

รายงานการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานจัดทำวารสารบริหารธุรกิจ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

นางสาวจิราภรณ์ คงวัฒนากุล

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ประจำปี 2560

RESEARCH

FACTORS AFFECTING THE SUCCESS OF AN ACADEMIC JOURNAL
OPERATIONS AT FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION
RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

Miss Jiraporn Kongvattanakul

FACULTY OF BUSINESS ADMINISTRATION
RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

2017

บทคัดย่อ

ชื่อโครงการวิจัยเรื่อง	ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการดำเนินงานจัดทำวารสาร บริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ชื่อผู้วิจัย	นางสาวจิราภรณ์ คงวัฒนากุล
ระยะเวลาการวิจัย	2560

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานจัดทำวารสารบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานจัดทำวารสารบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง และเพื่อเสนอแนะแนวทางดำเนินงานจัดทำวารสารบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาปริญญาโทภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ที่ได้จากการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) จำนวน 400 คน และคณะผู้จัดทำวารสาร ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) จำนวน 5 คน เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยรามคำแหง ส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารของวารสารจากคำแนะนำจากบุคคล รองลงมาคือ เว็บไซต์ กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวารสารอยู่ในระดับน้อย เหตุผลที่ตัดสินใจลงบทความในวารสารเนื่องจากเนื้อหาในวารสาร รองลงมาคือ ความสะดวกในขั้นตอนการพิจารณา ในภาพรวมของระดับการตัดสินใจเข้าร่วมเผยแพร่ผลงานวิจัยในวารสาร อยู่ในระดับปานกลาง

คณะผู้จัดทำวารสารมีความคิดเห็นว่า ควรมีการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ และการส่งข่าวสารไปยังนักศึกษา อาจารย์ นักวิชาการทั้งในและนอกมหาวิทยาลัย ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ใช้หลากหลายช่องทาง ควรมีเจ้าหน้าที่อย่างเพียงพอต่อการดำเนินงานปัจจัยที่ช่วยให้นักศึกษา อาจารย์ นักวิชาการทั้งในและนอกมหาวิทยาลัย

ตัดสินใจลงตีพิมพ์บทความในวารสาร ได้แก่ การลดขั้นตอนและอำนวยความสะดวก
เรื่องการจัดทำรูปแบบเนื้อหา มีการประสานงานกับเจ้าของงานวิจัยอย่างใกล้ชิดและ
ต่อเนื่อง มีการอบรมให้ความรู้แก่เจ้าของผลงานวิจัย ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการ
จัดทำวารสาร คือ การดำเนินงานตามแผนงาน มีการประเมินและปรับปรุงแผนงาน
อย่างต่อเนื่อง

ABSTRACT

Title of Research Paper	Factors Affecting the Success of an Academic Journal Operations at Faculty of Business Administration Ramkhamhaeng University
Researcher	Miss Jiraporn Kongvattanakul
Duration	2017

The aims of this study are to examine factors affecting the success of academic journal published operations at faculty of business administration, Ramkhamhaeng University (RU), and to provide recommendations of how to further improve efficiency of its operations. The sample in this study is a group of graduated students at master level from RU and from other universities using a simple random sampling technique with a total 400 responses. In addition, five staffs from the journal operations are purposively selected for in-depth interviews. The data are collected with a survey questionnaire and are analyzed using descriptive statistics including frequency and percentage, mean, and standard deviations. The results show that majority of this sample was female and attending at RU. In addition, News regarding to the journal was respectively received from the faculty staffs' suggestion and the school website. However, the awareness about journal information was at the low level. The main reason of deciding to publish its works is the content of the journal and the lesser reason is the convenient of

publishing and reviewing process. In sum, the level of decision to publish research at this particular journal is at the moderate level.

The journal committee staffs provide insightful comments that it should more widely public and inform news about the journal to students, faculty and researchers both inside and outside the university with various channels. It should also increase more staffs enough for the operations. Factors that would impact the decisions to publish are the reducing steps and more convenient for formatting content, closely and continuously coordination with article authors, and having training program for the authors. Factors affecting the success of journal operations are works according to a plan, evaluations and continually improvement of the plan.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานจัดทำวารสารบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง บรรลุเป้าหมายได้ด้วยความร่วมมือและความกรุณาจากทุก ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ผู้รวบรวมข้อมูล ผู้ให้ข้อเสนอแนะ ผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งทุกฝ่ายมีความสำคัญที่ทำให้งานวิจัยสำเร็จลงด้วยดี

งานวิจัยนี้จะเกิดประโยชน์อย่างแท้จริงเมื่อได้มีการปรับปรุงงานการจัดทำวารสารตามที่ได้เสนอแนะไป ซึ่งผู้วิจัยขอขอบคุณไว้ ณ ที่นี้ด้วย

คุณค่าของงานวิจัยที่เกิดขึ้นในครั้งนี้ขอมอบให้กับผู้อ่านและผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยทุกท่าน

จิราภรณ์ คงวัฒนากุล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(3)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(5)
กิตติกรรมประกาศ.....	(7)
สารบัญตาราง.....	(10)
สารบัญภาพประกอบ.....	(11)
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
สมมติฐานของการวิจัย.....	2
ขอบเขตในการวิจัย	3
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
ข้อมูลพื้นฐานของการจัดทำวารสาร บริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ..	
มหาวิทยาลัยรามคำแหง	6
หลักการเขียนบทความทางวิชาการที่ดี.....	6
แนวคิดการสื่อสาร	10
แนวคิดการประชาสัมพันธ์	17
ทฤษฎีการรับรู้	23
ทฤษฎีการตัดสินใจ.....	27

บทที่	หน้า
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา	38
3 วิธีดำเนินการวิจัย	39
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	39
เครื่องมือการวิจัย	40
การทดสอบเครื่องมือ	44
การรวบรวมข้อมูล	42
การวิเคราะห์ข้อมูล	43
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	44
ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน	45
ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ และการรับข่าวสาร ของวารสาร	46
ตอนที่ 3 การตัดสินใจลงบทความในวารสาร	47
ตอนที่ 4 ทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบวารสาร	48
ตอนที่ 5 ความคิดเห็นของคณะผู้จัดทำวารสาร	49
5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	50
สรุปผลการวิจัย	50
การอภิปรายผล	51
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้	53
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป	53
ภาคผนวก	54
บรรณานุกรม	60
ประวัติผู้วิจัย	63

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการสื่อสารด้วยวาจาและการเขียน	16
2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	45
3 จำนวนและร้อยละของแหล่งข่าวสาร	46
4 จำนวนและร้อยละของการตัดสินใจลงบทความในวารสาร	47
5 จำนวนและร้อยละของทัศนคติเกี่ยวกับรูปแบบวารสาร	48

สารบัญภาพประกอบ

ภาพ	หน้า
1 กระบวนการสื่อสาร	11
2 กระบวนการสื่อสารที่ดี	13
3 ขั้นตอนการตัดสินใจอย่างมีเหตุผล	29
4 องค์ประกอบของทัศนคติ	33
5 กรอบแนวคิดการวิจัย	38

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วารสารวิชาการต่าง ๆ มีความสำคัญต่อวงการวิชาการ เป็นเครื่องมือเผยแพร่ความคิด ความรู้ใหม่ ๆ สู่อ่านอันนำไปสู่การเจริญก้าวหน้าในแต่ละสาขาวิชาการ เช่น สาขาการแพทย์ สาขาวิศวกรรมศาสตร์ สาขาการบริหาร เป็นต้น ความคิดและความรู้ใหม่ ๆ นี้ย่อมนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อบุคคล ชุมชน สังคมและประเทศ คณะบริหารธุรกิจ จึงได้จัดทำวารสารวิชาการเพื่อรองรับการเผยแพร่บทความทางวิชาการของนักศึกษา อาจารย์ และผู้สนใจทั่วไป โดยมีข้อกำหนดในการลงตีพิมพ์บทความในวารสารตามระเบียบหลักเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพวารสาร

เนื่องด้วยปัจจุบันพบว่าการจัดทำวารสารวิชาการคณะบริหารธุรกิจ ยังไม่เป็นไปตามคุณภาพตามที่ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (tcj) กำหนด เช่นมีจำนวนบทความที่มาจากสถาบันอื่น ไม่ครบ 25% ของจำนวนบทความทั้งหมด และต้องมีผู้ประเมินจากต่างสถาบัน ไม่น้อยกว่า 25% (ศูนย์ดัชนีการอ้างอิง วารสารไทย, 2559, หน้า 1) อาจเนื่องมาจากวารสารคณะบริหารธุรกิจนี้อยู่ในระยะเริ่มต้นของการดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์วารสารหรือข่าวสารที่เกี่ยวข้องยังไม่เป็นที่แพร่หลายหรือไม่ตรงกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลให้นักศึกษา อาจารย์ นักวิชาการส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับวารสาร ขาดสิ่งจูงใจให้นักศึกษาจากสถาบันภายนอกส่งบทความเข้ามาตีพิมพ์เผยแพร่ เป็นต้น จากปัญหาเหล่านี้จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้การดำเนินงานจัดทำวารสารมีทิศทางที่ถูกต้องยิ่งขึ้น

คณะผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานจัดทำวารสารบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ในการดำเนินงานจัดทำวารสารบริหารธุรกิจคณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยรามคำแหง และเพื่อเสนอแนะแนวทางดำเนินงานจัดทำวารสาร
บริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
อันนำไปสู่การปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานการจัดทำวารสารบริหารธุรกิจ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงและเพื่อให้วารสารคณะบริหารธุรกิจ
มีคุณภาพตามมาตรฐานดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (tcj) กำหนด ตลอดจนส่งผลให้วารสาร
คณะบริหารธุรกิจเป็นวารสารทางวิชาการที่มีเนื้อหาและคุณภาพที่น่าเชื่อถือและเป็นที่
รู้จักอย่างกว้างขวางสำหรับผู้อ่านมากขึ้นอันก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคมได้อย่าง
กว้างขวาง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานจัดทำวารสารบริหารธุรกิจ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางดำเนินงานจัดทำวารสารบริหารธุรกิจ คณะ
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

สมมติฐานการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างรับทราบข่าวสารของวารสารบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยรามคำแหง จากคำแนะนำจากบุคคลมากที่สุด
2. กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวารสารบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยรามคำแหง อยู่ในระดับน้อย
3. เนื้อหาในวารสารบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
และความสะดวกในขั้นตอนการพิจารณาบทความมีผลต่อการตัดสินใจลงบทความ
ในวารสาร

ขอบเขตในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรต้น การศึกษาในครั้งนี้มุ่งศึกษาความคิดเห็น 3 ด้าน ของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่อวารสารบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ได้แก่

1. การประชาสัมพันธ์และการรับข่าวสาร
2. การตัดสินใจลงตีพิมพ์บทความ
3. ทศนคติที่มีต่อวารสารวิชาการ

ตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จของการจัดทำวารสาร ได้แก่

1. ระดับการรับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวารสาร
2. การตัดสินใจเข้าร่วมเผยแพร่ผลงานวิจัยในวารสาร โดยความสมัครใจ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. นักศึกษาปริญญาโทภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย
2. คณะผู้จัดทำวารสาร

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาเลือกวิธีการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) กับนักศึกษาปริญญาโทภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง รวม 400 คนและใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) กับคณะผู้จัดทำวารสาร จำนวน 5 คน

นิยามศัพท์เฉพาะ

การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการส่งสาร หรือ แลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิด ความรู้สึกระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย คือ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจ ที่ตรงกันจนสามารถตอบสนองกลับมายังผู้ส่งสารได้ตรงตามเป้าหมายของผู้ส่งสาร

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ตามแผนงานที่กำหนดไว้ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องตรงกัน ตลอดจนการสร้างเสริมความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมาย กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ต้องปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

การรับรู้ หมายถึง การรับสิ่งเร้าที่มากกระทบหรือรับสิ่งที่สัมผัสแล้วสมอง ตีความหมายตามประสบการณ์ที่ตนมีอยู่เดิม แล้วจึงเกิดการแสดงออกเป็นการกระทำ หรือความรู้สึกโดยส่วนใหญ่บุคคลจะเลือกรับรู้เฉพาะข้อมูลข่าวสารที่ตรงกับความต้องการและความพึงพอใจของตนเอง

การตัดสินใจ หมายถึง การดำเนินงานอย่างมีระบบเพื่อประเมินเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันเป็นผลมาจากความเชื่อ ความรู้เดิมที่ตนมีอยู่และการคิดวิเคราะห์ ประเมินผลตามที่ตนเองมีประสบการณ์ ทัศนคติของแต่ละบุคคลจึงแตกต่างกันออกไป

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จะใช้เป็นข้อมูลประกอบการปรับปรุง การดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์วารสารบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2. เพื่อปรับปรุงการดำเนินงานจัดทำวารสารบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ให้มีคุณภาพตามข้อกำหนดของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (tcii)

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานจัดทำวารสารบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากเอกสารทางวิชาการ สิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ แนวคิดการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ ทฤษฎีการรับรู้ ทฤษฎีการตัดสินใจ แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเหล่านี้จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา การสร้างเครื่องมือการวิจัยที่สามารถตอบปัญหาของการวิจัยได้ตลอดจนใช้เป็นข้อมูลอภิปรายผล การศึกษาให้มีความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น ข้อมูลที่จะนำเสนอต่อไปนี้จะประกอบด้วย

1. ข้อมูลพื้นฐานของการจัดทำวารสาร บริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2. หลักการเขียนบทความทางวิชาการที่ดี
3. แนวคิดการสื่อสาร
4. แนวคิดการประชาสัมพันธ์
5. ทฤษฎีการรับรู้
6. ทฤษฎีการตัดสินใจ
7. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
9. กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลพื้นฐานของการจัดทำวารสาร บริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

วารสารทางวิชาการของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เป็นช่องทางเผยแพร่ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ บุคลากร นักศึกษาและบุคลากรทางการบริหารธุรกิจทั่วไป ที่ครอบคลุมในประเด็นทางการบริหารธุรกิจทุก ๆ ด้าน แต่เนื่องจากวารสารบริหารธุรกิจเป็นโครงการที่อยู่ระหว่างเริ่มต้นของการพัฒนาวารสาร ซึ่งเป็นการทำงานใหม่ทั้งหมดต้องทำงานในเชิงรุก ประสานกับบุคคลหลาย ๆ ฝ่ายเพื่อให้วารสารบริหารธุรกิจมีผลงานวิจัยเผยแพร่ที่ทันต่อแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางระบบการบริหาร ส่งผลให้วารสารบริหารธุรกิจเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายของคนทั่วไป ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาการจัดทำวารสารบริหารธุรกิจบรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้

หลักการเขียนบทความทางวิชาการที่ดี

ข้อมูลข่าวสารมีความสำคัญต่อสังคมยุคแห่งการเรียนรู้ (knowledge based society) ดังนั้นข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่และพบเห็นในชีวิตประจำวันจึงมีอยู่จำนวนมากและมีความรวดเร็วในการเผยแพร่ข่าวสารซึ่งบางครั้งข่าวสารนั้นอาจถูกบิดเบือนได้ ข้อมูลข่าวสารที่ดีจึงควรผ่านการวิเคราะห์ สังเคราะห์มาแล้วว่ามีความเป็นจริง น่าเชื่อถือและเหมาะสมแก่การเผยแพร่ อย่างไรก็ดี การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนั้นจะต้องเริ่มจากหลักการเขียนที่ดีเพื่อให้ได้ข่าวสารที่สื่อความหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์ มีความน่าสนใจและได้รับประโยชน์มากที่สุดซึ่งผู้เขียนข่าวสารจะต้องมีการเรียบเรียงเนื้อหาอย่างเหมาะสม ในการวิจัยครั้งนี้จะมุ่งศึกษาหลักการเขียนบทความทางวิชาการที่ดีซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาพบว่ามื่อนักวิชาการบางท่านได้นำเสนอหลักการเขียนบทความทางวิชาการที่ดีไว้มีรายละเอียดพอสังเขปดังนี้

โยธิน แสงวดี (จักรกฤษณ์ โปคาพล, 2555, หน้า 2-4) ได้นำเสนอว่า การเขียนบทความทางวิชาการนั้นจะต้องนำเสนอเนื้อหาอย่างมีแบบแผน เพื่อให้ได้ข้อความที่กระชับ สั้น ได้ใจความหรือถ่ายทอดความรู้ความคิดได้ตรงประเด็น ขณะเดียวกันก็ต้องมีความน่าสนใจชวนให้ติดตาม หลักการเขียนบทความทางวิชาการที่ดี ประกอบด้วย 2 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การวางแผนเขียนบทความวิชาการ ได้แก่

1. กำหนดประเด็นที่จะเขียน ทำให้ได้ชื่อเรื่องและเนื้อหาประเด็นหลัก (theme) ชื่อเรื่องอาจปรับแต่งทีหลังได้ แต่ชื่อเรื่องควรใช้ภาษาที่เป็นทางการ ไม่ควรตั้งชื่อเรื่องยาวจนเกินไปแต่ต้องสื่อความได้ชัดเจน และครอบคลุมประเด็นของเรื่อง โดยเลือกใช้ข้อความที่ดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน ชื่อเรื่องจะต้องสื่อถึงเนื้อหาของเรื่อง ส่วนเนื้อหาประเด็นหลักจะบอกถึงขอบเขตเนื้อหาโดยรวมของบทความ แต่ละประเด็นก็จะแยกย่อยเป็นประเด็นรองลงไปได้อีกซึ่งจะต้องมีความระมัดระวังไม่ให้เนื้อหาเกิดความซ้ำซ้อนกันจนทำให้บทความด้อยคุณค่า

2. รวบรวมเนื้อหาวิชาการจากการอ่าน ทบทวนจากสื่อต่างๆ ที่น่าเชื่อถือทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวบรวมรูปภาพตาราง กราฟเส้น กราฟแท่ง มาประกอบเพื่อให้บทความน่าสนใจ พร้อมระบุแหล่งที่มาหรืออ้างอิงที่มาของเนื้อหาแต่ละส่วนให้ถูกต้อง เบื้องต้นเนื้อหาข้อมูลแต่ละส่วนจะต้องจัดเตรียมไว้เพื่อความสะดวกในการเขียนเนื้อหาวิชาการที่ได้รวบรวมมานั้นควรจะนำมาสรุปหรือสังเคราะห์เพื่อให้ได้เฉพาะสาระที่สำคัญ ๆ เท่านั้นแต่ยังคงความหมายเดิมไว้ด้วยเช่นกัน

3. ต้องกำหนดจำนวนหน้าของบทความไว้ เพราะจำนวนหน้าจะสัมพันธ์กับเนื้อหาที่จะนำเสนอ แต่เนื้อหาต้องครบทุกประเด็นตามวัตถุประสงค์ของผู้เขียน สอดคล้องกับชื่อเรื่อง แบ่งการให้ความสำคัญกับเนื้อหาในแต่ละประเด็น เช่น บทนำจะมีกี่หน้า ประเด็นใดจะนำเสนอเนื้อมากที่สุด แต่ละประเด็นควรมีจำนวนกี่หน้า หรือจะกำหนดให้มีเนื้อหาแทรกหรือแนบท้ายบทความด้วยหรือไม่ เนื้อหาแนบท้ายบทความจะรวมจำนวนหน้ากับเนื้อหาหลักหรือไม่ เป็นต้น

4. การร่างเนื้อหา เป็นการกำหนดโครงสร้างหัวข้อหรือประเด็นที่ต้องการจะสื่อสาร หรือเป็นการกำหนดขอบเขตของเนื้อหาหลักซึ่งต้องเรียงลำดับหัวข้อให้สอดคล้องกันทั้งบทความ เนื้อหาต้องสมบูรณ์ ถูกต้อง และน่าเชื่อถือ เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความรู้ ความเข้าใจ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้อ่านได้ตามวัตถุประสงค์ของผู้เขียน การนำเสนอเนื้อหาสาระให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่ายและได้อย่างรวดเร็ว นั้น จำเป็นต้องใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการนำเสนอเข้าช่วย เช่น การใช้สื่อประเภทรูปภาพ แผนภูมิ ตาราง กราฟ เป็นต้น เนื้อหาส่วนไหนจะมีกราฟหรือรูปภาพประกอบควรนำมาวางไว้เลย ทั้งนี้ควรจำแนกหัวข้อหรือประเด็นให้ชัดเจนเพื่อความสะดวกในการอ่านและการทำความเข้าใจ หัวข้อต่างๆ ในเนื้อเรื่อง ต้องเป็นคำ ข้อความ หรือวลีที่สมบูรณ์ชัดเจนภายในย่อหน้านั้นๆ หรือจะกำหนดให้มีการอธิบายเพิ่มเติมไว้ในส่วนใดต้องระบุให้ชัดเจน การร่างเนื้อหาจะทำให้ผู้เขียนทราบว่า

5. ระบุประเด็นย่อยที่จะบรรยายในแต่ละหัวข้อ อาจบันทึกไว้ว่าจะแสดงข้อมูลอะไรบ้าง เช่น ตาราง รูปภาพ กราฟเส้น กราฟแท่ง หรือจะเป็นเนื้อหาบรรยายต่อเนื่องกันไป เมื่อนึกประเด็นใหม่ได้ให้บันทึกไว้เพื่อจำได้ไปค้นหาเนื้อหาเพิ่มเติม หากเนื้อหาที่มีอยู่นั้น ไม่ทันสมัยก็ควรค้นหาให้เป็นเนื้อหาปัจจุบันให้มากที่สุด

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดองค์ประกอบของบทความวิชาการ

รูปแบบบทความวิชาการมี หลากหลายแตกต่างกันไป โดยทั่วไปประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1) ส่วนนำ ได้แก่ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้เขียนและข้อความ แนะนำผู้เขียน บทคัดย่อ คำสำคัญ บทนำ 2) ส่วนเนื้อหา ได้แก่ เนื้อเรื่อง แบ่งเป็นประเด็นหลัก ประเด็นรอง ประเด็นย่อยและบทสรุป กิตติกรรมประกาศ 3) ส่วนอ้างอิง ได้แก่ บรรณานุกรม เอกสารอ้างอิง มหาวิทยาลัยมหิดล (2559, หน้า 1-2) ได้นำเสนอถึงแนวทางการเขียนบทความวิชาการไว้ดังนี้

1. ส่วนนำ นับว่าเป็นเนื้อหาส่วนสำคัญที่ผู้เขียนต้องจงใจให้ผู้อ่านเกิดความสนใจ เช่น อาจใช้ภาษาที่กระตุ้น จูงใจ หรือยกปัญหาที่กำลังเป็นที่สนใจขณะนั้นขึ้นมาอภิปราย หรืออาจจะกล่าวถึงประโยชน์ที่ผู้อ่านจะได้รับจากการอ่าน ส่วนนำยังเป็นส่วนที่ผู้เขียนสามารถกล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการเขียนบทความนั้น หรือให้คำชี้แจงความ

เป็นมาของการเขียนบทความ รวมทั้งเสนอขอบเขตของบทความคร่าวๆได้ เพื่อให้ผู้อ่านไม่คาดหวังเกินขอบเขตที่กำหนด

2. เนื้อเรื่อง การเขียนส่วนเนื้อเรื่องจะต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ประกอบกัน กล่าวคือ ศาสตร์นั้นคือหลักวิชาการในการเขียน ได้แก่ กรอบแนวความคิด (conceptual framework) ที่ต้องแสดงให้เห็นความเชื่อมโยงของเหตุที่นำไปสู่ผล (causal relationship) การอ้างอิงข้อมูลของผู้อื่น ศิลป์ (art) ได้แก่ ศิลป์ในการใช้ภาษาเพื่อนำเสนอเรื่องที่เขียน การลำดับความ การบรรยาย วิธีการอ้างอิง สถิติและข้อมูลต่างๆ ที่ใช้ในการประกอบเรื่องที่เขียน เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจและประทับใจมากที่สุด

3. ในส่วนเนื้อหาสาระ ผู้เขียนควรคำนึงถึงประเด็นสำคัญๆ ได้แก่ การจัดลำดับเนื้อหาสาระ การเรียบเรียงเนื้อหา การวิเคราะห์ วิพากษ์ วิจารณ์ ต้องเป็นไปอย่างมีหลักการ ทฤษฎี หรือมีหลักฐานอ้างอิงอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ มีความเป็นเหตุเป็นผลที่น่าเชื่อถือ มีการอ้างอิงข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อนำไปสู่ข้อสรุปด้วยตรรกะของกลุ่มและมุมมองของผู้เขียน วิธีการนำเสนอเนื้อหาสาระให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่ายและรวดเร็ว นั้นจำเป็นต้องใช้สื่อประเภทภาพ แผนภูมิ ตาราง กราฟ มาประกอบ

การเขียนบทความทางวิชาการสำหรับใช้เผยแพร่ผ่านวารสารทางวิชาการของสถาบันการศึกษานั้น จะพบว่า แต่ละสถาบันมีคู่มือการเขียนบทความกำกับไว้แล้วอย่างละเอียด ซึ่งผู้เขียนบทความต้องศึกษาทำความเข้าใจก่อนที่จะลงมือเขียนบทความ บางครั้งในคู่มือนั้นอาจมีตัวอย่างบทความที่ถูกต้องแสดงไว้ด้วยแล้ว อย่างไรก็ตามการสื่อสารสองทางยังมีความจำเป็น โดยเฉพาะกรณีที่ผู้เขียนบทความมีข้อสงสัยจึงควรติดต่อสอบถามกับเจ้าหน้าที่ในทันที

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การเขียนบทความวิชาการต้องมีการวางแผนตลอดระยะเวลาการเขียนบทความต้องมีการปรับเนื้อหาให้กระชับ เนื้อหาทันสมัย ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายเพื่อให้ผู้อ่านได้รับประโยชน์จากบทความอย่างชัดเจน ควรวางขอบเขตเนื้อหาจากประเด็นหลัก ไปสู่ประเด็นรองและประเด็นย่อยและบทสรุป การเขียนบทความที่ดีต้องอาศัยประสบการณ์ในการอ่านบทความของผู้อื่นและการลงมือเขียนของตนเองมาประกอบกัน

แนวคิดการสื่อสาร

การสื่อสาร มีความสำคัญต่อมนุษย์ มนุษย์ทุกคนต้องใช้การสื่อสารเกือบตลอดเวลา ในทุก ๆ กิจกรรม เช่น การพูด การแสดงสีหน้า การแสดงออกทางกาย ช่วยให้ผู้รับสาร เข้าใจวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร มนุษย์จึงขาดการสื่อสารข้อมูล (data communication) ไม่ได้ การสื่อสารข้อมูลระหว่างบุคคลมีความหมายโดยสังเขป ดังที่นักวิชาการได้ให้นิยามไว้ดังนี้

ความหมายของการสื่อสาร

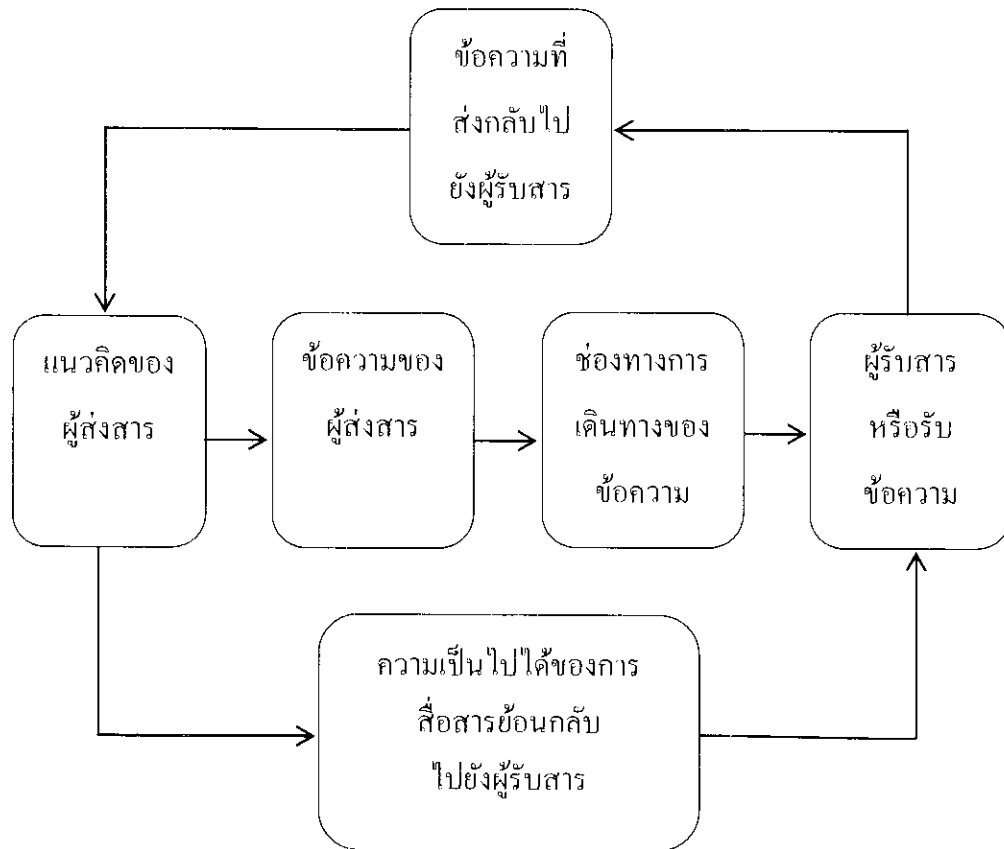
ฝ่ายสื่อสาร สำนักชลประทานที่ 17 กรมชลประทาน (2559, หน้า 1) นำเสนอว่า การสื่อสาร (communication) เป็นกระบวนการที่ผู้ส่งข่าวสารทำการส่งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสารอย่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงให้ผู้รับข่าวสารมีปฏิกิริยาตอบสนองกลับมา ตามที่ผู้ส่งข่าวสารคาดหวัง

กรมรัฐ อินทรทัศน์ และ พรทิพย์ เอ็นจะบก (2559, หน้า 1) นำเสนอว่า การสื่อสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อทำให้เกิดการกระทำตามความต้องการ วัตถุประสงค์อันหนึ่งที่มีมักจะ เกิดตามขึ้นมาก็คือการสร้างความมุ่งหมายร่วมกันเพื่อให้เกิดความคิดเห็นร่วมกันและการกระทำร่วมกันในสิ่งที่ต้องการ

Bonnye E. Stuart, Marilyn S. Sarow and Laurence Stuart (2007, p. 7) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการส่งข้อความจากแหล่งข้อมูลหรือผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งเป็นได้ทั้งผู้อ่านและผู้ฟัง

Mary Ellen Guffey, Patricia Rogin and Kathleen Rhodes (2010, p. 10) กล่าวว่า การสื่อสารหมายถึง การส่งผ่านความหมายผ่านเครื่องมือที่หลากหลาย เช่น ข้อความ อุปกรณ์ เป็นต้น

รูปแบบการสื่อสารซึ่งเป็นกระบวนการที่จะอธิบายได้ว่าข้อมูลส่งไปยังผู้รับสารได้ อย่างไร กระบวนการสื่อสารเป็นดังภาพที่ 1



ภาพ 1 กระบวนการสื่อสาร

ที่มา. จาก Mary Ellen Guffey, Patricia Rogin and Kathleen Rhodes (2010, p. 10)

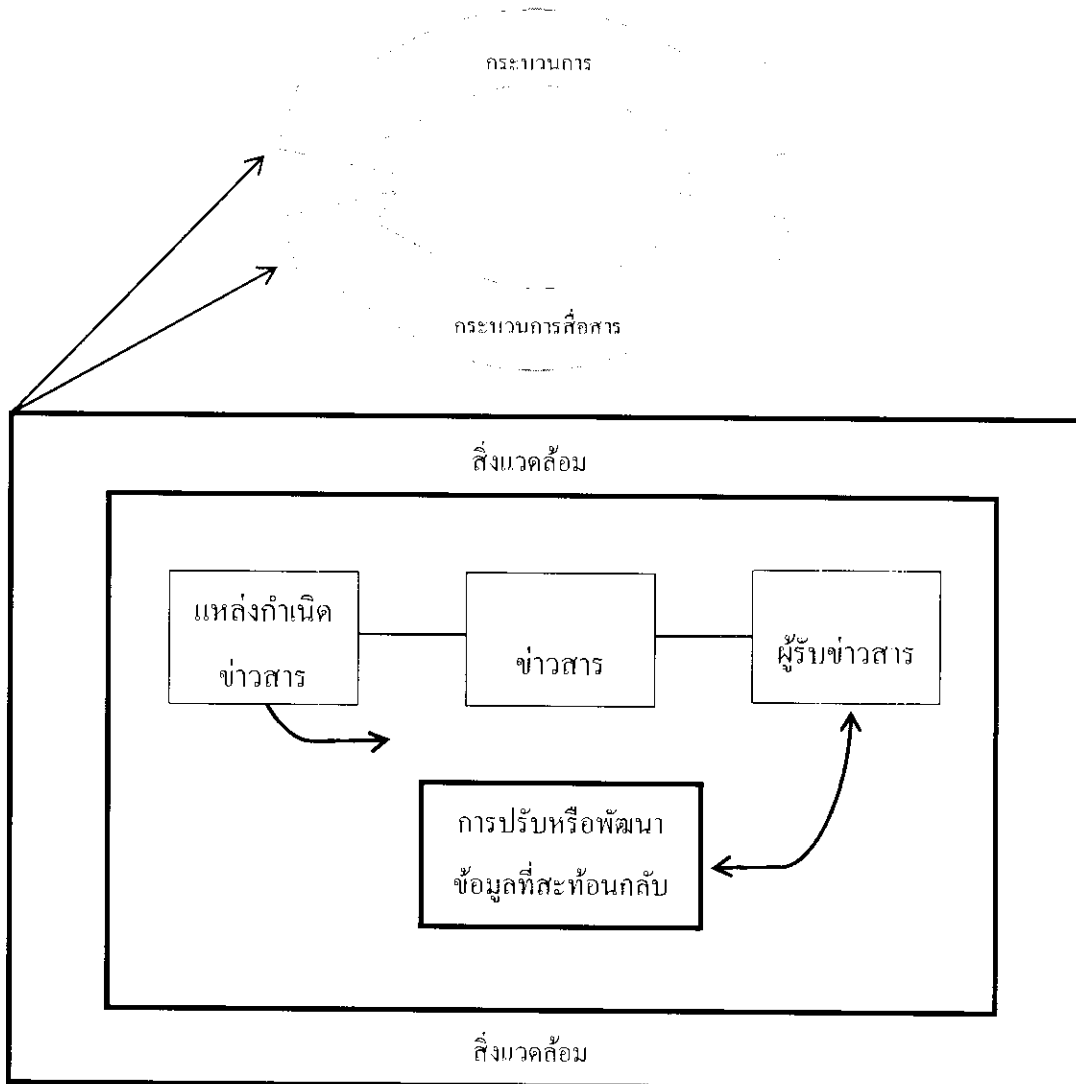
จากภาพ 1 อธิบายได้ว่า การสื่อสารเริ่มต้นจากผู้ส่งสารมีแนวคิดหรือมีเป้าหมายที่ตนต้องการจึงได้สร้างข้อความที่เหมาะสมเพื่อสื่อสารออกไป ผู้รับสารก็รับข้อความก่อนที่จะตอบสนองบางสิ่งบางอย่างกลับไปยังผู้รับสาร สารจะเดินทางอย่างไรจากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดสุดท้ายก็ต้องอาศัยเครื่องมือที่เหมาะสมกับผู้รับสารแต่ละคน เนื่องจากผู้รับสารจะมีความแตกต่างกันในเรื่องการแปลสารหรือข้อมูลก่อนที่จะสื่อสารกลับไปยังผู้ส่งสาร เช่น การสื่อสารที่ใช้ภาษาพูด ถ้อยคำ จะง่ายต่อการแปลความหมายมากกว่าการใช้ภาษาทักทายหรือสายตาและสีหน้า (Bonnye E. Stuart, Marilyn S. Sarow and Laurence Stuart, 2007, p. 8)

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการส่งสาร หรือ แลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิด ความรู้ระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย คือ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจที่ตรงกันจนสามารถตอบสนองกลับมายังผู้ส่งสาร ได้ตรงตามเป้าหมายของผู้ส่งสาร การวิจัยในครั้งนี้มุ่งเน้นการสื่อสารจากผู้จัดทำวารสารวิชาการ ไปยังผู้เขียนบทความ

วัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เขียนบทความตัดสินใจนำบทความมาลงตีพิมพ์ในวารสารของมหาวิทยาลัย

1. การสื่อสารที่ดี การวิจัยครั้งนี้มุ่งให้ความสำคัญกับการสื่อสารทุกประเภท เช่น การสื่อสารภายในองค์กร การสื่อสารระหว่างองค์กร การสื่อสารระหว่างบุคคลและกลุ่มคน อย่างไรก็ตามการสื่อสารทุกครั้งจะต้องสื่อสารให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งผู้ส่งสารจะต้องวางแผนให้เหมาะสมกับปัจจัยแวดล้อมของมหาวิทยาลัยและสอดคล้องกับปัจจัย-แวดล้อมของผู้รับสารเพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจสารตรงตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารคาดหวังไว้ ดังนั้นผู้ส่งสารจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้พฤติกรรม ทักษะ ค่านิยม ตลอดจนความต้องการพื้นฐานของผู้รับสาร มันศึกษาวิธีการสื่อสารที่สามารถโน้มน้าวจิตใจของผู้รับสารได้ การสื่อสารที่ดีจึงเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของงานได้เป็นอย่างดี

Mary Ellen Guffey, Patricia Rogin and Kathleen Rhodes (2010, p. 10) ได้กล่าวว่า กระบวนการสื่อสารจะประสบความสำเร็จก็ต่อเมื่อผู้รับสารเข้าใจแนวคิดที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อออกไป ซึ่งการสื่อสารนั้นจะต้องมีการพัฒนาปรับปรุงอยู่เสมอ เช่น การปรับข่าวสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ค้นหาช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม ประหยัดค่าใช้จ่ายและสามารถส่งข่าวสารได้ถึงมือผู้รับสารได้อย่างรวดเร็ว กระบวนการสื่อสารที่อธิบายได้ดังภาพ 2



ภาพ 2 กระบวนการสื่อสารที่ดี

ที่มา. จาก Paul Mark Pedersen, Kimberly S. Miloch and Pamela C. Laucella (2007, p. 80)

จากภาพ 2 อธิบายได้ว่า การสื่อสารทุกครั้งต้องเป็นกระบวนการจากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดสิ้นสุดของกระบวนการ แต่ละขั้นตอนจะประกอบด้วย แหล่งข้อมูล ข้อความ และผู้รับสาร การสื่อสารจะดีหรือไม่ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ อีกมาก เช่น ความหมายของเนื้อหา คุณลักษณะของผู้รับสารและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น (Paul Mark Pedersen, Kimberly S. Miloch and Pamela C. Laucella (2007, p. 79) การสื่อสารที่ดีจะต้องมีกระบวนการสื่อสารและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม โดยเฉพาะหลังจากที่ผู้ส่งสารได้รับสาร

ตอบกลับจากผู้รับข่าวสาร จะต้องมีการประเมินผลและมีการปรับปรุงหรือพัฒนาสารให้ได้ผลตอบกลับที่ตรงกับเป้าหมายที่คาดหวังให้มากที่สุด นอกจากนี้ต้องเลือกช่องทางการสื่อสารให้เหมาะสม เช่น การพูด การเขียน หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (Sheila Steinberg, 2007, p. 4)

เป้าหมายของการสื่อสารเพื่อช่วยให้มนุษย์เกิดความพึงพอใจ มีความเข้าใจกัน มีความรู้สึกที่ดีต่อกัน และไว้วางใจกัน การวิจัยในครั้งนี้ให้ความสนใจปัจจัยด้านการสื่อสาร เนื่องจากการดำเนินงานจัดทำวารสารบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง จะต้องส่งสารไปยังกลุ่มเป้าหมายเพื่อจูงใจ โน้มน้าวให้รับทราบ ข่าวตัดสินใจส่งผลงานวิจัยลงเผยแพร่ในวารสารบริหารธุรกิจ

อย่างไรก็ตาม การสื่อสารมักมีปัญหาและอุปสรรคหลายประการ การสื่อสารที่ดีจะช่วยลดปัญหาของการสื่อสารลงได้ซึ่งผู้ส่งสารต้องมีความเข้าใจและเรียนรู้ประสบการณ์ด้านการสื่อสารอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่มีเทคโนโลยีด้านการสื่อสารอยู่หลายช่องทาง ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารที่ดีของ Mary Ellen Guffey, Patricia Rogin and Kathleen Rhodes (2010, p. 12) และ Edoardo T. Brioschi (2006, p. 93) ซึ่งได้อธิบายว่า การสื่อสารที่ดีควรปฏิบัติ ดังนี้

1. ผู้สื่อสารต้องกำหนดวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้รับจากผู้รับสาร เช่น ต้องการให้มีผู้สมัครสมาชิกวารสารเพิ่มขึ้น ต้องการโน้มน้าว จูงใจให้ผู้เขียนบทความวิชาการนำผลงานวิจัยลงเผยแพร่ในวารสาร ต้องการให้ผู้อ่านมีการจดจำวารสารบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงได้ ต้องการได้รับข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำวารสาร ต้องการให้สมาชิกวารสารประทับใจต่อเนื้อหาที่ได้ลงตีพิมพ์ในวารสาร เป็นต้น การจะบรรลุวัตถุประสงค์เหล่านี้ได้ผู้ส่งสารต้องประเมินผลไปยังผู้รับสาร

2. มีการส่งสารตรงกลุ่มเป้าหมาย เช่น นักศึกษาระดับปริญญาโทและปริญญาเอก นักวิชาการ นักวิจัย นักสังคมศาสตร์ อาจารย์ ผู้เชี่ยวชาญทางงานวิชาการ ผู้บริหาร หอสมุด เป็นต้น

3. ข่าวสารที่ส่งออกไปต้องมีความหมายและมีความชัดเจน มีถ้อยคำที่น่าสนใจ เพียงพอที่จะโน้มน้าวจิตใจของผู้รับสารหรือผู้รับสารได้รับประโยชน์สูงสุดจากข่าวสารนั้น ๆ

4. เข้าใจคุณลักษณะของผู้ส่งสารและผู้รับสาร หมายถึงผู้ส่งสารต้องเข้าใจ จุดอ่อนและจุดเด่นของตัวเองถึงความสามารถในการสื่อสาร ทั้งนี้ผู้ส่งสารต้องเข้าใจผู้รับสารด้วยเช่นกัน ประเด็นหลักที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารที่ควรสนใจ ได้แก่ ประสิทธิภาพ ระดับการศึกษา วัฒนธรรม ความคาดหวัง บุคลิกภาพ ความสนใจทางวิชาการ เป็นต้น

5. มีการวางแผนและดำเนินงานตามแผนที่กำหนดไว้ เช่น กำหนดวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ออกแบบรูปแบบและความหมายของการสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย กำหนดระยะเวลาการดำเนินงานและกำหนดตัวชี้วัดการสื่อสาร เช่น จำนวนการสมัครสมาชิกวารสาร จำนวนการโทรสอบถามข้อมูล การกล่าวขานถึงวารสารอย่างกว้างขวาง เป็นต้น ตลอดจนการรวบรวมข่าวคัดจากสื่อต่าง ๆ (News Monitoring, News Clipping) เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการพัฒนาการสื่อสารของวารสาร

เป็นที่ทราบดีว่า การสื่อสารมีหลายรูปแบบ ทั้งทางตรงและทางอ้อม การสื่อสารทางเดียวหรือหลายทาง และการสื่อสารด้วยการเขียนและการพูด Mary Ellen Guffey, Patricia Rogin and Kathleen Rhodes (2010, p. 15) ได้ทำการเปรียบเทียบให้เห็นความแตกต่างระหว่างการสื่อสารด้วยวาจาและการเขียน ดังตาราง 1

ตาราง 1

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการสื่อสารด้วยวาจาและการเขียน

	รูปแบบการสื่อสาร	ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
การสื่อสารด้วยวาจา	การโทรศัพท์	ได้รับการตอบกลับในระดับกลาง	ไม่มีการบันทึกข้อมูลที่ถาวร
	การสนทนา	สามารถสื่อสารทางกายเสริมได้	การแสดงออกอาจไม่ชัดเจน คลุมเครือ
	การสัมภาษณ์ การประชุม	รู้สึกรอบอุ่น	สิ่งที่สื่อสารออกมาอาจซับซ้อน
	การสัมมนา	ได้รับผลตอบกลับอย่างเต็มที่	
การสื่อสารด้วยการเขียน	การประกาศ	มีการบันทึกข้อมูลที่ถาวร	มีการติดตามจากเอกสารได้
	E-mail บันทึก	มีความสะดวก	
	โทรสาร จดหมาย	ประหยัด	
	รายงาน จดหมาย	มีความระมัดระวัง	
	ข่าว การนำเสนอ	ในการเขียน	
	ด้วย power point	ข้อความ ง่ายต่อการกระจายข้อมูล	

ที่มา. จาก Mary Ellen Guffey, Patricia Rogin and Kathleen Rhodes (2010, p. 15)

แนวคิดการประชาสัมพันธ์

การสื่อสารได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ในอดีตสื่อสารโดยใช้จดหมาย โทรเลขซึ่งเป็นเทคโนโลยีรุ่นแรก ๆ มีขีดจำกัดในการใช้งาน ปัจจุบันเทคโนโลยี การสื่อสารได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบไปอย่างมาก เรียกได้ว่าเป็นเทคโนโลยีย่อโลก สอดคล้อง เทคโนโลยีการสื่อสารไร้พรมแดน (สาริณี โพธิ์เงิน, 2551, หน้า 1) โดยเฉพาะระบบ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้การสื่อสารมีความรวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่าย ส่งผลให้การ สื่อสารถึงกลุ่มบุคคลมีความสะดวกมากขึ้นด้วยเทคโนโลยี ไม่ว่าจะเป็นการให้ข่าวสาร ให้ความรู้ รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ด้วย

สถานีวิทยุกระจ่ายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดแพร่ (2559, หน้า 1) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์มีความหมายตรงกับภาษาอังกฤษ คือ Public Relations Public หมายถึง หมู่คน ประชาชน หรือสาธารณชน Relations หมายถึง การสัมพันธ์ เมื่อรวมความหมายทั้งสองคำเข้าด้วยกันจึงสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ (public relations) หมายถึง การสัมพันธ์กับคนหมู่มาก

Edward L. Bernays (สถานีวิทยุกระจ่ายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดแพร่, 2559, หน้า 1) ให้ความหมาย การประชาสัมพันธ์ ไว้ 3 ประการ ได้แก่

1. เป็นการเผยแพร่ ชี้แจงให้ประชาชนทราบเหตุการณ์ ข่าวสาร ความรู้ในทุก ๆ มุมมองทั่วประเทศและทั่วโลก
2. เป็นการชักจูงใจให้ประชาชนมีส่วนร่วม และเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์ ตลอดจนวิธีการดำเนินงานของสถาบัน หน่วยงาน
3. เป็นการผสมผสานความคิดเห็นของประชาชนที่เกี่ยวข้อง ให้เข้ากับ จุดมุ่งหมายและวิธีการดำเนินงานของสถาบัน

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2559, หน้า 1) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ (public relation) หมายถึง การติดต่อสื่อสารจากองค์กรไปสู่สาธารณชนที่เกี่ยวข้อง รวมถึงรับฟังความคิดเห็นและประชมติจากสาธารณชนที่มีต่อองค์กร โดยมี

วัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อถือ ภาพลักษณ์ ความรู้และแก้ไขข้อผิดพลาดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ส่วนการโฆษณา (advertising) เป็นการกระทำเพื่อชักจูง จูงใจกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ ซึ่งอาศัยสื่อมวลชน (mass media) ในการส่งผ่านข้อมูล ข่าวสารซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายและมีได้เป็นไปในรูปส่วนตัว การประชาสัมพันธ์และการโฆษณามีความแตกต่างกันตรงกลุ่มเป้าหมาย วัตถุประสงค์ เครื่องมือที่ใช้และการติดต่อสื่อสาร กล่าวคือ

1. การประชาสัมพันธ์มีกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม การสื่อสารแต่ละครั้งสามารถสื่อสารออกไปได้อย่างกว้างขวาง
2. มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเชื่อถือ ภาพลักษณ์ ความรู้ ทัศนคติที่ดีแก้ไขข้อผิดพลาดเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ให้ข่าวสาร ให้ความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้อง
3. เครื่องมือที่ใช้ เช่น การออกข่าว การให้สัมภาษณ์ การแสดงสินค้า การสัมมนา การบรรยายสรุป รวมถึงการรับฟังความคิดเห็นและประชาคมจากสาธารณชนที่มีต่อองค์กร
4. การติดต่อสื่อสาร เป็นการสื่อสารสองทาง การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารสองทาง ส่วนการโฆษณาเป็นการสื่อสารทางเดียวที่ต้องการชักจูงใจต่อกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ซึ่งอาศัยสื่อมวลชน (mass media) ในการส่งผ่านข้อมูลซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่าย เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ วารสาร เป็นต้น ส่วนการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตจะมีทั้งที่มีค่าใช้จ่ายและไม่มีค่าใช้จ่าย

การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือหนึ่งในส่วนประสมของการสื่อสารทางการตลาด (marketing communications mix) ลักษณะของการประชาสัมพันธ์มีดังต่อไปนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2559, หน้า 1)

1. การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารสองทาง (two way communication) ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับข่าวสาร ผู้ส่งสารต้องสื่อสารเนื้อหาที่ต้องการให้สาธารณชนรับทราบและเข้าใจ หลังจากนั้นผู้รับข่าวสารจะสื่อสารย้อนกลับไปยังผู้ส่งสาร เช่น เมื่อได้รับทราบข่าวการเปิดรับสมัครสมาชิกวารสาร หากผู้รับสารมีข้อสงสัยจึงโทรศัพท์มาสอบถามรายละเอียด หรือการจัดกิจกรรมอีเว้นท์ขนาดเล็กที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ หรือการตั้งจุดบริการข้อมูล เป็นต้น

2. การประชาสัมพันธ์อาจมีกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่ม (multiple target group) ซึ่งเป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร เช่น พนักงาน นักศึกษา อาจารย์ ลูกค้า ผู้ถือหุ้น ชุมชน รัฐบาล หรือหน่วยงานภายนอก เป็นต้น

3. การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจให้เกิดการปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ต้องตั้งอยู่บนหลักความจริง เพื่อมุ่งให้เกิดความเชื่อถือ ไว้วางใจและปฏิบัติตามด้วยความสมัครใจ

4. การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ โดยคาดหวังผลตอบแทนในระยะยาวเพื่อให้สาธารณชนมีความศรัทธาและมีความไว้วางใจต่อองค์กรเพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินกิจการอยู่ในระยะยาวได้

5. การประชาสัมพันธ์เป็นการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ โดยจะมีการวางแผน ดำเนินตามแผน มีการควบคุม และประเมินผลการดำเนินงานเป็นระยะ ๆ เพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินการประชาสัมพันธ์นั้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามที่ต้องการ

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ตามแผนงานที่กำหนดไว้ เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องตรงกัน ตลอดจนการสร้าง ความเชื่อถือ ศรัทธา และความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมาย กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ต้องปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง การศึกษาในครั้งนี้เป็นการประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานจัดทำวารสารวิชาการ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้นักศึกษา อาจารย์ นักวิชาการ ส่งผลการวิชาการลงเผยแพร่ผ่านวารสารวิชาการ บริหารธุรกิจของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ยังขึ้นอยู่กับความสามารถของบุคลากรที่รับผิดชอบงานการประชาสัมพันธ์ด้วย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2559, หน้า 1) กล่าวถึงหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงานและตัวชี้วัดด้านประชาสัมพันธ์ไว้อย่างน่าสนใจ ตัวชี้วัดเหล่านี้จะบ่งบอกถึงความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ได้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ด้านการปฏิบัติการ ได้แก่

1.1 ประชาสัมพันธ์และจัดทำข่าวเผยแพร่ต่อสื่อมวลชนรูปแบบต่าง ๆ สื่อและกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ ได้แก่

1.1.1 สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น วารสาร จดหมายข่าว บทความ สารคดี แผ่นพับ โปสเตอร์ ใบปลิว แบนเนอร์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

1.1.2 เว็บไซต์

1.1.3 บอร์ดไฟวิ่ง บอร์ดประชาสัมพันธ์ทั่วไป บอร์ดนิทรรศการ

1.1.4 รายการวิทยุ

1.1.5 รายการโทรทัศน์ การแถลงข่าว

1.1.6 วิดีทัศน์

1.2 ประเมินผลข่าวประชาสัมพันธ์จากสื่อมวลชน ว่าผู้รับข่าวสารมีปฏิกิริยาตอบรับในทิศทางใดบ้าง

1.3 ผลิตสื่อต่าง ๆ ของหน่วยงาน

1.4 จัดทำข้อมูลข่าวสารบน Web Site เผยแพร่ข่าวบนบอร์ดอิเล็กทรอนิกส์ และรายการวิทยุ

1.5 จัดทำฐานข้อมูล และปรับฐานข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัยอยู่เสมอ

2. ด้านการวางแผน ได้แก่

จัดลำดับความสำคัญของงานและวางแผนการทำงาน ให้เหมาะสมกับระยะเวลา และทรัพยากรที่มี เช่น จำนวนบุคลากร งบประมาณ สถานที่ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ระยะเวลาที่ต้องใช้ดำเนินงานหรือการผลิตสื่อแต่ละชิ้น

3. ด้านการประสานงาน ได้แก่

1. ประสานงานกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย เพื่อให้การดำเนินงานสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายที่กำหนด เพื่อรวบรวม

ข้อมูลไปจัดทำข่าวสารหรือสื่อในการประชาสัมพันธ์ต่อบุคคลและหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย

2. ประสานงานกับสื่อมวลชนต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารจากองค์กรไปสู่สาธารณะและการรับข้อมูลข่าวสารจากภายนอก

4. ด้านการบริการ ได้แก่

1. ให้คำแนะนำ ชี้แจง ตอบปัญหาเบื้องต้นแก่หน่วยงานต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์

2. ให้บริการข้อมูล เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยหรือส่วนงานของมหาวิทยาลัยต่อสื่อมวลชนต่าง ๆ หรือหน่วยงานภายนอกตามที่อยู่บังคับบัญชามอบหมาย รวมทั้งการตอบข้อสงสัยต่อผู้มาติดต่อ

จากการปฏิบัติงานตามหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์แล้ว ผู้บังคับบัญชาต้องมีการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอด้วย ตัวอย่างตัวชี้วัดของงานประชาสัมพันธ์ที่ใช้วัดประเมินความสำเร็จของงาน ได้แก่

1. ระดับความสำเร็จในการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์และจัดทำข่าวเผยแพร่สื่อมวลชน

2. จำนวนข่าวประชาสัมพันธ์ที่เรียบเรียงและส่งให้สื่อมวลชนได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด

3. จำนวนข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการเผยแพร่เทียบกับข่าวที่ส่งให้สื่อมวลชน

4. ร้อยละของข่าวประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่และมูลค่าที่ได้ สูงกว่าค่าใช้จ่าย

5. มูลค่าข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้ลงต้องบประมาณการจัดประชาสัมพันธ์

6. ผลคะแนนการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน

7. ผลคะแนนภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย หน่วยงาน

8. ระดับความสำเร็จในการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์การผลิตสื่อ

9. จำนวนสื่อประชาสัมพันธ์ที่ผลิตได้ตามแผน

10. ร้อยละของสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถผลิตได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด
11. ระดับคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์หัวหน้างาน หรือผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ประเมิน
12. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์
13. ร้อยละของข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรม การดำเนินงานที่ได้รับการเผยแพร่ (เทียบกับที่ต้องดำเนินการเผยแพร่ทั้งหมด)
14. จำนวนช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่เพิ่มใหม่
15. จำนวนช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการเผยแพร่
16. จำนวนกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการได้ตามเป้าหมาย
17. ร้อยละของกิจกรรมที่มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมตามเป้าหมาย
18. ระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม
19. ร้อยละของงานที่สามารถดำเนินการได้ตามที่ได้รับมอบหมายความสำเร็จพิจารณาจากความถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา
20. ระดับความพึงพอใจในการดำเนินงานพิธีการของหัวหน้างาน เช่น ด้านความถูกต้อง ครบถ้วน และทันเวลา
21. ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการในการดำเนินงานพิธีการ
22. ระดับความสำเร็จในการจัดทำฐานข้อมูล
23. ร้อยละของข้อมูลที่สามารถจัดเก็บเข้าระบบได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด
24. จำนวนครั้งในการปรับปรุงฐานข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน
25. จำนวนข้อบกพร่องด้านความถูกต้อง ครบถ้วนที่ได้รับจากผู้ให้ข้อมูล
26. ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้คำแนะนำ ชี้แจงตอบปัญหาเบื้องต้นเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารในการวิจัยครั้งนี้เป็นการเผยแพร่ข่าวที่เกี่ยวข้องกับวารสารให้แก่ผู้สนใจเป้าหมายได้ทราบแนวทางการนำบทความวิชาการลงพิมพ์เผยแพร่ ตลอดจนการสมาชิกสมาชิกวารสาร รวมทั้งการให้คำแนะนำ ชี้แจง ตอบปัญหาเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับงานวารสารวิชาการ ทั้งนี้ผู้ปฏิบัติหน้าที่บริหารงานวารสารต้องสร้างกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ซึ่งยังไม่เคยมีการดำเนินงานมาก่อน

ทฤษฎีการรับรู้

การรับรู้มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ การรับรู้ช่วยให้บุคคลเกิดการตอบสนองออกมาเป็นความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึกนึกคิดที่ทำให้ผู้ส่งสารรับรู้ได้ว่า ผู้ส่งสารได้บรรลุผลตามที่ต้องการหรือไม่ นักวิชาการส่วนใหญ่ให้ความหมายการรับรู้ไว้คล้ายคลึงกันดังนี้

ความหมายของการรับรู้

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2559, หน้า 1) กล่าวว่า การรับรู้ คือ กระบวนการตีความหมายจากสิ่งเร้าที่ผ่านอวัยวะรับสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น และกาย การตีความหรือการแปลความหมายนั้นจะอาศัยข้อมูลหรือประสบการณ์เดิมที่บุคคลได้สะสมไว้ก่อนหน้านี้ การรับรู้จึงเป็นความรู้ที่เฉพาะตัวสำหรับบุคคลนั้น ๆ เมื่ออวัยวะรับสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น และกาย มีความรู้สึกเกิดขึ้นนั้นหมายความว่า การรับรู้ได้เกิดขึ้นแล้ว

Ron Sun (2012, p. 22) กล่าวว่า การรับรู้กับพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ เมื่อบุคคลเกิดการรับรู้ ก็จะมีการตีความ การยอมรับ การจดจำและทำที่สุดก็แสดงพฤติกรรมออกมา

E. Bruce Goldstein (2009, p. 8) กล่าวว่า การรับรู้เป็นความรู้สึกตัว ที่บุคคลจะส่งความรู้สึกนี้ไปยัง ดังนั้นการรับรู้จึงเป็นกระบวนการที่เกี่ยวกับการรับและส่งความรู้สึก แล้วเกิดการแปลความตามประสบการณ์ที่มีแล้วจึงส่งผลให้เกิดการกระทำ

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การรับรู้จะมีบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ บุคคลจะรับสิ่งเร้าที่มากระทบหรือรับสิ่งที่สัมผัสแล้วสมองตีความหมายตามประสบการณ์ที่คนมีอยู่เดิม แล้วจึงเกิดการแสดงออก โดยส่วนใหญ่บุคคลจะเลือกรับรู้เฉพาะข้อมูลข่าวสารที่ตรงกับความต้องการและความพึงพอใจของตนเอง เช่น นักศึกษาและนักวิชาการเป็นกลุ่มบุคคลหลักที่จะสนใจรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้นำบทความทางวิชาการลงตีพิมพ์ในวารสารของมหาวิทยาลัย เป็นต้น

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้

แต่ละบุคคลมีความต้องการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกันไปตามประโยชน์ที่คาดว่าคนจะได้รับและการแสดงออกหลังจากที่ได้รับรู้ข่าวสารแล้วก็แตกต่างกันอีก เนื่องจากมีหลายปัจจัยเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น การเปิดใจยอมรับที่จะรับข่าวสารหรือการเลือกรับข่าวสารที่บุคคลได้รับประโยชน์ ประสบการณ์เดิม ความเกี่ยวข้องกับสิ่งที่บุคคลกำลังดำเนินการอยู่ หรือความคาดหวังที่บุคคลจะได้รับประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับรู้ในแต่ละครั้ง ดังที่นักวิชาการได้อธิบายไว้ได้แก่

พັນ วิกรวิน (ศิริชัย ไครสารศรี, 2539, หน้า 12) ระบุว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ (factors influencing perceptions) ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ คุณสมบัติของผู้รับรู้ การเตรียมพร้อมในการรับรู้และกระบวนการระบุดามที่ตนเองคาดหวัง แต่ละองค์ประกอบมีรายละเอียดดังนี้

1. คุณสมบัติของผู้รับรู้ ได้แก่ ความต้องการ ทักษะ บุคลิกภาพ ประสบการณ์ และการปรับตัว คุณสมบัติเหล่านี้เป็นปัจจัยที่สำคัญมากอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างบุคคล คุณสมบัติของผู้รับรู้จะมาเชื่อมโยงกับการจดจำการรับรู้ในอดีตหลังจากนั้นจึงเกิดการตีความข้อมูล นอกจากนี้ยังมีเรื่องของความล้าที่ทำให้ความสามารถทางร่างกายและทางจิตใจลดลง (Jacobsen, P.B., 2004, p. 1) ดังนั้นการรับรู้ในเรื่องเดียวกันผู้รับรู้อาจตีความได้แตกต่างกัน

2. การเตรียมพร้อมในการรับรู้ เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นก่อนมีสิ่งเร้ามากระตุ้น การเตรียมพร้อมก่อนการรับรู้จะช่วยให้ผู้รับรู้คาดการณ์ล่วงหน้าในสิ่งที่จะเกิดขึ้นได้ และแสดงปฏิกิริยาตอบสนองได้เต็มที่และเหมาะสมกับสถานการณ์นั้น ๆ เช่น การมีเวลาและมีความตั้งใจอ่านบทความจากวารสาร ผู้อ่านก็จะเข้าใจในสิ่งที่ตนอ่านได้มากขึ้นหรือจับประเด็นได้มากขึ้น

3. รูปแบบตายตัว (stereotype) เป็นกระบวนการระบุ จำแนกสิ่งต่างๆ ที่ได้รับรู้ให้เป็นไปตามที่ตนเองคิดไว้หรือตรงกับประสบการณ์เดิม ซึ่งเป็นการจำกัดการรับรู้ อันเป็นปัญหาระหว่างการสื่อสาร สอดคล้องกับทฤษฎีการ อัสวครเดชา (2553, หน้า 7) กล่าวไว้ว่ามนุษย์จะเลือกรับรู้เฉพาะสิ่งที่ตนเองคาดหวังหรือเป็นไปตามทัศนคติ และค่านิยมของตนเอง

จากข้อความข้างต้น สรุปได้ว่าผลของการรับรู้ที่ผู้รับรู้จะแสดงออกมาเป็น การกระทำหรือความรู้สึกนั้นขึ้นอยู่กับ การตีความข้อมูลที่ได้รับ การตีความข้อมูล เป็นผลมาจากการรับรู้ของแต่ละบุคคลแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านภายใน เป็นสำคัญ ได้แก่ ประสบการณ์ที่มีอยู่เดิม ความต้องการ ทัศนคติ เป็นต้น การได้ ข้อสรุปเช่นนี้สอดคล้องกับ แนวคิดของ พีระ จรโสภณ (2547, หน้า 637-639) อธิบายไว้ว่า กระบวนการเลือกสรรข้อมูลในการรับรู้ของมนุษย์ มีอยู่ 3 ชั้น ได้แก่ การเลือกเปิดรับ หรือเลือกสนใจข้อมูล การเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความและ การเลือกจดจำ แต่ละชั้นมีความแตกต่างกัน ได้แก่

1. การเลือกเปิดรับ หรือเลือกสนใจ (selective exposure or selective-attention) หมายถึง ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสาร จากแหล่งหนึ่งแหล่งใด ข้อมูลข่าวสารนั้นจะต้องสามารถสนับสนุนสอดคล้อง กับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว นอกจากบุคคลจะเปิดรับข่าวสาร แล้ว บุคคลยังจะแสวงหาเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดเดิมที่ตนมีอยู่ อย่างไร ก็ตามเมื่อบุคคลยังมีการตัดสินใจในเรื่องหนึ่งใดที่มีความกำกวม บุคคลนั้นย่อมมี แนวโน้มที่จะแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบและสนับสนุนการตัดสินใจ นั้น ๆ (reinforcement information) มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่ง

ที่กระทำลงไป เช่น อาจารย์ยินดีรับข่าวสารของวารสารฉบับใหม่ที่จะมานำเสนอให้หลังตีพิมพ์บทความวิชาการ ซึ่งอาจารย์คาดหวังว่ากระบวนการส่งบทความนั้นจะทำให้ตนสะดวกในการเตรียมบทความมากขึ้น หรือวารสารใหม่นี้จะช่วยเพิ่มช่องทางการเผยแพร่บทความวิชาการได้มากยิ่งขึ้น เป็นต้น

2. การเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความ (selective perception or selective interpretation) เมื่อผู้รับสารเลือกรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ผู้รับสารจะตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันแตกต่างกันไปตามทัศนคติ ตามประสบการณ์ ตามความเชื่อ ตามความต้องการ ตามความ คาดหวัง หรือตามแรงจูงใจ ดังนั้น ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปถึงมิได้อยู่ที่ ตัวอักษร รูปภาพหรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารด้วย เช่น ผู้รับสารอยู่ในช่วงเวลาที่ต้องการเพิ่มช่องทางเผยแพร่บทความวิชาการของตน บุคคลนี้ก็จะหาข่าวสารเพิ่มเติมจากทุกแหล่งข้อมูลเท่าที่จะหาได้ เช่น จดหมายข่าว เพื่อนในอาชีพเดียวกัน จากเว็บไซต์ เป็นต้น แต่ถ้าบุคคลนั้นไม่มีบทความวิชาการที่ต้องการจะเผยแพร่หรือไม่มีความเกี่ยวข้องกับงานวิชาการ บุคคลนั้นก็จะไม่สนใจข้อมูลข่าวสารจากทุกวารสารที่ได้รับก็เป็นไปได้

3. การเลือกจดจำ เป็นแนวโน้มที่จะเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการและทัศนคติของตนเอง และมองผ่านข้อมูลที่ตนเองไม่สนใจ หรือไม่มีความเกี่ยวข้องกับตนเอง การเลือกจดจำนั้นเป็นเสมือนกำแพงกั้นระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ข่าวสารที่ส่งไปอาจถูกปฏิเสธด้วยการไม่เลือกอ่าน ฟัง หรือชมแม้แต่น้อย เช่น การแจกใบปลิว ถ้าแจกใบปลิวให้กับทุกคน ใบปลิวนั้นมีสิทธิที่จะได้รับการปฏิเสธมากขึ้น การส่งจดหมายเชิญเข้าร่วมงานแน่นอนว่า ผู้เชิญจะส่งให้เฉพาะบุคคลที่เกี่ยวข้องกับงานแม้กระนั้นจดหมายเชิญบางฉบับก็อาจถูกปฏิเสธได้เช่นกัน การดำเนินงานใด ๆ ก็ตามจึงต้องมีการคาดประมาณในสิ่งที่เป็นไปได้ทั้งหมดไว้ก่อนซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงประมาณตามมา ทั้งนี้การสร้างความรู้ในการรับรู้อาจช่วยให้ผู้รับสารเกิดการระลึกถึงและสร้างการจดจำข่าวสารข้อมูลได้มากขึ้นจนนำไปสู่ความเข้าใจในที่สุด

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าการรับรู้ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลผู้ส่งสารและผู้รับสาร ผลของการรับรู้ที่ผู้รับจะแสดงออกมาเป็นการกระทำหรือความรู้สึกนั้นขึ้นอยู่กับ การตีความข้อมูลที่ได้รับ การตีความข้อมูลเป็นผลมาจากการรับรู้ของแต่ละบุคคลแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านภายในเป็นสำคัญ ได้แก่ ประสบการณ์ที่มีอยู่เดิม ความต้องการ ทักษะ และความพร้อมในการรับรู้ข้อมูล นอกจากนี้ข้อความที่สื่อสารออกไปก็ต้องกระชับ ตรงประเด็น มีเนื้อหาครบถ้วนตามที่ผู้ส่งสารต้องการด้วยเช่นกัน

ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่เดิม และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้ง ต่อทัศนคติของตนเอง กล่าวได้ว่าภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับหญิงรักหญิงจะมีหญิงรักหญิงรับบทบาทสำคัญในการดำเนิน เรื่อง และด้วยคุณสมบัติของภาพยนตร์ทำให้สามารถสะท้อนให้เห็นภาพและถ่ายทอดเรื่องราวความสัมพันธ์ของกลุ่มหญิงรัก หญิงได้อย่างชัดเจน อีกทั้งยังมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับพวกเธอโดยตรง จึงอาจเป็นเหตุผลที่ทำให้สื่อภาพยนตร์ได้รับความสนใจ และสามารถดึงดูดใจในกลุ่มหญิงรักหญิงได้มากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ

ทฤษฎีการตัดสินใจ

ความสำเร็จในการกระทำใด ๆ ก็ตาม นอกจากจะต้องใช้ความรู้ความสามารถแล้ว บุคคลนั้นต้องมีทักษะด้านการตัดสินใจที่ดีด้วย บางครั้งการตัดสินใจทำให้เกิดความขัดแย้งหรือปัญหาอื่น ๆ ตามมา การตัดสินใจที่ดีจึงต้องร่วมกันพิจารณาภายใต้ข้อมูล ที่ครบถ้วน ทฤษฎีการตัดสินใจ (decision theory) เป็นวิธีการเชิงวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ ที่ช่วยแก้ปัญหาและช่วยทำให้ได้การตัดสินใจที่ดี (good decision) ที่มาจากการตัดสินใจ ที่ใช้หลักการพิจารณาข้อมูลและทางเลือกที่เป็นไปได้ทั้งหมด บางครั้งต้องใช้หลักสถิติ มาช่วยในการตัดสินใจ (สำราญ บุญเจริญ, 2559, หน้า 1)

ขั้นตอนของทฤษฎีการตัดสินใจ โดยทั่วไปแล้วกระบวนการตัดสินใจ ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2559, หน้า 1 และสำราญ บุญเจริญ, 2559, หน้า 1) ดังนี้

1. กำหนดปัญหาหรือเรื่องที่จะตัดสินใจ (decision statement) ให้ชัดเจน เป็นเรื่องของสถานะ และเป้าหมายที่ต้องการ เช่น วารสารยังไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป หรือต้องการเพิ่มจำนวนสมาชิกวารสาร

2. กำหนดมาตรการหรือกฎเกณฑ์ที่ต้องการ (criteria) เป็นการระบุถึงลักษณะหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่จะต้องใช้พิจารณาในการตัดสินใจ พร้อมกำหนดลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยโดยเรียงลำดับไว้ แล้วจึงระบุทางเลือกที่เป็นไปได้ทั้งหมด เช่น การกำหนดงบประมาณที่มี ระยะเวลาในการดำเนินการเพื่อให้ได้ตามเป้าหมาย เช่น ต้องการผู้สมัครสมาชิกวารสารรายใหม่จำนวน 100 รายต่อเดือน โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายจากนักศึกษาภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหง นักวิชาการจากสถาบันการศึกษาอื่น ๆ ห้องสมุดของหน่วยงานภาครัฐ หรือ การหาหน่วยงานสนับสนุนการตีพิมพ์วารสาร การประสานกับชมรมศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยฯ เพื่อประชาสัมพันธ์การสมัครเป็นสมาชิกวารสาร

3. ระบุหาตัวเลือกที่เป็นไปได้ทั้งหมด ตัวเลือกตามเกณฑ์ที่กำหนดมีกี่ตัว (alternatives) เช่น การส่งจดหมายให้พิจารณา การส่งวารสารให้อ่านฟรี การกำหนดโปรโมชั่นการเป็นสมาชิกใหม่ เป็นต้น

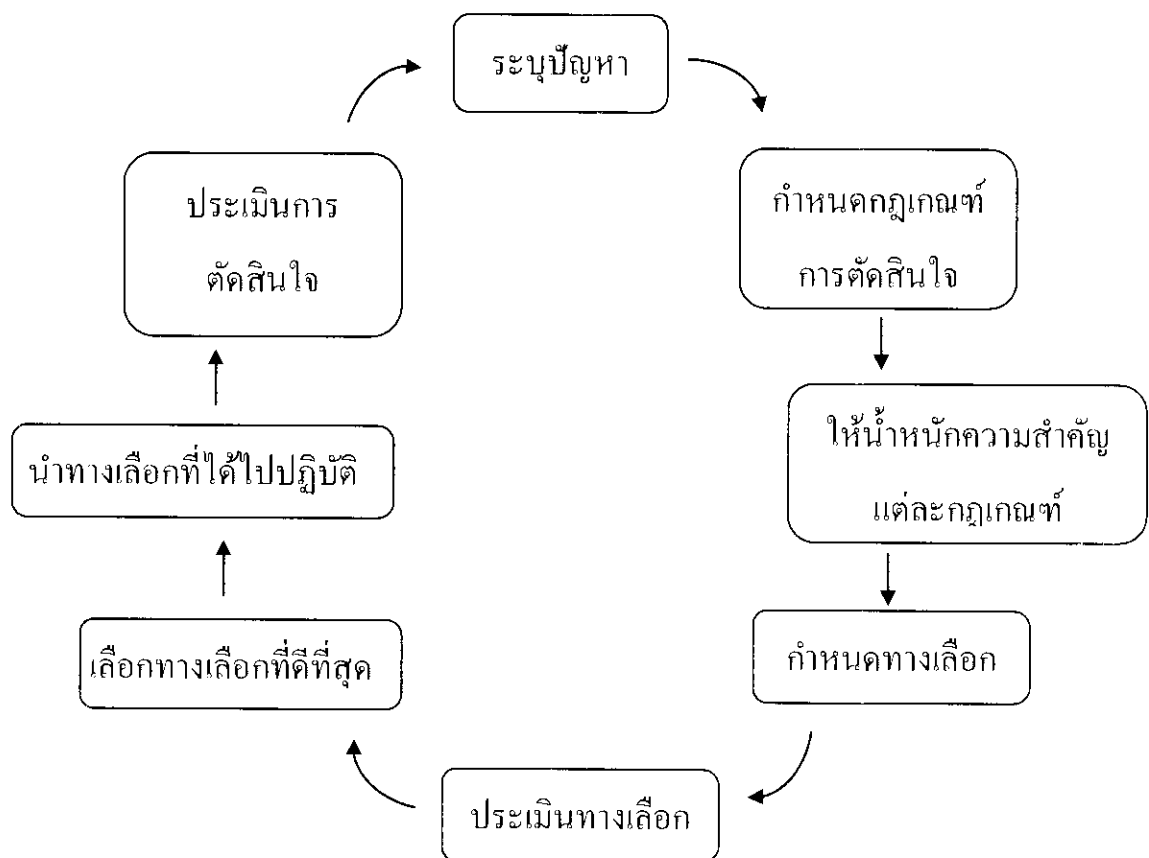
4. วิเคราะห์ส่วนดี (benefit analysis) และวิเคราะห์ส่วนเสียของตัวเลือกแต่ละตัว (risk analysis) กำหนดผลลัพธ์ตามเงื่อนไขของแต่ละส่วนประสมของทางเลือกและผลที่คาดว่าจะได้รับ เช่น วิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของการส่งวารสารให้อ่านฟรี วิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของการประชาสัมพันธ์ภายนอกมหาวิทยาลัย เป็นต้น

5. เปรียบเทียบส่วนดีและส่วนเสียของตัวเลือกทุกตัว (compare the advantages and disadvantages of choice) อาจเกี่ยวข้องกับข้อจำกัดเรื่องเวลา งบประมาณ บุคลากร ผลกระทบ เช่น เปรียบเทียบด้านค่าใช้จ่าย ด้านผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

6. คัดเลือกตัวแบบทฤษฎีการตัดสินใจเชิงคณิตศาสตร์มาประยุกต์ใช้งานก่อนทำการตัดสินใจ เช่น เทคนิคการตัดสินใจเชิงปริมาณ จะเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ตัวเลข สถิติ รายงานทางการเงิน เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจที่มีเหตุผล เทคนิคการตัดสินใจ

เชิงคุณภาพ เช่น การแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญหรือคณะทำงาน ได้แก่ การระดมสมอง การลงมติ เป็นต้น

Mason Carpenter, Talya Bauer and Berrin Erdogan (2016, p. 1) นำเสนอว่า ขั้นตอนการตัดสินใจอย่างมีเหตุผล ประกอบด้วย 8 ขั้นตอน ที่เป็นกระบวนการต่อเนื่องกันไปตามรูปต่อไปนี้



ภาพ 3 ขั้นตอนการตัดสินใจอย่างมีเหตุผล

ที่มา. จาก Mason Carpenter, Talya Bauer and Berrin Erdogan (2016, p. 1)

จากภาพ 2 ขั้นตอนการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลเป็นรูปแบบพื้นฐานพบเห็นได้ทั่วไป ภาพนี้ได้อธิบายให้เห็นขั้นตอนการตัดสินใจที่ผู้ตัดสินใจควรพิจารณา ผู้ตัดสินใจต้องมั่นใจว่า การตัดสินใจแต่ละครั้งต้องได้ทางเลือกที่ดีที่สุดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ยกตัวอย่างให้จินตนาการว่า ถ้ารถของคุณเสีย และคุณมีเงินเก็บเพียงพอที่จะควนรถยนต์คันใหม่ มันเป็นเรื่องใหญ่เรื่องแรกของชีวิตที่เป็นการจ่ายเงินและคุณก็ต้องการทางเลือกที่ดีที่สุด ขั้นตอนแรกเพื่อให้การตัดสินใจสมบูรณ์ที่สุด คุณต้องรู้ว่า คุณต้องการซื้อรถใหม่ ขั้นตอนที่ 2 คุณจำเป็นต้องตัดสินใจว่าปัจจัยไหนสำคัญที่สุดสำหรับคุณ เช่น มีผู้ที่ต้องนั่งรถคุณกี่คน การประหยัดน้ำมันมีความสำคัญต่อเราอย่างไร ความปลอดภัยเป็นเรื่องสำคัญหรือไม่ ราคารถเป็นปัจจัยที่สำคัญรถจึงควรมีราคาอยู่ระหว่างตัวเลขใด ขั้นตอนที่ 3 เมื่อค้นหาคุณสมบัติของรถได้ครบแล้ว ต่อมาให้ระบุน้ำหนักว่าเงื่อนไขข้อไหนสำคัญที่สุดในการพิจารณาซื้อรถ เงื่อนไขข้อใดสำคัญรองลงมา ถ้าแต่ละปัจจัยมีน้ำหนักความสำคัญเท่ากัน ก็ไม่จำเป็นต้องระบุน้ำหนัก แต่ถ้าคุณรู้ว่าความสำคัญอยู่ที่ราคาเครื่องยนต์และอัตราค่าใช้จ่ายเรื่องน้ำมันรถต่อกิโลเมตร คุณจะต้องเก็บความสำคัญตรงนี้ไว้เป็นเรื่องหลักและจัดให้ปัจจัยอื่น ๆ เป็นเรื่องรองลงมา ขั้นตอนที่ 4 กำหนดทางเลือกตามเงื่อนไขที่ได้ให้น้ำหนักไว้ ขั้นตอนที่ 5 เป็นขั้นตอนการใช้ข้อมูลในการประเมินแต่ละทางเลือกภายใต้เงื่อนไขที่ได้ให้น้ำหนักไว้ ขั้นตอนที่ 6 เป็นการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด และขั้นตอนที่ 7 คุณจะต้องออกไปซื้อรถยนต์ตามที่ได้เลือกไว้แน่นอนว่าผลของการตัดสินใจในครั้งนี้จะเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับการตัดสินใจในครั้งต่อไป ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับขั้นตอนที่ 8 แน่นอนว่าจากตัวอย่างที่แสดงไว้นี้ ถ้าคุณซื้อรถยนต์แล้วไม่มีปัญหาใด ๆ เกิดขึ้นเลย คุณก็อาจจะใช้รูปแบบเดียวกันนี้สำหรับการตัดสินใจซื้อรถยนต์คันต่อไป

จากขั้นตอนของทฤษฎีการตัดสินใจที่กล่าวมาข้างต้นเป็นการดำเนินงานอย่างมีระบบเพื่อประเมินทางเลือกที่ดีที่สุด ผลที่ได้จากการตัดสินใจยังอาจผิดพลาดได้ จึงต้องมีการเก็บสถิติหรือผลการดำเนินงานไว้เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อการดำเนินงานครั้งต่อไปจะได้ประสบผลสำเร็จยิ่งขึ้น

การตัดสินใจของบุคคลจะมีตั้งแต่เรื่องง่าย ๆ ไปจนถึงเรื่องที่ซับซ้อนยุ่งยาก เสียค่าใช้จ่ายน้อยไปจนถึงเสียค่าใช้จ่ายมาก มีเวลาในการตัดสินใจมากไปจนถึง

มีเวลาน้อย เป็นต้น การตัดสินใจจึงเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่ง ดังนั้นการตัดสินใจที่ดีจึงควรมีกระบวนการที่ดีในการตัดสินใจจึงจะช่วยให้การตัดสินใจมีความผิดพลาดน้อยที่สุดและเกิดผลดีมากที่สุด การตัดสินใจดำเนินการเกี่ยวกับบริหารงานวารสารทางวิชาการก็เช่นเดียวกัน คณะทำงานต้องเอาใจใส่ต่อปัญหาและมีการตัดสินใจที่ถูกต้องจึงจะสามารถทำให้วารสารทางวิชาการเป็นที่รู้จักและจดจำของคนทั่วไป

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติมีความสำคัญอย่างมากต่องานด้านการบริหาร การตลาดและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ รวมทั้งการบริหารงานวารสารทางวิชาการด้วย ทัศนคติเป็นสิ่งที่กำหนดทิศทางการบรรลุเป้าหมาย ผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทัศนคติที่มีผลต่อความสำเร็จของงานจึงเป็นทัศนคติเชิงบวกที่บุคคลอาจต้องปรับทัศนคติของตัวเอง เช่นการทำงานร่วมกับผู้อื่นย่อมมีความขัดแย้ง หากต่างฝ่ายปรับทัศนคติได้ก็จะสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างราบรื่น หรือบางครั้งการทำงานย่อมมีอุปสรรค เราจึงต้องไม่ท้อถอย ท้อแท้ง่าย ๆ เพราะหากท้อถอยก็ทำให้งานไม่บรรลุเป้าหมายแน่นอน

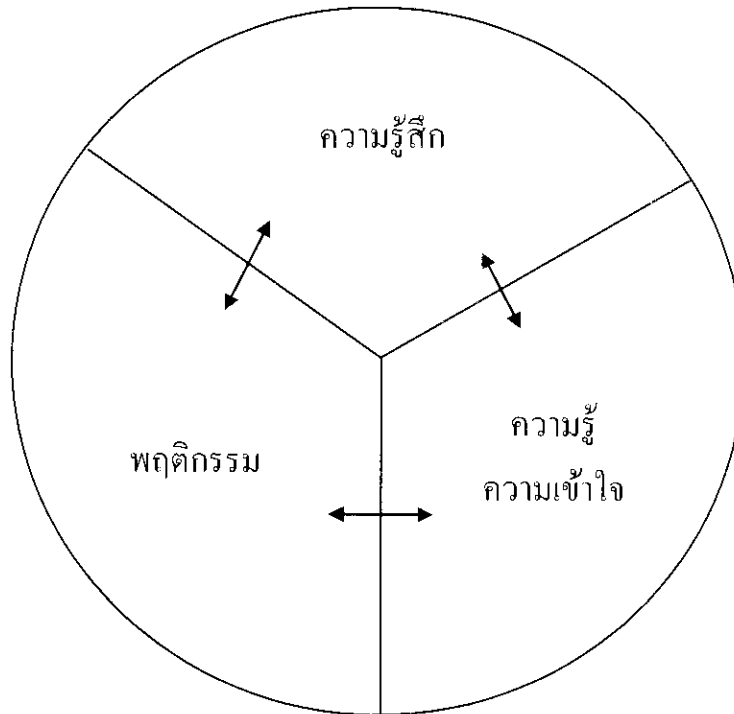
บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2540, หน้า 11-12) กล่าวว่า ทัศนคติ (attitude) บางครั้งใช้คำว่า เจตคติ หมายถึง ท่าที ความรู้สึกโดยรวมของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งแสดงออกเพื่อโต้ตอบต่อสิ่งเร้า ทัศนคติมีทั้งทางบวกหรือทางลบ โดยจะแสดงออกในทางสนับสนุน คัดค้าน เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ความชอบ ความมีอคติ ความกลัว ความเชื่อมั่น เป็นต้น

Gibson (แพรวภัทร ยอดแก้ว, 2559) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ คือ ตัวตัดสินใจพฤติกรรม เป็นความรู้สึกเชิงบวกหรือเชิงลบ เป็นสภาวะจิตใจในการพร้อมที่จะส่งผลกระทบต่อตอบสนองของบุคคลนั้น ๆ ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น บุคคลอื่น ๆ วัตถุหรือต่อสถานการณ์ โดยที่ทัศนคตินี้สามารถเรียนรู้หรือจัดการได้โดยใช้ประสบการณ์

Gibson (2000, p. 103) ได้อธิบายอีกว่า ทักษะคติ เป็นส่วนที่ยึดติดแน่น กับบุคลิกภาพของบุคคล เช่น ด้านความรู้สึก ความเชื่อ โดยที่องค์ประกอบนี้ จะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน หมายความว่า การเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบหนึ่ง ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในอีกองค์ประกอบหนึ่ง ทักษะคติ 3 องค์ประกอบ มีดังนี้

1. ความรู้สึก (affective) เป็นองค์ประกอบด้านอารมณ์หรือความรู้สึก ของทักษะคติ ที่ได้รับการได้รับการถ่ายทอด การเรียนรู้มาจากพ่อ แม่ ครู หรือกลุ่ม ของเพื่อน ๆ อารมณ์หรือความรู้สึกของทักษะคติจะเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา
2. ความรู้ ความเข้าใจ (cognitive) องค์ประกอบด้านนี้เป็นองค์ประกอบพื้นฐาน ของทักษะคติ อันประกอบด้วย การรับรู้ ความคิดเห็น และความเชื่อของบุคคล ความรู้ นี้จะมีผลกระทบต่อความเชื่อ (beliefs) ซึ่งเป็นผลมาจากกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผล มีการคิดการวิเคราะห์ องค์ประกอบที่สำคัญของความรู้ ความเข้าใจ คือ ความเชื่อในการ ประเมินผลหรือความเชื่อที่ถูกประเมินผลไว้แล้วโดยตัวเอง ความเชื่อเหล่านี้จะแสดง ออกมาจากความประทับใจในการชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งบุคคลจะมีความรู้สึกต่อสิ่งของ หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง
3. พฤติกรรม (behavioral) องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจของทักษะคติจะ หมายถึง แนวโน้มหรือความตั้งใจ (intention) ของคนที่จะแสดงบางสิ่งบางอย่างหรือที่ จะกระทำ ประพฤติบางอย่างต่อคนใดคนหนึ่ง สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เป็นมิตร ให้ความอบอุ่น ก้าวร้าว เป็นศัตรู เป็นต้น โดยที่ความตั้งใจนี้อาจจะถูกวัดหรือ ประเมินออกมาได้จากการพิจารณาองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรมของทักษะคติ นั่นก็ คือ ความรู้สึกความรู้ ความเข้าใจนั่นเอง

Kanuk, L. L., & Schiffman, L. G. (1994) ได้แสดงแผนภาพองค์ประกอบ ของทักษะคติทั้ง 3 องค์ประกอบว่ามีความสัมพันธ์กัน ดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 4 องค์ประกอบของทัศนคติ

ที่มา. จาก Kanuk, L. L., & Schiffman, L. G. (1994). Consumer behavior. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. อ้างใน กรวินท์ กรประเสริฐวิทย์ (2557, หน้า 8)

การเกิดทัศนคติ (attitude formation)

กรวินท์ กรประเสริฐวิทย์ (2557, หน้า 10) ได้ให้ความเห็นเรื่องทัศนคติว่า อาจเกิดขึ้นจากสิ่งต่าง ๆ ดังนี้ Allport (1968, p. 17)

1. เกิดจากการเรียนรู้ เด็กเกิดใหม่จะได้รับการอบรมสั่งสอนเกี่ยวกับ วัฒนธรรมและประเพณี จากบิดามารดาทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม ตลอดจน ได้เห็นแนวการปฏิบัติของพ่อแม่แล้วรับมาปฏิบัติตามต่อไป เมื่อโตขึ้นมาก็ได้รับความรู้จากสถาบันการศึกษาและเพื่อน ๆ สื่อทางสังคม
2. เกิดจากความสามารถในการแยกแยะความแตกต่าง คือ แยกสิ่งใดดี ไม่ดี สิ่งใดที่ประทับใจ ฟังพอใจ เช่น อ่านบทความวิชาการแล้วได้รับความรู้ใหม่ ๆ จึงอาจเกิดความประทับใจในคุณค่าของวารสารฉบับนั้น ๆ



3. เกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งแตกต่างกันออกไป เช่น บางคนมีทัศนคติไม่ดีต่อครูเพราะเคยตำหนิตน ได้รับการบอกเล่าถึงอุปสรรคในการส่งบทความตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ

4. เกิดจากการเลียนแบบ หรือรับเอาทัศนคติของผู้อื่นมาเป็นของตน เช่น เด็กอาจรับทัศนคติของบิดามารดาหรือครูที่ตนนิยมชมชอบมาเป็นทัศนคติของตนได้ นักศึกษาย่อมรักในศักดิ์ศรีของมหาวิทยาลัยของตนเอง

Rogers (1973) กล่าวว่า ทัศนคติเกี่ยวข้องกับการสื่อสารทั้งนี้เพราะการสื่อสารก่อให้เกิดผล 3 ประการคือ

1. การสื่อสาร ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ของผู้รับสาร เช่น การได้รับข่าวสารทางวิชาการด้านการบริหารงาน ทำให้ผู้อ่านได้รับความรู้ในการนำไปประยุกต์ใช้กับงานของตนเอง

2. การสื่อสาร ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสาร เช่น การได้อ่านแนวทางการบริหารงานจากบทความต่าง ๆ จากหลาย ๆ บทความ ทำให้เกิดความรู้สึกว่า การบริหารงานมีหลายรูปแบบ สามารถดำเนินงานให้บรรลุผลสำเร็จได้โดยใช้หลักการบริหารงานที่นักวิชาการได้นำเสนอไว้ในบทความ

3. การสื่อสาร ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสาร เช่น ผู้อ่านได้นำแนวทางการบริหารงานมาประยุกต์ใช้จนเกิดความชำนาญในการบริหารงานและเกิดทักษะการบริหารงาน

การแสดงพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ประการนี้จะเกิดในลักษณะต่อเนื่องกันกล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งจะก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องนั้น และการเกิดความรู้ความเข้าใจนี้มีผลทำให้เกิดทัศนคติต่อเรื่องนั้นและสุดท้ายก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรม ที่กระทำต่อเรื่องนั้น ๆ ตามมา

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าทัศนคติเป็นความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันเป็นผลมาจากความเชื่อ ความรู้เดิมที่ตนมีอยู่และการคิดวิเคราะห์ ประเมินผลตามที่ตนเองมีประสบการณ์ ทัศนคติของแต่ละบุคคลจึงแตกต่างกันออกไป การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาทัศนคติที่มีต่อวารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ในเรื่องเนื้อหาสาระ ขั้นตอนการส่งบทความลงตีพิมพ์ ในวารสาร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่มีผู้ศึกษาไว้แล้ว โดยจะนำเสนอผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมและการสร้างสรรค์ผลงานวิจัย พอสังเขป ดังนี้

กิตติกร จามรรคสุต (2558) ศึกษาเรื่อง ประเมินผลการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ พัฒนางานประจำสู่งานวิจัยมุ่งนำเสนอเกี่ยวกับวารสารการพัฒนางานประจำสู่งานวิจัย (jpr2r) เป็นวารสารสำหรับเผยแพร่บทความ ผลงานวิชาการของบุคคลทั่วไป และบุคคลทางการศึกษา เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ความคิด ทฤษฎี ตลอดจนแนวปฏิบัติใหม่ ๆ รวมทั้งเป็นการส่งเสริมให้มีการพัฒนางานประจำสู่งานวิจัย และเป็นโอกาสให้บุคลากรสำหรับเผยแพร่ผลงานวิชาการสู่สังคม วารสารการพัฒนางานประจำสู่งานวิจัยมีการควบคุมคุณภาพของบทความ (journal quality evaluation) โดยให้กองบรรณาธิการเป็นผู้พิจารณา อีกทั้งมีกระบวนการ Peer Review ตรวจสอบบทความและตัดสินบทความก่อนรับรองให้เผยแพร่ในวารสาร วัตถุประสงค์ของวารสาร JPR2R คือ 1) เพื่อเผยแพร่ความรู้ ความคิดและผลงานวิชาการที่เกิดจากการพัฒนางานประจำ สู่งานวิจัยในแนวทางที่สร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการ 2) เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ความคิด ทฤษฎี ตลอดจนการแนวปฏิบัติใหม่ ๆ 3) เพื่อส่งเสริมบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญ และส่งเสริม พฤติกรรมด้านวิชาการ อันเป็นประโยชน์ต่อสังคม 4) เพื่อสร้างเครือข่ายทางวิชาการทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย การอบรมในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้แจงทำความเข้าใจเกี่ยวกับวารสาร

เช่น กระบวนการพิจารณาบทความของวารสาร การเตรียมนิพนธ์ต้นฉบับ การส่งบทความ ช่องทางการศึกษารายละเอียดเพิ่มเติม เช่น เว็บไซต์ การโทรศัพท์ ผลการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการที่จัดขึ้น 3 ครั้ง ในระยะเวลา 3 เดือน มีวิทยากรพี่เลี้ยง ให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด ทั้งนี้ทุกคนที่เข้ารับการอบรมได้รับใบประกาศนียบัตร ผ่านการอบรม รวมทั้งบทความที่ผ่านการอบรมจะได้รับการพิจารณาในวารสาร โดยต้องการกระบวนการ Reviewer ระดับคะแนนความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.69) มีบทความผ่านการอบรมในครั้งนี้อยู่ถึง 6 บทความ จากผู้เข้าอบรมจำนวน 20 คน 17 หัวเรื่อง ที่สามารถเผยแพร่ตีพิมพ์ในวารสาร JPR2R

จักรกฤษณ์ โปตาพล (2555) ได้นำเสนอบทความเรื่อง การเขียนบทความวิชาการ บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอรูปแบบการเขียนบทความวิชาการที่ดีซึ่งได้อธิบาย ถึงส่วนประกอบของบทความวิชาการว่ามีส่วนประกอบ ได้แก่ 1) ชื่อเรื่อง 2) ชื่อผู้เขียน 3) คำสำคัญ 4) บทคัดย่อ 5) บทนำ 6) เนื้อหา 7) สรุป 8) กิตติกรรมประกาศ และ 9) บรรณานุกรม ทั้งนี้การเขียนบทความนั้นจะต้องอาศัยหลักการเขียนบทความวิชาการ ที่ดี เช่น การลำดับเนื้อหา การวิเคราะห์วิพากษ์วิจารณ์ เป็นต้น

ณรงค์ฤทธิ์ สมบัติสมภพ (2556) ได้นำเสนอแนวทางการจัดทำวารสารไทย รูปแบบใหม่ เพื่อรองรับงานวิชาการเพื่อสังคมในบริบทประเทศไทย ว่า บทความ วิชาการเพื่อสังคม ควรมีเนื้อหาที่ชี้ให้เห็นว่าเป็นผลงานที่ทำให้เกิดการพัฒนาด้าน เป็น ประโยชน์ต่อสังคม โดยควรมีองค์ประกอบ ดังนี้ 1) สภาพการณ์ก่อนการเปลี่ยนแปลงที่ เกิดขึ้น (บทนำ ที่มาของปัญหา) 2) การมีส่วนร่วมและการยอมรับของสังคมเป้าหมาย (มีผู้เข้าร่วมเป็นภาคเอกชนหรือตัวแทนชุมชน) 3) กระบวนการที่ทำให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น (วิธีการทดลอง บทสรุปเชิงเสนอแนะ) 4) ความรู้หรือความเชี่ยวชาญ ที่ใช้ในการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนั้น (ทฤษฎีและกรอบแนวคิด) 5) การคาดการณ์ สิ่งที่จะตามมาภายหลังจากการเปลี่ยนแปลงได้เกิดขึ้นแล้ว (ข้อเสนอแนะหลังบทสรุป) 6) การประเมินผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (เป็น outcome ของงานพิจารณา จากการนำไปใช้ประโยชน์และเงื่อนไข) 7) แนวทางการติดตามและธำรงรักษา พัฒนาการที่เกิดขึ้นให้คงอยู่ต่อไป (เป็น outcome ของงาน พิจารณาจากการนำไปใช้ ประโยชน์และเงื่อนไข)

ศูนย์พัฒนาอนามัยพื้นที่สูง (2552) สำรวจความพึงพอใจต่อวารสารสวน.ประจำปีงบประมาณ 2552 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เคยอ่านวารสารสวน. มาแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับวารสารกระจายผ่านทางหน่วยงาน รับโดยตรงทางเว็บไซต์ของศูนย์ฯ และทางห้องสมุดของหน่วยงาน ในสัดส่วนที่เท่า ๆ กัน มีความพึงพอใจในภาพรวมของวารสาร ร้อยละ 52.3

ด้านเนื้อหา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อเนื้อหาที่อ่านเข้าใจง่าย ร้อยละ 72.7 รองลงมาคือ เนื้อหาเป็นประโยชน์ นำไปปรับใช้ง่าย ร้อยละ 65.9

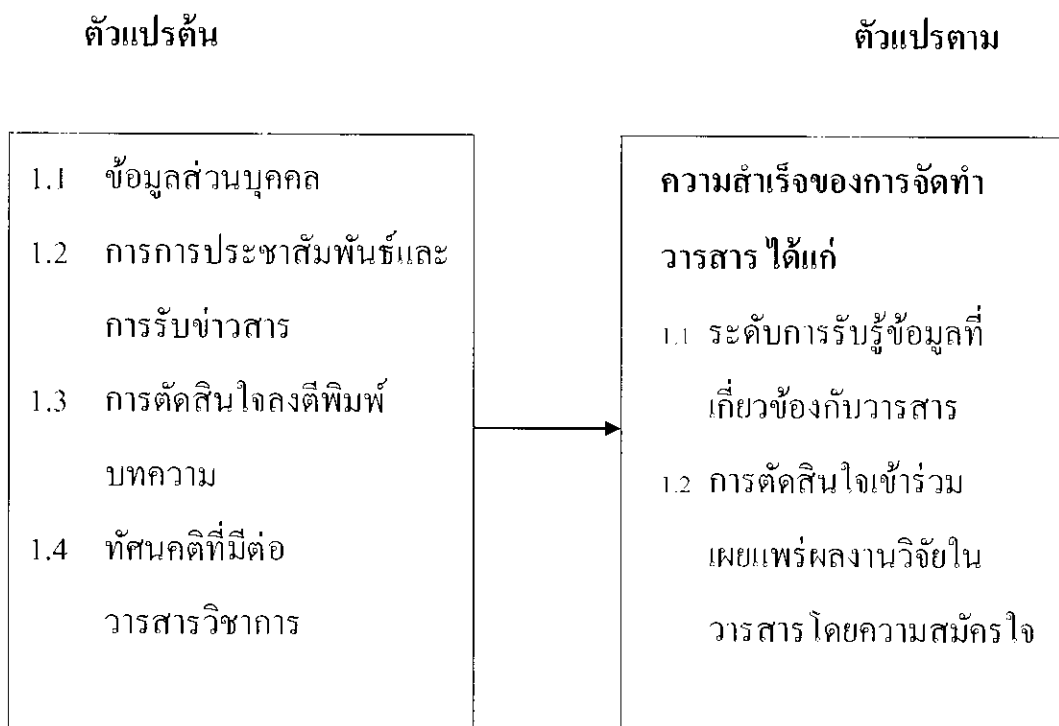
ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการนำข้อมูลวิชาการจากวารสาร ไปใช้ประโยชน์ในงาน ร้อยละ 67.0

ความพึงพอใจรูปแบบของวารสาร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อรูปแบบอยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะความเหมาะสมของรูปแบบ มีความพึงพอใจเพียงร้อยละ 43.2 และพึงพอใจในระดับปานกลางต่อการออกแบบ ชาติอักษร สีและการจัดวางองค์ประกอบของวารสาร

สิ่งที่ควรปรับปรุง เพิ่มเติม ได้แก่ อยากให้เพิ่มข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับโรคที่เกิดกับคนบนพื้นที่สูง โดยเฉพาะพื้นที่ที่เป็นแนวชายแดน เพื่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะได้ทราบข้อมูลปัญหาผ่านทางวารสาร เพราะอาจจะมีข้อมูลบางอย่างที่ไม่ทราบ หรือทราบไม่แน่ชัด ซึ่งเชื่อว่าคนทำงานบนพื้นที่สูงจริง ๆ อย่างศูนย์พัฒนาอนามัยพื้นที่สูงจะมีข้อมูลจริง เชื่อถือได้ และมีประโยชน์ จะทำให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาพื้นที่สูงต่อไป วารสารราย 3 เดือน น่าจะมีเนื้อหาสาระที่ผ่านมา 3 เดือนมากกว่านี้ เนื้อหาดี แต่ควรเพิ่มวิธีการ (how to) ที่หน่วยงานต่าง ๆ ได้ทำแล้วสำเร็จ เห็นผลจริง และสามารถทำได้อย่างต่อเนื่อง ควรมี link ที่สามารถ download full paper ได้

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยนำแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมากำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



ภาพ 5 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานจัดทำวารสารบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง และเพื่อเสนอแนะแนวทางดำเนินงานจัดทำวารสารบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหงให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วทำให้ได้แนวทางการวิจัยในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยกำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัยตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือการวิจัย
3. การรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. นักศึกษาปริญญาโทภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย
2. คณะผู้จัดทำวารสาร

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาเลือกวิธีการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) กับนักศึกษาปริญญาโทภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างรวม 400 คนและใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) กับคณะผู้จัดทำวารสาร จำนวน 5 คน

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ เพื่อสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและศึกษาแนวทางการดำเนินงานของผู้วิจัยอื่น ๆ เพื่อเลือกใช้แนวคิดทฤษฎีและวิธีดำเนินการวิจัยที่เหมาะสม ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามมีดังนี้

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นในครั้งนี้ มีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตรวัดแบบลิเกิร์ต (likert type scale) 5 ระดับ คือ

- 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 3 หมายถึง ค่อนข้างไม่เห็นด้วย
- 4 หมายถึง ค่อนข้างเห็นด้วย
- 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแบ่งระดับคะแนนความคิดเห็นไว้ 5 ระดับ โดยใช้พิสัยคะแนนจากแบบสอบถาม ซึ่งมีคะแนนสูงสุด 5 คะแนน คะแนนต่ำสุด 1 คะแนน แล้วเฉลี่ยด้วยระดับความคิดเห็นทำให้ได้ช่วงคะแนนเพื่อการแบ่งระดับความคิดเห็นแต่ละช่วงที่เท่า ๆ กัน โดยคำนวณตามสูตรอัตราภาคั่น ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอัตราภาคั่น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับความคิดเห็น}}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว จึงกำหนดความกว้างของอันตรภาคชั้นที่ได้จากการคำนวณดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

จากการคำนวณข้างต้น สามารถกำหนดช่วงคะแนนและแปลความหมายได้ดังนี้
 ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด
 ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
 ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
 ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
 ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

3. ข้อคำถามปลายเปิดเพื่อแสดงข้อคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะ ลักษณะคำถามเป็นแบบเติมคำในช่องว่าง

แบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วยคำถามปลายเปิด เพื่อสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงานโดยทั่วไปเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสาร ตลอดจนปัญหาอุปสรรคที่เกี่ยวข้อง

การตรวจสอบเครื่องมือ การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือของการวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้า รวบรวมแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ จากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และการรับข่าวสาร การตัดสินใจลงตีพิมพ์ บทความทัศนคติที่มีต่อวารสารวิชาการ ความสำเร็จของการจัดทำวารสารและระดับการรับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวารสาร

2. กำหนดขอบเขตและรายละเอียดเนื้อหาของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม que ศึกษาเพื่อกำหนดโครงสร้างของเครื่องมือที่ต้องการ

3. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยทั้ง 2 ชุด คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

4. นำเครื่องมือที่สร้างเสร็จทั้ง 2 ชุด ไปให้ที่ปรึกษาโครงการวิจัยพิจารณา

ให้คำแนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่อง

5. ผู้วิจัยปรับปรุงเครื่องมือทั้ง 2 ชุด ตามผลการตรวจแก้ไข และข้อเสนอแนะจากที่ปรึกษาโครงการวิจัยแล้วนำไปทดลองใช้ (try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ประชากรจริง จำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (reliability) แล้วนำข้อมูลมาคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยการทดสอบความเชื่อมั่นด้วยสูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์ของแอลฟาของ ครอนบาค (cronbach's alpha coefficients) และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้มีความครบถ้วน

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามตอนที่ 2 คำนวณจากสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาด้วยวิธีของครอนบาค ดังนี้ (ประคอง กรรณสูตร, 2542)

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

เมื่อ α คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น

n คือ จำนวนข้อในแบบสอบถาม

S_i^2 คือ ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

S_x^2 คือ ความแปรปรวนของคะแนนของผู้รับการทดสอบทั้งหมด

การรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการควบคุมการเก็บข้อมูล ตามขั้นตอนคือ ดำเนินการชี้แจงทำความเข้าใจกับกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและวิธีการกรอกแบบสอบถาม พร้อมขอความร่วมมือในการตอบคำถาม จนได้แบบสอบถามครบตามที่กำหนดไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ในส่วนข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติการแจกแจงความถี่ (frequency distributions) และค่าร้อยละ (percentage) ส่วนข้อมูลแสดงความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติการแจกแจงความถี่ (frequency distributions) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation : s.d.) สำหรับเกณฑ์การประเมินความหมายจากค่าคะแนนในส่วนการวัดความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานจัดทำวารสารบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ผู้ศึกษาเลือกวิธีการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) กับนักศึกษาปริญญาโทภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างรวม 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) กับคณะผู้จัดทำวารสาร จำนวน 5 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ที่ได้จากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ จำแนกออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการรับข่าวสาร
ของวารสาร

ตอนที่ 3 การตัดสินใจลงบทความในวารสาร

ตอนที่ 4 ทักษะเกี่ยวกับรูปแบบวารสาร

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นของคณะผู้จัดทำวารสาร

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ และสถานภาพการศึกษา ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

ตาราง 2

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	185	46.25
หญิง	215	53.75
รวม	400	100.0
อายุ		
20 – 30 ปี	73	18.25
31 – 40 ปี	132	33
41 – 50 ปี	174	43.5
51 – 60 ปี	21	5.25
ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป	0	0.0
รวม	400	100.0
สถานภาพการศึกษา		
ใช่	234	58.5
ไม่ใช่	166	41.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 2 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.75 และเพศชาย ร้อยละ 46.25 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 174 รองลงมา มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 132 มีอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 18.25

และอายุ 51-60 ปี ร้อยละ 5.25 ด้านสถานภาพการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยรามคำแหง ร้อยละ 58.5

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ และการรับข่าวสารของวารสาร

ข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการรับข่าวสารของวารสาร ได้แก่ แหล่งข่าวสารและระดับการรับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวารสาร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

ตาราง 3

จำนวนและร้อยละของแหล่งข่าวสาร

แหล่งข่าวสาร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	อันดับ
แผ่นพับ	2.65	0.64	4
โปสเตอร์	2.72	0.82	3
ป้ายผ้า	2.61	0.94	5
เว็บไซต์	2.83	0.75	2
คำแนะนำจากบุคคล	3.40	0.89	1
รวม	2.84	0.81	
ภาพรวมของระดับการรับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวารสาร			
มากที่สุด	2.63	0.95	5
มาก	2.74	0.67	4
ปานกลาง	2.79	1.02	3
น้อย	3.40	1.22	1
น้อยที่สุด	3.02	1.05	2
รวม	2.92	0.98	

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารของวารสาร จากคำแนะนำจากบุคคล ร้อยละ 3.40 รองลงมาคือ เว็บไซต์ ร้อยละ 2.83 แหล่งข้อมูล อันดับสุดท้ายคือ ป้ายผ้า ร้อยละ 2.61 ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวารสารอยู่ในระดับน้อย ร้อยละ 3.40รับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวารสารอยู่ในระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 3.02

ตอนที่ 3 การตัดสินใจลงบทความในวารสาร

ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจลงบทความในวารสาร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

ตาราง 4

จำนวนและร้อยละของการตัดสินใจลงบทความในวารสาร

การตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	อันดับ
1. ความน่าเชื่อถือของวารสาร	3.04	1.10	3
2. วารสารเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป	2.65	1.02	4
3. เนื้อหาในวารสาร	3.14	0.86	1
4. ความสะดวกในขั้นตอนการพิจารณาบทความ	3.08	0.79	2
รวม	2.98	0.94	
ภาพรวมของระดับการตัดสินใจเข้าร่วมเผยแพร่ผลงานวิจัยในวารสาร			
มากที่สุด	2.71	0.78	5
มาก	2.86	0.89	3
ปานกลาง	3.22	1.08	1
น้อย	3.05	1.03	2
น้อยที่สุด	2.75	0.91	4
รวม	2.92	0.94	

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจลงบทความในวารสารเนื่องจากเนื้อหาในวารสาร ร้อยละ 3.14 รองลงมาคือ ความสะดวกในขั้นตอนการพิจารณาบทความ ร้อยละ 3.08 เหตุผลที่ใช้ตัดสินใจลงบทความในวารสาร อันดับสุดท้ายคือ วารสารเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ร้อยละ 2.65 ภาพรวมของระดับการตัดสินใจเข้าร่วมเผยแพร่ผลงานวิจัยในวารสาร อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 3.22

ตอนที่ 4 ทศนคติเกี่ยวกับรูปแบบวารสาร

ทศนคติเกี่ยวกับรูปแบบวารสาร ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

ตาราง 5

จำนวนและร้อยละของทศนคติเกี่ยวกับรูปแบบวารสาร

ทศนคติเกี่ยวกับรูปแบบวารสาร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	อันดับ
1. บทความมีความชัดเจน			
ถูกต้อง น่าเชื่อถือ	2.92	0.99	3
2. ปริมาณเนื้อหามีเพียงพอ			
ความต้องการ	2.75	0.79	4
3. การจัดรูปแบบในวารสาร	2.64	0.85	6
4. สีสันในการออกแบบวารสาร	3.19	0.98	1
5. ขนาดตัวอักษรมีความ			
เหมาะสมต่อการอ่าน	3.14	0.92	2
6. รูปภาพกับเนื้อหามีความ			
สอดคล้องกัน และสามารถสื่อความหมายได้	2.69	1.54	5
รวม	2.89	0.76	

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อรูปแบบวารสารอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 2.89 ทัศนคติอันดับแรกคือ สีสันในการออกแบบวารสาร ร้อยละ 3.19 รองลงมาคือ ขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน ร้อยละ 3.14

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นของคณะผู้จัดทำวารสาร

คณะผู้จัดทำวารสารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับวารสาร สรุปได้ดังนี้

1. ควรมีการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์และการส่งข่าวสารไปยังนักศึกษา อาจารย์ นักวิชาการทั้งในและนอกมหาวิทยาลัยให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ใช้หลากหลายช่องทาง เช่น จดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ ซึ่งต้องประชาสัมพันธ์ในช่วงเวลาที่เหมาะสมด้วย ควรมีเจ้าหน้าที่อย่างเพียงพอต่อการดำเนินงาน
2. ปัจจัยที่ช่วยให้นักศึกษา อาจารย์ นักวิชาการทั้งในและนอกมหาวิทยาลัยตัดสินใจลงตีพิมพ์บทความในวารสาร ได้แก่ การลดขั้นตอนและอำนวยความสะดวกเรื่องการจัดทำรูปแบบเนื้อหา มีการประสานงานกับเจ้าของงานวิจัยอย่างใกล้ชิด และต่อเนื่อง มีการอบรมให้ความรู้แก่เจ้าของผลงานวิจัย
3. ทัศนคติที่มีต่อวารสารวิชาการคือ เป็นวารสารที่ยังต้องเผยแพร่ให้คนรู้จักมากขึ้น
4. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการจัดทำวารสาร คือ การดำเนินงานตามแผนงาน มีการประเมินและปรับปรุงแผนงานอย่างต่อเนื่อง

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานจัดทำวารสาร
บริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ผู้ศึกษาเลือกวิธีการสุ่มอย่าง
ง่าย (simple random sampling) กับนักศึกษาปริญญาโทภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย
ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างรวม 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive
sampling) กับคณะผู้จัดทำวารสาร จำนวน 5 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ
ที่ได้จากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.75 และเพศชาย ร้อยละ 46.25
และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 43.5 รองลงมาคืออายุ 31-40 ปี
ร้อยละ 33 มีอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 18.25 และอายุ 51- 60 ปี ร้อยละ 5.25 ด้านสถานภาพ
การศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยรามคำแหง
ร้อยละ 58.5

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารของวารสารจากคำแนะนำจากบุคคล
ร้อยละ 3.40 รองลงมาคือ เว็บไซต์ ร้อยละ 2.83 แหล่งข้อมูลอันดับสุดท้ายคือ ป้ายผ้า
ร้อยละ 2.61 ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวารสารอยู่ในระดับน้อย
ร้อยละ 3.40 รับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวารสารอยู่ในระดับน้อยที่สุด ร้อยละ 3.02

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจลงบทความในวารสารเนื่องจากเนื้อหา
ในวารสาร ร้อยละ 3.14 รองลงมาคือ ความสะดวกในขั้นตอนการพิจารณาบทความ
ร้อยละ 3.08 เหตุผลที่ใช้ตัดสินใจลงบทความในวารสาร อันดับสุดท้ายคือ วารสาร
เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ร้อยละ 2.65 ภาพรวมของระดับการตัดสินใจเข้าร่วมเผยแพร่

ผลงานวิจัยในวารสาร อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 3.2 ส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อรูปแบบวารสารอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 2.89 ทัศนคติอันดับแรกคือ สีสันในการออกแบบวารสาร ร้อยละ 3.19 รองลงมาคือ ขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน ร้อยละ 3.14

คณะผู้จัดทำวารสารมีความคิดเห็นเกี่ยวกับวารสาร สรุปได้ดังนี้

1. ควรมีการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์และการส่งข่าวสารไปยังนักศึกษา อาจารย์ นักวิชาการทั้งในและนอกมหาวิทยาลัยให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ใช้หลากหลายช่องทาง เช่น จดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ ซึ่งต้องประชาสัมพันธ์ในช่วงเวลาที่เหมาะสมด้วย ควรมีเจ้าหน้าที่อย่างเพียงพอต่อการดำเนินงาน
2. ปัจจัยที่ช่วยให้นักศึกษา อาจารย์ นักวิชาการทั้งในและนอกมหาวิทยาลัยตัดสินใจลงตีพิมพ์บทความในวารสาร ได้แก่ การลดขั้นตอนและอำนวยความสะดวกเรื่องการจัดทำรูปแบบเนื้อหา มีการประสานงานกับเจ้าของงานวิจัยอย่างใกล้ชิด และต่อเนื่อง มีการอบรมให้ความรู้แก่เจ้าของผลงานวิจัย
3. ทัศนคติที่มีต่อวารสารวิชาการคือ เป็นวารสารที่ยังต้องเผยแพร่ให้คนรู้จักมากขึ้น
4. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการจัดทำวารสาร คือ การดำเนินงานตามแผนงาน มีการประเมินและปรับปรุงแผนงานอย่างต่อเนื่อง

การอภิปรายผล

1. ผลการศึกษาที่สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ช่วยให้นักศึกษา อาจารย์ นักวิชาการทั้งในและนอกมหาวิทยาลัยตัดสินใจลงตีพิมพ์บทความในวารสาร ได้แก่ การลดขั้นตอนและอำนวยความสะดวกเรื่องการจัดทำรูปแบบเนื้อหา มีการประสานงานกับเจ้าของงานวิจัยอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง มีการอบรมให้ความรู้แก่เจ้าของผลงานวิจัย เนื่องจากถ้าเจ้าของผลงานวิจัยเข้าใจขั้นตอน ระยะเวลาของการตีพิมพ์วารสารก็ช่วยให้การจัดทำรูปแบบงานวิจัยมีความสะดวกขึ้น การเข้ารับการอบรมจากเจ้าของวารสารจึงเป็นวิธีการ

ที่ง่ายที่สุด สอดคล้องกับ กิตติกร จามรดุสิต (2558, หน้า 1-20) ที่ได้ประเมินผลการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ การพัฒนางานประจำสู่งานวิจัยมุ่งนำเสนอเกี่ยวกับวารสาร การพัฒนางานประจำสู่งานวิจัย (jpr2r) ที่ได้จัดการอบรมโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชี้แจงทำความเข้าใจเกี่ยวกับวารสาร เช่น กระบวนการพิจารณาบทความของวารสาร การเตรียมนิพนธ์ต้นฉบับ การส่งบทความ ช่องทางการศึกษารายละเอียดเพิ่มเติม เช่น เว็บไซต์ การโทรศัพท์ ผลการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการที่จัดขึ้น 3 ครั้ง ในระยะเวลา 3 เดือน มีวิทยากรที่เลี้ยงให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด ทั้งนี้ทุกคนที่เข้ารับการอบรมได้รับใบประกาศนียบัตรผ่านการอบรม รวมทั้งบทความที่ผ่านการอบรมจะได้รับการพิจารณาในวารสารโดยต้องการกระบวนการ

2. ผลการศึกษาที่สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารของวารสาร จากคำแนะนำจากบุคคล รองลงมาคือ เว็บไซต์ ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวารสารอยู่ในระดับน้อย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศูนย์พัฒนาอนามัยพื้นที่สูง (2552) สำรวจความพึงพอใจต่อวารสาร สวท. ประจำปีงบประมาณ 2552 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เคยอ่านวารสาร สวท. มาแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับวารสารกระจายผ่านทางหน่วยงาน รับโดยตรง ทางเว็บไซต์ของศูนย์ฯ และทางห้องสมุดของหน่วยงาน ในสัดส่วนที่เท่า ๆ กัน มีความพึงพอใจในภาพรวมของวารสาร ร้อยละ 52.3

3. ผลการศึกษาที่สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อรูปแบบวารสารอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 2.89 ทัศนคติอันดับแรกคือ สีสันทในการออกแบบวารสาร ร้อยละ 3.19 รองลงมาคือ ขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน ร้อยละ 3.14 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ศูนย์พัฒนาอนามัยพื้นที่สูง (2552) สำรวจความพึงพอใจต่อวารสาร สวท. ประจำปีงบประมาณ 2552 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อรูปแบบอยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะความเหมาะสมของรูปแบบ มีความพึงพอใจเพียงร้อยละ 43.2 และพึงพอใจในระดับปานกลางต่อการออกแบบขนาดอักษร สีและการจัดวางองค์ประกอบของวารสาร

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้

1. ควรศึกษาช่องทางการเผยแพร่วารสารให้เป็นที่รู้จักและแพร่หลายมากขึ้น
2. ควรจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดพิมพ์ผลงานวิจัยในวารสารให้นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัย ปีละ 2 ครั้ง
3. ส่งเสริมให้นักศึกษาเห็นคุณค่าของการนำงานวิจัยลงตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบขั้นตอนการรับผลงานวิจัยลงตีพิมพ์กับวารสารวิชาการของหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อปรับปรุงให้ขั้นตอนของมหาวิทยาลัยมีคุณภาพยิ่งขึ้น
2. เปิดรับฟังข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินงานตีพิมพ์วารสารวิชาการของมหาวิทยาลัย
3. ศึกษารูปแบบ สี สัน ของวารสาร เพื่อปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่าน

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานจัดทำวารสารบริหารธุรกิจ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

.....

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ ☐ 20 – 30 ปี ☐ 31 – 40 ปี
☐ 41 – 50 ปี ☐ 51 – 60 ปี ☐ ตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป
3. กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยรามคำแหงใช่หรือไม่
☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และการรับข่าวสารของวารสาร

1. ท่านได้รับข่าวสารของวารสารจากแหล่งใดบ่อยที่สุด

แหล่ง	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
แผ่นพับ					
โปรচার์					
ป้ายผ้า					
เว็บไซต์					
คำแนะนำจากบุคคล					

2. ในภาพรวมท่านมีการรับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวารสารอยู่ในระดับใด

- ☐ มากที่สุด ☐ มาก
☐ ปานกลาง ☐ น้อย ☐ น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจลงบทความในวารสาร

1. มีประเด็นใดบ้างที่ท่านใช้ตัดสินใจลงบทความในวารสาร

ประเด็น	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ความน่าเชื่อถือของวารสาร					
2. วารสารเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป					
3. เนื้อหาในวารสาร					
4. ความสะดวกในขั้นตอนการพิจารณาบทความ					

2. ในภาพรวมท่านการตัดสินใจเข้าร่วมเผยแพร่ผลงานวิจัยในวารสารโดยความสมัครใจ
อยู่ในระดับใด

☐ มากที่สุด

☐ มาก

☐ ปานกลาง

☐ น้อย

☐ น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ทักษะเกี่ยวกับรูปแบบวารสาร

ท่านมีความคิดเห็นในประเด็นต่อไปนี้อยู่ในระดับใด

ความคิดเห็น	5	4	3	2	1
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. บทความมีความชัดเจน ถูกต้อง น่าเชื่อถือ					
2. ปริมาณเนื้อหาไม่เพียงพอกับความ ต้องการ					
3. การจัดรูปแบบในวารสาร					
4. สีสีนในการออกแบบวารสาร					
5. ขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อ การอ่าน					
6. รูปภาพกับเนื้อหาไม่มีความสอดคล้อง กัน และสามารถสื่อความหมายได้					

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือและสละเวลาตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานจัดทำวารสาร บริหารธุรกิจ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

โปรดแสดงความคิดเห็นที่ตรงกับความป็นจริง

1. การประชาสัมพันธ์และการส่งข่าวสารไปยังนักศึกษา อาจารย์ นักวิชาการทั้งในและนอกมหาวิทยาลัย มีการดำเนินงานอย่างไร มีปัญหาอุปสรรค ข้อเสนอแนะอะไรบ้างที่จะทำให้วารสารมีคุณภาพยิ่งขึ้น

2. มีปัจจัยใดบ้างที่ช่วยให้นักศึกษา อาจารย์ นักวิชาการทั้งในและนอกมหาวิทยาลัยตัดสินใจลงตีพิมพ์บทความในวารสาร

3. ท่านมีทัศนคติอย่างไรต่อวารสารวิชาการ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. มีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อ ความสำเร็จของการจัดทำวารสาร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือและสละเวลาตอบแบบสอบถาม

บรรณานุกรม

- กมลรัฐ อินทรทัศน์ และ พรทิพย์ เอ็นจะบก. (2559). การสื่อสารระหว่างบุคคล.
ค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2559, จาก <https://pirun.ku.ac.th/~agrpct/envelop/inter%20personal%20com.doc>
- กรวิทย์ กรประเสริฐวิทย์. (2557). ทักษะคิดความรู้ความเข้าใจ พฤติกรรม และ
คุณลักษณะการใช้งานของเทคโนโลยี ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้เครื่อง
ชำระค่าโทรศัพท์อัตโนมัติ ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ปี 2558.
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กิติกร จามรดุสิต. (2558). ประเมินผลการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ การพัฒนางานประจำส
งานวิจัย. คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2559). เจ้าหน้าที่สำนักงาน (ประชาสัมพันธ์). ค้นเมื่อ
8 กรกฎาคม 2559, จาก www.portal.edu.chula.ac.th/pub/ass_staff/assess-doc/kpi/kpi10.doc
- จักรกฤษณ์ โปคาพล. (2555). การเขียนบทความวิชาการ. มหาวิทยาลัยมหามกุฏ
ราชวิทยาลัย.
- ณรงค์ฤทธิ์ สมบัติสมภพ. (2556). แนวทางการจัดทำวารสารไทยรูปแบบใหม่ เพื่อ
รองรับงานวิชาการเพื่อสังคม ในบริบทประเทศไทย. ค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2559,
จาก http://www.kmutt.ac.th/jif/public_html.pdf
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2540). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 7).
กรุงเทพฯ: เจริญผล.
- พีระ จิระโสภณ. (2547). การเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสาร: เอกสารชุดการสอนชุด
หลักวิชาและทฤษฎีการสื่อสาร (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- แพรวภัทร ยอดแก้ว. (2559). ทักษะคิดหรือเจตคติ (attitude). ค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2559,
จาก <https://www.gotoknow.org/posts/280647>

- ฝ่ายสื่อสาร สำนักชลประทานที่ 17 กรมชลประทาน. (2559). *ความหมายและองค์ประกอบของการสื่อสาร*. ค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2559.
จาก <http://irrigation.rid.go.th/rid17/Myweb/machanical/information%20communication.html>
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2559). *การประชาสัมพันธ์*. ค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2559, จาก www.stou.ac.th/stouonline/lorin/data/sms/market/Unit8/Subm1/U811-1.htm
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2559). *การตัดสินใจ*. ค้นเมื่อ 13 กรกฎาคม 2559, จาก <http://www.stou.ac.th/Offices/rdec/udon/upload/socities.html>
- มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (2559). *ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีทางการศึกษา*. ค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2559, จาก <http://pirun.ku.ac.th/~g5414600546/images/Perception.pdf>
- มหาวิทยาลัยมหิดล. (2559). *บทความวิชาการแบ่งเป็น 6 ส่วน*. ค้นเมื่อ 4 กรกฎาคม 2559, จาก r2r.mahidol.ac.th/admin/mahidolr2rejournal/document/Article_explain.docx
- โยธิน แสงวดี. (2559). *การเขียนบทความทางวิชาการด้านสังคมศาสตร์: วิธีการเขียนงานวิจัยตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ, สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล*.
- ศูนย์พัฒนาอนามัยพื้นที่สูง. (2552). *รายงานการสำรวจความพึงพอใจต่อวารสารสวนประจำปีงบประมาณ 2552*. ค้นเมื่อ 26 กรกฎาคม 2559, จาก www.hhdc.anamai.moph.go.th/ewt_dl_link.php?nid=332
- ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย. (2559). *เกณฑ์การคัดเลือกวารสารเข้าฐานข้อมูล TCI และเกณฑ์การประเมินคุณภาพวารสารในฐานข้อมูล TCI*. ค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2559, จาก www.Kmutt.ac.th
- สาริณี โพธิ์เงิน, แปลและเรียบเรียง. (2551). *เทคโนโลยีย่อโลก สูดยอดเทคโนโลยีการสื่อสารไร้พรมแดน*. กรุงเทพฯ : Dream publishing.

- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดแพร่. (2559). ความหมายการ
ประชาสัมพันธ์. ค้นเมื่อ 23 กรกฎาคม 2559, จาก [http://region3.prd.go.th/
phrae/data/pr0.html](http://region3.prd.go.th/phrae/data/pr0.html).
- ตำราญ บุญเจริญ. (2559). ทฤษฎีการตัดสินใจ. ค้นเมื่อ 11 กรกฎาคม 2559,
จาก http://www.retc.ac.th/v3/kru_pitoon/dvt/5.pdf
- Bonnye E. Stuart, Marilyn S. Sarow and Laurence Stuart. (2007). *Integrated Business
Communication: In a Global Marketplace*. USA: John Wiley & Sons.
- Edoardo T. Brioschi. (2006). *Total business communication. Profiles and problems for
the new century Economia: Contributi*. USA: Vita e Pensiero.
- E. Bruce Goldstein. (2009). *Sensation and Perception*. USA: Cengage Learning.
- Jacobsen, P.B. (2004). *Assesment of fatigue in cancer patients*. Journal of the National
Cancer Insittute Monographs, 32, (pp.93-97).
- Mason Carpenter, Talya Bauer, and Berrin Erdogan. (2016). *Understanding Decision
Making*. from [http://catalog.flatworldknowledge.com/bookhub/
5?e=carpenter-ch11_s01](http://catalog.flatworldknowledge.com/bookhub/5?e=carpenter-ch11_s01)
- Mary Ellen Guffey, Patricia Rogin and Kathleen Rhodes. (2010). *Business
Communication: Process and Product*. USA.: Cengage Learning.
- Paul Mark Pedersen, Kimberly S. Miloch, Pamela C. Laucella. (2007). *Strategic Sport
Communication Strategic Sport Communication, Kimberly S. Miloch*. USA.:
Human Kinetics.
- Ron Sun. (2012). *Grounding Social Sciences in Cognitive Sciences*. Cambridge:
MIT Press.
- Sheila Steinberg. (2007). *An Introduction to Communication Studies*. South Africa:
Juta and Company Ltd.

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวจิราภรณ์ กองวัฒนากุล
ตำแหน่ง	นักวิชาการศึกษา
ประเภทตำแหน่ง	วิชาชีพเฉพาะหรือเชี่ยวชาญเฉพาะ
ระดับตำแหน่ง	ระดับชำนาญการ
สังกัด	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2537	ครุศาสตรบัณฑิตปริญญา สาขาวิชา ประถมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
พ.ศ. 2547	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตปริญญา สาขาวิชา บริหารทั่วไป มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประวัติการทำงาน

ตำแหน่ง	นักวิชาการศึกษา ท. 3
วันที่เริ่มดำรงตำแหน่ง	1 ตุลาคม 2547 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2548
ตำแหน่ง	นักวิชาการศึกษา ท. 4
วันที่เริ่มดำรงตำแหน่ง	1 ตุลาคม 2548 ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2552
ตำแหน่ง	นักวิชาการศึกษา ท. 6
วันที่เริ่มดำรงตำแหน่ง	1 เมษายน 2552 ถึงวันที่ 30 กันยายน 2555
ตำแหน่ง	นักวิชาการศึกษานำนาถการ
วันที่เริ่มดำรงตำแหน่ง	1 ตุลาคม 2555 จนถึงปัจจุบัน