

การศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิผลในการสร้างการรับรู้ภารกิจ  
ของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก<sup>1</sup>

A studying of effectiveness in mission awareness

Of the Department of Skill Development with publicity through the Facebook application.

กฤตติการ์ พะกะจ่าง<sup>2</sup>

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา (1) แนวทางการเพิ่มประสิทธิผลในการสร้างการรับรู้ภารกิจของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก (2) ความแตกต่างของลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (3) แนวทางการจัดการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก (4) แนวทางการใช้เครือข่ายความร่วมมือ ที่มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อการเพิ่มประสิทธิผลในการสร้างการรับรู้ภารกิจของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก กลุ่มประชากร ได้แก่ บุคลากรกรมพัฒนาแรงงาน จำนวน 420 คน โดยใช้การวิเคราะห์สถิติพรรณนา ด้วยค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนฯ ใช้สถิติอนุมาน ค่าความแปรปรวนทางเดียว ค่าไคสแควร์ และทดสอบแบบถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการศึกษตามสมมติฐาน ข้อที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงส่งผลต่อประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน แตกต่างกัน และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ระดับการศึกษาและระยะเวลาในการปฏิบัติงานในองค์กรที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ข้อที่ 2 พบว่า ขอบเขตเนื้อหา สารของข้อมูลในการประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ข้อที่ 3 พบว่า การใช้เครือข่ายความร่วมมือ ทุกด้านของตัวแปรมีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิผลในการสร้างการรับรู้ภารกิจของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ :** การเพิ่มประสิทธิผลการปฏิบัติงาน, การประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก

---

<sup>1</sup>บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าอิสระ เรื่องการศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิผลในการสร้างการรับรู้ภารกิจของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก

<sup>2</sup> นักศึกษาปริญญาโท โครงการทวิปริญญาโท หลักสูตรทวิปริญญาโททางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

## ABSTRACT

This research aims to study (1) ways to increase the effectiveness of raising awareness of the Mission of the Department of Skill Development through the Facebook application, (2) differences in demographic characteristics, (3) approach to public relations management through the Facebook application, (4) guidelines for using collaborative networks that are relevant and influence the effectiveness of raising awareness of the mission of the Department of Skill Development. With publicity through the Facebook application, the demographic group includes 420 Department of Labor Development personnel using statistical analysis, depictions with average, percentage, deviation, using inference statistics, one-way variance, chi-squared values, and multiple regression tests. The hypothesis results were as follows:

(1) The hypothesis results Male and female respondents effected the effectiveness of public relations through the Department of Skill Development Facebook application differently, and respondents of different ages were found. Education levels and duration of performance in different organizations Influence public relations effectiveness through the Department of Skill Development Facebook application. At statistical significance level 0.05 (2) The hypothesis results 2 found that the scope of content, the substance of information in public relations was associated with the effectiveness of public relations through the Department of Skill Development Facebook application, at a statistically significant level of 0.05 (3) The hypothesis results 3 showed that the use of cooperation networks in all aspects of the variable was associated with the effectiveness of raising awareness of the mission of the Department of Skill Development with publicity through the Facebook application, statistically significant at 0.05.

**Keywords:** Increasing operational efficiency, publicizing on Facebook application.

## ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันโลก มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกมิติ ทั้งทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และเทคโนโลยี โดยเฉพาะการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และมีความเชื่อมโยงระหว่างกันมากขึ้น โลกที่แคบกว้างใหญ่กลับเล็กลง ประเทศที่อยู่ห่างไกลกันสามารถติดต่อกันได้ภายในเวลาเสี้ยววินาที เทคโนโลยีการสื่อสาร เข้ามามีบทบาทสำคัญมากขึ้น ในการเผยแพร่ภารกิจ หรือกิจกรรมต่างๆ ของหน่วยงานให้แก่ประชาชน ให้สามารถติดต่อ และใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว ทว่าถึง โดยใช้กระบวนการประชาสัมพันธ์ ผ่าน "สื่อสังคมออนไลน์" (Social Media) ที่อาศัยการเชื่อมต่อแบบไร้สายผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสารของหน่วยงาน องค์กร หรือบุคคลที่ใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรม ผลงาน ข่าวสาร ข้อมูล ของหน่วยงานนั้น 'ผ่านหน้าเพจของ

