผนปฏิบัติการประจำปี
2. นโยบายการบริหารงบประมาณ หมายถึง ข้อกำหนด ข้อปฏิบัติ มาตรการในการใช้เงินที่ได้รับจัดสรรจากรัฐบาลและเงินที่ได้จากการเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีระบุให้หน่วยงานภายใต้สังกัดปฏิบัติตาม
3. เจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน หมายถึง เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานในฝ่ายบริหารและวางแผน ฝ่ายวิชาการ ฝ่ายพัฒนานักศึกษา และฝ่ายวิจัยพัฒนาและบริการวิชาการ
4. หน่วยงานสนับสนุนการศึกษา หมายถึง หน่วยงานสนับสนุนภารกิจการศึกษาซึ่งไม่ได้มีหน้าที่หลักในการจัดการเรียนการสอนเหมือนคณะ ที่สังกัดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ได้แก่ กอง สำนัก ศูนย์ หน่วยงานอื่นๆ

5. เงินงบบกลาง หมายถึง เงินรายได้ของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ที่ยังไม่ได้ระบุแผนการใช้จ่าย ยังไม่ได้ระบุรายการที่จะใช้เงิน ตั้งไว้สำหรับกรณีที่คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์มีเหตุจำเป็นที่ต้องใช้จ่ายนอกเหนือรายการที่ได้รับจัดสรรงบประมาณ
6. ค่าใช้จ่ายของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ที่จัดสรรไว้ส่วนกลาง หมายถึง รายการค่าใช้จ่ายเงินรายได้ของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จัดสรรไว้ที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี หน่วยงานสนับสนุนการศึกษาเป็นผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการ เพื่อใช้ในการดำเนินงานภาพรวมของมหาวิทยาลัย ได้แก่ รายการเงินประกันความเสี่ยง กองทุนส่งเสริมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ค่าปฐมนิเทศ ค่าประกันอุบัติเหตุ ค่ากิจกรรมนักศึกษา ค่าตรวจสุขภาพนักศึกษา คู่มือนักศึกษา ค่าบำรุงห้องสมุดและเทคโนโลยีสารสนเทศ ค่าบำรุง (ICT ส่วนกลาง) ค่าใช้จ่ายในการให้บริการนักศึกษา เช่น รถบริการ เงินกองทุนสำรองมหาวิทยาลัย เงินรายได้สภทบมหาวิทยาลัย และสภทบ ค่าสาธารณูปโภค
7. เงินสภทบกองทุน หมายถึง รายการค่าใช้จ่ายเงินรายได้ของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จัดสรรไว้ที่กองทุนส่งเสริมงานวิจัย กองทุนพัฒนาบุคลากร กองทุนพัฒนานักศึกษา เพื่อใช้ในการพัฒนาส่งเสริมงานวิจัย พัฒนาบุคลากรและพัฒนานักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี บุคลากร ขอใช้เงินจากกองทุนส่งเสริมงานวิจัยและกองทุนพัฒนาบุคลากรได้ ส่วนนักศึกษาขอใช้เงินจากกองทุนพัฒนานักศึกษาได้ โดยจัดทำรายละเอียดผ่านคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ เพื่อให้คณะกรรมการกองทุนพิจารณา



นางสาวณัฐอร กรีฬา

หัวหน้าโครงการวิจัย R2R

เจ้าหน้าที่งานแผนและงบประมาณ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง : โปรดตอบคำถามต่อไปนี้โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน และขอความอนุเคราะห์ตอบคำถามให้ครบทุกข้อ