หน่วยงานเพื่อให้สมาชิกของหน่วยงานนั้น ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร สามารถเข้าชมด้วยรูปแบบของข้อความ ภาพ เสียง วิดีโอและสื่อผสมอื่น ๆ เช่น Infographic banner หรือการถ่ายทอดออกอากาศสด (Facebook Live) เป็นต้น ข่าวสารต่างๆ ถูกแชร์ผ่านทาง Facebook เป็นจำนวนมาก แต่ต้องใช้ดุลพินิจ และพิจารณาอนุญาตพอสมควร เนื่องจากมี ทั้งข้อมูลที่เป็นความจริง และข้อมูลที่ไม่เป็นความจริง

กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน มีภารกิจเกี่ยวกับการพัฒนาฝีมือแรงงานและศักยภาพของกำลังแรงงานและผู้ประกอบกิจการ เพื่อให้กำลังแรงงานมีฝีมือได้มาตรฐานในระดับสากล มีความสามารถในการประกอบอาชีพ สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ และเพื่อส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบกิจการที่มีความสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก (กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน, 2555, ออนไลน์) โดยมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร กิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชน ผ่านกองสื่อสารองค์กร ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของอธิบดีกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน

### คำถามการวิจัย

1. ประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้ภารกิจของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก เป็นอย่างไร
2. ความแตกต่างของลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และประสบการณ์ในการทำงาน มีอิทธิพลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้ภารกิจของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก หรือไม่
3. การจัดการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้ภารกิจของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน หรือไม่
4. การใช้เครือข่ายความร่วมมือ มีอิทธิพลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้ภารกิจของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก หรือไม่

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้ภารกิจของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ที่มีอิทธิพลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้ภารกิจของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก
3. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก ที่มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้ภารกิจของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน
4. เพื่อศึกษาแนวทางการใช้เครือข่ายความร่วมมือ ที่มีอิทธิพลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้ภารกิจของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก

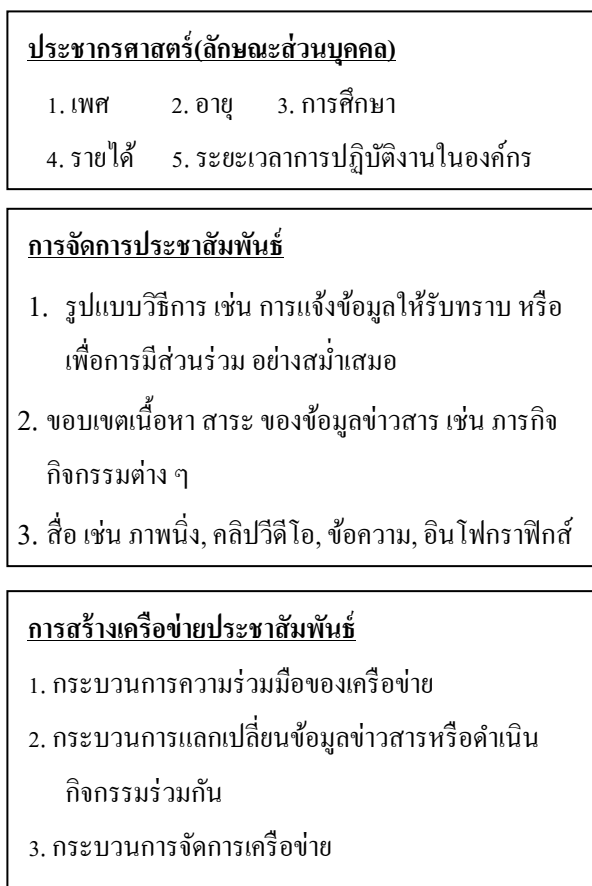
## ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

การค้นคว้าอิสระนี้เป็น การวิจัยเพื่อการศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิผลในการสร้างการรับรู้ภารกิจของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก ผู้วิจัยค้นคว้า ทำการศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสารวิชาการ และงานวิชาการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

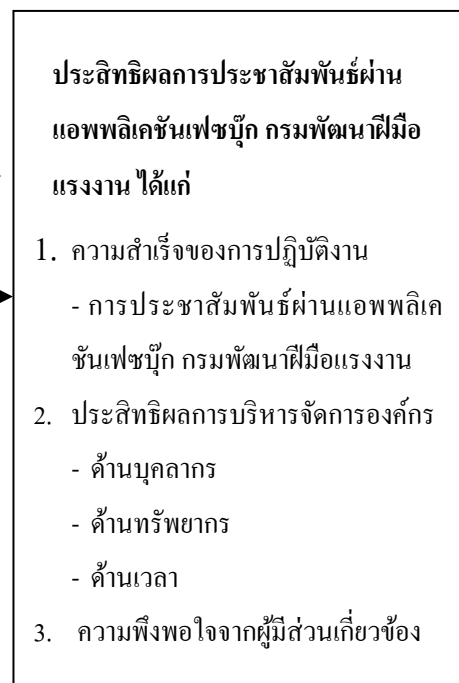
- 2.1 ทฤษฎี แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์
- 2.2 ทฤษฎี แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก
- 2.3 ทฤษฎี แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ
- 2.4 ทฤษฎี แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## กรอบแนวคิดการวิจัย

### หรือตัวแปรอิสระ (Independent Variable)



### ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง "การศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิผลในการสร้างการรับรู้ภารกิจของกรมพัฒนาฝีมือแรงงานด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก" โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) และวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดในเรื่อง การกำหนดประชากร การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. แหล่งข้อมูล (source of data) การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (descriptive research) และวิจัยเชิงสำรวจ (exploratory research) มีแหล่งข้อมูล ดังนี้

1.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานของภาครัฐและเอกชน 1) ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต 2) หนังสือทางวิชาการ วิทยานิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากประชากรที่ใช้ในการวิจัยทั้งหมดจำนวน 420 คน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรภายในกรมพัฒนาแรงงาน ที่ปฏิบัติงานและมีส่วนเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ จำนวน 420 คน

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย การศึกษาวิจัยนี้ ผู้ศึกษามีตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

### ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่

1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (ลักษณะส่วนบุคคล) ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กร

2) ปัจจัยด้านการจัดการ การประชาสัมพันธ์ ได้แก่

1. รูปแบบวิธีการ เช่น การแจ้งข้อมูลให้รับทราบ หรือเพื่อการมีส่วนร่วม อย่างสม่ำเสมอ
2. ขอบเขตเนื้อหา สาระ ของข้อมูลข่าวสาร เช่น ภารกิจ กิจกรรมต่าง ๆ
3. สื่อ เช่น ภาพนิ่ง, คลิปวิดีโอ, ข้อความ, อินโฟกราฟิกส์

3) การสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ได้แก่

1. กระบวนการความร่วมมือของเครือข่าย
2. กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารหรือดำเนินกิจกรรมร่วมกัน
3. กระบวนการจัดการเครือข่าย

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ได้แก่

1.ความสำเร็จของการปฏิบัติงาน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน

2.ประสิทธิผลการบริหารจัดการองค์กร ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านทรัพยากร ด้านเวลา

3. ความพึงพอใจจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

#### 4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ใช้แบบสอบถาม ซึ่งมีทั้งคำถามชนิดปลายปิด (Closed-ended Questions) และปลายเปิด (Open-ended Questions) แบบสอบถามสร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ ได้แก่ เพศ มีระดับการวัดเป็น Nominal scale และ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กร มีระดับการวัดเป็น Ordinal scale โดยเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Question) ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลด้านการจัดการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก ได้แก่ รูปแบบวิธีการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก ขอบเขตเนื้อหา สาระของข้อมูลในการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก รูปแบบสื่อการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก มีระดับการวัดเป็น Nominal scale ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลการสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ได้แก่ กระบวนการจัดการเครือข่าย กระบวนการขอความร่วมมือของเครือข่ายกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร/การดำเนินกิจการร่วมกัน จำนวน 13 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale)

#### 5. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา โดยนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา งานวิจัยเพื่อพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validation) ของแบบสอบถามว่ามีเนื้อหาครอบคลุมตามวัตถุประสงค์งานวิจัยที่กำหนดหรือไม่ จากนั้นนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการทดลอง (Try-out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา แต่ไม่ใช่ประชากรของการศึกษา นี้ จำนวน 30 คน จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่น โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปหาความน่าเชื่อถือตามเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ที่ Nunnally (1978)

ตัวแปร	ค่าความเชื่อมั่น
การสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์	0.969
ประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	0.971
<b>แบบสอบถามโดยรวม</b>	<b>0.980</b>

## 6. วิธีการเก็บข้อมูล (Data Collection)

- 1 ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามบุคลากรกรมพัฒนาแรงงาน
- 2 จัดทำแบบสอบถาม ดำเนินการแจกแบบสอบถาม
- 3 รวบรวมแบบสอบถามและสัมภาษณ์กลับคืนมาและทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามจากนั้นนำแบบสอบถามมาให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้และทำการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลได้

## 7. วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเชิงปริมาณนี้ ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการตอบแบบสอบถามของประชากร ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการประมวลผล โดยตัวแปรต่าง ๆ จะถูกนำมาลงรหัสเพื่อเปลี่ยนสภาพข้อมูลให้อยู่ในรูปตัวเลขแล้วนำมาหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายชื่อ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้

### 1. การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive analysis) โดยใช้

1.1 ความถี่และร้อยละ (Frequency and percentage) โดยการสรุปข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยการสรุปข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม วิธีแปลผลแบบสอบถามตามเกณฑ์คะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน	ความหมาย
ระดับ 5 ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	มากที่สุด
ระดับ 4 ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	มาก
ระดับ 3 ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	ปานกลาง
ระดับ 2 ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	น้อย
ระดับ 1 ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	น้อยที่สุด

### 2. สถิติที่ต้องใช้ในการตอบคำถามการวิจัยและทดสอบสมมติฐานการวิจัย คือ

2.1 สถิติอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 เป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ Independent Sample t – test และการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way Analysis of Variance) ของสมมติฐาน เมื่อพบความแตกต่างกัน นำมาทำการทดสอบรายคู่ ด้วยวิธีของ LSD

2.2 สถิติอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 คือ ค่าไคสแควร์ (Chi-Square Test) ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามว่า มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ แต่ไม่สามารถกำหนดทิศทางของความสัมพันธ์ได้ ใช้สำหรับตัวแปรระดับมาตราเรียงลำดับ Ordinal Scale และ



นามบัญญัติ (Nominal Scale) ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่อยู่ในรูปของความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย โดยมีตัวแปรแต่ละตัว แบ่งเป็นประเภท หรือกลุ่มย่อย ตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับประสิทธิผลในการสร้างการรับรู้การกิจของกรมพัฒนาฝีมือแรงงานด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก การแปลความหมายโดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% (ระดับนัยสำคัญ 0.05)

2.3 สถิติอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 คือ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ตรวจสอบความเป็นอิสระกันของความคลาดเคลื่อน (Testing for Autocorrelation) สามารถทำได้โดยใช้วิธีการทดสอบทางสถิติ ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความเป็นอิสระกันของความคลาดเคลื่อนคือ ค่าสถิติ Durbin-Watson โดยพิจารณาว่าค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าระหว่าง ระหว่าง 1.50 - 2.50 การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Testing Multicollinearity) โดยพิจารณาจากค่า Tolerance ถ้าค่า Tolerance มากกว่า 0.1 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง และพิจารณาจากค่า VIF (Variance Inflation Factor) ถ้าค่า VIF น้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง)

## ผลการศึกษาวิจัย

### 1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดเป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.3 มีอายุ 46 – 50 ปี ร้อยละ 18.8 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีร้อยละ 73.0 มีรายได้ต่อเดือน 15,000 – 25,000 บาท ร้อยละ 43.8 และมีระยะเวลาการปฏิบัติงานในองค์กรต่ำกว่า 5 ปี ร้อยละ 30.2

### 2. ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุดคิดว่ารูปแบบวิธีการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กที่เหมาะสม คือ การประชาสัมพันธ์แบบโพสต์เป็นเนื้อหา คิดเป็นร้อยละ 63.2 โดยคิดว่าขอบเขตเนื้อหา สาระของข้อมูลในการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กที่เหมาะสม คือ เนื้อหาเกี่ยวกับโครงการ/นโยบาย/ภารกิจของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ร้อยละ 28.7 และคิดว่ารูปแบบสื่อการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กที่เหมาะสม คือ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลเฉพาะเนื้อหา พร้อมภาพประกอบ ร้อยละ 29.1

### 3. ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับการสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ในภาพรวม ในระดับมาก มากที่สุด โดยเห็นด้วยกับกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร/การดำเนินกิจการร่วมกัน มากที่สุด รองลงมาคือ กระบวนการขอความร่วมมือของเครือข่าย และกระบวนการจัดการเครือข่าย



## สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงส่งผลต่อประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน แตกต่างกัน และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ระดับการศึกษาและระยะเวลาในการปฏิบัติงานในองค์กรที่แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ข้อที่ 2 พบว่า ขอบเขตเนื้อหา สารของข้อมูลในการประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ข้อที่ 3 พบว่า การใช้เครือข่ายความร่วมมือ ทุกด้านของตัวแปรมีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิผลในการสร้างการรับรู้ภารกิจของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. การจัดการประชาสัมพันธ์ ควรเน้นการประชาสัมพันธ์แบบเนื้อหาเป็นหลัก ควบคู่กับการประชาสัมพันธ์แบบคลิปวิดีโอ โดยในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ โครงการ/นโยบาย/ภารกิจของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน เนื้อหาเกี่ยวกับข่าวสารทั่วไป เนื้อหาเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน

2. การสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร/การดำเนินกิจการร่วมกันมาก ควรมีช่องทางการสื่อสารภายในแบบสื่อสังคมออนไลน์ อาทิ แอปพลิเคชันไลน์ “ไลน์เพนแชนด์” และมีช่องทางการสื่อสารภายในระหว่างบุคลากรที่มีคุณภาพและทันสมัย นอกจากนี้ ผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร/การดำเนินกิจการร่วมกัน ด้วยเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากด้วยเช่นกัน โดยกรมพัฒนาฝีมือแรงงานต้องให้ความสำคัญและสนับสนุนการสร้างเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน สนับสนุนข้อมูลข่าวสารเพื่อแลกเปลี่ยนระหว่างเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ อีกทั้งสนับสนุนบุคลากรในด้านการสร้างเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอต่อปริมาณงาน และสนับสนุนงบประมาณในด้านการสร้างเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอ

## บรรณานุกรม

กรภัทร ปัทมบริสุทธิ์(2558):องค์ประกอบของเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเดลิเวอรี่ที่มีหน้าร้านเฉพาะบนเฟซบุ๊กของของกลุ่มคนเจนวาย (Generation Y) ในเขตกรุงเทพมหานคร Issue Date: 18-May-2016. Publisher: มหาวิทยาลัยมหิดล. Citation: 2558.

ขจรวรรณ ภู่อจร(2564) : รูปแบบเครือข่ายความร่วมมือระหว่างองค์กรเพื่อส่งเสริมการจัดการเรียนการสอนภาษาจีนในโรงเรียนเอกชน. มหาวิทยาลัยนครสวรรค์.

จิตรกรรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (2550). ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิมลจรรย์ นามวัฒน์. (2544). ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: เท็กซัส แอนด์เจอร์นัล.

Agranoff, Robert , Michael, McGuire.(2003). Collaborative Public Management: New Strategies for Local Governments. Washington, D.C: Georgetown University Press.

Cutlip, Scott M. ,Allen H. Center and Glen M. Broom. Effective Public Relations. Englewood Cliff, New Jersey : Prentice-Hall, 1985.

Edward L. Bernays.แนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชน. ออนไลน์. [http://hq\\_prd.go.th/plan/download/article/article 20120329105248.doo](http://hq_prd.go.th/plan/download/article/article%20120329105248.doo) (สืบค้นเมื่อวันที่ 15 เมษายน 2565)

Simon, R. Public Relations: Concepts and Practices. Ohio : Grid Publishing. Inc, 1980.

Starkey, Paul. (1997). Networking for development. London: International Forum for Rural Transport and Development.