1. เพศ
() 1. ชาย () 2. หญิง
2. อายุ
() 1. 21-30 ปี () 2. 31-40 ปี
() 3. 41-50 ปี () 4. 51-60 ปี
() 5. มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป
3. ประสบการณ์ในการทำงาน
() 1. ไม่เกิน 3 ปี () 2. 3-5 ปี
() 3. 6-8 ปี () 4. 9-11 ปี
() 5. 12-14 ปี () 6. ตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป
4. ประเภทบุคลากร
() 1. บุคลากรสายวิชาการ
() 1.1 ผู้บริหาร () 1.2 อาจารย์ผู้สอน (ข้าราชการ)
() 1.3 อาจารย์ผู้สอน (พนักงานมหาวิทยาลัย)
() 2. บุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ
() 2.1 หัวหน้างาน () 2.2 เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
() 2.3 นักวิชาการศึกษา () 2.4 อื่นๆ (โปรดระบุ.....)
5. ลักษณะงานที่ทำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
() 1. งานบริหารองค์กร () 2. การเรียนการสอน
() 3. เจ้าหน้าที่ประจำห้องปฏิบัติการ () 4. เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ COE
() 5. เจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน () 6. อื่นๆ (โปรดระบุ.....)
6. ระดับการศึกษา
() 1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย () 2. มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า
() 3. ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง () 4. ปริญญาตรี
() 5. สูงกว่าปริญญาตรี

ส่วนที่ 2 การรับรู้การประชาสัมพันธ์

1. ท่านรับรู้แผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เหล่านี้มากน้อยเพียงใด

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบที่ท่านเลือกเพียงช่องเดียวในแต่ละข้อ

สื่อประชาสัมพันธ์	ระดับการรับรู้แผนงบประมาณจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่เคยรับรู้ (0)
1.สื่อบุคคล						
1.1 หัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น)						
1.2 เพื่อนร่วมงาน						
1.3 เจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหารและวางแผน						
2.สื่อเฉพาะกิจ						
2.1 บันทึกข้อความ หนังสือราชการปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน)						
2.2 การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา						
2.3 เว็บไซต์คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (https://www.het.rmutt.ac.th)						

สื่อประชาสัมพันธ์	ระดับการรับรู้แผนงบประมาณจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่เคยรับรู้ (0)
2.4 เว็บไซต์กองนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี (https://www.pld.rmutt.ac.th)						
2.5 งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและ วางแผน คณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด						

2. การรับรู้ของบุคลากรเกี่ยวกับแผนงบประมาณของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ จากการประชาสัมพันธ์

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคำตอบที่ท่านเลือกเพียงช่องเดียวในแต่ละข้อ

ประเภทของแผนงบประมาณ	รู้	ไม่รู้
1.งบบุคลากร (เงินเดือน, เงินค่าประจำตำแหน่ง)		
2.งบดำเนินงาน (ค่าตอบแทน, ค่าใช้สอย, ค่าวัสดุ, ค่าใช้จ่ายเดินทางไปราชการ ต่างประเทศชั่วคราว)		
3.โครงการอบรมของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์		
4.งบลงทุน (รายการปรับปรุงสิ่งก่อสร้าง, รายการครุภัณฑ์)		
5.เงินงบกลางของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์		
6.เงินสทบกองทุน (กองทุนส่งเสริมงานวิจัย กองทุนพัฒนาบุคลากร กองทุน พัฒนา นักศึกษา)		
7.ค่าใช้จ่ายของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ที่จัดสรรไว้ส่วนกลาง		
8.นโยบายการบริหารงบประมาณรายจ่ายและงบประมาณเงินรายได้ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี		

ส่วนที่ 3 ช่องทางการประชาสัมพันธ์

คำชี้แจง : โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความรู้สึกของท่านต่อประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ ในการสร้างความเข้าใจและทำให้ท่านได้รับความรู้เกี่ยวกับแผนงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ

สื่อประชาสัมพันธ์	ระดับความมีประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. สื่อบุคคล					
1.1 หัวหน้างาน (เช่น คณบดี, รองคณบดี หรือ หัวหน้างานที่สูงกว่า 1 ชั้น)					
1.2 เพื่อนร่วมงาน					
1.3 เจ้าหน้าที่ ฝ่ายบริหารและวางแผน					
2. สื่อเฉพาะกิจ					
2.1 บันทึกข้อความ หนังสือราชการ ปกติ (เช่น หนังสือเวียนจากกองนโยบายและแผน, หนังสือเวียนจากฝ่ายบริหารและวางแผน)					
2.2 บันทึกข้อความ หนังสือราชการ อิเล็กทรอนิกส์ (e-office)					
2.3 การประชุมบุคลากรของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ แต่ละภาคการศึกษา					
2.4 การประชุมที่หน่วยงาน สนับสนุนการศึกษาเป็นผู้จัด เช่น กองคลัง กองนโยบายและแผน					

สื่อประชาสัมพันธ์	ระดับความมีประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2.5 เว็บไซต์คณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์ (https://www.het.rmutt.ac.th)					
2.6 เว็บไซต์กองนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี (https://www.pld.rmutt.ac.th)					
2.7 เว็บไซต์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี (https://www.rmutt.ac.th)					
2.8 งานสัมมนาที่ฝ่ายบริหารและ วางแผน คณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์เป็นผู้จัด					
2.9 Facebook Fanpage คณะ เทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ (Home Economics Technology, RMUTT)					
2.10 Line Group (กลุ่มอาจารย์/ บุคลากรสายสนับสนุน/พนักงาน มหาวิทยาลัย)					
2.11 บอร์ดประชาสัมพันธ์ภายใน คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์					

ส่วนที่ 4 ความสนใจของบุคลากรต่อประเภทของแผนงบประมาณ

คำชี้แจง : โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความสนใจประเภทแผนการใช้จ่ายงบประมาณของท่านมากที่สุด

ประเภทของแผน งบประมาณ	ระดับความสนใจประเภทของแผนงบประมาณ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่สนใจ เลย (0)
1. ข้อมูลแผน งบประมาณทุก รายการ						
2. งบบุคลากร (เงินเดือน, เงินค่า ประจำตำแหน่ง)						
3. งบดำเนินงาน (ค่าตอบแทน, ค่าใช้ สอย, ค่าวัสดุ, ค่าใช้จ่ายเดินทางไป ราชการ ต่างประเทศ ชั่วคราว)						
4. โครงการอบรม ของคณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์						
5. งบลงทุน (รายการปรับปรุง สิ่งก่อสร้าง, รายการครุภัณฑ์)						
6. เงินงบกลางของ คณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์						

ประเภทของแผน งบประมาณ	ระดับความสนใจประเภทของแผนงบประมาณ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่สนใจ เลย (0)
7. เงินสทบ กองทุน (กองทุน ส่งเสริมงานวิจัย กองทุนพัฒนา บุคลากร กองทุน พัฒนา นักศึกษา)						
8. ค่าใช้จ่ายของ คณะเทคโนโลยี คหกรรมศาสตร์ที่ จัดสรรไว้ส่วนกลาง						
9. นโยบายการ บริหารงบประมาณ รายจ่ายและ งบประมาณเงิน รายได้ ของ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี						

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ

ประวัตินักวิจัย

1. ตำแหน่งในโครงการ : หัวหน้าโครงการ
2. ชื่อ-สกุล : นางสาวณัฐอร กรีฬา
3. ตำแหน่งบริหารในปัจจุบัน : เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
4. สังกัดคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ หมายเลขโทรศัพท์ 02-549-3154
E-mail nathaom_k@mutt.ac.th
5. ประวัติการศึกษา :
 - 5.1 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ปีพ.ศ. 2553 คุณวุฒิ ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 - 5.2 จบการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ปี พ.ศ.2558 คุณวุฒิ รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา บริหารรัฐกิจ
6. ผลงานทางวิชาการ :
 - 6.1 วิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา เรื่อง การศึกษาการพัฒนาชนบทเชิงบูรณาการในแนวทางการปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรณี ตำบลแม่ทา ตำบลห้วยแก้ว และตำบลทาเหนือ อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่
 - 6.2 งานวิจัยเรื่อง การศึกษาความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นของบุคลากรคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ เกี่ยวกับแผนพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์วาระเร่งด่วน พ.ศ.2557-2560 ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
 - 6.3 คู่มือการปฏิบัติงานการจัดทำแผนปฏิบัติราชการประจำปี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี