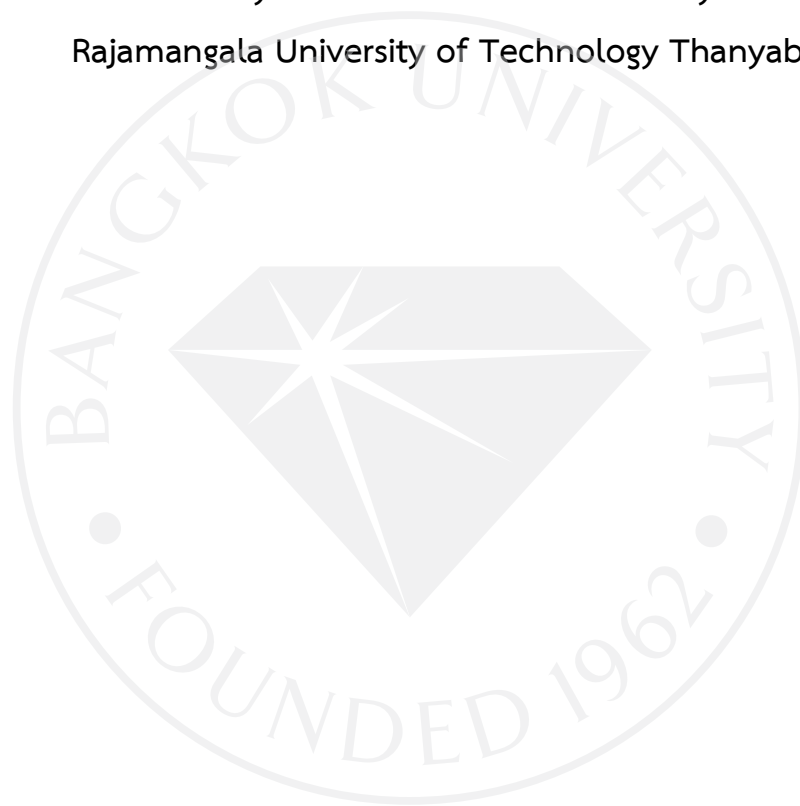


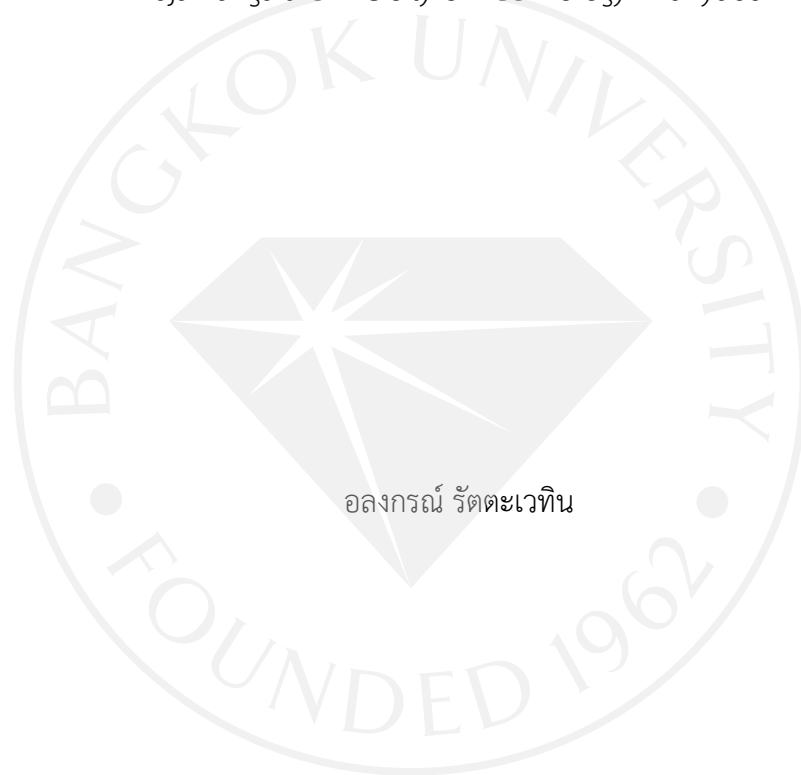
การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

The Content Analysis of the News on Thai Daily Newspaper of
Rajamangala University of Technology Thanyaburi



การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

The Content Analysis of the News on Thai Daily Newspaper of
Rajamangala University of Technology Thanyaburi



การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2560



©2561

อลงกรณ์ รัตตะเวทิน

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวัน
ภาษาไทย

ผู้วิจัย อลงกรณ์ รัตตะเวทิน

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฐมา สตะเวทิน)

ผู้เชี่ยวชาญ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุตินา เกศดาอยู่รัตน์)

.....
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

25 ตุลาคม 2561

อลงกรณ์ รัตตะเวทิน. ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์, ตุลาคม 2561, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย (144 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฐมา สตะเวทิน

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงพรรณนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปริมาณพื้นที่ข่าว มูลค่าข่าว ประเภทข่าว รูปแบบการนำเสนอข่าว รวมทั้งการระบุแหล่งข่าวที่ปรากฏในข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยโดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และใช้ตารางรหัส (Coding Sheet) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกฤตภาคข่าวออนไลน์ (Online News Clipping) เป็นระยะเวลา 1 ภาคการศึกษา มีจำนวนข่าว 266 ชิ้นข่าว จากหนังสือพิมพ์ 237 ฉบับ

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ คือ 1) ปริมาณพื้นที่ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ได้รับการนำเสนอรวมทั้งหมด 11,117.80 คอลัมน์นิ้ว โดยหนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีพื้นที่ข่าวมากที่สุด 2) ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีมูลค่าข่าวทางการโฆษณา รวม 17,459,435 บาท และมีมูลค่าข่าวทางการประชาสัมพันธ์รวม 52,378,305 บาท โดยหนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีมูลค่าข่าวทางการโฆษณาและมูลค่าข่าวทางการประชาสัมพันธ์สูงสุด 3) ประเภทข่าวตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กร มี 6 ประเภท คือ ข่าวการดำเนินงานขององค์กรข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์ข่าวบุคคลข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจข่าวที่ต้องการความร่วมมือร่วมจากภาคสังคม และข่าวที่มุ่งแก้ไขความเข้าใจผิดจากการศึกษาพบว่า ประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กรมีปริมาณพื้นที่ข่าวมากที่สุด 4) รูปแบบการนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีได้รับการนำเสนอในรูปแบบคอลัมน์ประจำมากที่สุดมีจำนวนชิ้นข่าวเฉลี่ยประมาณ 6.83 ชิ้นข่าวของหนังสือพิมพ์ทั้งหมด และเมื่อเปรียบเทียบปริมาณพื้นที่ข่าว พบว่า รูปแบบสื่อบุคคลมีปริมาณพื้นที่มากที่สุด 5) การระบุแหล่งข่าวในการนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มี 6 ประเภท คือ ผู้บริหาร อาจารย์ นักศึกษา หน่วยงานในองค์กร บุคคลภายนอกองค์กร และสื่อมวลชน โดยแหล่งข่าวที่ปรากฏในข่าวมากที่สุด คือแหล่งข่าวประเภทสื่อมวลชน

คำสำคัญ: การวิเคราะห์เนื้อหา, หนังสือพิมพ์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ประชาสัมพันธ์

Rattawaytin, A. M.Com.Arts (Strategic Communications), October 2018, Graduate School, Bangkok University.

The Content Analysis of the News on Thai Daily Newspaper of Rajamangala University of Technology Thanyaburi (144 pp.)

Advisor: Asst.Prof.Patama Satawedin, Ph.D.

ABSTRACT

This Independent Study is a descriptive research, which aims to study volume of news coverage, news value, news categories, news formats, and news sources of Rajamangala University of Technology Thanyaburi as they appeared in Thai daily newspaper. Content analysis and coding sheet were used as tools for data collection, comprised of 266 news from daily newspapers of 237 in different copies and all are gathered from online news clipping for one semester.

The research can be summarized as follows. 1) News coverage volumes of Rajamangala University of Technology Thanyaburi 11,117.80 column inches in total. Among these, Daily News newspaper has the highest volume of coverage. 2) The university news has the advertising value at 17,459,435 THB in total and the value of public relation amount to 52,378,305 THB. As the whole, Daily News newspapers has the highest advertising and public relation costs. 3) There are six categories of news based on the organization activities: corporate news, corporate social responsibility news, profiles news, informative news, civic engagement news, and in-depth news. According to this research, corporate news has the highest volume of coverage among all categories. 4) Most of the university news was published in regular column formats, approximately 6.83 news pieces of the whole newspaper on average. In comparison, the highest volume of news format was in scoops. 5) According to the university news, there were six news sources identified: executive board, lecturer, student, department, outsider, and mass media. The greatest number of news source which appeared frequently was mass media.

*Keywords: Content Analysis, Newspaper, Rajamangala University of Technology
Thanyaburi, Public Relations*



กิตติกรรมประกาศ

การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย เป็นงานวิจัยทางการสื่อสาร (Communication Research) ที่ผ่านการค้นคว้าหาคำตอบจากปรากฏการณ์การสื่อสารด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบหรือผลการวิจัยที่ถูกต้องต่อปัญหาและประเด็นที่ต้องการศึกษาในขั้นตอนของการดำเนินงานวิจัย ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปฐมา สตะเวทิน เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ให้ข้อชี้แนะที่สร้างสรรค์ และเป็นประโยชน์ ช่วยให้งานวิจัยมีความถูกต้อง มีคุณค่าเกิดประโยชน์ในทางปฏิบัติอีกทั้งเสนอแนะแนวทางที่ดีในฐานะผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลงด้วยความเรียบร้อย จึงขอขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ถัดมา ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ นายอิทธิศักดิ์ รัตตะเวทิน และนางปรารมย์ รัตตะเวทิน ซึ่งเป็นพ่อแม่ที่ช่วยสนับสนุนค่าเล่าเรียน ผลักดันให้ผู้วิจัยพัฒนาตนเองอยู่เสมอ โดยเฉพาะเรื่องการศึกษา ทั้งยังเป็นแบบอย่างที่ดีในการใช้ชีวิตอย่างมีความสุข และที่สำคัญทั้งสองท่านนี้ ถือว่าเป็นผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencers) ต่อผู้วิจัยอย่างไม่เสื่อมคลาย

ขอขอบพระคุณ กองประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่สนับสนุนข้อมูลวิจัย และเป็นแหล่งที่มาของการวิจัย ซึ่งนำไปสู่การแสวงหาคำตอบและข้อเท็จจริงในที่สุดของการศึกษาในระดับปริญญาโท ในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

และขอขอบพระคุณ เจ้าของผลงานทุกชิ้นงาน หนังสือ ตำรา รวมถึงแหล่งข้อมูลบุคคลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทุกท่านที่ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงอ้างอิง เนื่องจากเป็นส่วนสำคัญที่สนับสนุนให้สามารถดำเนินงานวิจัยได้อย่างมีทิศทาง และมีความน่าเชื่อถือ ก่อให้เกิดการประมวลความรู้ และเชื่อมโยงกับการดำเนินงานวิจัย

การแสวงหาความรู้เพื่อค้นหาคำตอบ ซึ่งอาศัยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ที่มีความเป็นระบบระเบียบ ผ่านการคิดเชิงวิเคราะห์ สังเคราะห์และบูรณาการวิชาการกับการปฏิบัติงานวิชาชีพทั้งหมดนี้ ผู้วิจัยคาดหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะประโยชน์ต่อการพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์และถือเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ศาสตร์การประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะด้านงานข่าว เกิดมิติที่น่าสนใจมีความลุ่มลึก และน่าศึกษาค้นคว้ามากยิ่งขึ้นต่อไป

อลงกรณ์ รัตตะเวทิน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหานำวิจัย	5
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
1.4 ขอบเขตของงานวิจัย	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	7
บทที่ 2 วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์	9
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับข่าวและการเขียนข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์	13
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนสัมพันธ์	28
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา	32
2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย	36
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ประเด็นที่ศึกษา	38
3.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	39
3.3 กลุ่มเป้าหมายและเกณฑ์ในการเลือก	39
3.4 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	40
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	40
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	42
3.7 การนำเสนอข้อมูล	42

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 ส่วนที่ 1 ปริมาณพื้นที่ข้าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย	43
4.2 ส่วนที่ 2 ปริมาณมูลค่าข้าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย	49
4.3 ส่วนที่ 3 ประเภทข้าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีใน หนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย	53
4.4 ส่วนที่ 4 รูปแบบการนำเสนอข้าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย	82
4.5 ส่วนที่ 5 การระบุแหล่งข้าวที่ปรากฏในข้าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย	115
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	118
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	122
5.3 ข้อเสนอแนะ	129
บรรณานุกรม	132
ภาคผนวก	135
ประวัติผู้เขียน	144
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1: เปรียบเทียบจำนวนชิ้นข้าวและร้อยละของจำนวนชิ้นข้าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยต่อฉบับตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์	44
ตารางที่ 4.2: เปรียบเทียบปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของจำนวนพื้นที่ข้าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์	47
ตารางที่ 4.3: เปรียบเทียบปริมาณมูลค่าข้าวและร้อยละของมูลค่าข้าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์	50
ตารางที่ 4.4: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของประเภทข้าวตามลักษณะการดำเนินงานกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ	53
ตารางที่ 4.5: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของประเภทข้าวตามลักษณะการดำเนินงานกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ข่าวสด	55
ตารางที่ 4.6: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของประเภทข้าวตามลักษณะการดำเนินงานกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์คมชัดลึก	57
ตารางที่ 4.7: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของประเภทข้าวตามลักษณะการดำเนินงานกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์	59
ตารางที่ 4.8: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของประเภทข้าวตามลักษณะการดำเนินงานกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ	62
ตารางที่ 4.9: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของประเภทข้าวตามลักษณะการดำเนินงานกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์แนวหน้า	64
ตารางที่ 4.10: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของประเภทข้าวตามลักษณะการดำเนินงานกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์	67
ตารางที่ 4.11: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของประเภทข้าวตามลักษณะการดำเนินงานกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน 360 องศา	69
ตารางที่ 4.12: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของประเภทข้าวตามลักษณะการดำเนินงานกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์	71

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.13: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของประเภทข้าวตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์มติชน	74
ตารางที่ 4.14: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของประเภทข้าวตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์สยามกีฬา	76
ตารางที่ 4.15: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของประเภทข้าวตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์สยามรัฐ	78
ตารางที่ 4.16: เปรียบเทียบร้อยละประเภทข้าวตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย	81
ตารางที่ 4.17: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข่าวตามแนวคิดหลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ	82
ตารางที่ 4.18: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข่าวตามแนวคิดหลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์ข่าวสด	85
ตารางที่ 4.19: แสดงรูปแบบการนำเสนอข่าวและร้อยละของรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์คมชัดลึก	87
ตารางที่ 4.20: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข่าวตามแนวคิดหลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์	89
ตารางที่ 4.21: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข่าวตามแนวคิดหลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ	94
ตารางที่ 4.22: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข่าวตามแนวคิดหลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์แนวหน้า	96
ตารางที่ 4.23: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข่าวตามแนวคิดหลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์	99
ตารางที่ 4.24: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข่าวตามแนวคิดหลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน 360 องศา	102
ตารางที่ 4.25: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข่าวตามแนวคิดหลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์	104
ตารางที่ 4.26: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข่าวตามแนวคิดหลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์มติชน	107

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.27: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข้าวตามแนวคิด หลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์สยามกีฬา	109
ตารางที่ 4.28: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข้าวตามแนวคิด หลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์สยามรัฐ	111
ตารางที่ 4.29: ปริมาณและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข้าวของหนังสือพิมพ์รายวัน ภาษาไทย	114
ตารางที่ 4.30: ปริมาณและร้อยละของการใช้แหล่งข่าวในการนำเสนอข้าวของมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย	115



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1: กรอบแนวคิดในการวิจัย	37
ภาพที่ 4.1: เปรียบเทียบร้อยละของจำนวนชิ้นข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์	45
ภาพที่ 4.2: เปรียบเทียบจำนวนชิ้นข่าวต่อฉบับของข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์	46
ภาพที่ 4.3: เปรียบเทียบร้อยละของพื้นที่ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีใน หนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์	48
ภาพที่ 4.4: เปรียบเทียบพื้นที่ข่าวต่อฉบับของข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์	49
ภาพที่ 4.5: เปรียบเทียบปริมาณมูลค่าข่าวทางการโฆษณาต่อฉบับของข่าวมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ตามชื่อฉบับของ หนังสือพิมพ์	51
ภาพที่ 4.6: เปรียบเทียบปริมาณมูลค่าข่าวทางการประชาสัมพันธ์ต่อฉบับของข่าว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์	52
ภาพที่ 4.7: เปรียบเทียบปริมาณมูลค่าข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีใน หนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์	52
ภาพที่ 4.8: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร	54
ภาพที่ 4.9: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร	56
ภาพที่ 4.10: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ คมชัดลึกประเภทข่าวที่ต้องการความร่วมมือจากภาคสังคม	58
ภาพที่ 4.11: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ เดลินิวส์ประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร	60
ภาพที่ 4.12: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ เดลินิวส์ประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร	61

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.13: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ ไทยรัฐประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร	63
ภาพที่ 4.14: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ แนวหน้าประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร	65
ภาพที่ 4.15: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ แนวหน้าประเภทข่าวที่ต้องการความร่วมมือจากภาคสังคม	66
ภาพที่ 4.16: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ ไทยโพสต์ประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร	68
ภาพที่ 4.17: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ ผู้จัดการรายวัน 360 องศาประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร	70
ภาพที่ 4.18: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ โพสต์ทูเดย์ประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร	72
ภาพที่ 4.19: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ โพสต์ทูเดย์ประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร	73
ภาพที่ 4.20: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ มติชนประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร	75
ภาพที่ 4.21: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ สยามกีฬาประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร	77
ภาพที่ 4.22: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ สยามรัฐประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร	79
ภาพที่ 4.23: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ กรุงเทพธุรกิจ รูปแบบการนำเสนอคอลัมน์ประจำ	84
ภาพที่ 4.24: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ ข่าวสดรูปแบบการนำเสนอข่าว	86
ภาพที่ 4.25: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ คมชัดลึกรูปแบบการนำเสนอคอลัมน์ประจำ	88
ภาพที่ 4.26: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ เดลินิวส์รูปแบบการนำเสนอคอลัมน์ประจำ	90

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.27: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ เดลินิวส์รูปแบบการนำเสนอคอลัมน์ประจำ	91
ภาพที่ 4.28: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ เดลินิวส์รูปแบบการนำเสนอคอลัมน์ประจำ	92
ภาพที่ 4.29: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ เดลินิวส์รูปแบบการนำเสนอคอลัมน์ประจำ	93
ภาพที่ 4.30: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ ไทยรัฐรูปแบบการนำเสนอข่าว	95
ภาพที่ 4.31: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ แนวหน้ารูปแบบการนำเสนอข่าว	97
ภาพที่ 4.32: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ แนวหน้ารูปแบบการนำเสนอคอลัมน์ประจำ	98
ภาพที่ 4.33: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ ไทยโพสต์รูปแบบการนำเสนอสื่ूपข่าว	100
ภาพที่ 4.34: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ ไทยโพสต์รูปแบบการนำเสนอสื่ूपข่าว	101
ภาพที่ 4.35: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ ผู้จัดการรายวัน 360 องศา รูปแบบการนำเสนอคอลัมน์ประจำ	103
ภาพที่ 4.36: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ โพสต์ทูเดย์รูปแบบการนำเสนอสื่ूपข่าว	105
ภาพที่ 4.37: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ โพสต์ทูเดย์รูปแบบการนำเสนอสื่ूपข่าว	106
ภาพที่ 4.38: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ มติชนรูปแบบการนำเสนอข่าว	108
ภาพที่ 4.39: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ สยามกีฬา รูปแบบการนำเสนอข่าว	110
ภาพที่ 4.40: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ สยามรัฐรูปแบบการนำเสนอคอลัมน์ประจำ	112

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 4.41: เปรียบเทียบปริมาณแหล่งข่าวที่ปรากฏในข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย	116
ภาพที่ 4.42: เปรียบเทียบหนังสือพิมพ์ที่มีการระบุแหล่งข่าวในเนื้อหาข่าวของมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์	117



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสาร (Communication Technology) ในช่วงที่ผ่านมา รวมถึงปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาอย่างรวดเร็ว ส่งผลต่อการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรต่าง ๆ อย่างมากมาย ทุกวงการวิชาชีพล้วนต้องปรับตัวและเปลี่ยนแปลงเพื่อก้าวให้ทันกับโลกยุคดิจิทัล (Digital Era) โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) ซึ่งเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างเลี่ยงไม่ได้ อันส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อย่างลึกซึ้ง (ลักขณา สตะเวทิน, 2554 และสุนิสา ประวิชัย, 2559)

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล จึงมีสื่อหรือเครื่องมือทางการประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพิ่มมากขึ้น จากเดิมมีเฉพาะสื่อกระแสหลัก แต่ปัจจุบันจะมีสื่อสังคมออนไลน์ (Online-Social Media) เพิ่มขึ้นและได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน (ณัฐา ฉางชูโต, 2557) ทำให้การสื่อสารระหว่างนักประชาสัมพันธ์กับประชาชนผู้รับสารเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยเป็นช่องทางที่เปิดกว้าง เน้นการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันมากกว่าช่องทางอื่นที่เคยมีมา (Marken, 2007 และ Macnamara & Zerfass, 2012 อ้างใน สุนิสา ประวิชัย, 2559)

สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Media Relations) เป็นเครื่องมือหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ที่มุ่งหมายให้สื่อมวลชนเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ (Publicity) หรือกระจายข้อมูลข่าวสารขององค์กรไปสู่สาธารณชน ในลักษณะขอความร่วมมือโดยที่องค์กรนั้นไม่ต้องจ่ายเงินค่าพื้นที่หรือเวลาในการเผยแพร่ (ณัฐา ฉางชูโต, 2557 และณัฏฐ์ชุตดา วิจิตรจามรี, 2559) แต่ต้องอำนวยความสะดวกในด้านการให้ข้อมูลข่าวสารในลักษณะของข่าวหรืองานเขียนต่าง ๆ และจัดส่งจัดส่งไปยังสื่อมวลชน เพื่อให้สะดวกในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (อรุณรัตน์ ชินวรรณ, 2553) ซึ่งสื่อมวลชนสัมพันธ์ยังมีความสำคัญและได้รับความนิยมจนถึงทุกวันนี้และเป็นเครื่องมือที่นักประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ก็นึกถึงเป็นอันดับต้น ๆ เมื่อต้องการจะเผยแพร่ข่าวสาร (อัจฉรา ปิณฑรานวงศ์, 2545 และสุนิสา ประวิชัย, 2559) สาเหตุที่ทำให้การเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อมวลชนได้รับความนิยมเนื่องจากเป็นสื่อที่เห็นผลได้ง่ายและรวดเร็ว โดยดูจากจำนวนที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่หรือออกอากาศ ซึ่งนอกจากจะวัดปริมาณการเผยแพร่แล้วยังสามารถดูในเชิงคุณภาพได้ด้วยว่าสื่อมวลชนนำไปเผยแพร่ในประเด็นหรือทิศทางใด มีเนื้อหารายละเอียดครบถ้วนหรือไม่ และการเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อมวลชนเป็นการใช้บุคคลที่สามเป็นผู้เผยแพร่ซึ่งหมายถึงสื่อมวลชน ก่อให้เกิดพลังแห่งความน่าเชื่อถือ (Power of Credibility) มากกว่า

การเผยแพร่ผ่านโฆษณาที่ต้องจ่ายเงินค่าพื้นที่หรือเวลาในการเผยแพร่ (สุนิสา ประวิชัย, 2559 และณัฐชุตตา วิจิตรจามรี, 2559)

สาเหตุสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้การเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อมวลชนได้รับความนิยม เนื่องจากเปลี่ยนแปลงช่องทางของสื่อมวลชนที่นอกจากจะเผยแพร่ผ่านสื่อกระแสหลัก โดยเฉพาะสิ่งพิมพ์เช่นเดิมแล้ว ยังได้ขยายพื้นที่ไปสู่เว็บไซต์ของสื่อมวลชนเองด้วย จึงถือเป็นการเพิ่มพื้นที่ในการประชาสัมพันธ์องค์กรไปสู่สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อสิ่งพิมพ์อีกด้วย (พรรษา รอดอาตม์, 2559)

นอกจากนี้ สื่อมวลชนยังมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของผู้รับสาร ทั้งผู้บริหาร โฆษก นักลงทุน รวมถึงเจ้าหน้าที่รัฐ และที่สำคัญการนำเสนอข่าวสารและความคิดเห็นของสื่อมวลชนมีผลอย่างยิ่งต่อชื่อเสียงขององค์กร (Corporate Reputation) นำพาให้องค์กรเป็นที่ยอมรับและได้รับความน่าเชื่อถือศรัทธาจากสาธารณชนทั่วไป (ลักษณะ สตะเวทิน, 2554) ความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนจึงเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งการดำเนินงานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพนั้น นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับลักษณะการทำงานและความต้องการของสื่อมวลชน เช่น ข่าวแบบใดที่สื่อต้องการ และแต่ละสื่อมีกำหนดเวลาในการส่งต้นฉบับอย่างไร ต้องเข้าใจหลักการทำงานกับสื่อมวลชน (ณัฐชุตตา วิจิตรจามรี, 2559) อีกทั้งนักประชาสัมพันธ์จะต้องตอบสนองความอยากบอกขององค์กร ความสนใจของสื่อและความอยากรู้ของสาธารณชนไปพร้อม ๆ กัน (สุนิสา ประวิชัย, 2555)

แม้งานหลักและสำคัญที่สุดของการประชาสัมพันธ์ คือ การเผยแพร่ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว นโยบาย การดำเนินงาน กิจกรรม ฯลฯ ขององค์กรผ่านสื่อมวลชนการประเมินผล (Evaluation) การประชาสัมพันธ์ก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน ประทุม ฤกษ์กลาง (2557) กล่าวว่า การประเมินผลเป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ที่นักประชาสัมพันธ์จะต้องวัดและประเมินผลการประชาสัมพันธ์ที่ได้ดำเนินการไปแล้วว่าประสบผลสำเร็จตามที่ตั้งวัตถุประสงค์ไว้หรือไม่ เพราะเป็นสิ่งที่จะช่วยตัดสินความสำเร็จ ความล้มเหลว การบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ ช่วยให้ได้ข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในครั้งต่อไป อันจะช่วยส่งเสริมให้การดำเนินงานมีการพัฒนาและมีความก้าวหน้ายิ่งขึ้น (ประทุม ฤกษ์กลาง, 2557 และณัฐา ฉางชูโต, 2557)

การประเมินผลการประชาสัมพันธ์ด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ สามารถประเมินได้จากประเมินด้านการได้รับการเผยแพร่ข่าวสาร โดยสำรวจว่าข้อมูลข่าวสารที่องค์กรส่งไปเผยแพร่ตามสื่อต่าง ๆ ได้รับการเผยแพร่อย่างน้อยเพียงใด ซึ่งสามารถประเมินได้จากการตัดข่าว (Clipping) การวัดคอลัมน์นิ้ว (Column Inches) การวัดข้อมูลจำนวนจำหน่าย (Circulation) ตลอดจนการเปรียบเทียบจำนวนเงินมูลค่าทางการโฆษณา (AD Value) ของพื้นที่ในการนำเสนอเพื่อนำมาประเมินมูลค่าข่าวที่องค์กรได้รับ รวมถึงการประเมินมูลค่าทางการประชาสัมพันธ์ (PR Value) ที่เกิดขึ้น (ประทุม ฤกษ์กลาง, 2557; ณัฐา ฉางชูโต, 2557 และณัฐชุตตา วิจิตรจามรี, 2559)

ในแต่ละวันมีข่าวประชาสัมพันธ์จำนวนมากถูกเผยแพร่จากองค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานต่าง ๆ ไปยังสื่อมวลชนโดยเฉพาะหนังสือพิมพ์เพราะเป็นสื่อที่เน้นการกระจายข้อมูลข่าวสารทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั่วถึงและใช้เผยแพร่ในวงกว้าง (ระวีวรรณ ไทยสุริโย, 2544 และอริสา เหล่าวิชา และศุภนิช จันทรสอง, 2556) ดังเช่นในแวดวงการศึกษาโดยเฉพาะมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นองค์กรในระดับอุดมศึกษา (Higher Education) มีบทบาทในการจัดการศึกษาอย่างมีคุณภาพเพื่อตอบสนองผู้เรียนและต้องการให้นักเรียน นักศึกษาเข้ามาศึกษาในองค์กรของตนให้ได้มากที่สุด ด้วยเหตุนี้จึงทำให้มหาวิทยาลัยต่าง ๆ เกิดการแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดระหว่างกันมากยิ่งขึ้น รวมถึงในระดับภูมิภาคไปจนถึงระดับนานาชาติอันเนื่องมาจากกระแสโลกาภิวัตน์ การเปิดเสรีทางการค้าและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร (ศศิวิมล แสนเมือง, 2554 และอริสา บุญรัตน์, 2558) เพื่อให้สามารถครองใจกลุ่มเป้าหมายที่จะเข้ามาศึกษาต่อให้มากที่สุด การเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนอย่างสม่ำเสมอจึงเป็นสิ่งสำคัญ (สรารุณี ตรีรัตน์ตระกูล, 2555 และ นลินี พานสายตา, นิตินัย รุ่งจินดารัตน์ และปรีชา วิจิตรธรรมรส, 2559) เช่น ข่าวการจัดอันดับมหาวิทยาลัยด้านวิชาการในประเทศไทย การจัดอันดับมหาวิทยาลัยระดับภูมิภาคและของโลก นโยบายการบริหารมหาวิทยาลัย ผลงานวิชาการ ผลงานวิจัยนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ ความร่วมมือกับองค์กรทั้งในและต่างประเทศ การประกวดและได้รับรางวัลต่าง ๆ เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยสู่สาธารณชน สร้างความตระหนักรู้อย่างต่อเนื่องแก่กลุ่มนักเรียนเป้าหมายหลัก ผู้ปกครองรวมถึงอาจารย์แนะแนว อันจะช่วยดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายหลักให้เกิดความเชื่อมั่นและตัดสินใจเลือกที่จะเข้ามาศึกษาต่อ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (Rajamangala University of Technology Thanyaburi) เป็นหนึ่งในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ซึ่งมีปรัชญา (Philosophy) มุ่งเน้นการพัฒนากำลังคนด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้มีทักษะความชำนาญด้านวิชาชีพเสริมสร้างทุนมนุษย์ที่มีมูลค่าเพิ่มให้กับประเทศไทยและภูมิภาคมีปณิธาน (Determination) มุ่งมั่นการจัดการศึกษาวิชาชีพด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพด้วยการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมีวิสัยทัศน์ (Vision) คือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเป็นมหาวิทยาลัยนักปฏิบัติมีอาชีพชั้นนำด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมในระดับประเทศและก้าวสู่ระดับโลก มีอัตลักษณ์ (Identity) คือ บัณฑิตนักปฏิบัติมีอาชีพและมีเอกลักษณ์ (Uniqueness) คือ มหาวิทยาลัยนักปฏิบัติมีอาชีพด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรม (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2557 และ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2559)

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีพันธกิจ (Mission) 6 พันธกิจ คือ (1) จัดการศึกษาวิชาชีพระดับอุดมศึกษาบนพื้นฐานวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างมีคุณภาพ (2) สร้างงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรมและงานสร้างสรรค์สู่การผลิตเชิงพาณิชย์และการถ่ายทอดเทคโนโลยี

เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (3) ให้บริการวิชาการที่มีแนวคิดเชิงสร้างสรรค์ เพื่อการมีอาชีพอิสระและพัฒนาอาชีพ ส่งเสริมเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน (4) ทำนุบำรุงศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (5) จัดระบบบุคลากรจากสังคมแห่งการเปลี่ยนแปลงให้สนองต่อสิทธิประโยชน์บนพื้นฐานความสุขและความก้าวหน้า และ (6) จัดระบบบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเพิ่มแนวทางการจัดการรายได้ เพื่อเอื้อต่อนโยบายหลัก (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2557)

การพัฒนามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในช่วงปีพุทธศักราช 2557 - 2560 มุ่งเน้นการพัฒนามหาวิทยาลัยสู่มหาวิทยาลัยแห่งการสร้างนักปฏิบัติมืออาชีพด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมอันหมายถึงมหาวิทยาลัยที่มุ่งเน้นการผลิตบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่มีความเป็นมืออาชีพมีความเชี่ยวชาญ ชำนาญการ มีทักษะขั้นสูง มีความสามารถในการคิดเป็น ทำเป็น สร้างเป็น แก้ปัญหาเป็น สื่อสารเป็นสู่ภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม สนองต่อการพัฒนาประเทศซึ่งเป้าหมายของการพัฒนาประกอบไปด้วยการสร้างมืออาชีพ ทั้งบัณฑิต ผู้สอน บุคลากร และการบริหารจัดการ มหาวิทยาลัยจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ 4 ด้าน เพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยอันประกอบด้วย การสร้างบัณฑิตนักปฏิบัติมืออาชีพ (Hands - On) พัฒนางานวิจัย และนวัตกรรม (Research & Innovations) ส่งเสริมความเป็นนานาชาติ (Internationalization) และการบริหารจัดการสมัยใหม่ (Modern Management) (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2558)

การดำเนินงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีหน่วยงานที่รับผิดชอบคือ กองประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่สนับสนุนการจัดการศึกษาสังกัดสำนักงานอธิการบดีภายใต้การกำกับของอธิการบดีมีหน้าที่หลักในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่มหาวิทยาลัยซึ่งภารกิจและบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบจะครอบคลุมทั้งการประชาสัมพันธ์ ภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ผ่านสื่อมวลชน ทั้งยังดำเนินการจัดการเพื่อผลิตและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพและตรงตามกลุ่มเป้าหมายอันจะช่วยตอบสนองนโยบายและการพัฒนามหาวิทยาลัย

การเผยแพร่ข่าวสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีจึงเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญอย่างมากเพื่อสร้างความโดดเด่นและแตกต่างอันจะนำมาซึ่งภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อรองรับสภาพการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบันซึ่งนับว่ามีความท้าทายเป็นอย่างมากต่อองค์กร ดังนั้น ความมุ่งหมายของผู้วิจัยคือต้องการศึกษาข่าวสารของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยเกี่ยวกับปริมาณพื้นที่ข่าว ปริมาณมูลค่าข่าวประเภทข่าว รูปแบบการนำเสนอข่าวรวมทั้งการระบุแหล่งข่าวที่ปรากฏในข่าว ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะสะท้อนให้เห็นถึงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ข่าวสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ผ่านมาอย่างถูกต้องและเป็นระบบโดยผู้วิจัยใช้การ

วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผู้วิจัยคาดว่าการศึกษาในครั้งนี้จะช่วยเสนอแนวทางอันเป็นประโยชน์ให้กับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และมหาวิทยาลัยอื่นในการวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในด้านงานข่าว และการส่งข่าวทางสื่อมวลชน และเป็นกรอบในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านงานข่าวให้กับนักประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้อย่างถูกต้อง และใช้เป็นฐานข้อมูลเพื่อให้เห็นสถานการณ์ข่าวที่ผ่านมา สามารถเปรียบเทียบกับปัจจุบันและคาดการณ์ในอนาคตต่อไป ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อบุคลากรในแวดวงวิชาชีพและวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ต่อไป

1.2 ปัญหานำวิจัย

1.2.1 ปริมาณพื้นที่ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์มีจำนวนเท่าใด มากหรือน้อยแตกต่างกันอย่างไร

1.2.2 ปริมาณมูลค่าข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยมีจำนวนเท่าใด มากหรือน้อยแตกต่างกันอย่างไร

1.2.3 ประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

1.2.4 รูปแบบการนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

1.2.5 การระบุแหล่งข่าวที่ปรากฏในข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาปริมาณพื้นที่ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

1.3.2 เพื่อศึกษาปริมาณมูลค่าข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

1.3.3 เพื่อศึกษาประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

1.3.4 เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

1.3.5 เพื่อศึกษาการระบุแหล่งข่าวที่ปรากฏในข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

1.4 ขอบเขตของงานวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยศึกษาข่าวสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยทั้งประเภททั่วไปและประเภทธุรกิจที่มีกำหนดออกเผยแพร่จำหน่ายเป็นรายวันในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และมีจำนวนยอดการพิมพ์ (Circulation) ไม่ต่ำกว่า 200,000 ฉบับขึ้นไป รวมทั้งหมด 12 ชื่อฉบับ คือ กรุงเทพธุรกิจ ข่าวสด คมชัดลึก เดลินิวส์ ไทยรัฐ แนวหน้า ไทยโพสต์ ผู้จัดการรายวัน 360 องศา โพสต์ทูเดย์ มติชน สยามกีฬา และสยามรัฐ โดยพิจารณาการพิมพ์ จาก www.iqnewsclip.com กฤตภาคข่าวออนไลน์

ในการค้นหาข่าว จาก www.iqnewsclip.com (iQNewsClip, 2560) ผู้วิจัยได้ระบุเงื่อนไขตามช่วงเวลา ตั้งแต่วันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2560 - 22 ตุลาคม พ.ศ. 2560 รวมเป็นระยะเวลา 1 ภาคการศึกษา ในภาคการศึกษาที่ 1/2560 ตามปฏิทินการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปีการศึกษา 2560 รวมถึงผู้วิจัยได้กำหนดคำสำคัญ (Key Words) ที่ใช้ระบุคำค้นหาในชื่อของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีคือ “มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี” “มทร.ธัญบุรี” “ม.เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี” และ “ราชมงคลธัญบุรี”

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ประโยชน์ทางด้านความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาข่าวสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยเช่น ปริมาณพื้นที่ข่าวปริมาณมูลค่าข่าวประเภทข่าวรูปแบบการนำเสนอข่าว และการระบุแหล่งข่าวที่ปรากฏในข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี อันจะเป็นประโยชน์ต่อนักประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีรวมถึงสถาบันอุดมศึกษาอื่น ๆ ในการนำไปประยุกต์และพัฒนารายงานข่าวได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ตรงตามความมุ่งหมาย ซึ่งจะช่วยให้การเผยแพร่ข่าวสารขององค์กรมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1.5.2 องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นข้อเสนอต่อกองประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีรวมถึงสถาบันอุดมศึกษาอื่น ๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจการดำเนินงานในการวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในด้านงานข่าวและการส่งข่าวทางสื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อหนังสือพิมพ์เพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติ และนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ได้สำเร็จ นอกจากนี้ยังนำไปสู่การตัดสินใจเชิงนโยบายเกี่ยวกับการสื่อสารงานข่าวที่เหมาะสมกับสังคมต่อไป

1.5.3 เพื่อเป็นกรอบในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านงานข่าวสำหรับนักประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้อย่างถูกต้อง สามารถนำมาใช้ในการประเมินการสื่อสารดำเนินงาน

ข่าวและใช้ประเมินการทำงานของนักประชาสัมพันธ์ ซึ่งการประเมินผลนี้สามารถสะท้อนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในช่วงเวลาต่าง ๆ ที่ผ่านมา จะทำให้นักประชาสัมพันธ์ได้รู้จักตนเองมากยิ่งขึ้น และมีข้อมูลเพื่อที่จะพัฒนาตนเองและงานประชาสัมพันธ์ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

1.5.4 ใช้เป็นฐานข้อมูลและเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ในด้านเนื้อหาข่าวสาร เพื่อแสดงให้เห็นสถานการณ์ข่าวที่ผ่านมา สามารถเปรียบเทียบกับปัจจุบันและคาดการณ์ในอนาคตต่อไป ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อบุคลากรในแวดวงวิชาชีพและวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์รวมถึงนักวิจัยรุ่นใหม่ในการศึกษาค้นคว้าและวิจัยเกี่ยวกับข่าวสารประชาสัมพันธ์ และเป็นกรณีศึกษาในด้านงานข่าวให้กับสถาบันอุดมศึกษาอื่น ๆ

1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 ข่าว หมายถึง การรายงานเรื่องราวข้อเท็จจริง เหตุการณ์หรือความคิดเห็นต่าง ๆ ให้ปรากฏสู่สาธารณชน อาจเป็นได้ทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นแล้วในอดีต เพิ่งจะเกิดขึ้นหรือกำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน รวมถึงจะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งมีความน่าสนใจ มีความสำคัญและมีผลกระทบในการวิจัยหมายถึงเนื้อหาทั้ง การรายงานเรื่องราวข้อเท็จจริง เหตุการณ์หรือความคิดเห็นของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์

1.6.2 หนังสือพิมพ์ หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ที่นำเสนอข่าวสาร เหตุการณ์ ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในสังคม รวมถึงความคิดเห็น ให้ผู้อ่านได้รับรู้ มีเนื้อหาสาระที่หลากหลาย โดยส่วนใหญ่จะจัดพิมพ์บนกระดาษ ไม่เย็บเล่มและพิมพ์เป็นรายประจำสัปดาห์เสนอสู่สาธารณชน ในการวิจัยนี้ หมายถึง หนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ทั้งประเภททั่วไปและประเภทธุรกิจที่มีกำหนดออกเผยแพร่จำหน่ายเป็นรายวัน ได้แก่ กรุงเทพธุรกิจ ข่าวสด คมชัดลึก เดลินิวส์ ไทยรัฐ แนวหน้า ไทยโพสต์ ผู้จัดการรายวัน โพสต์ทูเดย์ มติชน สยามกีฬา และสยามรัฐ

1.6.3 ปริมาณพื้นที่ข่าว หมายถึง ขนาดของชิ้นข่าวที่ได้ลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ มีหน่วยเป็นคอลัมน์นิ้ว

1.6.4 ปริมาณมูลค่าข่าว หมายถึง การคำนวณจำนวนเงินระหว่างพื้นที่ข่าวและอัตราค่าโฆษณา มีหน่วยเป็นบาท แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือมูลค่าข่าวทางการโฆษณา (AD News Value) หมายถึง การคำนวณจำนวนเงินระหว่างพื้นที่ข่าวคูณด้วยอัตราส่วนค่าโฆษณา และมูลค่าข่าวทางการประชาสัมพันธ์ (PR News Value) หมายถึง การคำนวณจำนวนเงินที่มีมูลค่าเป็น 3 เท่าของมูลค่าข่าวทางการโฆษณา

1.6.5 ประเภทข่าว หมายถึง ลักษณะเนื้อหาข่าวตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กร แบ่งเป็น 6 ประเภท คือ ข่าวการดำเนินงานขององค์กร ข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์ ข่าวบุคคล

ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ ข่าวที่ต้องการความร่วมมือจากภาคสังคม และข่าวที่มุ่งแก้ไขความเข้าใจผิด

1.6.6 รูปแบบการนำเสนอข่าว หมายถึง รูปแบบงานข่าวต่าง ๆ ในหน้าหนังสือพิมพ์ ที่แบ่งออกเป็น 7 รูปแบบ คือ ข่าว ภาพข่าว บทความ บทสัมภาษณ์ สารคดีคอลัมน์ประจำ และสื่ूपข่าว

1.6.7 แหล่งข่าว หมายถึง ที่มาหรือต้นตอของข่าวสารที่ให้รายละเอียดของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือพฤติกรรมทางสังคม ที่ระบุในเนื้อหาข่าว

1.6.8 การประชาสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการบริหารจัดการด้านการสื่อสาร เพื่อสร้างความเข้าใจ ความสัมพันธ์ ภาพลักษณ์และความร่วมมือสนับสนุนระหว่างหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ในการวิจัยนี้จะมุ่งไปที่การประชาสัมพันธ์ในลักษณะการเผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ปรากฏในรูปแบบของการนำเสนอข่าวในหนังสือพิมพ์สู่สาธารณชนเป้าหมาย

บทที่ 2 วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวินิจฉัยเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ผู้วิจัยได้รวบรวมสาระเกี่ยวกับแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวินิจฉัย การวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผลการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับข่าวและการเขียนข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนสัมพันธ์
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา
- 2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์

2.1.1 ความหมายของหนังสือพิมพ์

พระราชบัญญัติจัดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550 ที่ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา (2550) เมื่อวันที่ 18 ธันวาคม 2550 ได้ระบุความหมายว่า “หนังสือพิมพ์ หมายความว่า สิ่งพิมพ์ซึ่งมีชื่อจำหน้าเช่นเดียวกัน และออกหรือเจตนาจะออกตามลำดับเรื่อยไป มีกำหนดระยะเวลาหรือไม่ก็ตามมีข้อความต่อเนื่องกันหรือไม่ก็ตาม ทั้งนี้ให้หมายความรวมถึงนิตยสาร วารสาร สิ่งพิมพ์ที่เรียกชื่ออย่างอื่นทำนองเดียวกัน”

ส่วนพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2554) ที่ให้ความหมายโดยระบุว่า หนังสือพิมพ์ คือ สิ่งพิมพ์ข่าวและความเห็น เป็นต้น เสนอประชาชน ตามปรกติออกเป็นรายวัน

จรัญญา ตีบุญมี ณ ชุมแพ (2554) อธิบายว่า หนังสือพิมพ์เป็นวัสดุสิ่งพิมพ์ที่เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง มีลักษณะเฉพาะตัว กล่าวคือมีเนื้อหาเน้นหนักในเรื่องการรายงานข่าวและเหตุการณ์สำหรับคนทั่วไป ซึ่งเป็นเนื้อหาที่หลากหลาย มีความน่าสนใจ ไม่นั้นเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และจะต้องพิมพ์เป็นรายประจำสม่ำเสมอ อาจเป็นรายวัน ราย 3 วัน หรือรายสัปดาห์ และพิมพ์เผยแพร่สู่สาธารณชน

นอกจากนั้นยังมีการให้ความหมายของหนังสือพิมพ์ที่เน้นความหมายและให้รายละเอียดทำให้เกิดความชัดเจนขึ้น โดยระบุว่าหนังสือพิมพ์ คือ สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีหน้าที่หลักในการรายงานข่าวสาร เหตุการณ์ ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในสังคมให้ผู้อ่านได้รับรู้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ เป็นที่สนใจของประชาชน มีเนื้อหาสาระครอบคลุมหลากหลายในรูปแบบของการนำเสนอที่เหมาะสม เช่น ข่าว บทความ สารคดีและคอลัมน์ต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่จะจัดพิมพ์บนกระดาษหรือวัสดุที่มีราคาต่ำจำนวน

หลายคู่ พับรวมกัน ไม่เย็บเล่ม นอกจากนี้ในหน้าแรกจะเสนอข่าวเด่นประจำวันด้วยการพาดหัวด้วยตัวอักษรขนาดต่าง ๆ ตามความสำคัญ พร้อมภาพประกอบ และส่วนใหญ่มีวาระการจัดจำหน่ายเป็นรายวัน ราย 3 วัน รวมถึงรายสัปดาห์ ตามวัตถุประสงค์และเนื้อหาในหนังสือพิมพ์ของแต่ละฉบับ (มาลี บุญศิริพันธ์, 2556)

เกศราพร ทองพุ่มพุกษา (2558) กล่าวเสริมว่าในปัจจุบันช่องทางการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ไม่ได้ถูกจำกัดที่การตีพิมพ์ลงบนกระดาษเท่านั้น หากแต่ยังมีช่องทางการสื่อสารแบบไร้กระดาษ ด้วยการนำเสนอผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตทั้งในรูปแบบหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่นำเสนอผ่านทางเว็บไซต์ หรือในรูปแบบของกระดาษอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Paper)

จากความหมายของหนังสือพิมพ์ดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า หนังสือพิมพ์ หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ที่นำเสนอข่าวสาร เหตุการณ์ ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในสังคม รวมถึงความคิดเห็น ให้ผู้อ่านได้รับรู้ มีเนื้อหาสาระที่หลากหลาย โดยส่วนใหญ่จะจัดพิมพ์บนกระดาษไม่เย็บเล่มและพิมพ์เป็นรายประจำสม่ำเสมอสู่สาธารณชน

2.1.2 การกิจและบทบาทของหนังสือพิมพ์

มาลี บุญศิริพันธ์ (2556) ระบุว่า สังคมกำหนดให้หนังสือพิมพ์ทำหน้าที่สื่อข่าวสารที่นำเชื่อถือของสังคม ฉะนั้นภารกิจของหนังสือพิมพ์ในฐานะสื่อมวลชน จำแนกออกได้ 4 ประการ คือ

1) รายงานข่าวสาร (To Inform) เป็นหน้าที่หลักในการติดตามเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมที่ผ่านการพิจารณาถ่วงถ่วงแล้วว่ามีคุณค่า เป็นประโยชน์และมีผลกระทบต่อผู้อ่าน มานำเสนอหรือรายงานเพื่อให้ผู้อ่านได้รับรู้ข้อเท็จจริงของเหตุการณ์อย่างถูกต้อง ครบถ้วนเที่ยงตรง เป็นกลาง เพื่อให้ผู้อ่านได้ข้อมูลที่สมารถตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ ได้อย่างถูกต้อง

2) เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์ในสังคม (To Give Opinion) หนังสือพิมพ์ต้องศึกษา สำนวจวิเคราะห์เหตุการณ์ รวมถึงแสดงความคิดเห็นในเรื่องนั้น ๆ ให้ผู้อ่านได้รับรู้อย่างมีเหตุผลและเป็นธรรม โดยผู้อ่านสามารถนำมาวินิจฉัยตัดสินใจเกี่ยวกับแนวโน้มของเหตุการณ์เหล่านั้นได้มากยิ่งขึ้น ความคิดเห็นในหนังสือพิมพ์มักนำเสนอในรูปแบบบทความ บทวิจารณ์ บทความ หรือคอลัมน์ต่าง ๆ ที่มีชื่อผู้เขียนกำกับ และถือว่าข้อเขียนเหล่านี้เป็นความคิดเห็นของผู้เขียนแต่ละท่าน เว้นแต่บทบรรณาธิการที่ถือว่าเป็นทัศนะที่มาจากกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้งฉบับ

3) ให้ความบันเทิง (To Entertain) หนังสือพิมพ์ทำให้ผู้อ่านรู้สึกผ่อนคลายที่ผู้จะได้รับเมื่ออ่านหนังสือพิมพ์ ได้รับการตอบสนองเกี่ยวกับความอยากรู้ในสิ่งที่ผู้อ่านไม่สามารถสัมผัสได้ด้วยตนเอง การอ่านข่าวบางประเภทในหนังสือพิมพ์ก็ช่วยให้ผู้อ่านรู้สึกเพลิดเพลินไปกับสาระที่ได้รับจากการอ่านเนื้อหานั้นด้วยเช่นกัน และแม้ว่าจะเป็นเรื่องบันเทิง การเสนอข่าวในวงบันเทิงก็ต้องเป็นเรื่องจริงที่เกิดขึ้นจริงในที่มีคุณค่าข่าว หากเป็นบทวิจารณ์ก็ควรจะต้องเป็นไปอย่างมีสาระและเป็นกลาง นำเสนอสิ่งที่เป็นสาระเพื่อความบันเทิง มิใช่เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจของผู้ผลิตหรือนักธุรกิจ

การตลาดเพื่อโฆษณาละคร ภาพยนตร์หรือเพลง โดยอาศัยประโยชน์ถือโอกาสจากความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของผู้อ่าน

4) เป็นสื่อโฆษณา (To Advertise) เนื่องจากการบริหารงานหนังสือพิมพ์ในสังคมระบบทุนนิยมจะเป็นไปในลักษณะของธุรกิจที่ต้องลงทุนและแสวงหากำไร วิธีการหารายได้เพื่อความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ก็คือการขายพื้นที่เพื่อเผยแพร่โฆษณาสินค้าหรือบริการ นอกจากนี้จะช่วยให้อุตสาหกรรมต่อเนื่องแล้ว รายได้ส่วนนี้ยังเอื้อให้หนังสือพิมพ์มีราคาไม่แพงเกินไป ขณะเดียวกันผู้อ่านจะเห็นความเคลื่อนไหวของตลาดและเลือกสรรสินค้าได้ตรงตามความต้องการ

2.1.3 ประเภทของหนังสือพิมพ์

มาลี บุญศิริพันธ์ (2556) และเกศราพร ทองพุ่มพุกษา (2558) ได้จำแนกประเภทหนังสือพิมพ์โดยใช้หลักเกณฑ์ 6 ประเภท ในการพิจารณา ได้แก่

1) การจำแนกหนังสือพิมพ์ตามลักษณะเนื้อหาแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1.1) หนังสือพิมพ์ประเภทเน้นข่าวเบา (Soft News Newspaper) เป็นหนังสือพิมพ์ที่เน้นการนำเสนอข่าวที่มีองค์ประกอบข่าวด้านปฏิกิริยา (Human Interest) ทำให้ลีลาภาษาเนื้อข่าวค่อนข้างเร้าอารมณ์ เร้าใจ หรือมีผลกระทบด้านอารมณ์ และเป็นทีพอใจของผู้อ่านทุกระดับ เนื่องจากภาษาและการนำเสนอถ่ายทอดอารมณ์ เนื้อหาไม่ซับซ้อนมากเกินไป และมีเอกลักษณ์ที่การจัดหน้า 1 โดยมีสีสัน พาดหัวข่าวใหญ่และภาพประกอบ ซึ่งส่งผลต่อการเพิ่มยอดจำหน่าย

1.2) หนังสือพิมพ์ประเภทเน้นข่าวหนัก (Hard News Newspaper) เป็นหนังสือพิมพ์ที่เน้นการนำเสนอข่าวที่มีองค์ประกอบข่าวด้านผลกระทบต่อสังคม มุ่งสะท้อนให้เห็นผลกระทบของเหตุการณ์นั้น ๆ ที่มีต่อสังคม และเน้นการนำเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นข่าวประจำวันในคอลัมน์ต่าง ๆ แต่ลีลาภาษาไม่มากเท่าหนังสือพิมพ์ประเภทเน้นข่าวเบา เนื่องจากกลุ่มผู้อ่านส่วนใหญ่มีการศึกษา มีสถานะทางสังคม ทำให้มีรสนิยมที่แตกต่าง รวมทั้งหนังสือพิมพ์กลุ่มนี้จะมีกลุ่มผู้อ่านเฉพาะเจาะจงมากกว่า ทำให้ยอดจำหน่ายอาจไม่สูงเท่าหนังสือพิมพ์ประเภทเน้นข่าวเบา

1.3) หนังสือพิมพ์ประเภทกึ่งข่าวเบากึ่งข่าวหนัก (Combination News Newspaper) หนังสือพิมพ์ประเภทนี้จะนำเสนอข่าวที่ผสมผสานกันระหว่างข่าวที่มีสาระหนักและเบา และมีการจัดหน้าและใช้ลีลาภาษาที่ดึงดูดความสนใจจากผู้อ่านได้ เช่น การพาดหัวข่าวด้วยขนาดตัวอักษรที่ใหญ่ ใช้ภาพประกอบมากพอกับข่าว รวมทั้งยังตอบสนองความต้องการของผู้อ่านได้ดีกว่าหนังสือพิมพ์กลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ดังนั้นจุดเด่นของหนังสือพิมพ์ประเภทนี้คือ การเสนอข่าวเนื้อหาสาระหนักในลีลาการจัดหน้าแบบหนังสือพิมพ์ที่เน้นข่าวสาระเบา

1.4) หนังสือพิมพ์ประเภทเน้นเนื้อหาเฉพาะด้าน (Specialized News Newspaper) เป็นหนังสือพิมพ์ที่มุ่งเน้นเนื้อหาเฉพาะเจาะจงเพื่อตอบสนองความสนใจของผู้อ่านเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งอย่างชัดเจน เช่น หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์กีฬา

2) การจำแนกหนังสือพิมพ์ตามลักษณะภูมิศาสตร์หรือตามความครอบคลุมของหนังสือพิมพ์สามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ

2.1) หนังสือพิมพ์ระดับนานาชาติ (International Newspaper) คือ หนังสือพิมพ์ที่มุ่งเน้นกลุ่มผู้อ่านในระดับนานาชาติ มีการนำเสนอเรื่องราวที่เป็นที่สนใจจากทุกมุมโลก เช่น หนังสือพิมพ์ International Herald Tribune ที่วางจำหน่ายใน 130 ประเทศทั่วโลก หนังสือพิมพ์ The Wall Street Journal ที่เน้นการนำเสนอข่าวในเรื่องราวธุรกิจและเศรษฐกิจ

2.2) หนังสือพิมพ์ระดับชาติ (National Newspaper) หนังสือพิมพ์ในกลุ่มนี้จะเน้นนำเสนอข่าวสาร เหตุการณ์และความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในสังคมที่น่าสนใจแก่ผู้อ่านทั่วประเทศ โดยส่วนใหญ่หนังสือพิมพ์ประเภทนี้ในประเทศไทยตีพิมพ์จากส่วนกลางหรือกรุงเทพมหานครเป็นหลัก แต่จะวางจำหน่ายอย่างแพร่หลายกระจายทั่วประเทศ เรื่องราวที่น่าสนใจอาจเกิดขึ้นในเมืองหลวงหรือในภูมิภาคต่าง ๆ แต่สิ่งสำคัญต้องเป็นประเด็นข่าวที่อยู่ในความสนใจของผู้อ่านทั่วประเทศ

2.3) หนังสือพิมพ์ระดับภูมิภาค (Regional Newspaper) หนังสือพิมพ์กลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวสาร เหตุการณ์และความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับภูมิภาคหรือพื้นที่ที่หนังสือพิมพ์ฉบับนั้น ๆ วางจำหน่าย เนื่องจากมีกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายคือประชาชนในพื้นที่หรือในจังหวัดนั้น ๆ

3) การจำแนกหนังสือพิมพ์ตามช่วงเวลาการจำหน่าย แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์เช้า (Morning Newspaper) และหนังสือพิมพ์บ่าย (Evening Newspaper) ซึ่ง มาลี บุญศิริพันธ์ (2556) ระบุว่า การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี พฤติกรรมการอ่าน การวางจำหน่ายและการขนส่ง รวมถึงปัจจัยอื่น ๆ ทำให้หนังสือพิมพ์หนังสือพิมพ์ฉบับบ่ายค่อย ๆ หายไปจากแผงจำหน่ายหนังสือพิมพ์

4) การจำแนกหนังสือพิมพ์ตามระยะเวลาที่ออกจำหน่ายสำหรับหนังสือพิมพ์ที่วางจำหน่ายในประเทศไทย หากพิจารณาจากระยะเวลาในการออกจำหน่าย จะแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

4.1) หนังสือพิมพ์รายวัน (Daily Newspaper) จะวางจำหน่ายทุกวัน เนื่องจากต้องการเน้นความสดใหม่ของข่าวสารและเหตุการณ์ที่นำเสนอ ซึ่งมีทั้งหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย และหนังสือพิมพ์รายวันภาษาอังกฤษ

4.2) หนังสือพิมพ์ราย 3 วัน จะมีกำหนดระยะเวลาที่ออกจำหน่ายเป็นราย 3 วัน และมักเป็นหนังสือพิมพ์ที่เน้นนำเสนอข่าวธุรกิจและเศรษฐกิจในระดับลึก ทำให้ไม่ต้องเน้นความสดใหม่ของเหตุการณ์มากเท่ากับหนังสือพิมพ์รายวัน และจะออกจำหน่ายสัปดาห์ละ 2 ครั้ง

4.3) หนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ จะออกจำหน่ายเป็นรายสัปดาห์ โดยสัปดาห์ละ

5) การจำแนกหนังสือพิมพ์ตามขนาดของหนังสือพิมพ์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

5.1) หนังสือพิมพ์ขนาดบรอดชีท (Broadsheet Newspaper) เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีขนาดใหญ่ มีความกว้างโดยประมาณ 14 นิ้ว ยาวประมาณ 23 นิ้ว และเป็นขนาดที่นิยมกันทั่วไป

5.2) หนังสือพิมพ์ขนาดแท็บลอยด์ (Tabloid Newspaper) จะมีขนาดประมาณพับครึ่งของหนังสือพิมพ์บรอดชีท คือ มีความกว้างประมาณ 11.5 นิ้ว ยาวประมาณ 14.5 นิ้ว

6) การจำแนกหนังสือพิมพ์ตามรูปแบบการจัดจำหน่าย หนังสือพิมพ์ในประเทศไทยในปัจจุบันจำแนกตามรูปแบบการจัดจำหน่ายได้เป็น 2 ประเภท คือ

6.1) หนังสือพิมพ์ที่ผลิตเพื่อจำหน่าย (Paid Newspaper) ผู้อ่านจะต้องจ่ายเงินซื้อหนังสือพิมพ์ ซึ่งหมายถึงหนังสือพิมพ์ทั่วไปที่วางขายบนแผงหนังสือ โดยราคาจะแตกต่างกันไป หากเป็นหนังสือพิมพ์ในกลุ่มเดียวกันจะมีราคาจำหน่ายใกล้เคียงกัน

6.2) หนังสือพิมพ์แจกฟรี (Free Newspaper) หนังสือพิมพ์ประเภทนี้ผู้อ่านไม่ต้องเสียเงินเพื่อซื้ออ่าน แต่ผู้ผลิตเป็นผู้รับผิดชอบการนำเสนองานหนังสือพิมพ์ฟรีถึงมือผู้อ่าน โดยปัจจัยเรื่องการเลือกพื้นที่ในการกระจายหนังสือพิมพ์ให้เข้าถึงผู้อ่านนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของหนังสือพิมพ์ ปัจจุบันหนังสือพิมพ์กลุ่มนี้ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

จากที่กล่าวในเรื่องประเภทของหนังสือพิมพ์ สามารถจำแนกได้หลากหลายตามลักษณะเนื้อหา ลักษณะภูมิศาสตร์หรือตามความครอบคลุมของหนังสือพิมพ์ ช่วงเวลาการจำหน่าย ระยะเวลาที่ออกจำหน่าย ขนาดของหนังสือพิมพ์ และรูปแบบการจัดจำหน่าย ทำให้เห็นมุมมองและเข้าใจคุณลักษณะหนังสือพิมพ์ในแต่ละประเภทได้อย่างชัดเจน

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับข่าวและการเขียนข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์

2.2.1 ความหมายของข่าว

“ข่าว” (News) ตรงกับคำในภาษาละตินที่ว่า “Nova” ซึ่งหมายถึง สิ่งใหม่ (New Things) (Niblock, 2005 อ้างใน บุษพา เมฆศรีทองคำ, 2556, หน้า 10) ส่วนพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2554) ให้ความหมายคำว่าข่าว คือคำบอกเล่าเรื่องราวซึ่งโดยปรกติมักเป็นเรื่องเกิดใหม่หรือเป็นที่สนใจคำบอกกล่าวและคำเล่าลือ

ปยุตนรัตน์ พิงคานนท์ (2548) ได้สรุปความหมายของข่าวว่าหมายถึง การรายงานข้อเท็จจริง ข้อมูล รายละเอียดและเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้ปรากฏสู่สาธารณชน โดยเรื่องที่รายงานต้องเป็นสิ่งที่น่าสนใจของประชาชนหรือของผู้รายงาน อาจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นแล้วในอดีต กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน หรือจะเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นระยะสั้นเพียงวันเดียว หรือระยะยาวเป็นเดือนเป็นปี

ภาคภูมิ วรรณภา (2554) สรุปความหมายข่าวว่า ข่าวคือการรายงานเรื่องราว เหตุการณ์ ข้อเท็จจริง หรือความคิดเห็นที่มีผลกระทบ มีความสำคัญหรือน่าสนใจ โดยที่เหตุการณ์หรือ

ข้อเท็จจริงนั้นเพียงจะเกิดขึ้นหรือกำลังจะเกิดขึ้น ซึ่งมุมมองนี้คล้ายกับของ จริญญา ดีบุญมี ณ ชุมแพ (2554) ที่กล่าวไว้ว่า ข่าวคือการรายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ข่าวที่ตีพิมพ์ต้องมีข้อเท็จจริง มีความสำคัญต่อสังคมในประเด็นใดประเด็นหนึ่ง และเป็นที่สนใจของผู้อ่าน

ด้าน มาลี บุญศิริพันธ์ (2556) ได้สรุปว่า ข่าวควรประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 3 ประการ คือ ความน่าสนใจ ข้อเท็จจริงและผู้อ่าน กล่าวคือข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นต้องเป็นสิ่งที่น่าสนใจ สำหรับผู้อ่านหนังสือพิมพ์ แม้ว่าในทางปฏิบัติ ข่าวอาจถูกพิจารณาในองค์ประกอบที่เอื้อประโยชน์ทางธุรกิจด้วยก็ตาม ดังนั้นผู้สื่อข่าวจำเป็นต้องรายงานข้อเท็จจริงให้เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้อ่าน ข้อเท็จจริงที่นำมารายงานนั้นสามารถครอบคลุมถึงเหตุการณ์ สถานการณ์และปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น กำลังจะเกิด หรือยังไม่เกิดแต่มีแนวโน้มว่าจะเป็นไปได้ด้วย

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ข่าว คือ การรายงานเรื่องราวข้อเท็จจริง เหตุการณ์ หรือความคิดเห็นต่าง ๆ ให้ปรากฏสู่สาธารณชน อาจเป็นได้ทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นแล้วในอดีต เพิ่งจะเกิดขึ้น หรือกำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน รวมถึงจะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งมีความน่าสนใจ มีความสำคัญและมีผลกระทบ

2.2.2 ประเภทของข่าว

ข่าวที่ถูกนำเสนอในหน้าหนังสือพิมพ์มีเนื้อหาข่าวที่มากมายแตกต่างกันไป การจำแนกประเภทของข่าวจึงขึ้นอยู่กับหลักเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาเป็นสำคัญ

มาลี บุญศิริพันธ์ (2556) และบุบผา เมฆศรีทองคำ (2556) แบ่งประเภทข่าวออกเป็น 3 ประเภท ตามประเด็นของเหตุการณ์ข่าว ได้แก่

1) ข่าวประเด็นเดียว (Single Incident Story) หมายถึง ข่าวที่มีสาระสำคัญหลักเพียงประเด็นเดียวในการรายงานนำเสนอสาระของข่าวอย่างตรงไปตรงมา อ่านแล้วเข้าใจได้ทันทีโดยไม่ต้องตีความ ไม่มีความสลับซับซ้อนที่ต้องอาศัยการวิเคราะห์แต่อย่างใด แต่อาจมีประเด็นอื่นประกอบด้วย เพียงแต่ประเด็นอื่นนั้นอาจไม่มีน้ำหนักทางคุณค่าข่าวที่มากพอจะชูเป็นประเด็นหลักได้ และประเด็นที่ชุกช่อนอยู่นั้นอาจกลายเป็นประเด็นข่าวชิ้นใหม่ที่น่าสนใจได้ หากได้รับการขุดคุ้ยทำข่าวจากผู้สื่อข่าว

2) ข่าวหลายประเด็น (Several Incidents Story) หมายถึง ข่าวที่มีหลายประเด็นหรือหลายเหตุการณ์เกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน ในสถานการณ์เดียวกัน แต่ไม่ได้หมายถึงการเอาประเด็นข่าวจากเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นต่างกรรมต่างวาระมาเขียนเสนอรวมในข่าวเดียว สำหรับข่าวหลายประเด็น ผู้สื่อข่าวต้องใช้ทักษะความสามารถในการเขียนลำดับความสำคัญของประเด็นข่าวให้ชัดเจนเพื่อช่วยให้ผู้อ่านติดตามข่าวได้อย่างไม่หลงประเด็น

3) ข่าวประเด็นซับซ้อน (Complex Incident Story) หมายถึง ในข่าวชิ้นเดียวจะมีประเด็นข่าวที่น่าสนใจและสำคัญมากกว่าหนึ่งประเด็นหรือหลายประเด็น และเป็นประเด็นที่เชื่อมโยงมีกระทบกันยากแก่การรายงานให้เข้าใจง่ายแบบข่าวประเด็นเดียว ข่าวประเด็นซับซ้อนนี้จะมีคุณสมบัติใกล้เคียงกับข่าวสืบสวน

นอกจากนี้ ยังสามารถแบ่งประเภทข่าวออกเป็น 13 ประเภท ตามเนื้อหาของข่าว (บุบผา เมษศรีทองคำ, 2556) ได้แก่

1) ข่าวการเมือง เป็นข่าวที่เกี่ยวกับความเคลื่อนไหวด้านการบริหารงานของรัฐบาล รัฐสภา หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐทั้งในด้านนโยบายและการบริหารงาน ในระดับประเทศ ต่างประเทศและการปกครองส่วนท้องถิ่น รวมถึงข่าวเกี่ยวกับพรรคการเมือง สมาชิกวุฒิสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร นายกรัฐมนตรี ประธานรัฐสภา รัฐมนตรีว่าการกระทรวง ข่าวติดตามความก้าวหน้าการดำเนินงานตามนโยบายและแผนงานทั้งของพรรคการเมืองและรัฐบาล รวมถึงข่าวที่เกี่ยวกับฝ่ายนิติบัญญัติ ฝ่ายตุลาการและความเคลื่อนไหวทางด้านการทหาร

2) ข่าวเศรษฐกิจเป็นข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับธุรกิจการค้า การเงินการธนาคาร การค้า และพาณิชย์ อุตสาหกรรมและการลงทุน การคมนาคมและการขนส่ง รวมถึงข่าวการเกษตร เช่น ข่าวเกษตรกร พืชผักผลไม้ ราคาสินค้า ผลผลิต ปริมาณการขาย วิธีการเกษตรกรรม การส่งออก การเลี้ยงสัตว์ การขยายพันธุ์ โรคระบาด เป็นต้น

3) ข่าวต่างประเทศเป็นข่าวความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั่วโลก ที่มีความสำคัญและมีผลกระทบต่อประชาคมโลก

4) ข่าวศาลเป็นข่าวที่เกี่ยวกับการตัดสินคดีความต่าง ๆ การประกาศแจ้งความที่เกี่ยวกับคดีความ ข้อหาหรือข้อขัดแย้งต่าง ๆ ที่มีการดำเนินคดีทางแพ่งและทางอาญา

5) ข่าวอาชญากรรมเป็นข่าวที่เกี่ยวกับการกระทำผิดทางอาญา หรือข่าวที่เกี่ยวกับความขัดแย้งและความรุนแรงที่ทำให้สูญเสียชีวิตและทรัพย์สิน

6) ข่าวอุบัติเหตุ ภัยพิบัติและเพลิงไหม้เป็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับผลจากสภาพดินฟ้าอากาศ ธรรมชาติ เช่น รถชน เรือคว่ำ เครื่องบินตก ไฟไหม้ น้ำท่วม แผ่นดินไหว ภูเขาไฟระเบิด เป็นต้น

7) ข่าวการศึกษา ศิลปะและวัฒนธรรมเป็นข่าวที่เกี่ยวกับการทำงานและการบริหารจัดการของสถานศึกษาในทุกๆระดับ ทั้งภาครัฐและเอกชน การรายงานความก้าวหน้าและความเคลื่อนไหวในวงการศึกษาด้านหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน การค้นคว้าวิจัย กิจกรรมต่าง ๆ การแต่งตั้งโยกย้ายบุคลากรทางการศึกษา ข่าวที่เกี่ยวกับศิลปะแขนงต่าง ๆ ศิลปินและการอนุรักษ์ ทำนุบำรุงวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของชาติ เป็นต้น

8) ข่าววิทยาศาสตร์และวิจัยเป็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับการค้นคว้าวิจัย การทดลองการพัฒนาสร้างสรรค์ประดิษฐ์สิ่งใหม่ และการพัฒนาเครื่องมือทางด้านวิทยาศาสตร์

9) ชาวสิ่งแวดล้อมเป็นชาวที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงเอง นิเวศวิทยา โรงงานอุตสาหกรรมที่ปล่อยของเสียประเภทต่าง ๆ การค้นพบทรัพยากรธรรมชาติและนำมาใช้อย่างไม่รู้คุณค่า นำมาซึ่งความเสื่อมโทรมของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม จนเกิดกลุ่มอนุรักษ์ธรรมชาติขึ้นมา แล้วรณรงค์เพื่อการอนุรักษ์ พิทักษ์ ตลอดจนนำมาใช้อย่างรู้คุณค่าและมีจิตสำนึก

10) ชาวสังคมและสตรีเป็นชาวที่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม มักจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การหมั้นหมาย การสมรส การหย่าร้าง การมีบุตร การขึ้นบ้านใหม่ การเดินทางท่องเที่ยว ชาวเกี่ยวกับกิจกรรมที่หรูหราในสังคม เช่น การเลี้ยงต้อนรับ การเลี้ยงส่ง งานรื่นเริง การเดินร่ำ การแสดง ความมั่งคั่ง ชาวเกี่ยวข้องกับความสุขงาม เช่น แพชั่น การทำอาหาร การจัดดอกไม้ การจัดและตกแต่งบ้าน เคล็ดลับความงาม และชาวที่เกี่ยวกับธุรกิจของสตรีและการประกอบอาชีพ เป็นต้น

11) ชาวบันเทิงเป็นชาวที่เกี่ยวข้องกับวงการบันเทิงในทุกด้านทุกศาสตร์ โดยทั่วไปมีแนวโน้มที่จะเสนอข่าวกิจกรรมความเคลื่อนไหวในวงการบันเทิง รวมทั้งเมื่อมีผลงานหรือผลผลิตที่ออกมาใหม่ ชาวเกี่ยวกับบุคคลที่สำคัญ หรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับวงการบันเทิงทั้งผู้ที่อยู่ในวงการบันเทิงโดยตรงหรือไม่ก็ตาม

12) ชาวกีฬาเป็นชาวที่เกี่ยวข้องกับการรายงานรายละเอียดของเกมการแข่งขันกีฬาและผลการแข่งขันกีฬานานาประเภททั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ประวัติความเป็นมาของเกมการแข่งขัน ผู้แข่งขันแต่ละฝ่าย สถิติการแข่งขัน การทำนายผลการแข่งขัน สภาพสนามแข่งขัน สภาพอากาศการฝึกซ้อมก่อนการแข่งขัน ความพร้อมของผู้แข่งขัน เงินรางวัล รวมถึงการสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการแข่งขันกีฬาประเภทนั้น ๆ

13) ชาวเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์เป็นชาวที่เกี่ยวข้องกับการคิดค้นพัฒนาความก้าวหน้าของเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ เช่น คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ โปรแกรมประยุกต์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมถึงเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ

2.2.3 ความสำคัญของข่าว

บุบผา เมฆศรีทองคำ (2556) ได้สรุปความสำคัญของข่าวไว้ 6 ประการ คือ

1) ทำให้ผู้คนในสังคมเกิดความคิด ความเข้าใจที่ตรงกัน โดยผ่านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน รวมถึงการวิพากษ์วิจารณ์เพื่อนำมาสู่ข้อสรุปร่วมกันในนโยบายหรือการกระทำต่าง ๆ ที่จะมีผลในระยะยาวต่อประชาชน ทั้งในระดับชุมชน ระดับท้องถิ่น ระดับชาติหรือแม้กระทั่งระดับนานาชาติ

2) ทำให้ผู้คนในสังคมเกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ทั้งในแง่ของความรู้ นวัตกรรม โลกทัศน์ อุดมการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม อันจะนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและบุคคลแวดล้อมต่าง ๆ

- 3) ทำให้ผู้คนในสังคมเกิดความเข้าใจและเกิดการเรียนรู้ว่า การกระทำใดหรือพฤติกรรมใดที่ควรกระทำ หรือไม่ควรกระทำ
- 4) ทำให้ผู้คนในสังคมเกิดการตื่นตัวในการเข้าร่วมดำเนินกิจกรรม หรือเข้าร่วมในโครงการต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยภาพรวม
- 5) ทำให้ผู้คนในสังคมสามารถเตรียมความพร้อมที่จะรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ทันทั่วทั้งที่ โดยเฉพาะในกรณีที่เป็นสถานการณ์ที่สามารถสร้างความหวาดวิตก หรือความเสียหายให้กับคนในสังคมได้อย่างกว้างขวาง
- 6) ทำให้ผู้คนในสังคมได้ระแวงระวังภัยที่อาจจะเกิดขึ้นโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ หรือไม่ทันได้ระวังตัว ดังนั้นหากบุคคลได้มีการติดตามอ่านข่าวสารต่าง ๆ ในหน้าหนังสือพิมพ์อยู่ตลอดเวลา ก็จะได้เพิ่มความระมัดระวังทั้งตนเอง คนในครอบครัว ตลอดจนเพื่อนฝูง เพื่อที่จะได้ไม่ตกเป็นเหยื่อจมน้ำมาซึ่งโศกนาฏกรรมในที่สุด

2.2.4 ข่าวประชาสัมพันธ์

ข่าวประชาสัมพันธ์ (Public Relations Releases) หรือข่าวแจก (Press Releases or News Releases) หมายถึงข่าวสารที่องค์กรจัดทำขึ้นเพื่อจัดส่งให้สื่อมวลชน โดยมีวัตถุประสงค์ให้สื่อมวลชนนำไปเผยแพร่สู่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบ เกิดความเข้าใจในองค์กร เกิดการยอมรับเชื่อถือและเกิดภาพลักษณ์ที่ดี (Morton, 1993 และ Bivins, 2008 อ้างใน สุนิสา ประวิชัย, 2559, หน้า 85)

เช่นเดียวกับการให้ความหมายของ ฐิฐา ฉางชูโต (2557) ที่กล่าวว่า ข่าวประชาสัมพันธ์ คือ ข่าวสารที่องค์กรส่งไปยังสื่อมวลชนต่าง ๆ โดยมุ่งหวังให้สื่อมวลชนนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้กับองค์กร เพื่อให้ได้ทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวขององค์กร สินค้า กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ข่าวประชาสัมพันธ์จึงมักมีการนำเสนอเกี่ยวกับนโยบาย โครงการ กิจกรรมดำเนินงานและผลงานขององค์กร เป็นต้น

ด้าน นภวรรณ ตันติเวชกุล (2560) อธิบายว่า ข่าวประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดหรือแจ้งข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานไปยังกลุ่มประชาชนเป้าหมายผ่านทางสื่อหรือช่องทางตามความเหมาะสม ซึ่งในปัจจุบันข่าวประชาสัมพันธ์สามารถเผยแพร่ผ่านหนังสือพิมพ์นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ หรือแม้แต่ในเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์

2.2.5 ความแตกต่างระหว่างข่าวประชาสัมพันธ์กับข่าวทั่วไป

ความแตกต่างของข่าวประชาสัมพันธ์และข่าวทั่วไป สามารถแยกเป็นประเด็นได้ดังนี้ (รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง, 2557; สุนิสา ประวิชัย, 2559 และนภวรรณ ตันติเวชกุล, 2560)

1) จุดมุ่งหมายการเผยแพร่ข่าว ข่าวประชาสัมพันธ์เขียนขึ้นเพื่อนำเสนอเรื่องราวขององค์กรให้ประชาชนได้รับทราบและเข้าใจอย่างถูกต้องตามที่องค์กรคาดหวัง แต่ข่าวทั่วไปมุ่งรายงานเหตุการณ์ เรื่องราวข้อเท็จจริงที่น่าสนใจโดยไม่จำกัดว่าเป็นเรื่องของใครหรือองค์กรใด

2) ผลลัพธ์ที่คาดหวัง ข่าวประชาสัมพันธ์จะคาดหวังผลดีหรือผลเชิงบวกต่อองค์กรเสมอ ส่วนข่าวทั่วไปอาจให้ทั้งผลด้านดีและไม่ดีต่อบุคคลหรือองค์กรที่ถูกนำเสนอ

3) ขอบเขตเนื้อหา ข่าวประชาสัมพันธ์จะนำเสนอเฉพาะเรื่องราวขององค์กรในองค์กรหนึ่งหรือนักประชาสัมพันธ์ผู้เขียนข่าวสังกัดอยู่หรือเป็นองค์กรลูกค้ำบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ที่รับจ้างเขียนข่าวและเผยแพร่ข่าวให้เท่านั้น แต่ข่าวทั่วไปจะครอบคลุมเรื่องราวที่น่าสนใจขององค์กรและบุคคลต่าง ๆ ของสังคมส่วนรวมโดยไม่จำกัด

4) ลักษณะของแหล่งข่าว (News Sources) หรือการได้ข่าว ข่าวประชาสัมพันธ์เป็นข่าวที่นักประชาสัมพันธ์เขียนส่งให้สื่อมวลชนนำไปเผยแพร่หรืออาจใช้การจัดประชุมแถลงข่าว ขณะที่ข่าวทั่วไปนั้นนักข่าวจะต้องแสวงหาข่าวด้วยตนเอง

5) กลุ่มเป้าหมายผู้รับสาร ข่าวประชาสัมพันธ์จะมีกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายชัดเจนและเป็นกลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรและองค์กรต้องการสื่อสารเรื่องราวไปยังบุคคลกลุ่มนั้นเพื่อคาดหวังผลบางอย่าง ส่วนข่าวทั่วไปจะมุ่งเผยแพร่สู่สาธารณชน

6) ความรวดเร็วหรือทันเหตุการณ์ ข่าวทุกประเภทจะยึดหลักในเรื่องความรวดเร็วหรือทันต่อเหตุการณ์ แต่ข่าวประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ถูกจัดอยู่ในข่าวประเภทไม่เร่งด่วนที่ต้องรับนำเสนอเหมือนกับข่าวทั่วไป ซึ่งมักมีความคืบหน้าของเหตุการณ์ให้รายงานต่อเนื่อง

2.2.6 การอ้างแหล่งข่าวและอ้างคำพูด

แหล่งข่าว หมายถึง บ่อเกิด/ รากเหง้า/ ที่มา หรือต้นตอของข่าวสารที่ให้รายละเอียดของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือพฤติกรรมทางสังคมที่ไม่เป็นปกติวิสัยทั้งเรื่องดีและเรื่องร้ายสามารถสนับสนุนผู้สื่อข่าวให้ค้นหาข่าวที่ต้องการได้ และเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการกรองข่าวซึ่งจำแนกประเภทแหล่งข่าวหนังสือพิมพ์ด้วยเกณฑ์ทางวารสารศาสตร์ ตามสภาพของแหล่งข่าวแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ แหล่งข่าวบุคคล (Human Sources) และแหล่งข่าวเอกสาร (Physical/ Written Sources) (บุบผา เมฆศรีทองคำ, 2556)

แหล่งข่าวมีความสำคัญต่อการนำเสนอข่าว ช่วยให้ผู้อ่านสามารถประเมินความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวที่ได้อ่านจากแหล่งข่าวที่ปรากฏ ทำให้ผู้อ่านแยกแยะและตัดสินใจได้ว่าความคิดเห็นที่แสดงออกมาของฝ่ายใดเป็นความคิดเห็นที่ควรรับฟัง รวมถึงทำให้ผู้อ่านแน่ใจได้ว่าข้อเท็จจริงที่เป็นรายละเอียดในข่าวแต่ละข่าวเป็นรายละเอียดที่ผู้ข่าวมิได้สร้างขึ้นมา และข้อเท็จจริงในข่าวสามารถค้นหาและเชื่อมโยงไปถึงแหล่งข่าวได้ (สิริทิพย์ ชันสุวรรณ์ และภัทธิดา ช่างพินิจ, 2543)

บุบผา เมฆศรีทองคำ (2556) กล่าวว่า การอ้างแหล่งข่าวและอ้างคำพูด เป็นการบอกผู้อ่านว่า ข้อมูลมาจากไหน และใครพูดอะไร รวมทั้งทำให้ผู้อ่านมองเห็นในสิ่งที่แหล่งข่าวพูดและสามารถ ประเมินได้ถึงคุณค่าของข้อความจากแหล่งข่าว ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของการกำหนดความเป็นมืออาชีพของผู้สื่อข่าว ความไม่มีอคติและแสดงออกถึงความน่าเชื่อถือของสื่อ

การอ้างอิงโดยส่วนใหญ่แล้วจะมี 2 ลักษณะ (บุบผา เมฆศรีทองคำ, 2556) ซึ่งโดยปกติในเรื่องความคิดเห็น (Opinion) และข้อเท็จจริง (Facts) ควรจะต้องมีการอ้างอิงโดยตรง (Direct Quotes) ข้อความจะต้องอยู่ในเครื่องหมายคำพูด ใช้ในกรณีเมื่อข้อเท็จจริงนั้นแสดงให้เห็นถึงความผิดปกติ เป็นความคิดเห็นที่สำคัญ มีสีสัน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับโต้แย้ง

ในกรณีที่เป็นข้อเท็จจริงและความคิดเห็นทั่วไป สามารถเขียนในลักษณะของการถอดความ (Paraphrased) และบอกแหล่งที่มาของข้อมูลได้ในลักษณะที่เป็นการอ้างอิงโดยอ้อม (Indirect Quotes) โดยไม่จำเป็นต้องอยู่ในเครื่องหมายคำพูด

2.2.7 ประเภทของข่าวประชาสัมพันธ์

การจำแนกข่าวประชาสัมพันธ์โดยใช้วัตถุประสงค์เป็นเกณฑ์ สามารถจำแนกข่าวประชาสัมพันธ์ได้ 5 ประเภท (Newson & Carrell, 2001 อ้างใน สุนิสา ประวิชัย, 2559, หน้า 85) คือ

1) ข่าวแจ้งให้ทราบ (Announcement Releases) เป็นข่าวที่มุ่งแจ้งให้ทราบเกี่ยวกับเรื่องราวความเคลื่อนไหวขององค์กร ซึ่งข่าวประเภทนี้ควรเขียนสั้น ๆ และกลั่นกรองเป็นอย่างดีว่ามีบุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องหรือจำเป็นต้องทราบเรื่องดังกล่าวมาน้อยเพียงใด หากเป็นเรื่องราวบุคคลเฉพาะกลุ่มที่ไม่มากนักก็ควรเลือกเผยแพร่ผ่านสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรงจะเหมาะสมกว่าการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน

2) ข่าวประกอบกิจกรรมพิเศษ (Created News Releases) บางครั้งข่าวแจ้งให้ทราบอาจไม่สามารถเรียกความสนใจจากสื่อมวลชนและกลุ่มเป้าหมายได้มากพอ เนื่องจากเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวทั่ว ๆ ไป องค์กรจึงจัดกิจกรรมพิเศษที่มีคุณค่าของความเป็นข่าวขึ้นมาเพื่อให้เกิดความสนใจในวงกว้าง และการเขียนข่าวประเภทนี้ควรบอกเหตุผลที่มาที่ไปเบื้องหลังการจัดกิจกรรมโดยชี้ให้เห็นถึงความปรารถนาดีขององค์กรและประโยชน์ที่สังคมจะได้รับจากการกิจกรรมดังกล่าว

3) ข่าวเหตุการณ์เฉพาะหน้า (Spot News Releases) บางครั้งนักประชาสัมพันธ์อาจจำเป็นต้องเผยแพร่ข่าวในลักษณะที่ไม่ได้วางแผนหรือคาดการณ์มาก่อน เช่น เกิดเหตุฉุกเฉินเฉพาะหน้า จึงต้องปฏิบัติตนเยี่ยงผู้สื่อข่าว คือรีบออกข่าวอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเพื่อแจ้งให้ทราบความเป็นไปของเหตุการณ์ ชี้แจงสาเหตุ และความคืบหน้าในการดำเนินการแก้ไข หากเหตุการณ์ดังกล่าวมี

ต้นเหตุมาจากองค์กรก็ควรเขียนแสดงความรับผิดชอบพร้อมบอกแนวทางการแก้ไขปัญหาในระยะยาว เพื่อไม่ให้เกิดในลักษณะเช่นนี้ขึ้นอีก

4) ข่าวตอบโต้ (Response Releases) เป็นข่าวที่ออกมาเพื่อตอบโต้เหตุการณ์เรื่องราว บางอย่างที่สามารถสืบไปได้ข่าวมาจากแหล่งอื่น แล้วกลายเป็นประเด็นที่ถูกหยิบยกขึ้นมาวิพากษ์วิจารณ์กันในสังคม หรือถูกตั้งข้อสงสัย รวมทั้งข่าวความขัดแย้งในองค์กร เมื่อเกิดเหตุการณ์เช่นนี้ สังคมย่อมต้องการคำตอบจากองค์กรและหากองค์กรเพิกเฉยเรื่องดังกล่าวอาจบานปลายกลายเป็นเหตุการณ์วิกฤตขึ้นได้ การเขียนข่าวตอบโต้ควรเขียนโดยยกเหตุที่น่าเชื่อถือมาหักล้างข้อมูลเดิมนอกจากนี้ยังควรอ้างอิงแหล่งข่าวที่เชื่อถือได้ และอาจจำเป็นต้องใช้บุคคลอ้างอิงจากภายนอกองค์กรร่วมด้วย เพื่อสนับสนุนเหตุผลยิ่งขึ้นไป

5) ข่าวในด้านลบ (Bad-news Releases) บางครั้งนักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องเขียนข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องราวในด้านลบ อันเนื่องมาจากการดำเนินงานขององค์กรมีข้อบกพร่อง ซึ่งองค์กรก็อยากเก็บเรื่องราวเหล่านั้นไว้เป็นความลับ แต่ในอีกมุมหนึ่งหากเรื่องดังกล่าวรั่วไหลถึงนักข่าวก็ยากที่จะปิดเป็นความลับอีกต่อไป นักประชาสัมพันธ์จึงควรดำเนินการออกข่าวโดยพยายามให้รายละเอียดเท่าที่จะให้ได้ เพราะการกระทำเช่นนี้ย่อมดีกว่าปล่อยให้พนักงานไปพูดคุยเรื่องราวเอาเอง

นอกจากนี้ ข่าวประชาสัมพันธ์ยังจำแนกตามลักษณะการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งแบ่งได้เป็น 6 ประเภท (สุกานดา วรพันธุ์พงศ์, 2555 และนภวรรณ ตันติเวชกุล, 2560) คือ

1) ข่าวการดำเนินงานขององค์กร หมายถึง เหตุการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในองค์กร กิจกรรมการดำเนินงานที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการ ซึ่งเป็นการแจ้งข่าวและบอกให้ทราบถึงการดำเนินงาน ความก้าวหน้า ความเคลื่อนไหวในการบริหารจัดการ รวมถึงกิจกรรมเพื่อพัฒนาองค์กร

2) ข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์จะเป็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ร่วมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร กิจกรรมลักษณะนี้เป็นกิจกรรมที่องค์กรจัดทำขึ้นหรือร่วมมือกับหน่วยงานอื่นเพื่อสร้างประโยชน์แก่สังคม

3) ข่าวบุคคล คือ ข่าวที่บุคคลสำคัญในองค์กรและบุคคลภายนอกที่มีชื่อเสียงมาร่วมกิจกรรมกับองค์กร เช่น ผู้บริหารระดับสูง ผู้เชี่ยวชาญในองค์กรที่เป็นที่รู้จักในสังคม ส่วนบุคคลภายนอก เช่น ศิลปิน นักแสดง นักร้อง นักการเมืองและนักธุรกิจการตลาด กลุ่มชนชั้นสูง (Celebrity) คนกลุ่มนี้สามารถเป็นจุดดึงดูดความสนใจให้กับข่าวได้ และมักจะได้รับ ความสนใจและความร่วมมือจากสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข่าวได้ง่าย

4) ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจเป็นข่าวที่มีเนื้อหามุ่งให้ความรู้เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องแก่สาธารณชนเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรงและมีความเกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของสาธารณชน อาทิ การอภิปราย การสัมมนาทางวิชาการหรือการให้

ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ที่องค์กรเป็นผู้จัด หรือผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญขององค์กรแสดงความคิดเห็น รวมทั้งข่าวจากผลวิจัยขององค์กร

5) ข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคมเป็นข่าวที่ต้องการแจ้งให้ผู้อื่นได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมที่องค์กรจัดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเข้าร่วมในลักษณะจิตอาสา การร่วมลงแรงกายแรงใจ การบริจาค การส่งผลงานเข้าประกวดแข่งขัน การรับอาสาสมัครเข้าร่วมโครงการ การเข้าร่วมทำงานในโครงการต่าง ๆ รวมทั้งการเข้าร่วมกิจกรรมรณรงค์

6) ข่าวที่มุ่งแก้ไขความเข้าใจผิด เป็นข่าวที่เน้นการชี้แจงรายละเอียดหรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงาน การตัดสินใจพิจารณาความขัดแย้งและแนวทางแก้ไขความขัดแย้ง หรือการจัดการเรื่องที่มีความเข้าใจผิดหรือข่าวลือที่ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงขององค์กรเพื่อรักษาภาพลักษณ์องค์กรมิให้เสื่อมเสีย และเป็นการรับผิดชอบอย่างทันทีทันใดขององค์กร

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การจำแนกข่าวประชาสัมพันธ์ตามวัตถุประสงค์ และลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กร ทำให้เข้าใจความหมาย ลักษณะของข่าวและแนวทางในการสร้างข่าวประชาสัมพันธ์ โดยแต่ละประเภทข่าวมีความแตกต่างกัน ในการนำเสนอข่าวใด ๆ หากพิจารณาในมุมของการประชาสัมพันธ์ จะต้องคำนึงถึงคุณค่าข่าว ความสนใจ คาดหวัง รวมถึงความต้องการของประชาชนผู้รับสารและสื่อมวลชน ควบคู่ไปกับความต้องการหรือวัตถุประสงค์ของทางฝั่งองค์กรด้วยเสมอ

2.2.8 โครงสร้างและรูปแบบการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

ข่าวประชาสัมพันธ์ควรมีโครงสร้าง 4 ส่วนสำคัญ (สุนิสา ประวิชัย, 2559 และนภวรรณ ตันติเวชกุล, 2560) คือ

ส่วนแรก คือ พาดหัวข่าว (Headline) เป็นส่วนสำคัญแรกสุดของข่าวที่บอกว่าเป็นเรื่องอะไร น่าสนใจตรงไหน พาดหัวข่าวจึงทำหน้าที่ทั้งสรุปประเด็นสำคัญของเรื่อง และเรียกความสนใจไปพร้อม ๆ กัน พาดหัวข่าวเปรียบเสมือนคำหลัก หรือแก่นสำคัญที่จะดึงดูดความสนใจของผู้อ่านให้ติดตามข่าวนับแต่แรกเห็นข่าวที่ปรากฏขึ้น (บุบผา เมฆศรีทองคำ, 2556)

พาดหัวข่าวที่ดีควรสั้น กระชับ ใช้ภาษาง่าย ๆ ที่สามารถเข้าใจได้ทันที โดยบอกจุดเด่นหรือจุดประเด็นที่น่าสนใจของเรื่องเพียงประเด็นเดียว ซึ่งอาจเขียนในรูปแบบของประโยคหรือวลีก็ได้ (Hill, 1992 อ้างใน สุนิสา ประวิชัย, 2559, หน้า 98) ในข่าวประชาสัมพันธ์จะนิยมใส่ชื่อหน่วยงานไว้ในพาดหัวข่าวเพื่อสร้างความโดดเด่นและน่าจดจำ กรณีที่มีหลายองค์กรร่วมกันจัดกิจกรรมหรือมีความเกี่ยวข้องหลักจะไม่ใส่ชื่อองค์กรเพราะจะทำให้พาดหัวข่าวยาวเยิ่นเย้อ สามารถนำไปใส่ในวรรคนำหรือเนื้อข่าวที่อยู่ในลำดับถัดไป (Smith, 1995 อ้างใน สุนิสา ประวิชัย, 2559, หน้า 98)

ส่วนที่สอง คือ วรรคนำ (Lead) หรือความนำ (Intro) คือใจความในย่อหน้าแรกซึ่งขยายมาจากพาดหัวข่าวและถือเป็นหัวใจของข่าวเนื่องจากเป็นส่วนที่สรุปสาระสำคัญของเรื่องเอาไว้ทั้งหมด วรรคนำที่ดีจะต้องสามารถจับความสนใจของผู้อ่านไว้ให้ได้

บุปผา เมฆศรีทองคำ (2556) กล่าวว่า วรรณคดีทำหน้าที่สรุปใจความสำคัญที่สุดของข่าว แต่ละข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ฉบับวันนั้น ๆ ให้ผู้อ่านได้ทราบภายในระยะเวลาอันรวดเร็วเพื่อกระตุ้นให้ผู้อ่านสนใจและติดตามอ่านรายละเอียดต่อไปจนจบเรื่อง

ส่วนที่สาม คือส่วนเชื่อม (Neck) หมายถึง ข้อความที่เชื่อมระหว่างวรรณคดีกับเนื้อข่าวให้ต่อเนื่องราบรื่น มักมีความยาวเพียงย่อหน้าเดียว โดยให้รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับภูมิหลังขององค์กร บุคคล สถานที่ เรื่องราวหรือกิจกรรมที่เป็นข่าว อันจะทำให้ผู้อ่านข่าวเข้าใจเรื่องราวได้ชัดเจนยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ข่าวประชาสัมพันธ์หลายชิ้นก็ไม่จำเป็นต้องมีส่วนเชื่อมเสมอไป

และส่วนสุดท้ายคือ เนื้อหาข่าว (Body) เป็นส่วนรายละเอียดของเรื่องที่ขยายจากวรรณคดี เพื่อให้ข่าวมีความสมบูรณ์ครบถ้วน เนื้อข่าวจึงมีรายละเอียด 5W1H ที่สามารถตอบทุกประเด็นเกี่ยวกับ Who (ใคร) What (อะไร) When (เมื่อไร) Where (ที่ไหน) Why (ทำไมหรือเพราะสาเหตุใด) และ How (อย่างไร)

รูปแบบการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

ในส่วนรูปแบบการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ จะใช้รูปแบบการเขียนข่าวที่เรียกว่า พีรามิดหัวกลับ (Inverted Pyramid) โดยจะจัดลำดับความสำคัญของประเด็นต่าง ๆ ที่มีในข่าวและนำประเด็นสำคัญมาไว้ในตอนต้นของข่าว แล้วจัดเรียงลำดับเนื้อหาที่มีความสำคัญถัดลงไป จากสำคัญมากที่สุดไปหาน้อย ตามลำดับโครงสร้างข่าว จากพาดหัวข่าว วรรณคดี และเนื้อหาข่าว (นภวรรณ ตันติเวชกุล, 2560)

สาเหตุที่นักประชาสัมพันธ์ต้องเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ด้วยรูปแบบพีรามิดหัวกลับเนื่องจากสาเหตุ 3 ประการ (ณัฐา ฉางชูโต, 2557; พรรษา รอดอาตม์, 2559 และนภวรรณ ตันติเวชกุล, 2560)

ประการแรก คือ ถ้าบรรณาธิการหรือนักข่าวไม่ได้เห็นว่ามีอะไรน่าสนใจใน 1 – 4 บรรทัดแรกของข่าว ซึ่งหมายถึงพาดหัวข่าวและวรรณคดี นักข่าวอาจจะไม่อ่านข่าวนั้นต่อและจะไม่ได้รับการคัดเลือกตีพิมพ์เผยแพร่

ประการที่สอง คือ บรรณาธิการมักจะเลือกตัดเนื้อหาข่าวตอนช่วงท้ายของข่าว เพราะพื้นที่ในสื่อโดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์มีอยู่อย่างจำกัด หากใจความสำคัญหรือรายละเอียดสำคัญอยู่ตอนต้นข่าวที่ถูกตัดจะยังคงเหลือความเข้าใจและมีเนื้อหาสาระสำคัญตามเดิม แม้จะมีบางส่วนถูกตัดออกไปรวมทั้งอาจมีการเรียบเรียงใหม่ให้มีเนื้อหาที่สั้นลงกว่าข่าวต้นฉบับที่องค์กรส่งมาให้

และประการสุดท้ายเพื่อให้สะดวกต่อการรับข่าวสาร สนองต่อความอยากรู้ของผู้รับสารได้ในเวลารวดเร็ว ทั้งบรรณาธิการหรือนักข่าว และผู้อ่าน สามารถรู้เรื่องตอนสำคัญหรือประเด็นสำคัญที่สุดของข่าวได้ทันที โดยไม่ต้องรออ่านจนกระทั่งจบย่อหน้าสุดท้ายของข่าวเสมอไป

2.2.9 ภาพข่าวประชาสัมพันธ์และการเขียนคำอธิบายภาพข่าวประชาสัมพันธ์

ภาพข่าวประชาสัมพันธ์ (Photo Release) หมายถึง ภาพหนึ่งภาพที่สื่อถึงเหตุการณ์หรือการกระทำที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์เชิงบวกขององค์กร เช่น ภาพการจัดกิจกรรมพิเศษ ภาพผู้บริหารมอบรางวัลแก่ผู้ชนะการประกวด หรือภาพการเซ็นสัญญาความร่วมมือ เป็นต้น โดยในแต่ละกิจกรรมอาจส่งภาพข่าวได้หลายลักษณะ หลายช่วงเหตุการณ์ (สุนิสา ประวิชัย, 2559)

ด้าน ญัฐา ฉางชูโต (2557) อธิบายภาพข่าวประชาสัมพันธ์ว่าเป็นการเผยแพร่ข่าวสารผ่านการใช้ภาพประกอบและคำบรรยายใต้ภาพ (Caption) เพื่อให้หนังสือพิมพ์ นิตยสารเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ ซึ่งการใช้ภาพข่าวประชาสัมพันธ์ส่งไปตามสื่อต่าง ๆ เนื่องจากภาพสามารถสื่อความหมายให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาสาระที่องค์กรต้องการนำเสนอได้เป็นอย่างดี ซึ่งภาพข่าวส่วนใหญ่จะเป็นภาพที่สื่อความรู้สึกในเชิงบวก

ส่วน นววรรณ ตันติเวชกุล (2560) ได้อธิบายภาพข่าวประชาสัมพันธ์คือการส่งข่าวโดยการจัดทำภาพข่าวให้หนังสือพิมพ์ตีพิมพ์ ภาพข่าวมีส่วนที่เป็นเนื้อหาข่าว (Content) และรูปภาพ (Picture) ที่เกี่ยวกับข่าวนั้น โดยจะมีคำอธิบายภาพ (Caption) ที่บอกรายละเอียดกำกับใต้ภาพว่าใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไมและอย่างไร เพื่อบอกเรื่องราวให้ผู้อ่านรับรู้และเข้าใจ

ประเภทของภาพข่าวประชาสัมพันธ์

การนำเสนอภาพข่าวประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 4 ประเภท (ญัฐา ฉางชูโต, 2557) คือ

- 1) ภาพข่าวบุคคล เป็นภาพข่าวที่มุ่งเน้นประชาสัมพันธ์บุคคลในข่าว โดยลักษณะของภาพจะเน้นที่ตัวบุคคลในข่าว เช่น ภาพนายกรัฐมนตรีมาร่วมเปิดงาน ภาพการได้รับรางวัลของบุคคล
- 2) ภาพข่าวกิจกรรม เป็นภาพข่าวที่มุ่งเน้นให้เห็นถึงกิจกรรมที่องค์กรเป็นผู้จัด มีเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้น จัดกิจกรรมอะไร บรรยากาศเป็นอย่างไร เช่น ภาพกิจกรรมการแถลงข่าว ภาพกิจกรรมกับลูกค้า ภาพการเปิดตัวสินค้าใหม่
- 3) ภาพข่าวสถานที่ เป็นภาพข่าวที่มุ่งเน้นให้เห็นถึงสถานที่ที่ต้องการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรู้จักและภาพลักษณ์ที่ดี เช่น ภาพข่าวเปิดอาคารเรียนใหม่ ภาพข่าวเปิดสาขาใหม่ของธนาคาร ภาพข่าวการก่อสร้างสำนักงานใหญ่

4) ภาพข่าวสินค้าและบริการ เป็นภาพข่าวที่มุ่งเน้นตัวสินค้าและบริการของตราสินค้าโดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า เพื่อหวังสร้างการรับรู้ โน้มน้าวชักจูงใจให้ลูกค้าเกิดพฤติกรรมการซื้อ

การเขียนคำอธิบายภาพข่าวประชาสัมพันธ์ มีแนวทางดังนี้ (พรรชา รอดอาตม์, 2559)

1) พาดหัวข่าวสั้น (Brief Headline) 2 - 3 พยางค์ ที่พอจะทำให้ผู้อ่านทราบว่าเป็นเรื่องราวกิจกรรมอะไร เช่น เถลิงฉลอง ขึ้นมีน เปิดงาน ลงนาม เป็นต้น

2) คำบรรยายประกอบภาพ หรือคำบรรยายใต้ภาพ (Caption) ซึ่งส่วนใหญ่จะขึ้นต้นด้วยบุคคล (Who) ซึ่งเป็นผู้จัดงาน จากนั้นจะเขียนถึงงานว่าเป็นงานอะไร (What) เช่น เถลิงฉลอง

แล้วเขียนอธิบายถึงทำไม (Why) ที่ต้องฉลอง แล้วจึงระบุสถานที่จัดงาน (Where) และเวลาจัดงาน (When) โดยจะเขียนในลักษณะ “วันก่อน” “เมื่อเร็ว ๆ นี้” หากเป็นภาพข่าวที่จัดงานเพื่อบอกกล่าวถึงกิจกรรมที่กำลังเกิดขึ้น สามารถเขียนระบุวันที่จะเกิดขึ้นได้ และจะมีความยาวทั้งหมดเพียง 3 - 4 บรรทัด

ด้าน สุนิสา ประวิชัย (2559) สรุปหลักเกณฑ์การเขียนคำอธิบายภาพข่าวประชาสัมพันธ์ คือ

1) เขียนให้สอดคล้องกับภาพโดยดูที่การกระทำ (Action) ของบุคคลในภาพเป็นหลัก โดยทั่วไปจะเขียนมุ่งตอบคำถามใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำอย่างไรและทำเพื่ออะไร ซึ่งอาจเลือกเขียนเฉพาะบางองค์ประกอบตามความเหมาะสม และมักจะไม่ใช่วันที่เนื่องจากเหตุการณ์ผ่านไปแล้ว และนักประชาสัมพันธ์ผู้เขียนไม่อาจทราบแน่นอนว่าภาพข่าวดังกล่าวจะได้รับการเผยแพร่เมื่อไรจึงนิยมใช้คำว่า “เมื่อเร็ว ๆ นี้”

2) เขียนให้สั้น กระชับ ซึ่งลักษณะการเขียนจะคล้ายกับความนำแบบสรุปความ โดยคำอธิบายภาพข่าวประชาสัมพันธ์ควรยาวเพียง 2 ประโยค หรือประมาณ 2 - 4 บรรทัด พิมพ์อยู่ในย่อหน้าเดียวกัน นอกจากนี้ ควรมีพาดหัวสั้น ๆ เพื่อบอกกล่าวให้ทราบทันทีว่าเป็นภาพข่าวเรื่องอะไร ทั้งนี้ควรมีชื่อองค์กรอยู่ในคำอธิบายภาพด้วยทุกครั้ง

3) ภาษาที่ใช้ต้องตรงไปตรงมา มุ่งให้เกิดความเข้าใจเป็นสำคัญและเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร ทั้งนี้ควรยึดหลักการใช้ภาพที่ชัดเจน สื่อความหมาย น่าสนใจและคำบรรยายภาพสั้น ๆ

นอกจากข่าวและภาพข่าวประชาสัมพันธ์ที่กล่าวมาแล้วข้างต้นยังมีรูปแบบการเขียนหรือข้อเขียนที่ถูกนำเสนอในหนังสือพิมพ์โดยทั่วไป เช่น บทความ บทสัมภาษณ์ สารคดี คอลัมน์ประจำ และสื่อกฎหมาย ซึ่งถือเป็นพื้นฐานของการเขียนเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ (Bivins, 1995 อ้างใน สุนิสา ประวิชัย, 2559 และวัฒน์ ภูวทิศ, 2554) โดยแต่ละรูปแบบมีรายละเอียดดังนี้

บทความ (Article)

วัฒน์ ภูวทิศ (2554) ให้ความหมายของบทความว่า เป็นข้อเขียนที่มีวัตถุประสงค์เสนอความคิดเห็นและแสดงทัศนคติส่วนตัวของผู้เขียนต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม ทั้งนี้เรื่องที่น่าสนใจเขียนอาจเคยปรากฏเป็นข่าวมาแล้ว ดังนั้นนอกจากผู้รับสารจะได้รับรู้ข้อเท็จจริงแล้ว ยังทราบความคิดเห็นของผู้เขียนต่อเรื่องดังกล่าวด้วย ผู้เขียนส่วนใหญ่จะเป็นกองบรรณาธิการหรือนักเขียนอิสระจากภายนอก และสามารถระบุได้ทั้งชื่อจริงหรือนามปากกาก็ได้

รุจ โกมลบุตร (2556) กล่าวว่า บทความคือข้อเขียนที่เน้นการแสดงความคิดเห็นของผู้เขียน โดยมีข้อมูลที่เป็นจริงข้อเท็จจริงมาสนับสนุนความคิดเห็นนั้น เพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้อ่านคล้อยตาม

รุ่งฤดี แผลงศร (2557) อธิบายว่า บทความเป็นงานเขียนที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อนำเสนอความคิดเห็น วิเคราะห์วิจารณ์ อธิบายหรือแนะนำ เหตุการณ์หรือข่าวที่กำลังเป็นที่สนใจในขณะนั้น โดย

อาศัยข้อเท็จจริงและหลักวิชาการในการถ่ายทอดให้ผู้ร่ำสารได้รับทราบ เพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจหรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

สุนิสา ประวิชัย (2559) ให้ความหมายเช่นเดียวกันที่ว่า บทความเป็นการเขียนความเรียงที่ประกอบด้วยความคิดเห็นของผู้เขียนและข้อมูลที่ใช้สนับสนุนความคิดเห็น บทความมีรายละเอียดที่เจาะลึกมากกว่าข่าว และเป็นงานเขียนที่ผู้เขียนแสดงความคิดเห็นส่วนตัวในนามขององค์กรจึงมักปรากฏชื่อของผู้เขียนหรือชื่อองค์กรอยู่ด้วยเสมอ และมีโครงสร้างเนื้อหา 4 ส่วน คือ ชื่อเรื่องที่บ่งบอกประเด็นสำคัญที่จะนำเสนอ เกริ่นนำ เนื้อเรื่องและบทสรุป

พรธชา รอดอาตม์ (2559) กล่าวว่า บทความประชาสัมพันธ์เป็นความเรียงที่เสนอสาระที่เป็นความจริง และมุ่งเสนอข้อคิดเห็นในลักษณะโน้มน้าวใจ ตลอดจนจุดยืน นโยบายและแนวทางปฏิบัติบนพื้นฐานของข้อมูล ข้อเท็จจริง มุ่งชักชวนหรือจูงใจที่จะสร้างหรือปรับเปลี่ยนทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่สัมพันธ์กับองค์กรทั้งในด้านภาพลักษณ์ของ สินค้าและบริการ บทสัมภาษณ์ (Interviews)

บทสัมภาษณ์เป็นการเขียนถ่ายทอดเรื่องราวขององค์กรโดยการสัมภาษณ์บุคคลสำคัญขององค์กรหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับองค์กร โดยบทสัมภาษณ์อาจมีวัตถุประสงค์ทั้งในเชิงให้ข้อมูลข่าวสารและในเชิงโน้มน้าวใจ ในบทสัมภาษณ์ส่วนใหญ่จะมีโครงสร้างเนื้อหา 4 ส่วน คล้ายกับบทความ คือ ชื่อเรื่อง เกริ่นนำ เนื้อหาการสัมภาษณ์และบทสรุป นอกจากนี้ยังมีภาพของบุคคลให้สัมภาษณ์เป็นส่วนประกอบของงานเขียนด้วย (สุนิสา ประวิชัย, 2559)

นภวรรณ ตันติเวชกุล (2560) กล่าวว่า บทสัมภาษณ์คือบทความที่นำข้อความที่ได้ให้สัมภาษณ์ของบุคคลมาเขียนและเผยแพร่ โดยคำสัมภาษณ์นั้นเป็นได้ทั้งข้อมูลเกี่ยวกับบุคคล เหตุการณ์โครงการ กิจกรรม หรือเป็นการให้รายละเอียดเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยต้องมีความน่าสนใจ ผู้เขียนสามารถสอดแทรกความคิดเห็นผนวกกับข้อความสัมภาษณ์ได้

บุษผา เมฆศรีทองคำ (2555) อธิบายถึงบทสัมภาษณ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Interview) ว่าเป็นการนำเอาข้อมูลหรือข้อเท็จจริงที่ได้จากการสัมภาษณ์บุคคลซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้หรือเชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ หรือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักและเป็นที่น่าสนใจของประชาชนทั่วไป มาเขียนเผยแพร่ให้ประชาชนได้รับรู้

สารคดี (Feature)

สารคดีเป็นเรื่องเล่าประเภทมุ่งให้สาระความรู้ และความเพลิดเพลินแก่ผู้อ่าน สาระสำคัญของสารคดีอยู่ที่การนำเสนอข้อเท็จจริง หากจะมีความคิดเห็นอยู่บ้างก็เป็นเพียงแค่ส่วนประกอบเท่านั้น โดยทั่วไปการเขียนในรูปแบบสารคดีมักจะมีคามพิถีพิถันในการเรียบเรียงและมีความละเอียดละไมในการใช้ถ้อยคำและภาษามากกว่ารูปแบบของบทความ (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2557)

วัฒน์ ภูวทิศ (2554) อธิบายว่า สารคดี คือ ข้อเขียนที่มุ่งให้ความรู้เป็นหลัก พร้อมสอดแทรกความบันเทิงประกอบเข้าไปด้วย เรื่องที่นำมาเขียนมีความหลากหลาย อาจเป็นบุคคล เหตุการณ์ หรือสถานที่ จึงไม่ล้าสมัย ไม่มุ่งเน้นเสนอความคิดเห็นเหมือนบทความ และผู้เขียนสามารถนำเทคนิคการเขียนแบบบันเทิงคดีมาช่วยให้สารคดีมีสีสัน มีชีวิตชีวาและน่าสนใจยิ่งขึ้นได้

สุนิสา ประวิชัย (2559) ระบุว่า สารคดีเป็นการเขียนเพื่อให้สาระความรู้เรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างละเอียดลึกซึ้ง ด้วยวิธีการเขียนในเชิงบรรยายพรรณนา ร้อยเรียงต่อกันอย่างราบรื่น และใช้เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อให้ผู้อ่านเกิดจินตนาการและได้อรรถรส ที่สำคัญสารคดีจะใช้พื้นที่มากกว่าข่าวเช่นเดียวกับบทความ

แม้ว่าสารคดีจะเป็นการนำเสนอข้อเท็จจริงที่น่าสนใจเช่นเดียวกับรูปแบบของข่าว แต่ต่างกันที่สารคดีจุดประสงค์ในการนำเสนอเพื่อสร้างความรื่นรมย์แก่ผู้รับสารจากภาษาที่ใช้ วิธีการนำเสนอ และตัวเนื้อหา ทั้งยังมีความเป็นอัตวิสัยและมีความทันสมัยรวมอยู่ด้วย (รุจ โคมลบุตร, 2556)

โดยทั่วไปหนังสือพิมพ์จะนำเสนอใน 2 ลักษณะ ได้แก่ สารคดีเชิงข่าวที่อธิบายเบื้องหลังข่าว ให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่เป็นข่าว และสารคดีทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยว ชีวประวัติของบุคคล สัตว์เลี้ยงและสารคดีในโอกาสพิเศษต่าง ๆ (มาลี บุญศิริพันธ์, 2556)

คอลัมน์ประจำ (Personal Column)

คอลัมน์ประจำเป็นข้อเขียนที่แสดงความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนที่มีความชำนาญในสาขาต่าง ๆ ต่อเรื่องราวที่เกิดขึ้น ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม การศึกษา การต่างประเทศ ปัญหาสังคม ดนตรี ศิลปะ หนังสือ เป็นต้น สามารถระบุได้ทั้งชื่อจริงหรือนามปากกาเพื่อนำเสนอเป็นประจำ เช่น ทุกวัน ทุกสัปดาห์ ทุกเดือน เป็นต้น โดยจะอยู่ในเนื้อที่เฉพาะ (Installment) และมักจะมีชื่อคอลัมน์วางอยู่ด้วย (วัฒน์ ภูวทิศ, 2554)

สcoop (Scoop) หรือสcoopข่าว

นักวิชาการและนักวิชาชีพได้อธิบายคำว่า สcoopข่าว ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมจากสัมภาษณ์บางส่วน ดังนี้

พรเทพ อินพรหม (การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 มีนาคม 2561) ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ข่าวสด ให้ความหมายว่า “สcoopข่าวมีลักษณะคล้ายกับข่าวทั่วไป แต่มีประเด็นเนื้อหาที่เชิงเจาะลึกส่วนใหญ่ เป็นประเด็นที่ต่อยอดมาจากข่าว ซึ่งนักข่าวนักหนังสือพิมพ์ หรือบรรณาธิการข่าวเห็นความสำคัญและหยิบยกขึ้นมาทำเป็นสcoop เพื่อสื่อสารและทำให้ผู้รับสารเห็นมุมมอง เห็นมิติในหลายระดับของเรื่องราว เหตุการณ์ในข่าว ซึ่งมีคุณค่าข่าวและเป็นประโยชน์ต่อสังคม การเขียนสcoopข่าวนั้นต้องใช้แหล่งข่าวหรือการอ้างอิงต่าง ๆ มากกว่าข่าวทั่วไป สcoopข่าวส่วนใหญ่จึงมีความลุ่มลึก รอบด้าน

ชัดเจนต่อประเด็นใดประเด็นหนึ่งที่เกิดขึ้น ส่วนการลงชื่อผู้เขียนหรือผู้รายงานนั้น มีทั้งชื่อจริง นามแฝงหรือนามปากกา และบางครั้งอาจไม่ลงชื่อก็สามารถทำได้ด้วยเช่นกัน”

ณัฐชา กิริติกัจกร (การสื่อสารส่วนบุคคล, 5 มกราคม 2561) นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ หัวหน้าฝ่ายผลิตและเผยแพร่ กองประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ให้ความเห็นว่า “สื่ूप คือ รูปแบบการสื่อข่าวหรือการรายงานข่าวที่ให้รายละเอียดหรือขยายความมากกว่าข่าวทั่วไป มีการนำเสนอในลักษณะของการเล่าเรื่องอย่างมีลำดับ มีการใช้ภาพประกอบ หากเป็นงานทางสื่อโทรทัศน์อาจใช้คลิปเสียงร่วมด้วย เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความชัดเจน สนใจและติดตามต่อจนจบ แม้ว่าสื่ूपจะคล้ายกับรูปแบบของสารคดีและบทความ แต่ข้อสังเกตอย่างหนึ่งคือ สื่ूपจะใช้การสัมภาษณ์ที่ชัดเจนทั้งการสัมภาษณ์บุคคล หรือสัมภาษณ์ในนามองค์กรเกี่ยวกับความคิดเห็นประเด็นใดประเด็นหนึ่ง เพื่อให้เกิดความสมดุลต่อการนำเสนอสู่สาธารณชน”

ชลธิชา ศรีอุบล (การสื่อสารส่วนบุคคล, 12 มกราคม 2561) นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ ฝ่ายข่าว กองประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ให้ความเห็นว่า “การทำข่าวด้วยรูปแบบของสื่ूपข่าวในงานประชาสัมพันธ์เป็นการนำเสนอข้อเท็จจริง เหตุการณ์ข่าว เรื่องราวหรือกิจกรรมต่าง ๆ โดยเนื้อหานั้นได้มาจากการสัมภาษณ์แหล่งข่าวที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสื่ूपข่าวนั้นจะสัมภาษณ์เพียงบุคคลเดียวหรือหลายบุคคลร่วมกัน แล้วเรียบเรียงด้วยภาษาเชิงทางการ มีการใช้ภาพประกอบร่วมด้วยเพื่อให้เกิดความกระชับ และเป็นหลักฐานในเชิงประจักษ์ต่อสิ่งนั้น ๆ เพื่อความสมบูรณ์ของเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ต่อไป”

ธรรมยุทธ์ จันทร์ทิพย์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 28 มีนาคม 2561) อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ อธิบายว่า “สื่ूपข่าวหรือรายงานพิเศษ เป็นรูปแบบหนึ่งของการเขียนประเภทหนึ่งที่มีรายงานเหตุการณ์ข่าว มีลักษณะที่มากกว่าข่าวโดยทั่วไปที่บอกรายละเอียดเพียงแค่ 5W1H และใช้การนำเสนอที่เจาะลึกถึงต้นตอของปัญหา ที่มาสาเหตุ อธิบายรายละเอียดของผู้เกี่ยวข้องในประเด็นนั้น ๆ จนนำไปสู่ทางออกหรือแนวทางใดแนวทางหนึ่ง รวมถึงเหตุการณ์ล่าสุดในกรณีที่ยังไม่สิ้นสุด ใช้ภาษาข่าวในการนำเสนอ ใช้แหล่งข่าวที่รอบด้าน รวมถึงใช้การอ้างอิงข้อมูลที่เป็นตัวเลข สถิติ และใช้ภาพประกอบทั้งภาพประมวลเหตุการณ์ ภาพถ่ายและอินโฟกราฟิก เพื่อให้ผู้รับสารติดตามอ่านจนจบเรื่องโดยไม่น่าเบื่อ เนื่องจากข้อเขียนที่เป็นสื่ूपมีความยาวมากกว่าข่าวทั่วไป”

กิจชัย ชัยนาคอนันต์ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 28 มีนาคม 2561) อาจารย์ประจำภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เสนอว่า “สื่ूपข่าว คือ รูปแบบการรายงานพิเศษที่แตกต่างจากรูปแบบของข่าว มีการนำเสนอที่ให้รายละเอียดที่มากกว่าข่าว มีคำสัมภาษณ์ของบุคคลที่เกี่ยวข้องในประเด็นนั้น ๆ มีภาพประกอบ รวมถึงมีการนำเสนอในบริบทที่เกี่ยวข้อง การนำเสนอสื่ूपข่าวนั้นพบได้ทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่ ในปัจจุบันสื่ूपข่าวถูกปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอ

ให้สอดคล้องกับพื้นที่การจัดวางของโฆษณา พฤติกรรมของผู้รับสาร รวมถึงคุณลักษณะของสื่อที่นำเสนอ”

ดังนั้น จากที่กล่าวมาในแนวคิดรูปแบบการเขียนหรือข้อเขียนในหนังสือพิมพ์โดยทั่วไป ผู้วิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่ารูปแบบการนำเสนอข่าวในหนังสือพิมพ์ หมายถึง รูปแบบงานข่าวต่าง ๆ ในหน้าหนังสือพิมพ์ ที่แบ่งออกเป็น 7 รูปแบบ คือ ข่าวภาพข่าว บทความ บทสัมภาษณ์ สารคดีคอลัมน์ประจำและสื่อบทข่าวโดยแต่ละรูปแบบมีความแตกต่างกันทั้งในด้านวัตถุประสงค์ เนื้อหา โครงการสร้างการเขียนและการใช้ภาษา

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนสัมพันธ์

2.3.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ ในภาษาอังกฤษใช้คำว่า Public Relations โดย Public แปลว่า ประชา หมายถึง ประชาชน และ Relations แปลว่า สัมพันธ์ คือ ความสัมพันธ์ ความเกี่ยวข้องหรือความผูกพัน ส่วนพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2554) ให้ความหมายการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน

จากอดีตถึงปัจจุบัน นักวิชาการและนักวิชาชีพได้เห็นนิยามของการประชาสัมพันธ์ไว้มากมาย ซึ่งอาจมีรายละเอียดแตกต่างกันตามเวลาและบริบทการสื่อสาร แต่สาระสำคัญที่คล้ายคลึงกัน ดังเช่น

วิรัช ฤทธิรัตนกุล (2553) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ คือการดำเนินงานที่เอื้ออำนวยประโยชน์แก่สาธารณชน ทั้งในด้านข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมสร้างสรรค์ ในรูปแบบของการสร้างและรักษาความสัมพันธ์รวมทั้งความนิยมให้เกิดขึ้นแก่ตัวองค์กรหรือบุคคล ตลอดจนให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาสาธารณชน

สุนิสา ประวิชัย (2559) ได้ให้ความเห็นว่า การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการจัดการด้านการสื่อสารที่มีการวางแผนอย่างรอบคอบ เพื่อสร้างและรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์ที่ดี สนับสนุนความร่วมมือกันระหว่างองค์กรและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องบนพื้นฐานของผลประโยชน์และความพอใจร่วมกันทั้งสองฝ่าย คล้ายคลึงกับ ญัฐา ฉางชูโต (2557) ที่เห็นว่าการประชาสัมพันธ์ คือการสื่อสารที่นำมาใช้สร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดขึ้นระหว่างองค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมุ่งหวังให้เกิดความร่วมมือและความสัมพันธ์ที่ยั่งยืน ซึ่งการประชาสัมพันธ์มีบทบาทในการสร้างภาพลักษณ์ สร้างบรรยากาศ และความพึงพอใจ สร้างความน่าเชื่อถือ และยังให้ความรู้ นโยบายหรือข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ทั้งยังสร้างมูลค่าเพิ่มเมื่อมีข้อมูลข่าวสารจำนวนมาก และที่สำคัญยังมีบทบาทในการขจัดปัดเป่าความเข้าใจที่จะเกิดขึ้นกับองค์กร

ชินจิตต์ แจ้งเจนกิจ (2556) อธิบายคำว่า ประชาสัมพันธ์ซึ่งมีความหมายใกล้เคียงกับที่กล่าวไปข้างต้นว่าการประชาสัมพันธ์มักจะถูกนำมาใช้เพื่อสื่อสารสร้างความเข้าใจอันดีกับกลุ่มเป้าหมายที่

ไม่ได้มีเพียงเฉพาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจองค์กรทั้งหมด

ในอีกด้านหนึ่งมีการให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์โดยเน้นไปที่การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร เช่น อรุณรัตน์ ชินวรรณ (2553) อธิบายว่า การประชาสัมพันธ์คือกระบวนการในการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารขององค์กรเพื่อให้เกิดการสื่อสารที่ดี เป็นที่รับรู้ของผู้คนภายในและภายนอกองค์กร ได้เข้าใจถึงภารกิจขององค์กร ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีและเกิดความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงาน องค์กร สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี นำมาซึ่งความร่วมมือสนับสนุนและในที่สุดองค์กรก็จะประสบความสำเร็จ

จากความหมายข้างต้นพอสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ กระบวนการบริหารจัดการด้านการสื่อสาร เพื่อสร้างความเข้าใจ ความสัมพันธ์ ภาพลักษณ์และความร่วมมือสนับสนุนระหว่างหน่วยงาน องค์กร สถาบันและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในงานวิจัยนี้จะมุ่งไปที่การประชาสัมพันธ์ในลักษณะการเผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่ปรากฏในรูปแบบของข่าวหรือเรื่องราวในสื่อหนังสือพิมพ์ไปสู่สาธารณชนเป้าหมาย

2.3.2 บทบาทของการประชาสัมพันธ์ในงานด้านการศึกษา

งานด้านประชาสัมพันธ์ครอบคลุมภารกิจหลัก คือ การติดตามสถานการณ์แวดล้อมเพื่อให้ทราบความเป็นไปในสังคม ตรวจสอบกระแสประชามติที่มีต่อองค์กร เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ วางแผนกำหนดทิศทางการดำเนินงานที่เหมาะสม และการสื่อสารเรื่องราวข่าวสาร ความคิดเห็นและข้อเท็จจริงขององค์กรไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเพื่อการบอกกล่าว ชี้แจงให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง เสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและหวังผลให้เกิดความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง (สุนิสา ประวิชัย, 2559) ซึ่งการประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญในงานด้านการศึกษา ดังนี้ (รุ่งนภา พิตรปรีชา, 2560)

- 1) บทบาทในการเพิ่มการรับรู้ด้านการศึกษา ทำให้ประชาชนมีข้อมูลความรู้มากขึ้นเกี่ยวกับการศึกษาในด้านต่าง ๆ ความจำเป็นความสำคัญที่ต้องส่งบุตรหลานเข้ารับการศึกษา การบริหารงานของรัฐ รวมถึงจัดข้อสงสัย ข่าวลือ ข้อข้องใจต่าง ๆ ให้หมดไป
- 2) บทบาทในการรณรงค์ให้สาธารณชนให้ความสำคัญและสนับสนุนในด้านการศึกษาหรือสถาบันการศึกษา เพื่อให้มีงบประมาณในการพัฒนาระบบการศึกษาในด้านต่าง ๆ ให้มีความก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น
- 3) บทบาทในการสร้างการยอมรับและความร่วมมือจากสาธารณชน ในกรณีที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับระบบการศึกษา
- 4) บทบาทในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ฉันทมิตรกับสื่อมวลชนทั้งในระดับบรรณาธิการข่าวและผู้สื่อข่าว

5) บทบาทในการสื่อสารในภาวะวิกฤตและการฟื้นฟูองค์การหลังการเกิดวิกฤตการณ์เพื่อเรียกความเชื่อมั่น

2.3.3 กระบวนการดำเนินงานของการประชาสัมพันธ์

กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน (ณัฐา ฉางชูโต, 2557) คือ ขั้นการวิจัย (Research) ซึ่งอาจจะเป็นการวิจัยแบบเป็นทางการ และไม่เป็นทางการกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้สามารถศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงาน ข้อมูลทางการตลาด ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับองค์กร จากนั้นจึงระบุสิ่งที่องค์กรต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์

ขั้นการวางแผน (Planning) เป็นเหมือนหัวใจของการดำเนินงาน เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นงานละเอียดอ่อน ต้องมีการประสานงานและมีหลายบุคคลเกี่ยวข้องหลายฝ่าย การวางแผนล่วงหน้าจึงเป็นสิ่งจำเป็นในขั้นการวางแผน ประกอบด้วยการตั้งเป้าหมายของแผนที่สัมพันธ์กับภารกิจองค์กร การวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน การกำหนดวัตถุประสงค์ของแผน การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดประเด็นหลักในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ การกำหนดช่วงเวลางบประมาณและการประเมินผล

ขั้นการปฏิบัติตามแผนและการสื่อสาร (Action and Communication) เป็นขั้นตอนของการสื่อสารตามแผนประชาสัมพันธ์ที่วางไว้ โดยในการปฏิบัติตามแผนและการสื่อสารต้องมีความเข้าใจในนโยบายขององค์กร วัตถุประสงค์และเป้าหมายของแผน รวมทั้งต้องมีความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายเพื่อที่จะสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายและดำเนินการประชาสัมพันธ์ตามแผนได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ

สุดท้ายคือขั้นการประเมินผล (Evaluation) เป็นการวัดการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ว่าบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้หรือไม่ ซึ่งการประเมินผลสามารถประเมินได้ 3 ประเภท ได้แก่ ก่อนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ประเมินการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และประเมินผลกระทบจากการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

ในการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ องค์กรควรดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากงานประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ต้องทำอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถนำผลการประเมินที่ได้รับมาพิจารณาปรับปรุงและติดตามผล ที่สำคัญควรนำข้อมูลดังกล่าวมาแบ่งปันให้กับแผนกหรือฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องนำไปใช้เพื่อปรับปรุงและพัฒนา รวมทั้งนำไปวางแผนการสื่อสารประชาสัมพันธ์ขององค์กรให้มีประสิทธิภาพต่อไป

2.3.4 การเผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์

ณัฐา ฉางชูโต (2557) กล่าวว่า สื่อมวลชนถือเป็นกลุ่มเป้าหมายภายนอก (External Public Relations) ที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กร เพราะมีอิทธิพลในการให้ข้อมูลข่าวสารขององค์กรไป

ยังกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ดังนั้นการประชาสัมพันธ์สามารถใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับองค์กร ใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อกลางในการแก้ไขปัญหาความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้น รวมทั้งเนื้อหาที่สื่อมวลชนนำเสนอ และสามารถนำมาเป็นข้อมูลเพื่อการบริหารประเด็นให้กับผู้บริหารองค์กรได้

สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Media Relations) เป็นเครื่องมือหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ที่มุ่งหวังอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่หรือกระจายข้อมูลข่าวสารขององค์กรไปสู่กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ โดยที่องค์กรนั้นไม่ต้องจ่ายเงินค่าเวลา หรือซื้อเนื้อที่โฆษณา รวมทั้งสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการสร้างผลกระทบให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์จึงให้ความสำคัญและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นการอำนวยความสะดวกกับสื่อในด้านการทำข่าว การแสดงความยินดีกับสื่อในโอกาสต่าง ๆ หรือการให้การสนับสนุนกิจกรรมของสื่อมวลชน

งานสื่อมวลชนสัมพันธ์ เป็นงานที่ทำทนายเพื่อทำให้ประเด็นข่าวสารขององค์กรเป็นที่น่าสนใจต่อสื่อมวลชนและผู้อ่านของสื่อเหล่านั้นนักประชาสัมพันธ์จะต้องสร้างสมดุลของเนื้อหาทางธุรกิจหรือข่าวสารองค์กรกับความสนใจใคร่รู้ของผู้อ่านหรือกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนความเห็นของสาธารณชน เพราะจะทำให้สื่อมวลชนสามารถยอมรับในข่าวสารที่นักประชาสัมพันธ์ส่งไปได้และเนื้อหาเหล่านั้นจะได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ (รุ่งนภา พิตรปรีชา, 2560)

การต้องพึ่งพาสื่อมวลชนทำให้นักประชาสัมพันธ์ต้องเลือกและนำเสนอข้อมูลที่สอดคล้องกับมาตรฐานการทำงานของสื่อมวลชนหรือผู้สื่อข่าวตามต้นสังกัด ขณะที่ผู้สื่อข่าวเองก็ได้รับข้อมูลขององค์กรจากนักประชาสัมพันธ์ ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่างนักประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนจึงเป็นแบบพึ่งพาซึ่งกันและกัน (Mutual Dependency) (ณัฐชฎา วิจิตรจามรี, 2559)

นอกจากสื่อมวลชนสัมพันธ์ เครื่องมือทางการประชาสัมพันธ์อีกเครื่องมือหนึ่งที่นิยมใช้ คือ การเผยแพร่ข่าวสาร (Publicity) หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสาร ตราสินค้า รวมทั้งเรื่องราวต่าง ๆ ที่องค์กรต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการเผยแพร่ข่าวสารตามหลักการประชาสัมพันธ์จะเป็นการนำข้อมูลข่าวสารเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนในลักษณะขอความร่วมมือโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแต่การประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน อาจต้องมีการเผยแพร่ข่าวสารทั้งแบบที่ไม่ต้องซื้อสื่อ (Free Media) และที่ต้องซื้อสื่อ (Paid Media) เพื่อให้การเผยแพร่ข่าวสารสามารถควบคุมเนื้อหา ควบคุมเวลา และควบคุมหน้าหรือรายการกับกลุ่มเป้าหมาย (ณัฐา ฉางชูโต, 2557)

ณัฐา ฉางชูโต (2557) ได้สรุปการเผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า หลักสำคัญในการการเผยแพร่ข่าวสารคือการจัดเตรียมเนื้อหาที่ต้องการประชาสัมพันธ์และนำไปเผยแพร่อย่างเหมาะสม ภายใต้การวิเคราะห์ความต้องการของสื่อมวลชน นำเสนอประเด็นที่เป็นประโยชน์ภายใต้กรอบวัฒนธรรมและบริบททางสังคม ตลอดจนคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากเผยแพร่ข่าวสาร

ขณะเดียวกัน จะต้องมีการติดตามผลการดำเนินงานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าวสาร (ณัฐชุตา วิจิตรจามรี, 2559)

จากข้อความที่อธิบายข้างต้น ทำให้พอสรุปได้ว่า การเผยแพร่ข่าวสารการประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนสัมพันธ์ สามารถใช้เป็นแนวทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารองค์กร เพื่อให้ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชน และควรคำนึงถึงประโยชน์ร่วมกัน ทั้งในส่วนขององค์กรหรือนักประชาสัมพันธ์ สื่อมวลชน รวมถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นระเบียบวิธีการวิจัยที่เหมาะสมกับการศึกษาวิจัยเนื้อหาข่าวสาร (Message) ในกระบวนการสื่อสาร ซึ่งเป็นวิธีการที่ได้รับความสนใจและใช้แพร่หลายในการวิจัยสื่อสาร โดยผลการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ปรับปรุงพัฒนา สร้างสรรค์เนื้อหาสารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (ประทุม ฤกษ์กลาง, 2554)

กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย (2560) กล่าวว่า การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นวิธีการวิจัยหนึ่งที่น่าสนใจใช้ประโยชน์ได้มากในการวิจัยทางการสื่อสาร และเป็นเทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้การบรรยายเนื้อหาจากข้อความหรือเอกสารทางการสื่อสาร โดยมีการดำเนินการอย่างเป็นระบบ อิงกรอบแนวคิดทฤษฎี มีความเป็นทฤษฎี

ด้าน ภัทรภร จารุทธิธัญสกุล (2548) อธิบายว่า การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นเทคนิคการวิจัยเพื่อพรรณนาเนื้อหาของสื่อสารที่เป็นที่ประจักษ์ หรือปรากฏชัด สามารถสังเกตเห็นได้ หรือได้มีการบันทึกไว้ โดยวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์ที่เป็นแบบแผนเดียวกันอย่างเป็นระบบ ตามขั้นตอนต่าง ๆ โดยคำนึงถึงความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรงของข้อมูล

ส่วน ปารีชาติ สถาปิตานนท์ (2549) ให้ความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหาว่า เป็นระเบียบวิธีวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสาร โดยมุ่งเน้นการค้นหาคำสรุปและการตีความเกี่ยวกับคุณลักษณะต่าง ๆ ของสาร ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร บริบทในการสื่อสาร ผลการสื่อสาร พฤติกรรมทางสังคมที่สะท้อนผ่านสาร ตลอดจนเพื่อทดสอบสมมติฐานต่าง ๆ ที่กล่าวไว้ในทฤษฎี

ขณะที่ พชณี เขยจรยา (2558) ได้เห็นความเห็นว่า การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นเทคนิควิธีการวิจัยที่สามารถศึกษาทั้งในลักษณะการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ในมิติเชิงปริมาณของงานทางด้านนิเทศศาสตร์ได้นำวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาอธิบายประเภทและคุณลักษณะของตัวสารที่ปรากฏในการนำเสนอของสื่อต่าง ๆ

รชงพร โกมลเสวิน (2558) ได้สรุปความหมายการวิเคราะห์เนื้อหาว่าเป็นการวิเคราะห์สารในข้อมูลต่าง ๆ เป็นแบบแผนการวิจัยที่เหมาะสมสำหรับการศึกษาเอกสารที่ผลิตออกมา มีทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กระบวนการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณ จะประกอบด้วยการคัดเลือกสาร

การกำหนดหน่วยการวิเคราะห์ การสร้างกลุ่มเนื้อหา การจำแนกเนื้อหาเข้ากลุ่ม และการวิเคราะห์ข้อมูล

วัฒน์ ภูวทิศ (2550) กล่าวว่า การวิจัยเชิงวิเคราะห์เนื้อหาเป็นการวิจัยโดยการวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสารที่มีอยู่ต่าง ๆ เช่น จากข่าว บทความ คอลัมน์ประจำ ภาพข่าว ในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร หรือเนื้อหาในรายการวิทยุ หรือภาพยนตร์ต่าง ๆ รวมถึงฐานข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งจะเน้นการเก็บข้อมูลจากบันทึกเอกสารไม่ใช่จากตัวบุคคล มีการกำหนดประชากรเป้าหมาย ซึ่งในที่นี้ประชากรคือ เนื้อหาในเรื่องนั้น ๆ และประเด็นสำคัญของการวิเคราะห์เนื้อหา คือการจำแนกเนื้อหา (Categorization) อย่างเป็นระบบ

การวิเคราะห์เนื้อหามีองค์ประกอบสำคัญ 3 ส่วน (Holsti, 1969 อ้างใน นิศา ชูโต, 2551) คือ ความเป็นปรนัย (Objectivity) ความเป็นระบบ (Systematic) ระเบียบแบบแผน เป็นวิธีวิจัยวิทยา องค์ประกอบถัดมาคือ เครื่องมือที่เก็บข้อมูลเป็นปรนัย เชื่อถือได้ (Reliability) กล่าวคือมีเกณฑ์ในการวิเคราะห์เมื่อผู้วิจัยนำเครื่องมือไปใช้ในสภาพต่างกัน ผลที่ได้จะคล้ายคลึงกันหรือได้สิ่งเดียวกัน และองค์ประกอบสุดท้ายคือมีการแสดงปริมาณตัวเลข ตลอดจนแสดงผลด้านคุณภาพ กล่าวคือมีความตรงตามธรรมชาติของสาร

2.4.1 วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาสามารถสรุปเป็นขั้นตอนในการวิเคราะห์เนื้อหาได้ดังนี้ (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2549 และพัชนี เขยจรรยา, 2558)

1) การกำหนดปัญหามาการวิจัย หรือคำถามนำวิจัย เป็นการระบุประเด็นปัญหาที่นักวิจัยสงสัย และมุ่งค้นหาคำตอบ โดยปัญหามาการวิจัยที่เลือกใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับสารและคุณลักษณะของสารความสัมพันธ์ระหว่างตัวสารกับผู้ส่งสาร สภาพเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เป็นต้น

2) การนิยามประชากรในการวิจัยและการสุ่มตัวอย่าง โดยทั่วไปประชากรมักประกอบด้วยข้อมูล ข่าวสารที่เกี่ยวกับหัวข้อที่นักวิจัยต้องการศึกษา การนิยามประชากรต้องมีความชัดเจน เพื่อให้ทราบถึงขอบเขตในการวิจัยและขอบเขตในการอ้างอิงผลการวิจัย

ผู้วิจัยต้องกำหนดขอบเขตให้ครอบคลุมประชากรที่ต้องการวิเคราะห์ ซึ่งจำแนกตามประเภทสื่อที่เผยแพร่เนื้อหาได้เป็น 9 ประเภท คือ เนื้อหาจากสื่อบุคคล เนื้อหาจากหนังสือ เนื้อหาจากหนังสือพิมพ์ เนื้อหาจากนิตยสาร เนื้อหาจากรายการวิทยุ เนื้อหาจากภาพยนตร์ เนื้อหาจากรายการโทรทัศน์ เนื้อหาจากสื่อออนไลน์ และเนื้อหาจากสื่อพื้นบ้าน

และนักวิจัยสามารถเลือกสุ่มบางหน่วยของประชากรมาใช้ในการศึกษาได้ ด้วยการสุ่มตัวอย่างเพื่อเลือกเนื้อหาที่สนใจศึกษาจำนวนหนึ่ง จากช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยยึดหลักในการเปิด

โอกาสให้ทุกหน่วยของประชากร มีโอกาสเป็นตัวแทน (Representative Sample) ได้อย่างเท่าเทียม เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อสรุปและสามารถนำไปใช้อ้างอิงกลุ่มประชากรทั้งหมดได้ตรง (Validity) ต่อไป

3) การกำหนดหน่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยนักวิจัยอาจกำหนดหน่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลตั้งแต่ 2 หน่วยขึ้นไป และการเลือกหน่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ จำเป็นต้องสอดคล้องกับคำถามนำการวิจัยหรือสมมติฐานที่ต้องการทดสอบด้วย

หน่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ คุณลักษณะของเนื้อหาที่จะใช้ในการศึกษาวิจัย ซึ่ง Barelson (1952 อ้างใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2549) ได้อธิบายแนวทางในกำหนดหน่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ

- (1) คำหรือสัญลักษณ์ (Word/ Symbol) เป็นหน่วยในการวิเคราะห์ที่เล็กที่สุด ซึ่งเป็นในรูปของชื่อบุคคล ชื่อสถานที่ คำศัพท์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่นักวิจัยต้องการศึกษา
- (2) แนวคิดหลัก (Theme) ที่ประกอบด้วยความคิด แนวคิด ประเด็นหลักที่ครอบคลุมความหมายรวมทั้งหมดของสาร
- (3) คุณลักษณะ (Character) เป็นการกำหนดคุณลักษณะที่ปรากฏอยู่ในสาร
- (4) ระยะเวลาและพื้นที่ (Time and Space) เช่น ระยะเวลาในการออกอากาศ ช่วงเวลาที่ออกอากาศ หรือขนาดของภาพที่ปรากฏ ปริมาณคอลัมน์นี้ที่ปรากฏในเรื่องหรือหมายเลขหน้าที่ปรากฏ
- (5) ประเภทชิ้นงาน (Item) เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาตามประเภทชิ้นงาน เช่น ข่าว บทความ รายการโทรทัศน์ ฯลฯ

นอกจากนี้ แนวทางในการจัดหน่วยสำหรับการวิเคราะห์ก็ยังแบ่งได้ 6 แนวทาง (พรทิพย์ ดีสมโชค, 2557 อ้างใน พัทธนี เขยจรรยา, 2558) คือ

- (1) คำหรือสัญลักษณ์ เป็นหน่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลระดับที่เล็กที่สุด เช่น ชื่อบุคคล ชื่อสถานที่ คำศัพท์ต่าง ๆ
- (2) ประโยค เป็นประโยคที่บรรจุเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อาจจะรวมประโยคย่อย ๆ หลายประโยคเข้าด้วยกันเป็นข้อความ
- (3) รายการหรือเรื่องราวทั้งหมด หมายถึง ผลงานที่ผลิตเพื่อการเผยแพร่ เช่น ข่าว บทบรรณาธิการ บทความ เป็นต้น
- (4) เนื้อที่และเวลา เป็นหน่วยในการวิเคราะห์ทางกายภาพของงานสื่อสาร เช่น คอลัมน์ จำนวนหรือความยาวของบรรทัด เนื้อหาในแต่ละย่อหน้า เป็นต้น
- (5) บุคคลที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา ผู้วิจัยอาจสร้างหน่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลได้จากบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาได้ด้วยเช่นกัน

(6) สภาวะแวดล้อม เป็นหน่วยในการวิเคราะห์ที่ใหญ่ที่สุด นิยมใช้ในกรณีที่ไม่สามารถแยกเป็นหน่วยในการวิเคราะห์ย่อยได้ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม เป็นต้น

4) การสร้างเครื่องมือในการจำแนกประเภทเนื้อหาเช่น แผ่นวิเคราะห์ข้อมูล (Tally Sheet) แบบวิเคราะห์เนื้อหา (Coding Sheet) ซึ่งจะช่วยให้ผู้วิเคราะห์สามารถแยกแยะหน่วยในการวิเคราะห์เหล่านั้นออกเป็นประเภท หรือเป็นกลุ่มอย่างมีความชัดเจน โดยจะต้องอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎี สมมติฐาน การให้นิยามศัพท์และสภาพการณ์จริงของข้อมูล และเครื่องมือเหล่านั้นจะต้องมีความเฉพาะและครอบคลุมลักษณะเนื้อหาที่นำมาวิเคราะห์

5) การกำหนดเกณฑ์ในการลงรหัสเพื่อให้ นักวิจัยสามารถค้นหาหน่วยในการวิเคราะห์ที่ปรากฏในสารได้อย่างสะดวก ถูกต้องและตรงกันโดยนักวิจัยอาจกำหนดเกณฑ์ในการลงรหัสหรือนับข้อมูลในระบบ เช่น การนับในระดับนามบัญญัติ การนับในระดับเรียงลำดับ การนับในระดับอันตราย และ การนับในระดับอัตราส่วน

6) การตรวจสอบความเที่ยงและความตรงของข้อมูล การวิเคราะห์เนื้อหาจะมีความเที่ยงตรงสูงนั้น ส่วนหนึ่งอยู่ที่ผู้ลงรหัส หากผู้ลงรหัสทุกคนวิเคราะห์แยกแยะและตีความข้อมูลขึ้นเดียวกันไปในทิศทางเดียวกัน แยกแยะและจัดข้อมูลในประเภทเดียวกัน ข้อมูลดังกล่าวจะมีความเที่ยงสูง

ส่วนความตรงของข้อมูลนั้น ส่วนหนึ่งเกี่ยวข้องกับหน่วยในการวิเคราะห์ การจัดประเภทของข้อมูล และระบบที่ใช้ในการลงรหัส หากนักวิจัยนิยามศัพท์ได้ชัดเจน สร้างเครื่องมือในการวิเคราะห์ได้ตรง ชัดเจน สะท้อนหลักการใช้เชิงทฤษฎี และครอบคลุมสภาพความจริงในสังคม การดำเนินการดังกล่าวสามารถช่วยเพิ่มความตรงของข้อมูลได้ ความตรงของข้อมูลยังเพิ่มขึ้น หากนักวิจัยเลือกตัวอย่างในการวิจัยที่เป็นตัวแทนของประชากรได้

7) การรวบรวมข้อมูล เป็นขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูลดิบ ด้วยการสังเกตตัวสารจากการอ่าน ชมหรือฟังจากนั้นทำการบันทึกลงในแบบวิเคราะห์เนื้อหา จนครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ โดยเน้นการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่ปรากฏ

8) การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อความในเอกสารที่รวบรวมได้ จะถูกนำมาวิเคราะห์แล้วแบ่งไว้เป็นประเภท (Categories) โดยการวิเคราะห์นั้นต้องคำนึงถึงบริบท หรือสภาพแวดล้อมประกอบของข้อมูลเอกสารที่นำมาวิเคราะห์

8.1) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เพื่อแจกแจงความถี่ของประเด็นที่ศึกษาที่ปรากฏในตัวสาร ซึ่งข้อมูลที่พบจากการวิเคราะห์จะช่วยพรรณนาถึงคุณลักษณะของตัวสารว่าเป็นอย่างไร

8.2) วิเคราะห์ข้อมูลเชิงอธิบายความสัมพันธ์ เปรียบเทียบเป็นการวิเคราะห์ที่นำคุณลักษณะที่ปรากฏในตัวสารมาหาความสัมพันธ์คุณลักษณะภายในตัวสาร ตลอดจนนำคุณลักษณะ

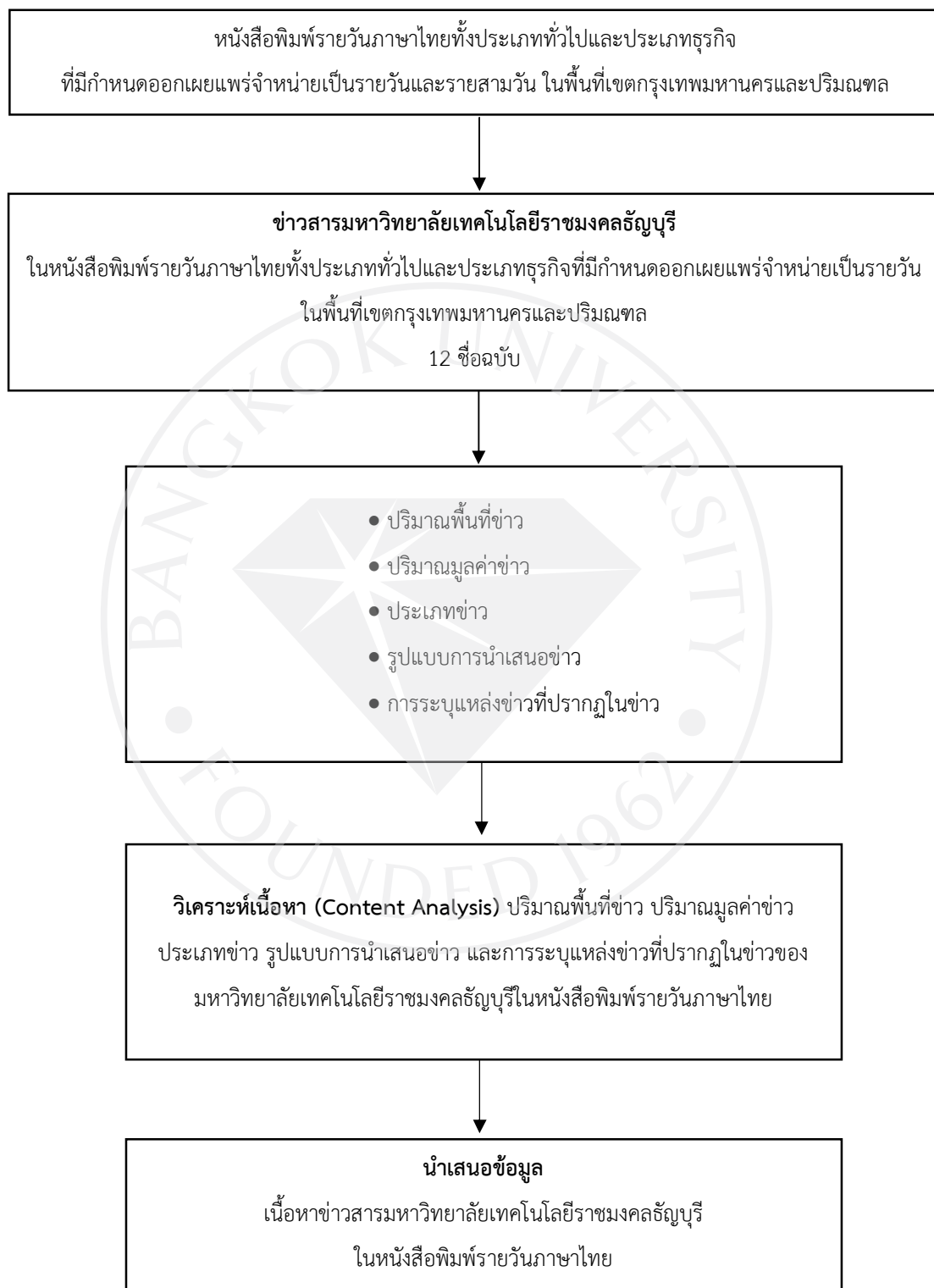
เหล่านั้นมาหาความเชื่อมโยง หรือเปรียบเทียบกับองค์ประกอบอื่น หรือแนวคิด ทฤษฎี เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงและมูลเหตุแห่งการเชื่อมโยง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยด้วยการกำหนดปัญหำนำการวิจัย หรือระบุประเด็นปัญหาตามวัตถุประสงค์การวิจัย นิยามประชากรในการวิจัยและการสุ่มตัวอย่าง กำหนดหน่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล สร้างเครื่องมือในการจำแนกประเภทเนื้อหา กำหนดเกณฑ์ในการลงรหัส ตรวจสอบความเที่ยงและความตรงของข้อมูล จากนั้นจึงการรวบรวมข้อมูล แล้วทำการบันทึกลงในแบบวิเคราะห์เนื้อหาจนครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ และทำการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งจะกล่าวถัดไปในบทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังที่กล่าวในบทที่ 2 ผู้วิจัยสามารถกำหนดกรอบแนวคิดทฤษฎีในการวิจัย เพื่อให้เห็นภาพรวมของสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา ฉายภาพให้เห็นเพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงานวิจัยในภาพรวมทั้งหมด ดังภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ที่มุ่งเน้นบรรยายพรรณนาปรากฏการณ์หรือสถานการณ์ นั่นคือเนื้อหาข่าวสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย เป็นการวิจัยเชิงวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis Research)

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ดังมีรายละเอียดของวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

- 3.1 ประเด็นที่ศึกษา
- 3.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา
- 3.3 กลุ่มเป้าหมายและเกณฑ์ในการเลือก
- 3.4 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 การนำเสนอข้อมูล

3.1 ประเด็นที่ศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษา 5 ประเด็นหลักตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

- 3.1.1 ปริมาณพื้นที่ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย
- 3.1.2 ปริมาณมูลค่าข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย
- 3.1.3 ประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย
- 3.1.4 รูปแบบการนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย
- 3.1.5 การระบุแหล่งข่าวที่ปรากฏในข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

3.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

แหล่งข้อมูลที่ผู้วิจัยได้นำมาศึกษา คือ เนื้อหาข่าวสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย โดยผู้วิจัยได้สืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ปรากฏเป็นข่าวในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย จาก www.iqnewsclip.com กฤตภาคข่าวออนไลน์ (Online News Clipping) ที่ตัดข่าวจากหนังสือพิมพ์ผ่านระบบคอมพิวเตอร์ออนไลน์ โดยค้นหาข่าวที่ต้องการโดยระบุเงื่อนไขตามช่วงเวลา และระบุคำค้นหาในชื่อของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

3.3 กลุ่มเป้าหมายและเกณฑ์ในการเลือก

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ หนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยทั้งประเภททั่วไปและประเภทธุรกิจที่มีกำหนดออกเผยแพร่จำหน่ายเป็นรายวันและรายสามวัน ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

เกณฑ์การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยมีกรอบในการเลือกกลุ่มตัวอย่างให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยและประเด็นที่ศึกษา โดยผู้วิจัยจะศึกษาและวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยทั้งประเภททั่วไปและประเภทธุรกิจที่มีกำหนดออกเผยแพร่จำหน่ายเป็นรายวัน ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และมีจำนวนยอดการพิมพ์ (Circulation) ไม่ต่ำกว่า 200,000 ฉบับขึ้นไป รวมทั้งหมด 12 ชื่อฉบับ คือ กรุงเทพธุรกิจ ข่าวสด คมชัดลึก เดลินิวส์ ไทยรัฐ แนวหน้า ไทยโพสต์ ผู้จัดการรายวัน 360 องศา โพสต์ทูเดย์ มติชน สยามกีฬา และสยามรัฐ โดยพิจารณายอดการพิมพ์ จาก www.iqnewsclip.com กฤตภาคข่าวออนไลน์

ในการค้นหาข่าว จาก www.iqnewsclip.com ผู้วิจัยได้ระบุเงื่อนไขตามช่วงเวลา ตั้งแต่วันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2560 - 22 ตุลาคม พ.ศ. 2560 รวมเป็นระยะเวลา 1 ภาคการศึกษา ในภาคการศึกษาที่ 1/2560 ตามปฏิทินการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปีการศึกษา 2560

ขณะเดียวกัน ผู้วิจัยได้กำหนดคำสำคัญ (Key Words) ที่ใช้ระบุคำค้นหาในชื่อของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีคือ “มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี” “มทร.ธัญบุรี” “ม.เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี” และ “ราชมงคลธัญบุรี”

จากเกณฑ์การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ด้วยกรอบการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ทั้งจำนวนยอดการพิมพ์และการระบุเงื่อนไขตามช่วงเวลาของภาคการศึกษาดังที่กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่ามีความเหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย สามารถตอบประเด็นที่ต้องการศึกษาได้อย่างครบถ้วน และเหมาะสมกับลักษณะการวิจัย

3.4 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

จากกลุ่มเป้าหมายและเกณฑ์ในการเลือก พร้อมด้วยกรอบในการเลือกกลุ่มตัวอย่างดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลข่าวหนังสือพิมพ์จากกฤตภาคข่าวออนไลน์ รวมจำนวนข่าวหนังสือพิมพ์ที่จะศึกษา 266 ข่าว

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ตารางลงรหัส (Coding Sheet) หรือตารางบันทึกข้อมูล เพื่อการบันทึกรายละเอียดต่าง ๆ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดขึ้นตามประเด็นที่ศึกษา วัตถุประสงค์การวิจัยรวมทั้งแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากบทที่ 2

ตารางลงรหัสแบ่งเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วยปริมาณพื้นที่ข่าวปริมาณมูลค่าข่าวประเภทข่าวรูปแบบการนำเสนอข่าว และการระบุแหล่งข่าวที่ปรากฏในข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยซึ่งมีรายละเอียดตามประเด็นที่ศึกษา คือ

ประเด็นที่ 1 ปริมาณพื้นที่ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์

- 1) จำนวนชิ้นข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีพิจารณาถึงความถี่ในการนับจำนวนข่าวที่ปรากฏ โดยวัดเป็นจำนวนชิ้นข่าว
- 2) ปริมาณพื้นที่ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีพิจารณาถึงพื้นที่ข่าวที่ได้รับการนำเสนอ โดยวัดเป็นคอลัมน์นิ้ว

ประเด็นที่ 2 ปริมาณมูลค่าข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวัน

- 1) มูลค่าข่าวทางการโฆษณาคือการคำนวณจำนวนเงินระหว่างพื้นที่ข่าวคูณด้วยอัตราส่วนค่าโฆษณาซึ่งมีหน่วยวัดเป็นบาท
- 2) มูลค่าข่าวทางการประชาสัมพันธ์คือการคำนวณจำนวนเงินที่มีมูลค่าเป็น 3 เท่าของมูลค่าข่าวทางการโฆษณาซึ่งมีหน่วยวัดเป็นบาท

ประเด็นที่ 3 ประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

ประเภทข่าวตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กร พิจารณาประเภทข่าวตามแนวคิดหลัก (Theme) ที่ปรากฏในข่าวซึ่งจำแนกการเก็บข้อมูลได้ 6 ประเภท คือ

- 1) ข่าวการดำเนินงานขององค์กร
- 2) ข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์
- 3) ข่าวบุคคล

- 4) ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ
- 5) ข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคม
- 6) ข่าวที่มุ่งแก้ไขความเข้าใจผิด

ประเด็นที่ 4 รูปแบบการนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

พิจารณาการนำเสนอตามแนวคิดหลัก (Theme) ที่ปรากฏในข่าวซึ่งจำแนกการเก็บข้อมูลได้

7 รูปแบบ คือ

- 1) ข่าว
- 2) ภาพข่าว
- 3) บทความ
- 4) บทสัมภาษณ์
- 5) สารคดี
- 6) คอลัมน์ประจำ
- 7) สก๊อปข่าว

ประเด็นที่ 5 การระบุแหล่งข่าวที่ปรากฏในข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

พิจารณาเป็นรายเรื่อง (Items) ที่ปรากฏในข่าวซึ่งเป็นแหล่งข่าวหรือต้นตอของข้อมูลข่าวที่ให้รายละเอียดของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น โดยพิจารณาจากการระบุที่มาของข้อมูลและการอ้างอิงที่เป็นการบอกว่าข้อมูลมาจากไหนและใครพูดอะไร ซึ่งจำแนกได้ 7 รูปแบบ คือ

- 1) ผู้บริหาร
- 2) อาจารย์
- 3) นักศึกษา
- 4) เจ้าหน้าที่
- 5) หน่วยงานในองค์กร
- 6) บุคคลภายนอกองค์กร
- 7) สื่อมวลชน

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของตารางรหัส โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านหนังสือพิมพ์ ทั้งสายวิชาการและสายวิชาชีพ รวมทั้งหมด 2 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ รวมทั้งได้ตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมของเครื่องมือโดยปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา ทั้งนี้เพื่อขอคำแนะนำและปรับปรุงแก้ไข

ส่วนการทดสอบความเชื่อมั่นผู้วิจัยได้นำตารางลงรหัสที่ได้แก้ไขเรียบร้อยแล้วมาทดสอบกับอาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จำนวน 1 ท่าน โดยผู้วิจัยได้อธิบายและให้คำแนะนำต่าง ๆ กระทั่งมีความเข้าใจถ่องแท้เกี่ยวกับเกณฑ์ในการทดสอบ จากนั้นนำผลการวิเคราะห์ของผู้วิจัยและอาจารย์ท่านนั้นมาศึกษา โดยอาศัยหลักการคำนวณของ Holsti

ค่าความเชื่อมั่นที่คำนวณได้จากความเห็นที่สอดคล้องกันจากการลงรหัสที่ได้ไม่ควรต่ำกว่า 0.80 จึงจะมีความน่าเชื่อถือ (Budd, Throp & Donohew, 1976 อ้างใน อริสา เหล่าวิชา, 2555)

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ดังนี้

3.6.1 วิเคราะห์ปริมาณพื้นที่ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

3.6.2 วิเคราะห์ปริมาณมูลค่าข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

3.6.3 วิเคราะห์ประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

3.6.4 วิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

3.6.5 วิเคราะห์การระบุแหล่งข่าวที่ปรากฏในข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

3.7 การนำเสนอข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลและรวบรวมข้อมูลทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางและการบรรยายพรรณนาในบทที่ 4 และบทที่ 5 ต่อไป

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปริมาณพื้นที่ข่าว ปริมาณมูลค่าข่าว ประเภทข่าว รูปแบบการนำเสนอข่าวและการระบุแหล่งข่าวที่ปรากฏในข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ในส่วนของผลการวิจัย ผู้วิจัยกำหนดแนวทางการรายงานผลการวิจัย ตามวัตถุประสงค์การวิจัยและประเด็นที่ศึกษาออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ปริมาณพื้นที่ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยส่วนที่ 2 ปริมาณมูลค่าข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยส่วนที่ 3 ประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยส่วนที่ 4 รูปแบบการนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยและส่วนที่ 5 การระบุแหล่งข่าวที่ปรากฏในข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

4.1 ส่วนที่ 1 ปริมาณพื้นที่ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย แบ่งเป็น 2 หัวข้อย่อย คือ จำนวนชิ้นข่าว และปริมาณพื้นที่ข่าว ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

4.1.1 จำนวนชิ้นข่าว

จากการเก็บข้อมูล พบว่าจำนวนชิ้นข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยทั้งหมด 12 ชื่อฉบับ ในช่วงระยะเวลา 1 ภาคการศึกษา ของภาคการศึกษาที่ 1/2560 ตามปฏิทินการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปีการศึกษา 2560 (วันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2560 – 22 ตุลาคม พ.ศ. 2560) พบข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์ จำนวน 237 ฉบับ มีจำนวนชิ้นข่าว 266 ชิ้นข่าว หรือเฉลี่ยเป็นจำนวน 1.12 ชิ้นข่าว/ฉบับ ดังตารางที่ 4.1

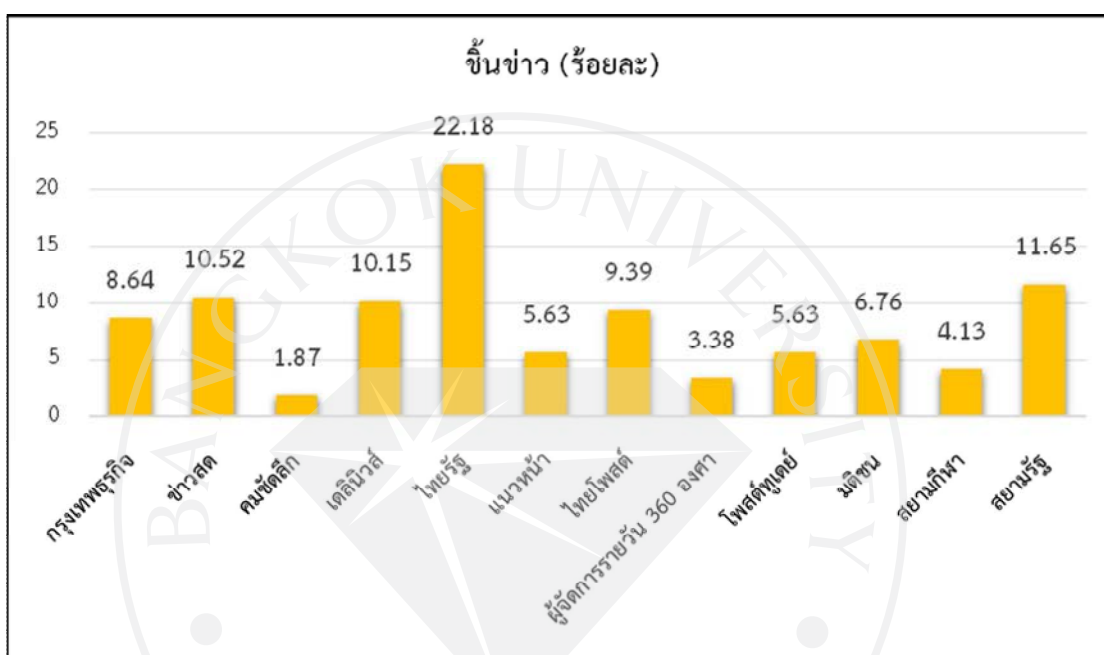
ตารางที่ 4.1: เปรียบเทียบจำนวนชิ้นข่าวและร้อยละของจำนวนชิ้นข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยต่อฉบับ ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์

ชื่อฉบับ	จำนวนหนังสือพิมพ์ (ฉบับ)	จำนวนชิ้นข่าว			
		ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์	ชิ้นข่าว	ชิ้นข่าว (ร้อยละ)	ชิ้นข่าว/ฉบับ
กรุงเทพธุรกิจ	21	23	8.64	1.10	8.24
ข่าวสด	26	28	10.52	1.08	8.09
คมชัดลึก	5	5	1.87	1.00	7.49
เดลินิวส์	25	27	10.15	1.08	8.09
ไทยรัฐ	50	59	22.18	1.18	8.84
แนวหน้า	13	15	5.63	1.15	8.65
ไทยโพสต์	23	25	9.39	1.09	8.17
ผู้จัดการรายวัน	9	9	3.38	1.00	7.49
360 องศา					
โพสต์ทูเดย์	11	15	5.63	1.36	10.19
มติชน	17	18	6.76	1.06	7.94
สยามกีฬา	10	11	4.13	1.10	8.24
สยามรัฐ	27	31	11.65	1.15	8.62
รวม	237	266	100.00	13.34	100.00

จากการศึกษาเปรียบเทียบจำนวนชิ้นข่าวและร้อยละของจำนวนชิ้นข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยต่อฉบับ ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์ พบว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีจำนวนชิ้นข่าวมากที่สุด 59 ชิ้นข่าว (ร้อยละ 22.18) รองลงมา คือ หนังสือพิมพ์สยามรัฐ 31 ชิ้นข่าว (ร้อยละ 11.65) หนังสือพิมพ์ข่าวสด 28 ชิ้นข่าว (ร้อยละ 10.52) หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ 27 ชิ้นข่าว (ร้อยละ 10.15) หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ 25 ชิ้นข่าว (ร้อยละ 9.39) หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ 23 ชิ้นข่าว (ร้อยละ 8.64) หนังสือพิมพ์มติชน 18 ชิ้นข่าว (ร้อยละ 6.76) หนังสือพิมพ์แนวหน้าและหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ 15 ชิ้นข่าว (ร้อยละ 5.63) หนังสือพิมพ์สยามกีฬา

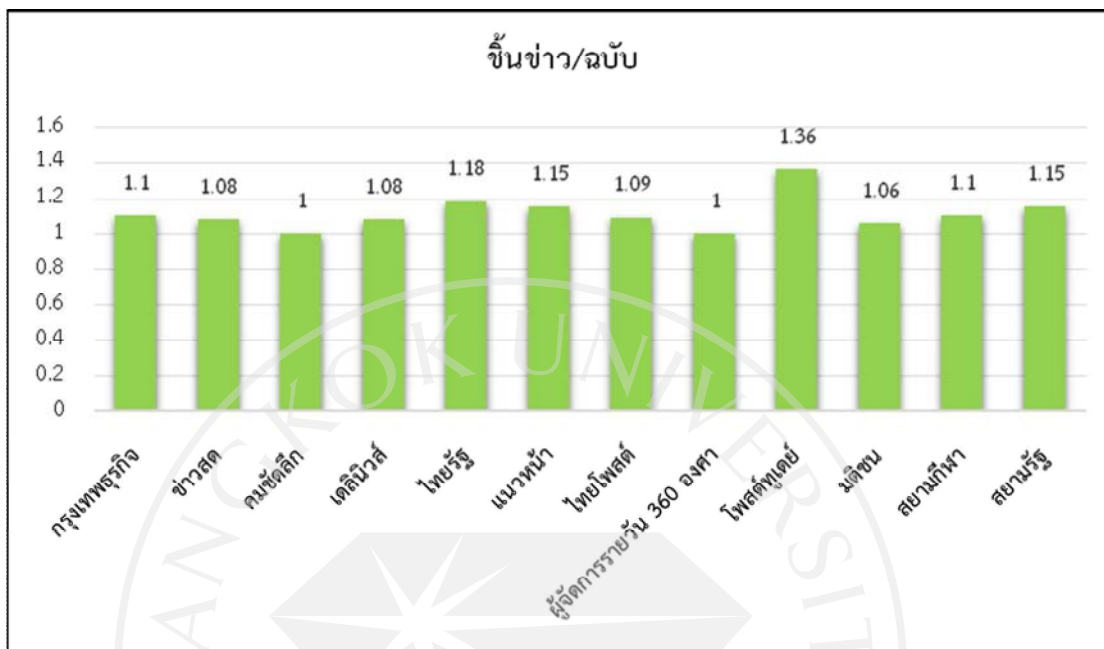
11 ชิ้นข่าว (ร้อยละ 4.13) หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน 360 องศา 9 ชิ้นข่าว (ร้อยละ 3.38) และหนังสือพิมพ์คมชัดลึก 5 ชิ้นข่าว (ร้อยละ 1.87) ดังภาพที่ 4.1

ภาพที่ 4.1: เปรียบเทียบร้อยละของจำนวนชิ้นข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์



เมื่อเทียบสัดส่วนจำนวนชิ้นข่าวต่อฉบับ ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์ พบว่า หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ มีสัดส่วนจำนวนชิ้นข่าวของข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีสูงที่สุด 1.36 ชิ้นข่าว/ ฉบับ (ร้อยละ 10.19) รองลงมา คือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ 1.18 ชิ้นข่าว/ ฉบับ (ร้อยละ 8.84) หนังสือพิมพ์แนวหน้าและหนังสือพิมพ์สยามรัฐอย่างละ 1.15 ชิ้นข่าว/ ฉบับ (ร้อยละ 8.62) หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจและหนังสือพิมพ์สยามกีฬาอย่างละ 1.10 ชิ้นข่าว/ ฉบับ (ร้อยละ 8.24) หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ 1.09 ชิ้นข่าว/ ฉบับ (ร้อยละ 8.17) หนังสือพิมพ์ข่าวสดและหนังสือพิมพ์เดลินิวส์อย่างละ 1.08 ชิ้นข่าว/ ฉบับ (ร้อยละ 8.09) หนังสือพิมพ์มติชน 1.06 ชิ้นข่าว/ ฉบับ (ร้อยละ 7.94) และหนังสือพิมพ์คมชัดลึกและหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน 360 องศาอย่างละ 1.00 ชิ้นข่าว/ ฉบับ (ร้อยละ 8.09) ดังภาพที่ 4.2

ภาพที่ 4.2: เปรียบเทียบจำนวนชิ้นข่าวต่อฉบับของข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์



จากการศึกษาในภาพรวมทั้งหมด จากหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยทั้งหมด 237 ฉบับ พบว่า มีข่าวของข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีทั้งหมด 266 ชิ้นข่าว หรือคิดเป็นจำนวนชิ้นข่าวเฉลี่ยประมาณ 1.12 ชิ้นข่าว/ ฉบับ

4.1.2 ปริมาณพื้นที่ข่าว

จากการเก็บข้อมูลปริมาณพื้นที่ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยทั้งหมด 237 ฉบับ พบว่า มีพื้นที่ข่าวที่ได้รับการนำเสนอรวมทั้งหมด 11,117.80 คอลัมน์นิ้ว โดยเฉลี่ยประมาณ 585.27 คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ ดังตารางที่ 4.2

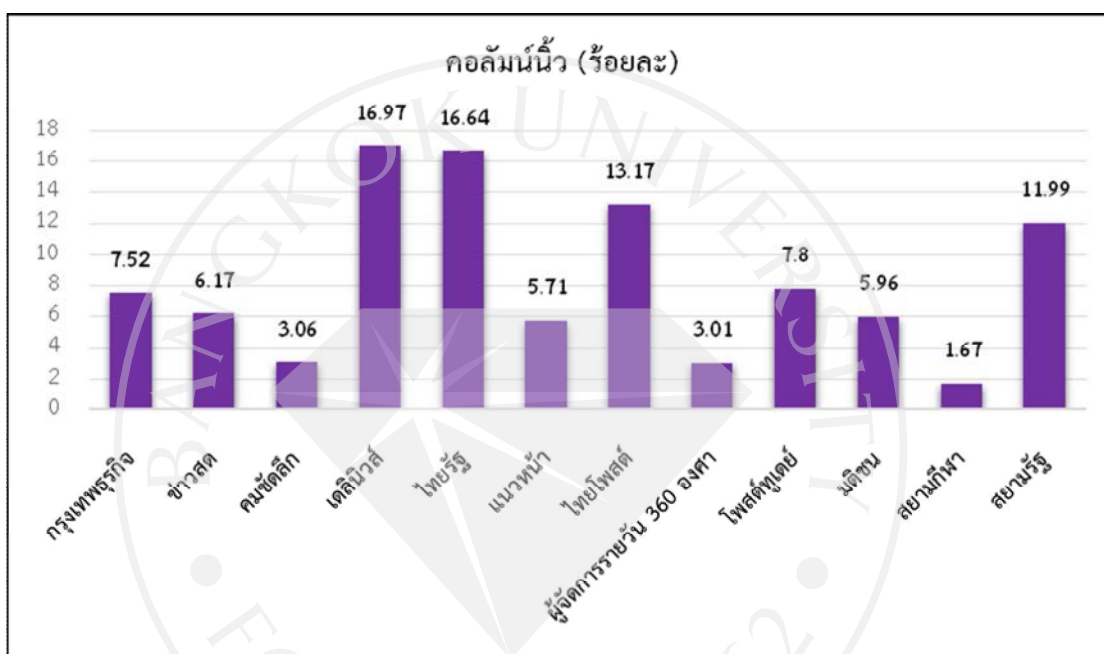
ตารางที่ 4.2: เปรียบเทียบปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของจำนวนพื้นที่ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์

ชื่อฉบับ	จำนวนหนังสือพิมพ์ (ฉบับ)	พื้นที่ข่าว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ได้รับการนำเสนอ			
		คอลัมน์นี้	คอลัมน์นี้	คอลัมน์นี้/ ฉบับ	คอลัมน์นี้/ ฉบับ (ร้อยละ)
กรุงเทพธุรกิจ	21	836.64	7.52	39.84	6.81
ข่าวสด	26	686.27	6.17	26.40	4.51
คมชัดลึก	5	340.13	3.06	68.03	11.62
เดลินิวส์	25	1,886.95	16.97	75.48	12.90
ไทยรัฐ	50	1,850.98	16.64	37.02	6.33
แนวหน้า	13	635.44	5.71	48.88	8.35
ไทยโพสต์	23	1,464.96	13.17	63.69	10.88
ผู้จัดการรายวัน	9	334.87	3.01	37.21	6.36
360 องศา					
โพสต์ทูเดย์	11	898.11	7.80	81.65	13.95
มติชน	17	663.67	5.96	39.04	6.67
สยามกีฬา	10	186.67	1.67	18.67	3.19
สยามรัฐ	27	1,333.11	11.99	49.37	8.44
รวม	237	11,117.80	100.00	585.27	100.00

จากการศึกษาเปรียบเทียบปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของพื้นที่ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยจำนวน 237 ฉบับ ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์พบว่าพื้นที่ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ได้รับการนำเสนอในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีส่วนปริมาณพื้นที่ข่าวมากที่สุด จำนวน 1,886.95 คอลัมน์นี้ (ร้อยละ 16.97) รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ หนังสือพิมพ์สยามรัฐ หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์ข่าวสด หนังสือพิมพ์มติชน หนังสือพิมพ์แนวหน้า หนังสือพิมพ์คมชัดลึก หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน 360 องศา และหนังสือพิมพ์สยามกีฬา มีจำนวน

1,850.98, 1,464.96, 1,333.11, 898.11, 836.64, 686.27, 663.67, 635.44, 340.13, 334.84 และ 186.67 (ร้อยละ 16.64, 13.17, 11.99, 7.80, 7.52, 6.17, 5.96, 5.71, 3.06 และ 3.01 ตามลำดับ) ดังภาพที่ 4.3

ภาพที่ 4.3: เปรียบเทียบร้อยละของพื้นที่ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์



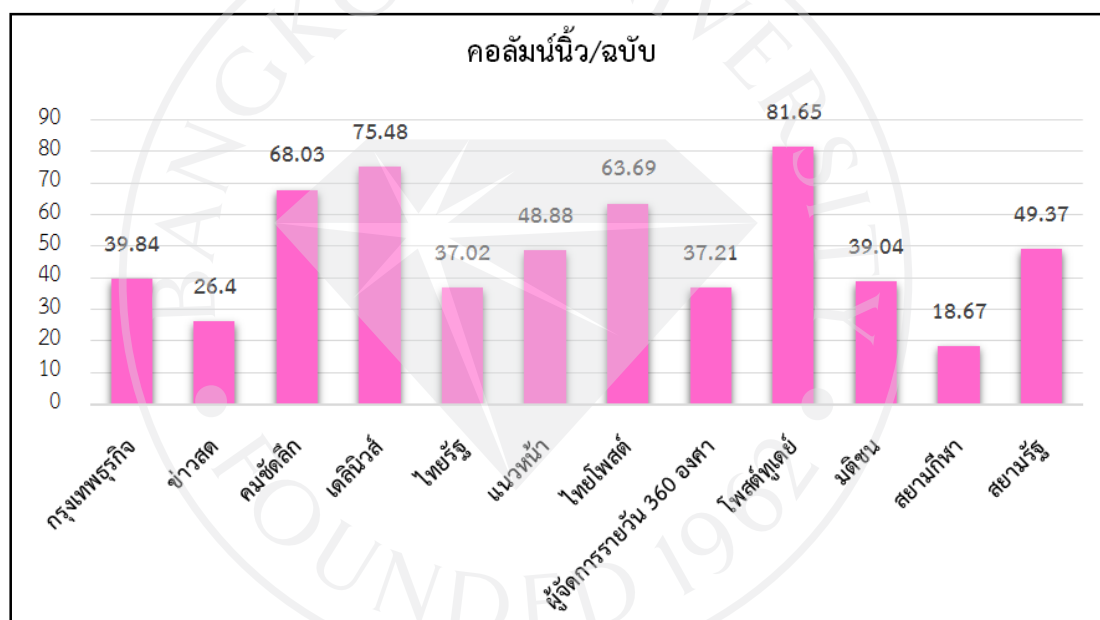
เมื่อพิจารณาพื้นที่ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์จากตารางที่ 4.2 และภาพที่ 4.3 พบว่า หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีสัดส่วนพื้นที่ข่าวคอลัมน์ข่าวใกล้เคียงกัน คือ 1,886.95 และ 1,850.98 คอลัมน์ข่าว ตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาในส่วนของคอลัมน์ข่าว/ ฉบับ จะพบว่าพื้นที่ข่าวของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีสัดส่วน 75.48 คอลัมน์ข่าว/ ฉบับ และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ 37.02 คอลัมน์ข่าว/ ฉบับ ซึ่งหนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีสัดส่วนคอลัมน์ข่าว/ ฉบับ เป็น 2 เท่าของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

ขณะที่หนังสือพิมพ์สยามกีฬา มีพื้นที่ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ได้รับการนำเสนออย่างน้อยที่สุด 186.67 คอลัมน์ข่าว (ร้อยละ 1.67) มีสัดส่วน 18.67 คอลัมน์ข่าว/ ฉบับ

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของพื้นที่ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยต่อฉบับพบว่าหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์มีสัดส่วนปริมาณพื้นที่ข่าวมากที่สุด โดยเฉลี่ยประมาณ 81.65 คอลัมน์ข่าว/ ฉบับ (ร้อยละ 13.95)

รองลงมา คือ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์คมชัดลึก หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ หนังสือพิมพ์สยามรัฐ หนังสือพิมพ์แนวหน้า หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์มติชน หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ รายวัน 360 องศาหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์ข่าวสด และหนังสือพิมพ์สยามกีฬา โดยเฉลี่ย ประมาณ 75.48, 68.03, 63.69, 49.37, 48.88, 39.84, 39.04, 37.21, 37.02, 26.40 และ 18.67 คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ ตามลำดับ (ร้อยละ 12.90, 11.62, 10.88, 8.44, 8.35, 6.81, 6.67, 6.36, 6.33, 4.51 และ 3.19 ของพื้นที่คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ) ดังภาพที่ 4.4

ภาพที่ 4.4: เปรียบเทียบพื้นที่ข่าวต่อฉบับของข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์



4.2 ส่วนที่ 2 ปริมาณมูลค่าข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

จากการเก็บข้อมูลจำนวนชิ้นข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยทั้งหมด พบว่าข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยมีมูลค่าข่าวทางการโฆษณาทั้งหมด 17,459,435 บาท โดยเฉลี่ยประมาณ 893,904.05 บาท/ ฉบับ และมีมูลค่าข่าวทางการประชาสัมพันธ์รวมทั้งหมด 52,378,305 บาท โดยเฉลี่ยประมาณ 2,681,712.15 บาท/ ฉบับ ดังตารางที่ 4.3

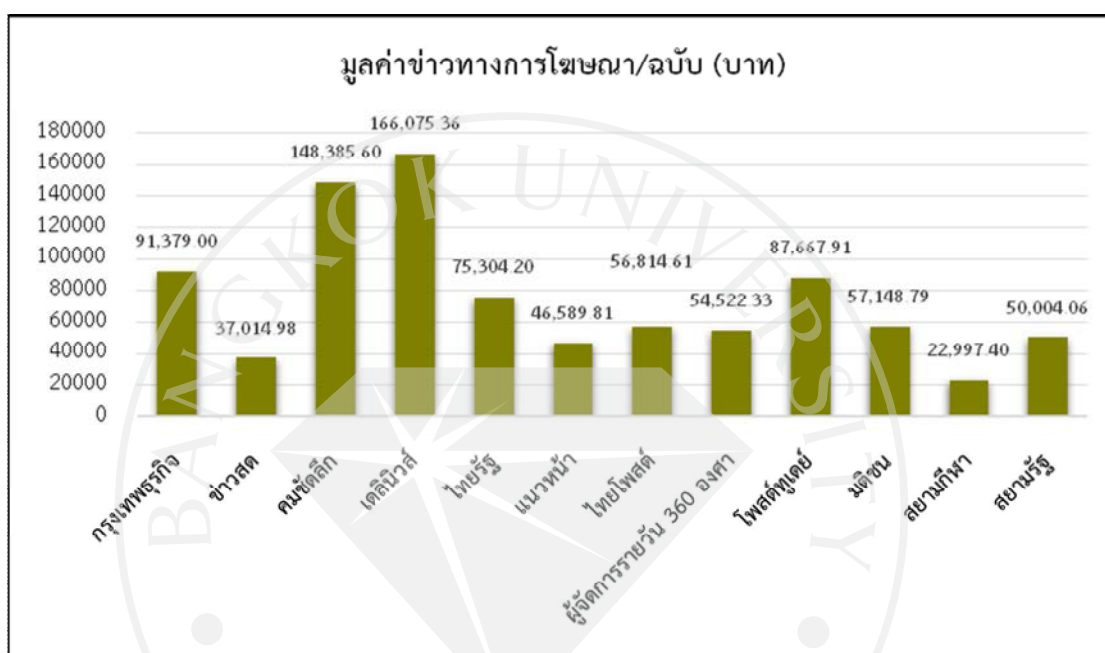
ตารางที่ 4.3: เปรียบเทียบปริมาณมูลค่าข่าวและร้อยละของมูลค่าข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์

ชื่อฉบับ	ปริมาณมูลค่าข่าว					
	มูลค่าข่าวทางการโฆษณา			มูลค่าข่าวทางการประชาสัมพันธ์		
	มูลค่า (บาท)	มูลค่า (บาท/ ฉบับ)	ร้อยละ	มูลค่า (บาท)	มูลค่า (บาท/ ฉบับ)	ร้อยละ
กรุงเทพธุรกิจ	1,918,959.00	91,379.00	10.22	5,756,877.00	274,137.00	10.22
ข่าวสด	962,389.50	37,014.98	4.14	2,887,168.50	111,044.94	4.14
คมชัดลึก	741,928.00	148,385.60	16.60	2,225,784.00	445,156.80	16.60
เดลินิวส์	4,151,884.00	166,075.36	18.58	12,455,652.00	498,226.08	18.58
ไทยรัฐ	3,765,210.00	75,304.20	8.42	11,295,630.00	225,912.60	8.42
แนวหน้า	605,667.50	46,589.81	5.21	1,817,002.50	139,769.42	5.21
ไทยโพสต์	1,306,736.00	56,814.61	6.36	3,920,208.00	170,443.83	6.36
ผู้จัดการรายวัน	490,701.00	54,522.33	6.10	1,472,103.00	163,567.00	6.10
360 องศา						
โพสต์ทูเดย์	964,347.00	87,667.91	9.81	2,893,041.00	263,003.73	9.81
มติชน	971,529.50	57,148.79	6.39	2,914,588.50	171,446.38	6.39
สยามกีฬา	229,974.00	22,997.40	2.57	689,922.00	68,992.20	2.57
สยามรัฐ	1,350,109.50	50,004.06	5.59	4,050,328.50	150,012.17	5.59
รวม	17,459,435.00	893,904.05	100.00	52,378,305.00	2,681,712.15	100.00

ผลจากการเปรียบเทียบปริมาณมูลค่าข่าวและร้อยละของมูลค่าข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์พบว่าข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีมูลค่าข่าวทางการโฆษณาสูงที่สุด 4,151,884.00 บาท โดยเฉลี่ยประมาณ 166,075.36 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 18.58) รองลงมาคือหนังสือพิมพ์คมชัดลึก หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์มติชน หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน 360 องศาหนังสือพิมพ์สยามรัฐ หนังสือพิมพ์แนวหน้า หนังสือพิมพ์ข่าวสด และหนังสือพิมพ์สยามกีฬา โดยเฉลี่ยประมาณ 148,385.60 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 16.60), 91,379.00บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 10.22), 87,667.91 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 9.81), 75,304.20 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 8.42), 57,148.79 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 6.39), 56,814.61 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 6.63), 54,522.33 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 6.10), 50,004.06 บาท/

ฉบับ (ร้อยละ 5.59), 46,589.81 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 5.21), 37,014.98 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 4.14) และ 22,997.40 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 2.57) ดังภาพที่ 4.5

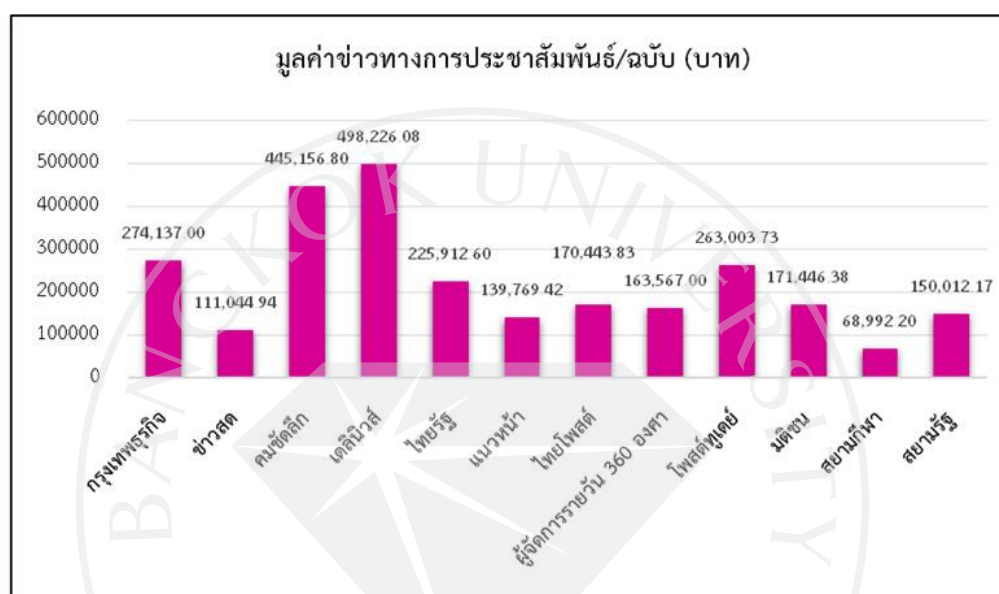
ภาพที่ 4.5: เปรียบเทียบปริมาณมูลค่าข้าวทางการโฆษณาต่อฉบับของข้าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์



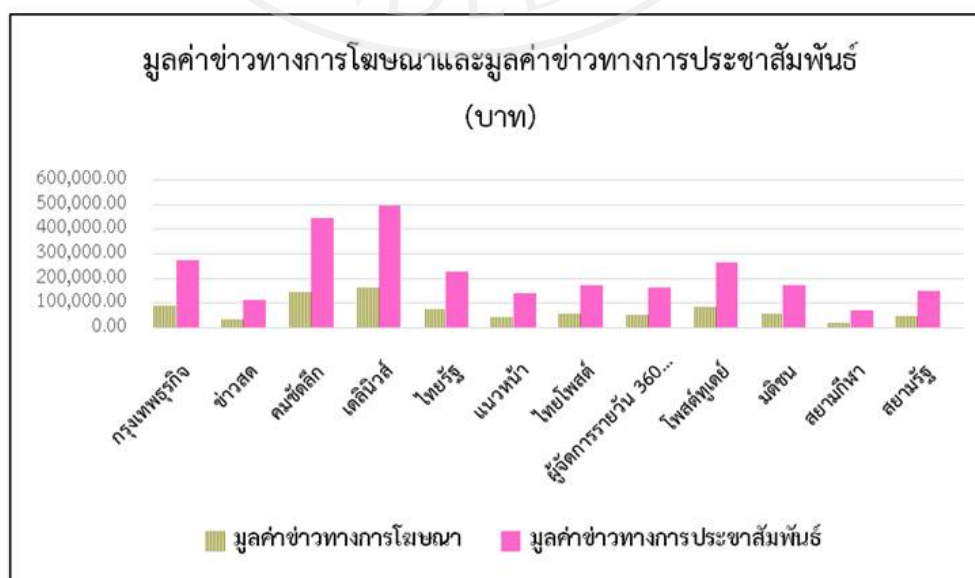
ส่วนข้าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีมูลค่าข้าวมูลค่าข้าวทางการประชาสัมพันธ์ ในลักษณะที่สอดคล้องไปกับปริมาณมูลค่าข้าวทางการโฆษณาพบว่า ข้าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีมูลค่าข้าวทางการประชาสัมพันธ์ สูงที่สุด 12,455,652.00 บาท โดยเฉลี่ยประมาณ 498,226.08 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 18.58) รองลงมาคือหนังสือพิมพ์คมชัดลึก หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์โพลีทันเดย์ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐหนังสือพิมพ์มติชน หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน 360 องศา หนังสือพิมพ์สยามรัฐ หนังสือพิมพ์แนวหน้า หนังสือพิมพ์ข่าวสด และหนังสือพิมพ์สยามกีฬา โดยเฉลี่ยประมาณ 445,156.80 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 16.60), 274,137.00 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 10.22), 263,003.73 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 9.81), 225,912.60 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 8.42), 171,446.38 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 6.39), 170,443.83 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 6.63), 163,567.00 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 6.10), 150,012.17 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 5.59), 139,769.42 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 5.21),

111,044.94 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 4.14) และ 68,992.20 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 2.57) ดังภาพที่ 4.6 และภาพที่ 4.7

ภาพที่ 4.6: เปรียบเทียบปริมาณมูลค่าข่าวทางการประชาสัมพันธ์ต่อฉบับของข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์



ภาพที่ 4.7: เปรียบเทียบปริมาณมูลค่าข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์



4.3 ส่วนที่ 3 ประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

จากการเก็บข้อมูลประเภทข่าวตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยทั้งหมด 12 ชื่อฉบับ ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.4: แสดงปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของประเภทข่าวตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

ลำดับ ที่	ประเภทข่าว	ปริมาณพื้นที่ข่าว		
		หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ		
		จำนวน ชิ้นข่าว	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ	ร้อยละของ ประเภทข่าว
1.	ข่าวการดำเนินงานขององค์กร	13	385.79	46.11
2.	ข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์	1	13.20	1.58
3.	ข่าวบุคคล	0	0.00	0.00
4.	ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ	5	223.22	26.68
5.	ข่าวที่ต้องการความร่วมมือส่วนร่วมจากภาคสังคม	4	214.43	25.63
6.	ข่าวที่มุ่งแก้ไขความเข้าใจผิด	0	0.00	0.00
	รวม	23	836.64	100.00

จากการศึกษาประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ พบว่า มีจำนวนข่าว 23 ชิ้นข่าว จากหนังสือพิมพ์จำนวน 21 ฉบับ คิดเป็น 836.64 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ โดยข่าวการดำเนินงานขององค์กรมีจำนวนชิ้นข่าวมากที่สุด ซึ่งจะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.8 รองลงมาคือ ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ และข่าวที่ต้องการความร่วมมือส่วนร่วมจากภาคสังคม ซึ่งมีจำนวน 13, 5 และ 4 ชิ้นข่าวตามลำดับและพบว่าข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กรมีปริมาณพื้นที่ข่าวมากที่สุด รองลงมาคือข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ และข่าวที่ต้องการความร่วมมือส่วนร่วมจากภาคสังคม มีจำนวนคอลัมน์นี้ว/ ฉบับ 385.79, 223.22 และ 214.43 ตามลำดับ (คิดเป็นร้อยละ 46.11, 26.68 และ 25.63 ของปริมาณพื้นที่ข่าวในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ/ ฉบับ)

ภาพที่ 4.8: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินงานขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ
ประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร

กรุงเทพธุรกิจ Krungthep Tumbulj Circulation: 200,000 Ad Rate: 2,400	Section: การเงิน-ลงทุน/Think StartUp วันที่: ศุกร์ 23 มิถุนายน 2560 ปีที่: 30 ฉบับที่: 10501 หน้า: 27(ขวา) Col.Inch: 12.70 Ad Value: 30,480 PRValue (x3): 91,440 คลิป: สีสี่ คอลัมน์: SCIWATCH: มทร.ธัญบุรีเปิดศูนย์ซ่อมรถฝึกนักศึกษา





มทร.ธัญบุรีเปิดศูนย์ซ่อมรถฝึกนักศึกษา

นายนาตล กลิ่นทอง อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิศวกรรมเครื่องกล คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (มทร.) ธัญบุรี กล่าวว่า ทางสาขาวิชาได้จัดตั้ง 3 ศูนย์ใหม่ภายใต้ศูนย์ความเลิศ ได้แก่ ศูนย์บริการรถยนต์รางของคลังธัญบุรีตรวจเช็ครถยนต์ เปลี่ยนถ่ายน้ำมันหล่อลื่น การลบและอ่านข้อมูลตลอดจนการวิเคราะห์ปัญหารถยนต์. ศูนย์ทดสอบรถพัฒนาฝีมือแรงงาน รองรับซ่อมรถยนต์ที่จะเข้ามาทดสอบกับทางคณะ

และศูนย์ฝึกอบรมเทคโนโลยียานยนต์ขั้นสูง สำหรับการเรียนการสอนนักศึกษา ซึ่งอุปกรณ์บางส่วนในการฝึกเป็นของลูกค้ำที่เข้ามาใช้บริการมอบให้ ทำให้นักศึกษาได้ลงมือทำจริง แก้ปัญหาจากสถานการณ์จริง นอกจากนี้ยังให้บริการฝึกอบรมด้านเทคโนโลยียานยนต์ให้กับผู้ซ่อมรถยนต์ทั่วไป

ทั้ง 3 ศูนย์ก็เป็นไปตามนโยบายของมหาวิทยาลัย “บัณฑิตนักปฏิบัติ” โดยนักศึกษาได้ลงมือปฏิบัติงานจริง ทำจริง เป็นการฝึกให้รู้จริงรับผิดชอบต่อลูกค้ำ ต่อหน้าที่ของตนเอง ขณะที่ครูอาจารย์สามารถนำทักษะที่ได้ลงมือทำไปใช้สอนกับนักศึกษาได้ด้วย

รหัสข่าว: C-170623011154 (23 มิ.ย. 60/05:49)

หน้า: 1 / 1



บริษัท อินโฟนิวส์ ีจิลด์ | 888/178 อาคารมหาบุญหลาซ่า ชั้น 17 ถนนเทพรัตน แขวงภุมณี เขตสมุทรปราการ 10330
 ☎ 02-253-5000, 02-651-4700 📠 02-253-5001, 02-651-4701 ✉ help@iqnewsclip.com

ที่มา: iQNewsClip. (2560). สืบค้นจาก <https://www.iqnewsclip.com/newsservice.aspx>.

ตารางที่ 4.5: แสดงปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของประเภทข่าวตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ข่าวสด

ลำดับ ที่	ประเภทข่าว	ปริมาณพื้นที่ข่าว หนังสือพิมพ์ข่าวสด		
		จำนวน ชิ้นข่าว	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ	ร้อยละของ ประเภทข่าว
1.	ข่าวการดำเนินงานขององค์กร	18	361.93	52.74
2.	ข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์	1	88.68	12.92
3.	ข่าวบุคคล	3	55.71	8.12
4.	ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ	3	114.97	16.75
5.	ข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคม	3	64.98	9.47
6.	ข่าวที่มุ่งแก้ไขความเข้าใจผิด	0	0.00	0.00
	รวม	28	686.27	100.00

จากการศึกษาประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ข่าวสดพบว่า มีจำนวนข่าว 28 ชิ้นข่าว จากหนังสือพิมพ์จำนวน 21 ฉบับ คิดเป็น 686.27 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ โดยข่าวการดำเนินงานขององค์กรมีจำนวนชิ้นข่าวมากที่สุด จะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.9 รองลงมาคือ ประเภทข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ ข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคม และข่าวบุคคลซึ่งมีจำนวนชิ้นข่าวเท่ากันจำนวน 3 ชิ้นข่าว ส่วนข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์พบเพียง 1 ชิ้นข่าว

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของประเภทข่าวต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ข่าวสด พบว่า ประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กรมีส่วนมากที่สุด รองมาลง คือ ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจและข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์ มีจำนวน 361.93, 114.97 และ 88.68 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ ตามลำดับ (คิดเป็นร้อยละ 52.74, 16.75 และ 12.92 ของปริมาณพื้นที่ข่าวในหนังสือพิมพ์ข่าวสด/ ฉบับ)

ภาพที่ 4.9: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินงานขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ
ประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร

ข่าวสด Khao Sod Circulation: 950,000 Ad Rate: 1,200	Section: บันเทิง/การศึกษา/ราชภัฏ วันที่: จันทร์ 7 สิงหาคม 2560
	ปีที่: 27 ฉบับที่: 9749 หน้า: 19(กลาง) Col.Inch: 35.09 Ad Value: 42,108 PRValue (x3): 126,324 ศิลปิน: ชาว-ดำ หัวข้อข่าว: มทร.ธัญบุรีเล็งออกนอกระบบปี'64 ชุดศักยภาพสร้างรายได้ด้วยงานวิจัยจากภายนอก

มทร.ธัญบุรีเล็งออกนอกระบบปี'64 ชุดศักยภาพสร้างรายได้ด้วยงานวิจัยจากภายนอก

รศ.ดร.ประเสริฐ ปิ่นปฐมรัฐ อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (มทร.) ธัญบุรี กล่าวว่า ในการประชุมทบทวนการบริหารงานของ มทร.ธัญบุรี โดยมีสภามหาวิทยาลัยและตัวแทนคณาจารย์เข้าร่วมประชุม ได้หยิบยกประเด็นความพร้อมของมหาวิทยาลัยที่จะออกไปสู่การเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ ซึ่งจากการประเมินสถานการณ์ของมหาวิทยาลัยในปัจจุบันพบว่า ขณะนี้ มทร.ธัญบุรี มีพนักงาน 70% และข้าราชการ 30% คาดว่าในอีก 5 ปีจะเหลือข้าราชการเพียง 10% เพราะเกษียณอายุราชการ ขณะที่ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมางานวิจัยของมหาวิทยาลัยเติบโตขึ้น มีการบริการงานวิชาการภายนอกเพิ่มขึ้น แสดงให้เห็นว่าคณาจารย์และมหาวิทยาลัยมีศักยภาพที่เข้มแข็งขึ้นในด้านนี้

ส่วนด้านงบประมาณขณะนี้ได้รับจากประมาณการรัฐประมาณ 60% และอีก 40% มหาวิทยาลัยจัดการรายได้เอง ซึ่งในอนาคตคาดว่าจะลดลงแล้วจะสนับสนุน โดยตั้งเป้าให้มหาวิทยาลัยจัดการรายได้ตัวเอง 60% และขอรับการอุดหนุนจากรัฐเพียง 40% ดังนั้น เพื่อขับเคลื่อนไปสู่การพัฒนา การบริหารจัดการที่สามารถแข่งขันได้และการออกนอกระบบ อาจารย์และ

พนักงานมหาวิทยาลัยทุกคนต้องมีชีวิตหรือกำหนดการทำงาน และต่อไปการเบิกจ่ายผลตอบแทนจะต้องพิจารณาตามศักยภาพ ทุกภาคส่วนของมหาวิทยาลัยจะต้องพัฒนาและก้าวไปด้วยกัน เพราะหากไม่พัฒนาให้มีความพร้อมมหาวิทยาลัยก็จะไม่สามารถแข่งขันกับสถาบันอื่นๆ ได้

“จากการพูดคุยและข้อมูลอย่างรอบด้าน ที่ประชุมสรุปร่วมกันว่า ใน 2 ปีนี้ มทร.ธัญบุรีจะอยู่ในช่วงของการเตรียมความพร้อมที่จะก้าวออกสู่การเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐ และในปี 2562 จะต้องทบทวนแผนงานที่ก้าวสามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้หรือไม่ หากทำได้ตามแผนในปี 2564 มทร.ธัญบุรีจะก้าวออกสู่การเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ นับแต่นั้นไปมหาวิทยาลัยจะต้องแข่งขันกับตัวเองเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การทำความเข้าใจกับบุคลากรทุกภาคส่วนและที่กฎระเบียบต่างๆ ให้ชัดเจน ซึ่งขงนี้ยังต้องมีการออกนอกระบบไม่ใช่อะไรใหม่ ไม่เหมือนกับเมื่อ 5-10 ปีที่ผ่านมาที่ยังไม่ค่อยเข้าใจกัน” อธิการบดี มทร.ธัญบุรี กล่าวและว่า ที่ผ่านมามหาวิทยาลัยพยายามที่จะพัฒนาและมีเป้าหมายการออกไปสู่การเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับรัฐมากขึ้น ดังนั้น ได้จากการมีงานวิจัยจากภายนอกมากขึ้น

รหัสข่าว: C-170807012118 (7 ส.ค. 60/04:04)

หน้า: 1/1



บริษัท อินโฟนิวส์ จำกัด | 888/178 อาคารมหาทุนเพลซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
 ☎ 02-253-5000, 02-651-4700 📠 02-253-5001, 02-651-4701 ✉ help@iqnewsclip.com

ที่มา: iQNewsClip. (2560). สืบค้นจาก <https://www.iqnewsclip.com/newsservice.aspx>.

ตารางที่ 4.6: แสดงปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของประเภทข่าวตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์คมชัดลึก

ลำดับ ที่	ประเภทข่าว	ปริมาณพื้นที่ข่าว หนังสือพิมพ์คมชัดลึก		
		จำนวน ชิ้นข่าว	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ	ร้อยละของ ประเภทข่าว
1.	ข่าวการดำเนินงานขององค์กร	2	26.05	7.66
2.	ข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์	1	107.84	31.71
3.	ข่าวบุคคล	0	0.00	0.00
4.	ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ	1	194.42	57.16
5.	ข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคม	1	11.82	3.48
6.	ข่าวที่มุ่งแก้ไขความเข้าใจผิด	0	0.00	0.00
	รวม	5	340.13	100.00

จากการศึกษาประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์คมชัดลึก มีจำนวนข่าว 5 ชิ้นข่าว จากหนังสือพิมพ์จำนวน 5 ฉบับ คิดเป็น 340.13 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ พบว่าข่าวการดำเนินงานขององค์กรมีจำนวนชิ้นข่าวมากที่สุด 2 ชิ้นข่าว รองลงมาคือ ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์ และข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคมซึ่งมีสัดส่วนที่เท่ากันอย่างละ 1 ชิ้นข่าว

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของประเภทข่าวต่อฉบับในหนังสือพิมพ์คมชัดลึก พบว่า ประเภทข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจมีสัดส่วนมากที่สุด รองลงมาคือข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์ข่าวการดำเนินงานขององค์กรและข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคมจะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.10 มีจำนวน 194.42, 107.84, 26.05 และ 11.82 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ ตามลำดับ (คิดเป็นร้อยละ 57.16, 31.71, 7.66 และ 3.48 ของปริมาณพื้นที่ข่าวในหนังสือพิมพ์คมชัดลึก/ ฉบับ)

ภาพที่ 4.10: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์คมชัดลึก
ประเภทข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคม

คมชัดลึก Khom Chad Luek Circulation: 900,000 Ad Rate: 2,200	Section: บันเทิง/-			หน้า: 18(บนซ้าย)	คลิป: สีสี่
	วันที่: อังคาร 1 สิงหาคม 2560	ฉบับที่: 5764	Ad Value: 26,004		
	ปีที่: 16				
	Col.inch: 11.82				
	ภาพข่าว: โชคดี: ความงดงามของ "บัวหลวงพระราชินี"				



รหัสข่าว: C-170801014036 (1 ส.ค. 60/06:00)

หน้า: 1/1



บริษัท อินโฟนิวส์ คว้าคิด | 888/176 อาคารมหาทุนเพลซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
☎ 02-253-5000, 02-651-4700 📠 02-253-5001, 02-651-4701 ✉ help@iqnewsclip.com

ที่มา: iQNewsClip. (2560). สืบค้นจาก <https://www.iqnewsclip.com/newsservice.aspx>.

ตารางที่ 4.7: แสดงปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของประเภทข่าวตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์

ลำดับ ที่	ประเภทข่าว	ปริมาณพื้นที่ข่าว หนังสือพิมพ์เดลินิวส์		
		จำนวน ชิ้นข่าว	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ	ร้อยละของ ประเภทข่าว
1.	ข่าวการดำเนินงานขององค์กร	14	512.09	27.14
2.	ข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์	1	39.67	2.10
3.	ข่าวบุคคล	2	203.04	10.76
4.	ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ	7	1,054.21	55.87
5.	ข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคม	3	77.94	4.13
6.	ข่าวที่มุ่งแก้ไขความเข้าใจผิด	0	0.00	0.00
รวม		27	1,886.95	100.00

จากการศึกษาประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์พบว่า มีจำนวนข่าว 27 ชิ้นข่าว จากหนังสือพิมพ์จำนวน 25 ฉบับ โดยข่าวการดำเนินงานขององค์กรมีจำนวนชิ้นข่าวมากที่สุด จะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.11 และ 4.12 รองลงมา คือ ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ และข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคม ซึ่งมีจำนวน 14, 7 และ 3 ชิ้นข่าว ตามลำดับ

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของประเภทข่าวต่อฉบับในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ พบว่า ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ มีสัดส่วนปริมาณพื้นที่มากที่สุด รองลงมา คือ ข่าวการดำเนินงานขององค์กร และข่าวบุคคลมีจำนวน 1,054.21, 512.09 และ 203.04 คอลัมน์นี้ว/ฉบับ ตามลำดับ (คิดเป็นร้อยละ 55.87, 27.14 และ 10.76 ของปริมาณพื้นที่ข่าวในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์/ ฉบับ)

ภาพที่ 4.11: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์
ประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร

เดลินิวส์ Daily News Circulation: 810,000 Ad Rate: 2,200	Section: โลกสีเขียว/Next Gen-ละคร วันที่: อาทิตย์ 13 สิงหาคม 2560 ปีที่: - ฉบับที่: 24776 หน้า: 1(ล่างซ้าย), 24 Col.Inch: 89.27 Ad Value: 196,394 PRValue (x3): 589,182 คลิป: ลีสี่ คอลัมน์: NEXT GEN: ผนึกกำลังนักวิจัย 3 สถาบัน สร้าง 'รถเข็นไฟฟ้าอัจฉริยะ'
--	---



ผนึกกำลังนักวิจัย 3 สถาบัน สร้าง 'รถเข็นไฟฟ้าอัจฉริยะ'



ทีมวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เบญจลักษณ์ เมื่องมิตร์ พันเอก รองศาสตราจารย์ นพ.สุวิทย์ พานิชกุล พันเอก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นพ.อารักษ์ ขุนมาลี ผศ.ดร.เดชาฤทธิ์ นกัธรรน

เพื่อความสะดวกสำหรับทหารไปปฏิบัติงานในท้องที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ป่วยและพิการ ที่เข้ารับการรักษาที่โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า จึงเกิดความคิดร่วมมือในการคิดประดิษฐ์อุปกรณ์ที่ตนเองต่อความพิการ "รถเข็นไฟฟ้าอัจฉริยะ" (ต้นแบบ) Intelligent Wheelchair เพื่อช่วยในการส่งถ่ายผู้ป่วยให้ได้ทั้งหมด

ความร่วมมือของ 3 สถาบันดังกล่าว ประกอบด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดชาฤทธิ์ นกัธรรน และนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เบญจลักษณ์ เมื่องมิตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, พันเอก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นพ.อารักษ์ ขุนมาลี โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า และ พันเอก รองศาสตราจารย์ นพ.สุวิทย์ พานิชกุล วิทยาลัยแพทยศาสตร์พระมงกุฎเกล้า

พันเอก ผศ.นพ.อารักษ์ ขุนมาลี กล่าวว่า ปัจจุบันทางโรงพยาบาลมีผู้ป่วยจำนวนมากที่เข้ารับการรักษา แต่ทางศรัทธาส่งถ่าย



รหัสข่าว: C-170813004014 (13 ส.ค. 60/02:02)

หน้า: 1/2



บริษัท อินโฟลิสต์ จำกัด | 888/176 อาคารมหาทุนเพลซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
 ☎ 02-253-5000, 02-651-4700 📠 02-253-5001, 02-651-4701 ✉ help@iqnewsclip.com

ภาพที่ 4.12: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์
ประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร

เดลินิวส์ Daily News Circulation: 810,000 Ad Rate: 2,200	Section: โลกสีเขียว/Next Gen-ละคร วันที่: อาทิตย์ 13 สิงหาคม 2560 ปีที่: - ฉบับที่: 24776 หน้า: 1(ล่างซ้าย), 24 Col.Inch: 89.27 Ad Value: 196,394 PRValue (x3): 589,182 คลิป: สีสี่ คอลัมน์: NEXT GEN: ผนึกกำลังนักวิจัย 3 สถาบัน สร้าง 'รถเซ็นไฟฟ้าอัจฉริยะ'
--	---



ผู้ช่วยเพื่อให้ทันทั้งที อาจเสี่ยงต่อการบาดเจ็บเพิ่มเติม จึงจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยสูงสุด ในขณะเดียวกัน การส่งถ่ายผู้ป่วยจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งมีความจำเป็นอย่างมาก โดยรถเซ็นไฟฟ้าอัจฉริยะนี้ถูกออกแบบมาเพื่อลดภาระการดูแลผู้ป่วยที่อ่อนแอหรือผู้ป่วยสูงอายุ ซึ่งได้ทำต้นแบบมาเพื่อทดลองใช้ในโรงพยาบาลที่อยู่นอกเมืองหรือกลางแจ้ง ซึ่งในอนาคตอาจต้องทำให้รถวิ่งในที่ร่มหรือผ่านทางเดินมีหลังคา (Cover Way) ทำให้สะดวกและสามารถลดเจ้าหน้าที่หรือผู้เกี่ยวข้องลงได้อีกด้วย เมจางรถเซ็นไฟฟ้าอัจฉริยะนี้สามารถวิ่งได้ด้วยตนเองโดยไม่ต้องมีคนขับ

ผศ.ดร.เดชฤทธิ์ มณีธรรม กล่าวเพิ่มเติมว่า รถเซ็นไฟฟ้าอัจฉริยะนี้จะใช้ระบบจีพีเอส (GPS) หรือระบบ Vehicle Car Tracking ในการนำทาง โดยเป็นอุปกรณ์รับข้อมูลตำแหน่งจากดาวเทียม และใช้ร่วมกับเข็มทิศ (Compass) โดยสามารถตรวจสอบความลาดเอียงของพื้นดิน และรู้ตำแหน่งละติจูด (Latitude) และลองจิจูด (Longitude) ได้ โดยการประมวล

ผลจะใช้ไมโครคอนโทรลเลอร์ (Microcontroller) เป็นตัวประมวลผลกลาง ทั้งระบบและส่งออกสัญญาณดิจิทัล (Digital) และแอนะล็อก (analog) ออกไปยังชุดขับ (Drive) เพื่อควบคุมการทำงานของมอเตอร์ (DC Motor)

ถ้าจะพูดเป็นภาษาชาวบ้านก็คือ **ดาวเทียมจะระบุตำแหน่งทั้งรถจุดเซ็นไฟฟ้าอัจฉริยะ และเส้นทางที่รถจะเคลื่อนที่ไปยังจุดหมายปลายทาง** ก่อนจะส่งข้อมูลไปยังส่วนประมวลผล เพื่อส่งสัญญาณให้รถเคลื่อนที่ไปยังจุดหมายที่กำหนดไว้นั่นเอง

นับเป็นอีกหนึ่งนวัตกรรม ที่นอกจากจะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ทหารที่ป่วยหรือพิการ ที่อยู่ในระหว่างการรักษาตัวแล้ว ยังช่วยลดภาระการทำงานของเจ้าหน้าที่อีกด้วย.

ภาพ: พานิชชาติ
napapomp@dailynews.co.th


ตารางที่ 4.8: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของประเภทข้าวตามลักษณะการดำเนินงานขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

ลำดับ ที่	ประเภทข้าว	ปริมาณพื้นที่ข้าว หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ		
		จำนวน ชิ้นข้าว	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ	ร้อยละของ ประเภทข้าว
1.	ข้าวการดำเนินงานขององค์กร	36	907.26	49.02
2.	ข้าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์	3	256.61	13.86
3.	ข้าวบุคคล	7	184.47	9.97
4.	ข้าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ	6	255.05	13.78
5.	ข้าวที่ต้องการความร่วมมือส่วนร่วมจากภาคสังคม	7	247.59	13.38
6.	ข้าวที่มุ่งแก้ไขความเข้าใจผิด	0	0.00	0.00
รวม		59	1,850.90	100.00

จากการศึกษาประเภทข้าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐพบว่า มีจำนวนข้าว 59 ชิ้นข้าว จากจำนวนหนังสือพิมพ์ 50 ฉบับ โดยข้าวการดำเนินงานขององค์กร มีสัดส่วนจำนวนชิ้นข้าวมากที่สุด 36 ชิ้นข้าว จะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.13 รองลงมา คือ ข้าวที่ต้องการความร่วมมือส่วนร่วมจากภาคสังคม และข้าวบุคคล ซึ่งมีจำนวน 7 ชิ้นข้าวเท่ากัน ข้าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ 6 ชิ้นข้าว และข้าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์ 3 ชิ้นข้าว

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของประเภทข้าวต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ พบว่า ข้าวการดำเนินงานขององค์กร มีสัดส่วนปริมาณพื้นที่มากที่สุด รองลงมา คือ ข้าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์ ข้าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ ข้าวที่ต้องการความร่วมมือส่วนร่วมจากภาคสังคม และข้าวบุคคล มีจำนวน 907.26, 256.61, 255.05, 247.59 และ 184.47 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ ตามลำดับ (คิดเป็นร้อยละ 49.02, 13.86, 13.78, 13.38 และ 9.97 ของปริมาณพื้นที่ข้าวในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ/ ฉบับ)

ภาพที่ 4.13: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ
ประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร

 <p>ไทยรัฐ ครบฉบับ</p> <p>Thai Rath (Mid-Day) Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 1,600</p>	Section: First Section/การศึกษา-ศาสนา-สาธารณสุข วันที่: เสาร์ 19 สิงหาคม 2560 ปีที่: 68 ฉบับที่: 21760 หน้า: 12(บนซ้าย) Col.Inch: 15.96 Ad Value: 25,536 PRValue (x3): 76,608 ศิลปิน: ชาว-ดำ หัวข้อข่าว: ปลื้มอันดับมหา'ลัยขยับขึ้นงานวิจัยถูกใช้อ้างอิงพุ่ง		

ปลื้มอันดับมหา'ลัยขยับขึ้นงานวิจัยถูกใช้อ้างอิงพุ่ง

รศ.ดร.ประเสริฐ ปิ์เปรมรัฐ อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (มทร.) ธัญบุรี กล่าวว่า เว็บไซต์ Webometrics ซึ่งเป็นเว็บไซต์อันดับ World Raking University ระดับโลก ได้ประกาศผล TRANSPARENT RANKING : TOP UNIVERSITIES BY GOOGLESCHOLAR CITATIONS ซึ่งเป็นการจัดอันดับงานวิจัยของมหาวิทยาลัยทั่วโลกที่ได้รับอันดับงานวิจัยระบบออนไลน์และถูกนำไปใช้เป็นที่ถูกอ้างอิงมีมหาวิทยาลัยจากทั่วโลกเข้ารับการจัดอันดับประมาณ 5,000 แห่ง สำหรับประเทศไทยมีมหาวิทยาลัยได้รับการจัดอันดับ 91 แห่ง และ มทร.ธัญบุรี อยู่ในอันดับที่ 17 เป็นมหาวิทยาลัยเดียวในกลุ่มราชมงคลที่ถูกจัดอันดับสูงขึ้นไปจากเมื่อ 6 เดือนก่อนที่มีการจัดอันดับอยู่ที่ 27 และอยู่ในอันดับที่ 8,000 ของโลก รวมถึงงานวิจัย มทร.ธัญบุรี มีผู้คนนำไปใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงถึง 5,278 ครั้ง เพิ่มขึ้นจาก 6 เดือนก่อนที่อยู่ประมาณ 1,804 ครั้ง

"การทำงานวิจัย มทร.ธัญบุรี มีผู้สนใจนำไปใช้เป็นที่ถูกอ้างอิงสูงขึ้นเป็นเพราะมหาวิทยาลัยให้ความสำคัญกับทุกการทำวิจัย Teacher | Research ทั้งส่งเสริมให้เข้าไปใช้ในภาคอุตสาหกรรมทั้งนี้ อีก 2 ปีข้างหน้าคาดว่าจะมีการจัดอันดับ TOP UNIVERSITIES BY GOOGLESCHOLAR CITATIONS มทร.ธัญบุรีจะอยู่ในอันดับที่ 15 ของมหาวิทยาลัยในประเทศไทยและมีผู้ทำงานวิจัยนำไปใช้อ้างอิงไม่ต่ำกว่า 7,000 ครั้ง ส่วนอีก 4 ปีต้องติดใน 10 ของการจัดอันดับมีการทำงานวิจัยไปใช้ อ้างอิงไม่ต่ำกว่า 10,000 ครั้ง" รศ.ดร.ประเสริฐกล่าว

รหัสข่าว: C-170819039149 (18 ส.ค. 60/09:06)

หน้า: 1/1



บริษัท อินโฟเควสท์ จำกัด | 888/176 อาคารมหาพนาพลาซ่า ชั้น 17 ถนนพหลโยธิน แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10330
 ☎ 02-253-5000, 02-651-4700 📠 02-253-5001, 02-651-4701 ✉ help@iqnewsclip.com

ที่มา: iQNewsClip. (2560). สืบค้นจาก <https://www.iqnewsclip.com/newsservice.aspx>.

ตารางที่ 4.9: แสดงปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของประเภทข่าวตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์แนวหน้า

ลำดับ ที่	ประเภทข่าว	ปริมาณพื้นที่ข่าว หนังสือพิมพ์แนวหน้า		
		จำนวน ชิ้นข่าว	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ	ร้อยละของ ประเภทข่าว
1.	ข่าวการดำเนินงานขององค์กร	13	571.65	89.96
2.	ข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์	0	0.00	0.00
3.	ข่าวบุคคล	0	0.00	0.00
4.	ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ	0	0.00	0.00
5.	ข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคม	2	63.79	10.04
6.	ข่าวที่มุ่งแก้ไขความเข้าใจผิด	0	0.00	0.00
	รวม	15	635.44	100.00

จากการศึกษาประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์แนวหน้า พบว่า มีจำนวนข่าว 15 ชิ้นข่าว จากหนังสือพิมพ์จำนวน 13 ฉบับ โดยข่าวการดำเนินงานขององค์กรมีจำนวนชิ้นข่าวมากที่สุด 13 ชิ้นข่าว รองลงมาคือ ข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคม มีจำนวน 2 ชิ้นข่าวจะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.14 และ 4.15

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของประเภทข่าวต่อฉบับในหนังสือพิมพ์แนวหน้า พบว่า ข่าวการดำเนินงานขององค์กร มีสัดส่วนปริมาณพื้นที่มากที่สุด รองลงมาคือ ข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคมมีจำนวน 571.65 และ 63.79 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ ตามลำดับ (คิดเป็นร้อยละ 89.96 และ 10.04 ของปริมาณพื้นที่ข่าวในหนังสือพิมพ์แนวหน้า/ ฉบับ)

ภาพที่ 4.14: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์แนวหน้า
ประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร

แนวหน้า	Section: วาไรตี้/การศึกษา-ศิลปวัฒนธรรม		
	วันที่: พุธที่ 17 สิงหาคม 2560		
Naew Na Circulation: 900,000 Ad Rate: 900	ปีที่: 38	ฉบับที่: 13265	หน้า: 17(ล่างขวา)
	Col.Inch: 29.32	Ad Value: 26,388	PRValue (x3): 79,164
	คอลิป: ชาว-ด้า		
หัวข้อข่าว: มทร.ธัญบุรีติดอันดับงานวิจัยในมหา'ลัยโลกเป็นอันดับที่ 17 ในกลุ่มของมหาวิทยาลัย...			

มทร. ธัญบุรีติดอันดับงานวิจัยในมหา'ลัยโลก เป็นอันดับที่ 17 ในกลุ่มของมหาวิทยาลัยไทย ตั้งธงอีก 4 ปีข้างหน้าจะต้องติด 1 ใน 10

ศ.ดร.ประเสริฐ ปิ่นปฐมรัฐ อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (มทร.) ธัญบุรี เปิดเผยว่า เว็บไซต์ Webometrics ซึ่งเป็นเว็บจัดอันดับ World Raking University ระดับโลกได้ประกาศผล TRANSPARENT RANKING: TOP UNIVERSITIES BY GOOGLE SCHOLAR CITATIONS ซึ่งเป็นการจัดอันดับงานวิจัยของมหาวิทยาลัยทั่วโลก ที่ได้รับการค้นหาทางระบบออนไลน์และถูกนำไปใช้เป็นหลักฐานอ้างอิง มีมหาวิทยาลัยจากทั่วโลกเข้ารับการจัดอันดับประมาณ 5,000 แห่ง ซึ่งในส่วนของประเทศไทย มีมหาวิทยาลัยของประเทศไทยได้รับการจัดอันดับ 31 แห่ง และมทร.ธัญบุรี อยู่ในอันดับที่ 17 เป็นมหาวิทยาลัยเดียวในกลุ่มจางมงคลที่ถูกจัดอันดับสูงชันจากเมื่อ 6 เดือนก่อนที่มีการจัดอันดับอยู่ที่ 27 และอยู่ในอันดับที่ 3,000 ของโลก รวมถึงงานวิจัยของ มทร.ธัญบุรี มีผู้สนใจนำไปใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงถึง 5,278 ครั้ง เพิ่มขึ้นจาก 6 เดือนก่อน ที่อยู่ที่ประมาณ 1,304 ครั้ง ซึ่งถือเป็นจำนวนที่น่าพอใจ

"การที่งานวิจัยของ มทร.ธัญบุรี มีผู้สนใจนำไปใช้ เป็นข้อมูลอ้างอิงชันมากนั้น เป็นเพราะมหาวิทยาลัยให้อาจารย์ทุกคนทำวิจัย 1 Teacher 1 Research หรือทั้งสองเสริมให้เข้ามามีในภาคอุตสาหกรรมและตีพิมพ์ออกมา งานวิจัยเหล่านี้จะถูกกระจายไปเพื่อยกระดับงานวิชาการให้สูงขึ้น ส่งเสริมให้ภาคอุตสาหกรรมนำไปใช้ และงานวิจัยเหล่านี้จะถูกนำไปใช้ในการเรียนการสอนให้กับนักศึกษาของสถาบัน โดยอีก 2 ปีข้างหน้าคาดว่าจะการจัดอันดับ TOP UNIVERSITIES BY GOOGLE SCHOLAR CITATIONS มหาวิทยาลัยจะอยู่ในอันดับที่ 15 ของมหาวิทยาลัยในประเทศไทย และมีผู้สนใจนำงานวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงไม่ต่ำกว่า 7,000 ครั้ง ส่วนอีก 4 ปีข้างหน้าจะต้องติด 1 ใน 10 ของการจัดอันดับ มีการนำงานวิจัยไปใช้อ้างอิงไม่ต่ำกว่า 10,000 ครั้ง" อธิการบดี มทร.ธัญบุรี กล่าว

รหัสข่าว: C-170817005091 (17 ส.ค. 60/05:55)

หน้า: 1/1



บริษัท อินโฟนิวส์ จำกัด | 888/178 อาคารมหาทุนหลวงฯ ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
02-253-5000, 02-651-4700 | 02-253-5001, 02-651-4701 | help@iqnewsclip.com

ที่มา: iQNewsClip. (2560). สืบค้นจาก <https://www.iqnewsclip.com/newsservice.aspx>.

ภาพที่ 4.15: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์แนวหน้า
ประเภทข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคม

แนวหน้า	Section: ไร่ดี/ผู้หญิง		
	วันที่: อังคาร 1 สิงหาคม 2560	หน้า: 14(กลาง)	ศิลปิน: ลีลี
Naew Na Circulation: 900,000 Ad Rate: 1,250	ปีที่: 38 ฉบับที่: 13249	Col.Inch: 45.94 Ad Value: 57,425	PRValue (x3): 172,275
หัวข้อข่าว: เปิดประสบการณ์กับมหัศจรรย์พันธุ์บัว ดงงามหาชมยากในประเทศไทย			

เปิดประสบการณ์กับมหัศจรรย์พันธุ์บัว ดงงามหาชมยากในประเทศไทย



บัวหลวงพระราชินี



บัวฉลองขวัญ

เพื่อร่วมฉลองในโอกาสที่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ในรัชกาลที่ 9 ทรงเจริญพระชนมพรรษาครบ 85 พรรษา บริษัท เข็มพลพัฒน์ จำกัด (มหาชน) ผู้บริหารศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า รามอินทรา ร่วมกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (มทร.) และ บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) จัดงาน BUA la Fiesta 2017 ในวันที่ 10-20 สิงหาคม 2560

ภายในงาน ร่วมเปิดประสบการณ์ใหม่ไปกับความมหัศจรรย์ที่หลากหลายของบัว ซึ่งถือเป็นหนึ่งในดอกไม้โปรดและทรงปริศนาว่า "เป็นดอกไม้ที่สวยที่สุดที่ไม่มีคู่แข่งเทียบไม่ได้" จะถูกนำมาเนรมิตให้ลานกิจกรรมหน้าศูนย์การค้ากลายเป็นลานบัวที่งดงามแบบที่ไม่เคยมีที่ไหนมาก่อน ที่สามารถให้คุณมาชื่นชมความงามได้ทั้งกลางวันและกลางคืน โดยรับอรุณยามเช้าด้วยดอกบัวที่เปี่ยมเสน่ห์พร้อมเสริมและพบกับค่าที่ตื่นตาตื่นใจไปกับ แลง ลี ประดับประดาสร้างสีสันให้กับดอกบัวดูมีชีวิตชีวาในยามค่ำ, สนุกสนานกับลานบัวยักษ์ที่พร้อมรองรับร่างกายของคุณให้ส่องลอยอยู่เหนือน้ำ, พบกับการรวมตัวของบัวนับ 10 สายพันธุ์หาชมยากในประเทศไทย พร้อมทั้งเมนูอาหารต่างๆ ที่สร้างสรรค์อย่างพิถีพิถันมาจากส่วนต่างๆ ของบัว รวมถึงเมนูไอศกรีม "เมี่ยงบัวหลวง" สุดสดชื่นรับจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่เปิดให้ชิมฟรีภายในงานนี้ที่แรกและที่เดียว กิจกรรมจัดขึ้น ณ บริเวณลานหน้าศูนย์การค้าและลานกิจกรรมภายใน

ศูนย์การค้า ชั้น G และ ชั้น 1 ศูนย์การค้าเซ็นทรัล พลาซ่า รามอินทรา

สำหรับบัวนับ 10 สายพันธุ์ที่หาชมยากในประเทศไทย อาทิ บัวหลวงพระราชินีค้นพบโดยสมเด็จพระนางเจ้า พระบรมราชินีนาถ และทรงมีรับสั่งให้เจ้าหน้าที่ไปเก็บต้นพันธุ์บัวที่พระองค์ไปโปรดจากจังหวัดเพชรบุรี ไปปลูกอนุรักษ์ที่ศูนย์ศึกษาการพัฒนาพิกุลทอง จังหวัดนราธิวาส เมื่อปี พ.ศ.2543, บัวฉลองขวัญ หรือทั่วโลกรู้จักกันในชื่อ King Of Siam, บัวยักษ์ขาว/คราม/ม่วง เป็นบัวพื้นเมืองของทวีปออสเตรเลีย, บัวจกกลนี้ เป็นบัวพื้นเมืองของไทย มีแห่งเดียวในโลก, บัวยักษ์เอทธานต์ เป็นบัวที่ดอกสามารถเปลี่ยนสีได้ในรอบของการบานทั้งหมด 5 วัน, บัวปทุม เป็นบัวหลวงสีชมพู คนไทยจะคุ้นเคยกับบัวหลวงพันธุ์นี้มากที่สุด, บัวมณฑริก หรือปทุมทริก เป็นบัวหลวงสีขาว สายพันธุ์เดียวกับบัวปทุม, บัวสาย บัวกินสาย ดอกสีชมพู หรือที่คนทั่วไปมักนำมารับประทาน, บัวกระดัง บัวใบใหญ่ยักษ์ขอบใบยกตัวขึ้นคล้ายกระดัง ลอยอยู่บนผิวน้ำ สามารถรับน้ำหนักได้ถึง 100 กก., บัวนางกวัก เป็นสายพันธุ์จากประเทศอินเดีย กลิ่นเสียวจะมีกลิ่นย่อยที่ปลายรูปร่างคล้ายมือกวัก และบัวมีลยยาม เป็นความภาคภูมิใจของนักผสมพันธุ์บัวชาวไทยซึ่งได้รับรางวัล Best New Hardy Waterlily 2007

ผู้สนใจ ชมได้ในวันที่ 10-20 สิงหาคม 2560 ณ บริเวณลานหน้าศูนย์การค้าและลานกิจกรรมภายในศูนย์การค้า เซ็นทรัล พลาซ่า รามอินทรา

รหัสข่าว: C-170801005019 (1 ส.ค. 60/05:47)

หน้า: 1/1



บริษัท อินโฟนิวส์ จำกัด | 888/178 อาคารมหาพหลฯ ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
☎ 02-253-5000, 02-651-4700 ☎ 02-253-5001, 02-651-4701 ✉ help@iqnewsclip.com

ที่มา: iQNewsClip. (2560). สืบค้นจาก <https://www.iqnewsclip.com/newsservice.aspx>.

ตารางที่ 4.10: แสดงปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของประเภทข่าวตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์

ลำดับ ที่	ประเภทข่าว	ปริมาณพื้นที่ข่าว หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์		
		จำนวน ชิ้นข่าว	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ	ร้อยละของ ประเภทข่าว
1.	ข่าวการดำเนินงานขององค์กร	12	616.29	42.07
2.	ข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์	1	109.31	7.46
3.	ข่าวบุคคล	0	0.00	0.00
4.	ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ	8	666.12	45.47
5.	ข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคม	4	73.24	5.00
6.	ข่าวที่มุ่งแก้ไขความเข้าใจผิด	0	0.00	0.00
	รวม	25	1,464.96	100.00

จากการศึกษาประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ พบว่า มีจำนวนข่าวทั้งหมด 25 ชิ้นข่าว จากหนังสือพิมพ์จำนวน 23 ฉบับ โดยข่าวการดำเนินงานขององค์กรมีจำนวนชิ้นข่าวมากที่สุด จะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.16 รองลงมา คือ ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ และข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคม มีจำนวน 12, 8 และ 4 ชิ้นข่าว

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของประเภทข่าวต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ พบว่า ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ มีสัดส่วนปริมาณพื้นที่มากที่สุด รองลงมา คือ ข่าวการดำเนินงานขององค์กรและข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์ มีจำนวน 666.12 และ 616.29 และ 109.31 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ ตามลำดับ (คิดเป็นร้อยละ 45.47, 42.07 และ 7.46 ของปริมาณพื้นที่ข่าวในหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์/ ฉบับ)

ภาพที่ 4.16: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์
ประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร

ไทยโพสต์ Thal Post Circulation: 950,000 Ad Rate: 850	Section: X-CITE/เกษตร-แรงงาน วันที่: อังคาร 3 ตุลาคม 2560 ปีที่: 21 ฉบับที่: 7634 หน้า: 18(ล่าง) Col.Inch: 53.25 Ad Value: 45,262.50 PRValue (x3): 135,787.50 ศิลปิน: ชาว-ต้า หัวข้อข่าว: มทร.ธัญบุรีจับมือก.พาณิชย์ พัฒนาศักยภาพ'ตลาดร่มหุบ'
	(Blank space for additional details)

ที่ปรึกษากฎหมายกระทรวงพาณิชย์
 เปิดตลาด "ร่มหุบ" อ.เมือง จ.สมุทรสงคราม
 ขึ้นเคเบิลโมบายรัฐเป็นตลาดต้องชม ตาม
 โครงการตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น
 นางสาวเรวดี วีระวุฒิพล ที่ปรึกษากฎหมายกระทรวงพาณิชย์ พร้อมด้วยนายภคฤกษ์ อินทชาติ พาณิชย์จังหวัดสมุทรสงคราม นายพงศ์พิชญ์ ส่วนภูษา รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (มทร.) ธัญบุรี นายวิระพรรณ แสงรัตนภรณ์ ตัวแทนจากการรถไฟฯ และตัวแทนจากส่วนราชการ ร่วมเปิดโครงการตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น ในชื่อ "ตลาดต้องชม" ณ ตลาดร่มหุบ บริเวณสถานีรถไฟแม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม และมีนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มทร.ธัญบุรี ร่วม



มทร.ธัญบุรีจับมือก.พาณิชย์ พัฒนาศักยภาพ'ตลาดร่มหุบ'

แสดงในพิธีเปิด เรียกสีสันและสร้างความ
 สนุกสนานภายในงานจากพ่อค้า ประชาชน และ
 นักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก

"ตามที่รัฐบาลมีนโยบายในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ซึ่งให้ความสำคัญกับการสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจในประเทศ โดยดำเนินนโยบายเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่น อันสอดคล้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง มุ่งเน้นการยกระดับรายได้ให้กับผู้มีรายได้น้อยอย่างทั่วถึง เพื่อให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโต นำไปสู่การลดความยากจนและความเหลื่อมล้ำในสังคม

กระทรวงพาณิชย์จึงมีนโยบายในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชุมชน กรมการค้าภายในได้ดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาตลาดชุมชนเป้าหมาย โดยปรับปรุงภูมิทัศน์ของตลาด สนับสนุนจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการซื้อขาย และประชาสัมพันธ์ตลาดให้เป็นที่รู้จักยิ่งขึ้นต่อไป อันจะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งนี้เป็นอย่างยิ่งว่าโครงการนี้จะช่วยส่งเสริมการรับรู้และยกระดับพัฒนาตลาดให้เป็นที่ยอมรับและเกิดรูปแบบการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป" นางสาวเรวดี



กล่าว
 นายภคฤกษ์กล่าวว่า กรมการค้าภายในได้มอบหมายให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเป็นที่ปรึกษาในการปรับปรุงและพัฒนาตลาดชุมชน ตามโครงการตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น ตลาดร่มหุบ จ.สมุทรสงคราม เพื่อหาแนวทางการบริหารจัดการ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจในชุมชนตลาด ส่งเสริมพัฒนาให้เกษตรกร วิชากิจชุมชนและผู้ประกอบการของตลาดมีศักยภาพในการพัฒนาตลาดมากยิ่งขึ้น รวมถึงการปรับปรุงแบบการค้าเงินอุดหนุนตลาดให้เกิดการพัฒนาสู่การค้าที่ยั่งยืนต่อไป

ด้านนายพงศ์พิชญ์กล่าวเสริมว่า มทร.ธัญบุรีได้ลงนามความร่วมมือกับกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ ตามโครงการตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่นในชื่อ ตลาดต้องชม-เอกลักษณ์พาณิชย์ อัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อ

พัฒนาตลาดชุมชนอย่างยั่งยืน นอกจากตลาดร่มหุบยังได้ดำเนินการพัฒนาตลาดชุมชนอีก 2 แห่ง คือ ตลาดศาลเจ้าโรงทอง จ.อ่างทอง และถนนเตนเด็มปากแพรก จ.กาญจนบุรี

กิจกรรมส่งเสริมการรับรู้ตลาดต้องชม ณ ตลาดร่มหุบ สถานีรถไฟแม่กลองแห่งนี้จะเป็นช่องทางหนึ่งในการสร้างอาชีพ สร้างงาน และสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน และไม่ว่าจะเป็นคนในท้องถิ่นเอง หรือผู้มาเยือนทั้งชาวไทยและต่างชาติ ก็จะต้องแวะชม แวะเวียนเข้ามาจับจ่ายใช้สอย สัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชาวบ้านที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ โครงการดังกล่าวนี้เน้นเป็นการดำเนินงานร่วมกับหลายภาคส่วนในรูปแบบประชารัฐ เพื่อให้เศรษฐกิจท้องถิ่นมีความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป" รองอธิการบดี มทร.ธัญบุรีกล่าว ผู้สนใจสามารถดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ www.talad-tongchom.mutt.ac.th

ตารางที่ 4.11: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของประเภทข้าวตามลักษณะการดำเนินงานกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน 360 องศา

ลำดับ ที่	ประเภทข้าว	ปริมาณพื้นที่ข้าว		
		หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน 360 องศา		
		จำนวน ขึ้นข้าว	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ	ร้อยละของ ประเภทข้าว
1.	ข้าวการดำเนินงานขององค์กร	3	60.23	17.99
2.	ข้าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์	0	0.00	0.00
3.	ข้าวบุคคล	2	206.46	61.65
4.	ข้าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ	1	19.63	5.86
5.	ข้าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคม	3	48.55	14.50
6.	ข้าวที่มุ่งแก้ไขความเข้าใจผิด	0	0.00	0.00
	รวม	9	334.87	100.00

จากการศึกษาประเภทข้าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน 360 องศา พบว่า มีจำนวนข้าวทั้งหมด 9 ขึ้นข้าว จากหนังสือพิมพ์จำนวน 9 ฉบับ โดยข้าวการดำเนินงานขององค์กรและข้าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคมมีจำนวนขึ้นข้าวมากที่สุดเท่ากัน 3 ขึ้นข้าว จะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.17 รองลงมาคือข้าวบุคคลมีจำนวน 2 ขึ้นข้าว และข้าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ 1 ขึ้นข้าว

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของประเภทข้าวต่อฉบับในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน 360 องศา พบว่า ข้าวบุคคลมีส่วนปริมาณพื้นที่มากที่สุด รองลงมาคือ ข้าวการดำเนินงานขององค์กรและข้าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคม มีจำนวน 206.46, 60.23 และ 48.55 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ ตามลำดับ (คิดเป็นร้อยละ 61.65, 17.99 และ 14.50 ของปริมาณพื้นที่ข้าวในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน 360 องศา/ ฉบับ)

ภาพที่ 4.17: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์
ผู้จัดการรายวัน 360 องศาประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร

ผู้จัดการรายวัน 360 Poo Jakkam Daily 360 Degree Circulation: 850,000 Ad Rate: 1,500	Section: Live/- วันที่: อังคาร 29 สิงหาคม 2560 ปีที่: 9 ฉบับที่: 2462 หน้า: 18(ขวา) Col.Inch: 8.90 Ad Value: 13,350 PRValue (x3): 40,050 คลิป: 3:58 คอลัมน์: Live Release: มทร.ธัญบุรี ลงนามความร่วมมือกับฟิลิปปินส์
---	--


Live Release

มทร.ธัญบุรี ลงนามความร่วมมือกับฟิลิปปินส์



รศ.ดร.ประเสริฐ ปิ่นปฐมรัฐ อธิการบดี
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ลงนาม
 ความร่วมมือทางวิชาการกับผู้บริหารจาก
 Philippine Christian University ประเทศ
 ฟิลิปปินส์ ณ ห้องประชุมรัตนอุบล มหาวิทยาลัย
 เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

รหัสข่าว: C-170829040027 (29 ส.ค. 60/05:33)

หน้า: 1/1



บริษัท อินโฟนิวส์ จำกัด | 888/178 อาคารมหาทุนพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
 ☎ 02-253-5000, 02-651-4700 📠 02-253-5001, 02-651-4701 ✉ help@iqnewsclip.com

ที่มา: iQNewsClip. (2560). สืบค้นจาก <https://www.iqnewsclip.com/newsservice.aspx>.

ตารางที่ 4.12: แสดงปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของประเภทข่าวตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์โพสท์ทูเดย์

ลำดับ ที่	ประเภทข่าว	ปริมาณพื้นที่ข่าว หนังสือพิมพ์โพสท์ทูเดย์		
		จำนวน ชิ้นข่าว	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ	ร้อยละของ ประเภทข่าว
1.	ข่าวการดำเนินงานขององค์กร	10	551.55	61.41
2.	ข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์	0	0.00	0.00
3.	ข่าวบุคคล	0	0.00	0.00
4.	ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ	2	130.74	14.56
5.	ข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคม	3	215.82	24.03
6.	ข่าวที่มุ่งแก้ไขความเข้าใจผิด	0	0.00	0.00
	รวม	15	898.11	100.00

จากการศึกษาประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์โพสท์ทูเดย์ พบว่า มีจำนวนข่าวทั้งหมด 15 ชิ้นข่าว จากหนังสือพิมพ์จำนวน 11 ฉบับ โดยข่าวการดำเนินงานขององค์กรมีจำนวนชิ้นข่าวมากที่สุด จะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.18 และ 4.19 รองลงมาคือ ข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคมและข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ ซึ่งมีจำนวน 10, 3 และ 2 ชิ้นข่าว ตามลำดับ

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของประเภทข่าวต่อฉบับในหนังสือพิมพ์โพสท์ทูเดย์ พบว่า ข่าวการดำเนินงานขององค์กร มีสัดส่วนปริมาณพื้นที่มากที่สุด รองลงมาคือ ข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคมและข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจมีจำนวน 551.55, 215.82 และ 130.74 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ ตามลำดับ (คิดเป็นร้อยละ 61.41, 24.03 และ 14.56 ของปริมาณพื้นที่ข่าวในหนังสือพิมพ์โพสท์ทูเดย์/ ฉบับ)

ภาพที่ 4.18: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์
ประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร

โพสต์ทูเดย์ Post Today Circulation: 320,000 Ad Rate: 1,100	Section: DIGITAL of things/เศรษฐกิจ ดิจิทัล วันที่: พุธที่ 5 ตุลาคม 2560 ปีที่: 15 ฉบับที่: 5355 Col.Inch: 93.55 Ad Value: 102,905 หัวข้อข่าว: รวมพลังดัน SMEs Go Online	หน้า: C7(ล่าง) PRValue (x3): 308,715 ศิลปิน: สีสี่

รวมพลังดัน SMEs Go Online



เรื่อง | ปิยนุช ด้วงเหลือง

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ร่วมกับ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือเอ็ดด้า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (มทร.ธัญบุรี) และมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จัดโครงการส่งเสริมพัฒนาตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับเอสเอ็มอี หรือ “SMEs Go Online ปี 2560” เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการใช้เครื่องมือดิจิทัลให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ

สุทธิกานต์ มาสำราญ ผู้อำนวยการกลุ่มงานส่งเสริมและประสานงานเครือข่าย สสว. กล่าวว่า โครงการ

ส่งเสริมพัฒนาตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับเอสเอ็มอี หรือ “SMEs Go Online ปี 2560” เป็นโครงการความร่วมมือระหว่าง สสว. เอ็ดด้า มทร.ธัญบุรี และมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าสู่ตลาดอิเล็กทรอนิกส์ผ่านกิจกรรมพัฒนาให้กับผู้ประกอบการ โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วม 6.8 หมื่นราย มีสินค้าและบริการจำนวน 1.1 แสนรายการ ซึ่งสามารถขึ้นขายออนไลน์ได้แล้ว 8.25 หมื่นรายการ

สำหรับผลิตภัณฑ์ขายดีในระบบออนไลน์ ได้แก่ ของตกแต่งบ้าน แฟชั่น เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า แหวน เครื่องสำอาง โดยผู้ประกอบการสามารถสร้างยอดขายรวมได้ 200 ล้านบาท โดยโครงการนี้เป็นส่วนสำคัญ

ในการเพิ่มช่องทางการขายและการเข้าถึงลูกค้าให้แก่เอสเอ็มอี เพราะสามารถขายสินค้าหรือบริการได้ทั่วโลกตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณา การจัดตั้งร้านค้า การจัดตกแต่งสถานที่ การจัดเก็บสินค้า การกระจายสินค้า ส่วนในแง่ของผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบเพื่อเลือกซื้อสินค้าที่ราคาเหมาะสมและมีคุณภาพ

ประเสริฐ ปิณปฐมรัฐ อธิการบดี มทร.ธัญบุรี กล่าวว่า ที่ผ่านมาทาง มทร.ธัญบุรี ได้จัดอบรมในพื้นที่ ดำเนินการจำนวน 7 จังหวัด ได้แก่ จ.เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง พิษณุโลก สุโขทัย สุพรรณบุรี และเพชรบุรี มีผู้เข้าร่วมอบรมกว่า 2,300 ราย และกิจกรรมการถ่ายทอดสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการโดยช่างภาพอาชีพที่ลงพื้นที่ไปด้วย

รหัสข่าว: C-171005006125 (5 ต.ค. 60/06:16)

หน้า: 1/2



บริษัท อินโฟนิวส์ จำกัด | 888/178 อาคารมหาทุนหลายซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
 ☎ 02-253-5000, 02-651-4700 📠 02-253-5001, 02-651-4701 ✉ help@iqnewsclip.com

ที่มา: iQNewsClip. (2560). สืบค้นจาก <https://www.iqnewsclip.com/newsservice.aspx>.

ภาพที่ 4.19: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์
ประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร

โพสต์ทูเดย์ Post Today Circulation: 320,000 Ad Rate: 1,100	Section: DIGITAL of things/เศรษฐกิจ ดิจิทัล วันที่: พุธที่ 5 ตุลาคม 2560 ปีที่: 15 ฉบับที่: 5355 หน้า: C7(ล่าง) Col.Inch: 93.55 Ad Value: 102,905 PRValue (x3): 308,715 ศิลปิน: สีสี่ หัวข้อข่าว: รวมพลังต้น SMEs Go Online

สินค้าอีกกว่า 10 จังหวัด พร้อมทั้งจะมีการอบรมแบบออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ประกอบการในวงกว้างราว 2.2 หมื่นรายได้เข้าถึงความรู้เพิ่มขึ้น และสามารถพัฒนาตนเองให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลกปัจจุบัน ทั้งนี้ ในพื้นที่ภาคกลางและภาคเหนือ รวมถึงกลุ่มธุรกิจตามนโยบาย สามารถนำสินค้ากว่า 2.5 หมื่นรายการขึ้นไปยังใน อี-มาร์เก็ตเพลส ได้แก่ thailandmall, 11 steet, smesiam, Lazada, weloveshopping, Buzzesbee, Tarad.com, Pinstouq โดยเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องนุ่งห่ม สินค้าหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ของขวัญของชำร่วยและของตกแต่งบ้าน เป็นสัดส่วนสำคัญ

สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์ รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กล่าวว่า ได้ร่วมดำเนินโครงการส่งเสริมพัฒนาตลาดอิเล็กทรอนิกส์กับ สสว. เพื่อสนับสนุน ส่งเสริมผู้ประกอบการ เอสเอ็มอีให้มีโอกาสเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้สะดวก สร้างยอดขายให้แก่ผู้ประกอบการระดับเริ่มต้น (Startup) ผู้ประกอบการกลุ่มทั่วไป (Regular) ให้มีช่องทางจำหน่าย และมีศูนย์กลางในการบริหารจัดการตลาดออนไลน์ด้วยมีอาชีพทั้งระบบ ตั้งแต่พัฒนาภาพลักษณ์ สร้างแบรนด์ สร้างการยอมรับในกลุ่มลูกค้า สร้างไปรษณีย์เร่งกระบวนการตัดสินใจซื้อ จัดการด้านการเงินผ่านระบบออนไลน์ ตอบข้อซักถามลูกค้าและบริการจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าอย่างเป็นระบบ สามารถสร้างกระบวนการเรียนรู้ และยกระดับกิจการของเอสเอ็มอี ให้มีความรู้ความเข้าใจ และสามารถแข่งขันได้



สุวิทย์รัตน์ นภัสวีทยา

สำหรับในพื้นที่ภาคตะวันออกและตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นพื้นที่ความรับผิดชอบของ มรท.สวนสุนันทา สามารถนำสินค้ากว่า 2.56 หมื่นรายการจากผู้ประกอบการ 1,280 รายขึ้นไปยังใน อี-มาร์เก็ตเพลสต่างๆ ได้แก่ Lnw-mall, Shopee, 11 steet, smesiam, thailandmall, Lazada, weloveshopping, Buzzesbee โดยเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ สุขภาพและความงาม อาหารและเครื่องดื่ม ของขวัญของชำร่วย แฟชั่นสตรีและบุรุษ เครื่องประดับ ของแต่งบ้าน อุปกรณ์แต่งรถ เป็นต้น

ถือเป็นอีกหนึ่งความร่วมมือแบบบูรณาการระหว่างหน่วยงานของรัฐ เอกชน รวมทั้งสถาบันการศึกษา

ที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาผู้ประกอบการไทยให้แข็งแกร่งก้าวสู่การแข่งขันยุคใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ ■

รหัสข่าว: C-171005006125 (5 ต.ค. 60/06:16)

หน้า: 2/2



บริษัท อินโฟวอร์ค จำกัด | 888/178 อาคารห้วยหล้า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
 ☎ 02-253-5000, 02-651-4700 📠 02-253-5001, 02-651-4701 ✉ help@iqnewsclip.com

ที่มา: iQNewsClip. (2560). สืบค้นจาก <https://www.iqnewsclip.com/newsservice.aspx>.

ตารางที่ 4.13: แสดงปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของประเภทข่าวตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์มติชน

ลำดับ ที่	ประเภทข่าว	ปริมาณพื้นที่ข่าว หนังสือพิมพ์มติชน		
		จำนวน ชิ้นข่าว	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ	ร้อยละของ ประเภทข่าว
1.	ข่าวการดำเนินงานขององค์กร	10	237.84	35.84
2.	ข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์	2	178.85	26.95
3.	ข่าวบุคคล	1	81.19	12.23
4.	ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ	2	140.76	21.21
5.	ข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคม	3	25.03	3.77
6.	ข่าวที่มุ่งแก้ไขความเข้าใจผิด	0	0.00	0.00
รวม		18	663.67	100.00

จากการศึกษาประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์มติชนพบว่า มีจำนวนข่าวทั้งหมด 18 ชิ้นข่าว จากหนังสือพิมพ์จำนวน 17 ฉบับ โดยข่าวการดำเนินงานขององค์กรมีจำนวนชิ้นข่าวมากที่สุด 10 ชิ้นข่าว จะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.20 รองลงมาคือ ข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคม 3 ชิ้นข่าว และข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ และข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์ 2 ชิ้นข่าว

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของประเภทข่าวต่อฉบับในหนังสือพิมพ์มติชน พบว่า ข่าวการดำเนินงานขององค์กร มีสัดส่วนปริมาณพื้นที่มากที่สุด รองลงมาคือ ข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์และข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจมีจำนวน 237.84, 178.85 และ 140.76 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ ตามลำดับ (คิดเป็นร้อยละ 35.84, 26.95 และ 21.21 ของปริมาณพื้นที่ข่าวในหนังสือพิมพ์มติชน/ ฉบับ)

ภาพที่ 4.20: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินงานขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์มติชน
ประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร

มติชน	Section: ประชาชน/การศึกษา		
	วันที่: อังคาร 4 กรกฎาคม 2560		
Matchon Circulation: 950,000 Ad Rate: 1,100	ปีที่: 40	ฉบับที่: 14359	หน้า: 17 (ล่าง)
	Col.Inch: 12.92	Ad Value: 14,212	PRValue (x3): 42,636
	คอลัมน์: แวดวงการศึกษา: มทร.ธัญบุรีพร้อมรับประเมินรอบ4		
	ศิลปิน: ชาว-ดำ		



รหัสข่าว: C-170704020121 (4 ก.ค. 60/05:53)

หน้า: 1/1



บริษัท อินโฟนิวส์ จำกัด | 888/178 อาคารมหาพรมพลาซ่า ชั้น 17 ถนนพหลโยธิน แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10330
 ☎ 02-253-5000, 02-651-4700 ☎ 02-253-5001, 02-651-4701 ✉ help@iqnewsclip.com

ที่มา: iQNewsClip. (2560). สืบค้นจาก <https://www.iqnewsclip.com/newsservice.aspx>.

ตารางที่ 4.14: แสดงปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของประเภทข่าวตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์สยามกีฬา

ลำดับ ที่	ประเภทข่าว	ปริมาณพื้นที่ข่าว หนังสือพิมพ์สยามกีฬา		
		จำนวน ชิ้นข่าว	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ	ร้อยละของ ประเภทข่าว
1.	ข่าวการดำเนินงานขององค์กร	8	121.75	65.22
2.	ข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์	1	17.76	9.51
3.	ข่าวบุคคล	1	17.11	9.17
4.	ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ	1	30.05	16.10
5.	ข่าวที่ต้องการความร่วมมือส่วนร่วมจากภาคสังคม	0	0.00	0.00
6.	ข่าวที่มุ่งแก้ไขความเข้าใจผิด	0	0.00	0.00
	รวม	11	186.67	100.00

จากการศึกษาประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์สยามกีฬา พบว่า มีจำนวนข่าวทั้งหมด 11 ชิ้นข่าว จากหนังสือพิมพ์จำนวน 10 โดยข่าวการดำเนินงานขององค์กรมีจำนวนชิ้นข่าวมากที่สุด 8 ชิ้นข่าว จะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.21 รองลงมาคือข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์ข่าวบุคคลและข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ ซึ่งมีจำนวน 1 ชิ้นข่าว เท่ากัน

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของประเภทข่าวต่อฉบับในหนังสือพิมพ์สยามกีฬาพบว่า ข่าวการดำเนินงานขององค์กร มีสัดส่วนปริมาณพื้นที่มากที่สุด รองลงมาคือ ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจและข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์มีจำนวน 121.75, 30.05 และ 17.76 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ ตามลำดับ (คิดเป็นร้อยละ 65.22, 16.10 และ 9.51 ของปริมาณพื้นที่ข่าวในหนังสือพิมพ์สยามกีฬา/ ฉบับ)

ภาพที่ 4.21: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์สยามกีฬา
ประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร

สยามกีฬา Siam Sport Circulation: 250,000 Ad Rate: 1,250	Section: First Section/- วันที่: พุธ 28 มิถุนายน 2560 ปีที่: 33 ฉบับที่: 11804 หน้า: 4(บนขวา) Col.Inch: 17.11 Ad Value: 21,387.50 PRValue (x3): 64,162.50 คลิป: สีสี่ ภาพขาว: ซีพีเอฟกีฬา: เปิดศูนย์



รหัสข่าว: C-170628030007 (28 มิ.ย. 60/05:20)

หน้า: 1/1



บริษัท อินเทอร์เน็ต จำกัด | 888/178 อาคารมหาพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
 ☎ 02-253-5000, 02-651-4700 📠 02-253-5001, 02-651-4701 ✉ help@iqnewsclip.com

ที่มา: iQNewsClip. (2560). สืบค้นจาก <https://www.iqnewsclip.com/newsservice.aspx>.

ตารางที่ 4.15: แสดงปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของประเภทข้าวตามลักษณะการดำเนินงานกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์สยามรัฐ

ลำดับ ที่	ประเภทข้าว	ปริมาณพื้นที่ข้าว หนังสือพิมพ์สยามรัฐ		
		จำนวน ชิ้นข้าว	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ	ร้อยละของ ประเภทข้าว
1.	ข้าวการดำเนินงานขององค์กร	22	753.25	56.50
2.	ข้าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์	3	275.64	20.68
3.	ข้าวบุคคล	0	0.00	0.00
4.	ข้าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ	3	170.51	12.79
5.	ข้าวที่ต้องการความร่วมมือส่วนร่วมจากภาคสังคม	3	133.71	10.03
6.	ข้าวที่มุ่งแก้ไขความเข้าใจผิด	0	0.00	0.00
รวม		31	1,333.11	100.00

จากการศึกษาประเภทข้าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์สยามรัฐ พบว่า มีจำนวนข้าวทั้งหมด 31 ชิ้นข้าว จากหนังสือพิมพ์จำนวน 27 ฉบับ โดยข้าวการดำเนินงานขององค์กรมีจำนวนชิ้นข้าวมากที่สุด 22 ชิ้นข้าว จะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.22 รองลงมาคือ ข้าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์ข้าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ และข้าวที่ต้องการความร่วมมือส่วนร่วมจากภาคสังคมมีจำนวนชิ้นข้าวเท่ากันอย่างละ 3 ชิ้นข้าว

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบปริมาณพื้นที่ข้าวและร้อยละของประเภทข้าวต่อฉบับในหนังสือพิมพ์สยามรัฐ พบว่า ข้าวการดำเนินงานขององค์กร มีสัดส่วนปริมาณพื้นที่มากที่สุด รองลงมาคือ ข้าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์และข้าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ มีจำนวน 753.25, 275.64 และ 170.51 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ ตามลำดับ (คิดเป็นร้อยละ 56.50, 20.68 และ 12.79 ของปริมาณพื้นที่ข้าวในหนังสือพิมพ์สยามรัฐ/ ฉบับ)

ภาพที่ 4.22: ตัวอย่างข่าวลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรต่อฉบับในหนังสือพิมพ์สยามรัฐ
ประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กร

สยามรัฐ	Section: First Section/สังคมสยามรัฐ			
	วันที่: เสาร์ 1 กรกฎาคม 2560	ฉบับที่: 23441	หน้า: 4(ล่างซ้าย)	ศิลปิน: สีสี่
Siam Rath Circulation: 900,000 Ad Rate: 1,050	ปี: 68	Col.Inch: 19.51	Ad Value: 20,485.50	PRValue (x3): 61,456.50
	ภาพข่าว: สังคมสยามรัฐ: เปิดตัวศูนย์ ฮอตไลน์			



รหัสข่าว: C-170701021035 (1 ก.ค. 60/06:49)

หน้า: 1/1



บริษัท อินโฟนิวส์ จำกัด | 888/178 อาคารมหาทุนพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
☎ 02-253-5000, 02-651-4700 📠 02-253-5001, 02-651-4701 ✉ help@iqnewsclip.com

ที่มา: iQNewsClip. (2560). สืบค้นจาก <https://www.iqnewsclip.com/newsservice.aspx>.

ภาพรวมจากการศึกษาประเภทข่าวตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยทั้งหมด 12 ชื่อฉบับรวมทั้งหมด 237 ฉบับ พบว่า หนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย มีสัดส่วนข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กรในปริมาณพื้นที่มากที่สุด รองลงมาคือ ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ ข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคม ข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์ และข่าวบุคคล คิดเป็น 425.47, 249.97, 98.08, 90.63 และ 62.33 คอลัมน์นิ้ว (ร้อยละ 45.92, 26.98, 10.59, 9.78 และ 6.73 ของปริมาณพื้นที่ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์/ ฉบับ) ตารางที่ 4.16



ตารางที่ 4.16: เปรียบเทียบร้อยละประเภทข่าวตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

ประเภท	หน่วย	กรุงเทพมหานคร	ข้อฉบับหนังสือพิมพ์											รวม
			ข่าวสด	คมชัดลึก	เดลินิวส์	ไทยรัฐ	แนวหน้า	ไทยโพสต์	ผู้จัดการรายวัน	360 องศา	โพสต์ทูเดย์	มติชน	สยามกีฬา	
1. ข่าวการดำเนินงานขององค์กร	คอลัมน์นี้วิ/ฉบับ	385.79	361.93	26.05	512.09	907.26	571.65	616.29	60.23	551.55	237.84	121.75	753.25	425.47
	ร้อยละ	46.11	52.74	7.66	27.14	49.02	89.96	42.07	17.99	61.41	35.84	65.22	56.50	45.92
2. ข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์	คอลัมน์นี้วิ/ฉบับ	13.20	88.68	107.84	39.67	256.61	0.00	109.31	0.00	0.00	178.85	17.76	275.64	90.63
	ร้อยละ	1.58	12.92	31.71	2.10	13.85	0.00	7.46	0.00	0.00	26.95	9.51	20.68	9.78
3. ข่าวบุคคล	คอลัมน์นี้วิ/ฉบับ	0.00	55.71	0.00	203.04	184.47	0.00	0.00	206.46	0.00	81.19	17.11	0.00	62.33
	ร้อยละ	0.00	8.12	0.00	10.76	9.97	0.00	0.00	61.65	0.00	12.23	9.17	0.00	6.73
4. ข่าวให้ความรู้ความเข้าใจ	คอลัมน์นี้วิ/ฉบับ	223.22	114.97	194.42	1054.21	255.05	0.00	666.12	19.63	130.74	140.76	30.05	170.51	249.97
	ร้อยละ	26.68	16.75	57.15	55.87	13.78	0.00	45.47	5.86	14.56	21.21	16.10	12.79	26.98
5. ข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมภาคสังคม	คอลัมน์นี้วิ/ฉบับ	214.43	64.98	11.82	77.94	247.59	63.79	73.24	48.55	215.82	25.03	0.00	133.71	98.08
	ร้อยละ	25.63	9.47	3.48	4.13	13.38	10.04	5.00	14.50	24.03	3.77	0.00	10.03	10.59
6. ข่าวที่มุ่งแก้ไขความเข้าใจผิด	คอลัมน์นี้วิ/ฉบับ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	ร้อยละ	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
รวม	คอลัมน์นี้วิ/ฉบับ	836.64	686.27	340.13	1886.95	1850.98	635.44	1464.96	334.87	898.11	663.67	186.67	1333.11	926.48
	ร้อยละ	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	ฉบับ	21	26	5	25	50	13	23	9	11	17	10	27	237

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบหนังสือพิมพ์ 12 ชื่อฉบับ เกี่ยวกับปริมาณพื้นที่ข่าว และร้อยละของประเภทข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีต่อฉบับ พบว่ามีความแตกต่างกัน กล่าวคือ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ข่าวสด ไทยรัฐ แนวหน้า โพสต์ทูเดย์ มติชน สยามกีฬา และสยามรัฐ มีสัดส่วนข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กรในปริมาณพื้นที่มากที่สุด

ขณะที่หนังสือพิมพ์คมชัดลึก เดลินิวส์ และไทยโพสต์ มีสัดส่วนข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีประเภทข่าวประเภทข่าวให้ความรู้ความเข้าใจมากที่สุดส่วนหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน 360 องศา มีสัดส่วนข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีประเภทข่าวบุคคลมากที่สุด

4.4 ส่วนที่ 4 รูปแบบการนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

จากการเก็บข้อมูลรูปแบบการนำเสนอข่าวตามแนวคิดหลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยทั้งหมด 12 ชื่อฉบับ ปรากฏผลดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.17: แสดงปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข่าวตามแนวคิดหลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

ลำดับที่	รูปแบบการนำเสนอ	ปริมาณพื้นที่ข่าวของหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ		
		จำนวนชิ้นข่าว	คอลัมน์นิ้ว/ฉบับ	คอลัมน์นิ้ว/ฉบับ (ร้อยละ)
1.	ข่าว	5	230.73	27.58
2.	ภาพข่าว	3	45.17	5.40
3.	บทความ	0	0.00	0.00
4.	บทสัมภาษณ์	0	0.00	0.00
5.	สารคดี	1	130.08	15.55
6.	คอลัมน์ประจำ	11	236.89	28.31
7.	สื่อบุคคล	3	193.77	23.16
	รวม	23	836.64	100.00

จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ พบว่า ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีจำนวนชิ้นข่าวที่นำเสนอในรูปแบบคอลัมน์ประจำมากที่สุด จำนวน 11 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 236.89 คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 28.31) จะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.23 รองลงมาคือ รูปแบบของข่าว จำนวน 5 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 230.73 คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 27.58) และรูปแบบของภาพข่าว และสกรู๊ปข่าว รูปแบบละ 3 ชิ้นข่าว สัดส่วน 45.17 และ 193.77 คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 5.40 และ 23.16)



ภาพที่ 4.23: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์
กรุงเทพธุรกิจ รูปแบบการนำเสนอคอลัมน์ประจำ

กรุงเทพธุรกิจ Krungthep Turakij Circulation: 200,000 Ad Rate: 2,400	Section: เสาร์สวัสดิ์/-	หน้า: 7(ล่างขวา)	ศิลปิน: สีสี่
	วันที่: เสาร์ 16 กันยายน 2560	ปี: 18 ฉบับที่: 956	PRValue (x3): 227,952
	Col.Inch: 31.66 Ad Value: 75,984		
	คอลัมน์: t-corner: คุกกี้ดอกไสม		



ดอกไสมกระโดดข้ามห้วยจาก
ลำรับของควม มากเป็นของหวาน
ทันสมัย ด้วยไอเดียริเริ่มไทย
วีรศักดิ์ จักกิง นักศึกษาสาขา
อาหารและโภชนาการ คณะเทคโนโลยี
คหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคล (มทร.) ธัญบุรี เจ้าของไอเดีย

"คุกกี้ดอกไสม" บอกว่าดอกไสมบ้านเรา
นำมาเพิ่มมูลค่าได้ เครสนใจนำไปต่อยอด
ขายสร้างอาชีพได้เลยไม่หวง

ส่วนผสม

แป้งสาลี (ตราบัวแดง)	400 กรัม
ผงฟู (ตรา BEST FOODS)	5 กรัม
เนยสด (ตราออร์คิด)	225 กรัม
น้ำตาลทราย (ตราลิน)	240 กรัม
ไข่ไก่ (ตราCP) เบอร์หนึ่ง	100 กรัม
กลิ่นวานิลลา (ตราวินเนอร์)	3 กรัม

ดอกไสมอบแห้ง
บดละเอียด (3%) 14.67 กรัม

วิธีทำ

- ดอกไสมสด ล้างสะอาด พักให้
สะเด็ดน้ำ นำเข้าอบในตู้อบลมร้อน
ที่อุณหภูมิ 50 องศาเซลเซียส 3 ชม.
แล้วให้บดละเอียด
 - ร่อนแป้ง ผงฟู และดอกไสมที่เตรียมไว้
เข้าด้วยกัน พักไว้ ตีเนยสดด้วยความเร็ว
ปานกลางจนอ่อนตัว จากนั้นค่อยๆ เติมน้ำตาลทรายจนหมด ตีด้วยความเร็วสูง
ให้ส่วนผสมผสมเข้ากัน จนส่วนผสมฟูเบา
 - ค่อยๆ ใส่ไข่ไก่เขี่ยนทีละฟองลงไป
จนหมด ใส่กลิ่นวานิลลา ลดความเร็วอ่อนสุด
ใส่แป้งที่พักไว้จนหมด ตีให้ส่วนผสม
เข้ากัน
 - นำส่วนผสมคุกกี้ที่ได้ใส่ลงในถุงบีบ
คุกกี้ ทนยกราวบางๆ บนถาดอบให้หัว
บีบให้เป็นรูปดอกไม้ เส้นผ่าศูนย์กลางขนาด
1 นิ้ว อบที่อุณหภูมิ 150 องศาเซลเซียส
นาน 15 นาที
- คุกกี้ดอกไสม คิวรางวัล 'ระดับดีมาก'
จากการประกวด The 6th RMUTT Young
Talent Inventor Awards จัดโดยสถาบัน
วิจัยและพัฒนา มทร.ธัญบุรี

รหัสข่าว: C-170916011077 (16 ก.ย. 60/08:20)

หน้า: 1/1



บริษัท อินโฟนิวส์ จำกัด | 888/178 อาคารมหาพหลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
☎ 02-253-5000, 02-651-4700 📠 02-253-5001, 02-651-4701 ✉ help@iqnewsclip.com

ที่มา: iQNewsClip. (2560). สืบค้นจาก <https://www.iqnewsclip.com/newsservice.aspx>.

ตารางที่ 4.18: แสดงปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข่าวตามแนวคิดหลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์ข่าวสด

ลำดับที่	รูปแบบการนำเสนอ	ปริมาณพื้นที่ข่าวของหนังสือพิมพ์ข่าวสด		
		จำนวน ชิ้นข่าว	คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ	คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ (ร้อยละ)
1.	ข่าว	12	260.19	37.91
2.	ภาพข่าว	7	115.91	16.89
3.	บทความ	0	0.00	0.00
4.	บทสัมภาษณ์	0	0.00	0.00
5.	สารคดี	0	0.00	0.00
6.	คอลัมน์ประจำ	7	194.98	28.41
7.	สื่ूपข่าว	2	115.19	16.78
	รวม	28	686.27	100.00

จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ข่าวสด พบว่า ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีจำนวนชิ้นข่าวที่นำเสนอในรูปแบบของข่าวมากที่สุด จำนวน 12 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 260.19 คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 37.91) จะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.24

รองลงมาคือ รูปแบบของภาพข่าว และคอลัมน์ประจำ รูปแบบละ 7 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 115.91 และ 194.98 คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 16.89 และ 28.41) และรูปแบบของสื่ूपข่าว จำนวน 2 ชิ้นข่าว สัดส่วน 115.19 คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 16.78)

ภาพที่ 4.24: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ข่าวสด
รูปแบบการนำเสนอข่าว

ข่าวสด <small>Khao Sod Circulation: 950,000 Ad Rate: 1,200</small>	Section: บันเทิง/การศึกษา/ราชภัฏ วันที่: พุธที่ 13 กรกฎาคม 2560 ปีที่: 27 ฉบับที่: 9724 หน้า: 19(ล่าง)		
	Col.Inch: 12.46 Ad Value: 14,952 หัวข้อข่าว: 'มทร.ธัญบุรี'เผยรับน้องไร้ปัญหา	PRValue (x3): 44,856	คลิป: ชาว-ต้า

'มทร.ธัญบุรี'เผยรับน้องไร้ปัญหา

รศ.ดร.ประเสริฐ ปิ่นปฐมรัฐ อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (มทร.) ธัญบุรี เปิดเผยว่า ตามที่มหาวิทยาลัยได้กำหนดไปจัดกิจกรรมรับน้องใหม่ในช่วงเวลานับตั้งแต่เปิดเทอมปีการศึกษา 2560 ถึงวันที่ 2 ก.ค.ที่ผ่านมา นั้น ตลอดระยะเวลาดังกล่าวถือว่ารุ่นที่ทุกคณะให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ไม่มีเหตุการณ์ใดที่รุนแรง หรือเกินกว่าเหตุ อย่างไรก็ตามยังมีปัญหาอยู่บ้างเกี่ยวกับระยะเวลาที่นักศึกษาบางกลุ่มจัดเกินกว่าที่กำหนด ทำให้ผู้ปกครองร้องเรียนเข้ามายังมหาวิทยาลัย ซึ่งอาจารย์ที่ดูแลก็ได้ให้ความสนใจกับนักศึกษาให้ปฏิบัติตามข้อกำหนดอย่างเคร่งครัด

อธิการบดี มทร.ธัญบุรี กล่าวอีกว่า ส่วนที่มีผู้เป็นห่วงว่าช่วงเปิดเทอมใหม่จะมีนักเรียนทะเลาะวิวาทหรืออยู่ใกล้ๆ โดยมักคุ้นลูกศิษย์นักเรียนของมหาวิทยาลัยนั้น จากการที่มหาวิทยาลัยได้กวาดค้นเรื่องนี้มาโดยตลอด ซึ่งก่อนเปิดภาคการศึกษาที่ผ่านมา ได้ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เจ้าหน้าที่ท้องถิ่น และตำรวจในพื้นที่ ปิดร้านเหล้ารอบมหาวิทยาลัย และจนถึงขณะนี้ร้านเหล้าที่ถูกสั่งปิดที่ไม่ได้เปิดใหม่แต่อย่างใด แสดงให้เห็นว่ามาตรการที่เข้มงวดและจริงจังกับเรื่องนี้ ได้ผล เพราะทุกภาคส่วนที่งานของเข้มแข็ง

ตารางที่ 4.19: แสดงรูปแบบการนำเสนอข่าวและร้อยละของรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์คมชัดลึก

ลำดับที่	รูปแบบการนำเสนอข่าว	ปริมาณพื้นที่ข่าวของหนังสือพิมพ์คมชัดลึก		
		จำนวน ชิ้นข่าว	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ)
1.	ข่าว	1	7.48	2.20
2.	ภาพข่าว	1	18.57	5.46
3.	บทความ	0	0.00	0.00
4.	บทสัมภาษณ์	0	0.00	0.00
5.	สารคดี	0	0.00	0.00
6.	คอลัมน์ประจำ	1	11.82	3.48
7.	สื่ूपข่าว	2	302.26	88.87
	รวม	5	340.13	100.00

จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์คมชัดลึกพบว่า ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีจำนวนชิ้นข่าวที่นำเสนอในรูปแบบของสื่ूपข่าวมากที่สุด จำนวน 2 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 302.26 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 88.87)

รองลงมาคือ รูปแบบของข่าว ภาพข่าว และคอลัมน์ประจำ จะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.25 รูปแบบละ 1 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 7.48, 18.57 และ 3.48 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 2.20, 5.46 และ 3.48)

ภาพที่ 4.25: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์คมชัดลึก
รูปแบบการนำเสนอคอลัมน์ประจำ

คมชัดลึก Khom Chad Luek Circulation: 900,000 Ad Rate: 2,200	Section: บันเทิง/-	วันที่: อังคาร 1 สิงหาคม 2560	หน้า: 18(บนซ้าย)	ศิลปิน: สีสี่
	ปีที่: 16	ฉบับที่: 5764	PRValue (x3): 78,012	
	Col.Inch: 11.82	Ad Value: 26,004		
	ภาพข่าว: โชไฮตี้: ความงดงามของ "บัวหลวงพระราชินี"			



รหัสข่าว: C-170801014036 (1 ส.ค. 60/06:00)

หน้า: 1/1



บริษัท อินโฟเควสท์ จำกัด | 888/178 อาคารมหาทุนทowers ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
02-253-5000, 02-651-4700 | 02-253-5001, 02-651-4701 | help@iqnewsclip.com

ที่มา: iQNewsClip. (2560). สืบค้นจาก <https://www.iqnewsclip.com/newsservice.aspx>.

ตารางที่ 4.20: แสดงปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข่าวตามแนวคิดหลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์

ลำดับที่	รูปแบบการนำเสนอข่าว	ปริมาณพื้นที่ข่าวของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์		
		จำนวน ชิ้นข่าว	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ)
1.	ข่าว	4	105.85	5.61
2.	ภาพข่าว	2	45.21	2.40
3.	บทความ	0	0.00	0.00
4.	บทสัมภาษณ์	0	0.00	0.00
5.	สารคดี	3	494.04	26.18
6.	คอลัมน์ประจำ	14	976.88	51.77
7.	สื่อบข่า	4	264.97	14.04
	รวม	27	1,886.95	100.00

จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์พบว่า ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีจำนวนชิ้นข่าวที่นำเสนอในรูปแบบของคอลัมน์ประจำมากที่สุด จำนวน 14 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 976.88 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 14.04) จะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.26, 4.27, 4.28 และ 4.29

รองลงมาคือ รูปแบบของข่าว และสื่อบข่า รูปแบบละ 4 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 105.85 และ 264.97 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 5.61 และ 14.04) และรูปแบบของสารคดี จำนวน 3 ชิ้นข่าว สัดส่วน 494.04 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 26.18)

ภาพที่ 4.26: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์
รูปแบบการนำเสนอคอลัมน์ประจำ

เดลินิวส์ Daily News Circulation: 810,000 Ad Rate: 2,200	Section: First Section/วาไรตี้		
	วันที่: อังคาร 25 กรกฎาคม 2560	ฉบับที่: 24757	หน้า: 1 (ซ้าย), 4
	ปี: -	Col.Inch: 229.97	Ad Value: 505,934
		PRValue (x3): 1,517,802	ศิลปิน: สีสี่
	คอลัมน์: เดลินิวส์วาไรตี้: ฉ่าผลผลิตบางงามสะพรั่ง 'ดอกไม้อสวย' แห่งวัดसानฤดู		



จำพบบลิตบาน 'งามสะพรั่ง' 'ดอกไม้อสวย' แห่งวัดसानฤดู

★เดลินิวส์★
วาไรตี้

เชื่อว่า "ดอกไม้" สิ่งก็ตามมา ซึ่งทุกจุดถึงคือ "ความงาม" และ "ความสดชื่น" เช่นเดียวกับ "วัดसानฤดู-ฤดูฝน" อย่างช่วงนี้ ที่มีความชุ่มฉ่ำ ขณะที่ดินมีก็สมบูรณ์ ไม่เพียงถึง ก้าน ใบ ดอก สดสวยหลากสีอันยังผลิบานให้ได้เห็น เป็นอีกช่วงเวลาดี ๆ ที่จะได้ค้นหา สัมผัสความงามของมวลหมู่ดอกไม้ ทั้งในป่า ในสวนสาธารณะ และความงามของไม้ดอกไม้ประดับในบ้านเรือน...

ที่สำคัญ ช่วงฤดูฝนเป็นจังหวะที่ดีสำหรับการเพาะปลูกตาม



รหัสข่าว: C-170725004074 (25 ก.ค. 60/02:30)

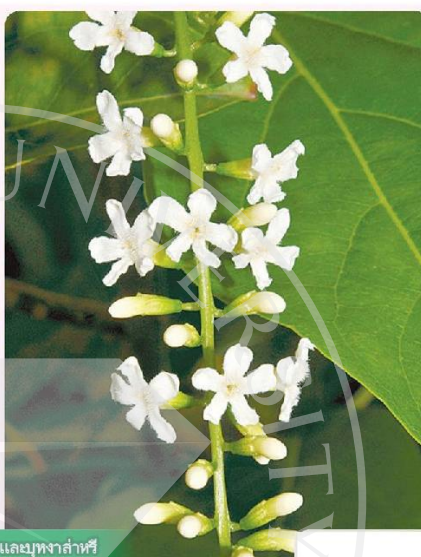
หน้า: 1/4

iQNewsClip
www.iqnewsclip.com

บริษัท อินโฟเควสท์ จำกัด | 888/178 อาคารมหาทุนสงขลา ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
☎ 02-253-5000, 02-651-4700 📠 02-253-5001, 02-651-4701 ✉ help@iqnewsclip.com

ภาพที่ 4.27: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์
รูปแบบการนำเสนอคอลัมน์ประจำ

<h2 style="margin: 0;">เดลินิวส์</h2> <p style="font-size: small; margin: 0;">Daily News Circulation: 810,000 Ad Rate: 2,200</p>	Section: First Section/วาไรตี้			
	วันที่: อังคาร 25 กรกฎาคม 2560		หน้า: 1 (ซ้าย), 4	
	ปีที่: -	ฉบับที่: 24757	PRValue (x3): 1,517,802	ศิลปิน: สีสี่
	Col.Inch: 229.97		Ad Value: 505,934	คอลัมน์: เดลินิวส์วาไรตี้: ฉ่าฝนผลิบาน'งามสะพรั่ง'ดอกไม้สวยแห่งวิสาขามฤดู



บัวดินสีเหลือง แลมพูทงสาเหิ

เรื่อง ปลุกความงามเดือนสิงหาคม “ดอกดาวเรือง” งามสนพรั่งในเดือนตุลาคม เป็นส่วนหนึ่งของงานนิทรรศการในพระมหารัชมงคลมถุคุณแห่งในหลวงรัชกาลที่ 9

ทั้งนี้ สำหรับดอกไม้ต้นที่กำลังมีปริมาณขึ้นเฟื่องทาง อ.เขาวรรัตน์ วงศ์ศรีสกุลแก้ว หัวหน้าสาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตพืชและภูมิทัศน์ คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ให้ความรู้พร้อมแนะนำเกี่ยวกับการปลูกและดูแล โดยยกว่าดอกไม้ในบ้านเราขึ้นได้ดีและมีหลากหลายหลาย ในการเที่ยวชมทุ่งดอกไม้ที่มีในหลายเส้นทาง ทั้งยังมีโอกาสสัมผัสความงามของดอกไม้เด็ดตลอดปี อย่างเวลาที่มีความสวยงามของดอกไม้ป่า เช่น ดอกกระเจียว

“ถ้านึกถึงต้นไม้ ดอกไม้ในฤดูฝน อาจเป็นแง่มุมของความเขียวขจีและความสดชื่นของต้นไม้ ใบไม้ แต่อย่างไรแล้วก็ได้เห็นไม้ดอกบางชนิดที่บานแล้วความงาม ซึ่งก็เป็นวิถีวิถีการเที่ยวชมดอกไม้ที่ต่างไปจากฤดูร้อนและฤดูหนาว เรียกได้ว่า เมื่อฤดูเปลี่ยนดอกไม้ก็เปลี่ยน”

ดอกไม้ในฤดูนี้ ที่เห็นเด่นชัด ได้แก่ พืชหัว หลายชนิด อย่างเช่น ดอกกระเจียว ดอกเข้าพรรษา ดอกบัวดิน ฯลฯ ในช่วงฤดูหนาวพืช

จะหักตัวได้ดิน จะไม่มีการเจริญเติบโต แต่พอเมื่อฝนตกได้ก็จะผลิบานเติบโตขึ้นอีกครั้ง ส่วนไม้ดอก ไม้ยืนต้นส่วนใหญ่ก็ได้เห็นดอกสวย ๆ นี้ ดอกไม้ในกลุ่มนี้จะไม่ออกดอกเป็นฤดูกาล แต่ที่เห็นออกดอกก็ ออกดอกตามช่วงเวลา ก็จะมี **สาละลังกา** ที่มีดอกสีแดงใหญ่ คล้ายดอกบัวผุด ซึ่งก็มีดอกไม้ป่าอีกหลายชนิดที่ออกดอกให้เห็นในฤดูฝน

อ.เขาวรรัตน์ ระบุว่า ดอกไม้ที่มีเอกลักษณ์ มีปริมาณเป็นรองเจ้าตรงเวลา ที่ได้เห็นจะเป็นดอกกระเจียว และดอกเข้าพรรษา อย่าง **ทุ่งดอกกระเจียว** ที่นิยมไปเที่ยวชมกันที่จังหวัดชัยภูมิ กระเจียวมีหลากหลายสายพันธุ์ ซึ่งไทยสีขาว สีม่วงอ่อน ชมพู และสีส้ม ฯลฯ สายพันธุ์โดยทั่วไปจะเป็นพืชล้มลุก อายุหลายปี ลำต้นใต้ดินแตกง่าง่า ทึบตัวในช่วงฤดูหนาวและร้อน เมื่อถึงฤดูฝนงอกริ่ผลิบานและดอกทยอยออกมาให้เห็น ซึ่งช่วงเวลาที่ดีที่สุดก็อยู่ปลายฤดูฝนหรือต้นฤดูร้อนดอกทยอยสายพันธุ์ที่มีความสวยงามสมบูรณ์

นอกจากเป็นดอกไม้งามในธรรมชาติ กระเจียวยังเป็นไม้ประดับสวน ไม้ตัดดอก ที่ได้รับความนิยมนำไปปลูกขายพันธุ์ ซึ่งปลูกเลี้ยงได้ไม่ยุ่งยาก ชอบแสงแดด ชอบน้ำ...

ดอกเข้าพรรษา มีงามในงานประเพณีตักบาตรดอกเข้าพรรษาอำเภอพระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี ดอกเข้าพรรษา หรือ **ดอกหงส์เหิน** ลักษณะของดอกและเกสรมีความโดดเด่น กล่าวกันว่าถึงหงส์เหินเป็นหงส์เหินเป็นสัตว์มงคล เป็นดอกไม้เมื่อร้อนเกิดในน้ำร้อนขึ้น พบในประเทศไทย และประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค โดยมีชื่อเรียกต่างกันไปตามท้องถิ่น เช่น ไม้ล้มลุก มีลำต้นเป็นหัวประเภทเหง้า คล้ายรากกระชาย ส่วนของลำต้นเหนือดิน คือกลีบใบเรียงตัวแน่น เป็นกลุ่มกลมสูงประมาณ 30-70 เซนติเมตร ดอกจะออกเป็นช่อ มีสีขาวอ่อนหรือขลิบลอยงาม มีกลีบประดับขนาดใหญ่ตามข้อโดยรอบ

รหัสข่าว: C-170725004074 (25 ก.ค. 60/02:30) หน้า: 2/4

ภาพที่ 4.28: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์
รูปแบบการนำเสนอคอลัมน์ประจำ

เดลินิวส์ Daily News Circulation: 810,000 Ad Rate: 2,200	Section: First Section/วาไรตี้ วันที่: อังคาร 25 กรกฎาคม 2560 ปีที่: - ฉบับที่: 24757 หน้า: 1 (ซ้าย), 4 Col.Inch: 229.97 Ad Value: 505,934 PRValue (x3): 1,517,802 คลิก: สีสี่ คอลัมน์: เดลินิวส์วาไรตี้: ฉ่าฝนผลิบาน'งามสะพรั่ง' ดอกไม้สวย แห่งวัดสวนกุฏ
--	---



“เมื่อฤดูเปลี่ยน ดอกไม้เปลี่ยน”

จากโคนถึงปลาย ลีของกลีบประดับมีหลายสีทั้งเหลือง ขาว และสีม่วง เป็นต้น นอกจากนี้มี **บัวดิน** ที่มีความสวยงามซึ่งก็มีหลายสี ทั้งขาว เหลือง ชมพู ฯลฯ ดอกไม้สวยงามตามบ้านก็มีหลายชนิด เช่น **ขงโค ยี่เข่ง แก้ว ฯลฯ** กลุ่มนี้ดอกกลีบซ้อนกันแน่นสีส้ม, รวมถึงประเภท **จ่าน** หรือจำเป็นต้นไม้ปลูกเพื่อเป็นไม้ประดับตกแต่งสวน, ซึ่เห็นชัดก็เช่น **บานชื่น หน้าวัว มุหงาส่าหรี** ซึ่งออกดอกออก ออกดอกมาช่วงเวลานี้ โดยเฉพาะบุหงาส่าหรี หนึ่งในดอกไม้ที่มีเสน่ห์ทั้งกลิ่นหอมและดอกสวยเป็นชื่อของสีขาว สีเขียว

“ฤดูฝนยังเป็นโอกาสของขอส โลกคน ที่เจริญเติบโตได้ดีในช่วงฤดูนี้ แม้จะไม่มีความชื้นมาก หากเทียบกับฤดูกาลอื่น ๆ แต่มีความชื้นของดินไม่มากนักทำให้เหมาะประกอบเป็นความสมบูรณ์ของธรรมชาติอย่างยอดเยี่ยม พอได้มากตามใจคิด ขอนไม้ที่ชุ่มชื้น กลมกลืนเสมือนเป็นการจัดสวน แต่ทว่าเป็นสวนที่ธรรมชาติสร้างสรรค์”

ในบรรดาพืชดอกไม้ นอกจากกระเจียวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติภูสอยดาว จังหวัดอุดรธานี ที่ยังมีความงามของดอกไม้ **ดอกพวงอนาค** ให้ชม โดยดอกเป็นสีม่วง มีทั้งวงซ้อน วงเดี่ยว ขาว หากขึ้นเป็นพุ่มอาจทำให้เห็นหลายสีละเล้ากัน เวลาที่บานสะพรั่งพร้อมกันก็จะเป็นที่ที่กว้าง มีความงามน่าประทับใจ ดอกเล็กกระจุกกระจิก

อีกทั้งในความชุ่มชื้นของฤดูการยังมีความงามของ **ดอกเปราะภูเขา** ดอกไม้ป่าอีกชนิด มีกลิ่นบางสีขาว พบอยู่มากในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูหลวงและสวนสาธารณะสวนสาธารณะอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า จังหวัดพิษณุโลก อีกหนึ่งสถานที่ที่ชมดอกไม้ในธรรมชาติที่ได้รับความนิยมรับจากนักท่องเที่ยว



มาก และเป็นอีกคำตลกของดอกไม้ป่าที่นิลลีน บนต้นไม้ในฤดูฝน “ในภาพกว้างของไม้ดอกไม้ประดับบ้านเรา จัดแบ่งเองได้หลายมุม อย่างเช่น ไม้ดอกฤดูเดียวที่เพาะเมล็ด อย่าง **ดาวเรือง ดาวกระจาย** เมื่อออกดอกผ่านไม่กี่ฤดู แต่ **หมเดาบุลง หรือจัดแบ่งตามลำดับ** อย่างไม้เถา **พวงชมพู** ก็ออกดอกได้บ่อย หรือถ้ามองถึงประเภทการนำไปใช้ แบ่งออกได้เป็น **ไม้ตัดดอก ซึ่งเมื่อตัดนำดอกมาใช้ ก็มีให้เห็นหลายชนิดทั้งกุหลาบ กล้วยไม้** หรือถ้าเป็นไม้กระถาง **มีไม้ดอกหลายชนิด โดยส่วนมากมีขนาดไม่ใหญ่มาก อายุสั้นประมาณ 1-2 เดือน** หรือประเภทไม้ดอกที่ประดับแปลง บลูกลงแปลงจำนวนมาก ๆ ซึ่งทั้งหมดนี้ต่างเป็นไม้ดอกที่สร้างความสวยงาม ให้ความสดชื่นแก่ได้ชม”

นอกจากทุ่งดอกไม้ในธรรมชาติ ซึ่งหากมีดอกไม้ที่ปลูกในหน้าฝนให้ชม อย่าง **อินทนิลน้ำ** เมื่อได้ฝนก็จะมีผลผลิตพราว เช่นเดียวกับ **ขงโค** นอกจากให้ร่มเงาชื่นแล้ว ยังมีดอกไม้ให้ชมในหน้าฝน และนอกจากความสวยงามของดอกไม้ที่ปรากฏให้ได้ชม **ช่วงเวลานี้เป็นอีกช่วงเวลาของการเพาะปลูก**

ฤดูฝนเป็นฤดูการแห่งการเริ่มต้นของการเพาะปลูก ต้นไม้เริ่มผลิใบสีเขียวออกมาเมื่อได้รับความชุ่มชื้นของสายฝนไปเรื่อย ๆ ส่วนการปลูกไม้ดอกกระถาง ซึ่งรวมถึงการขยายพันธุ์ **“ดาวเรือง”** อ.เยาวรัตน์ให้คำแนะนำเห็นว่า สำหรับดอกดาวเรือง ออกดอกในช่วง 2 เดือน บวรมงคล 55-60 วัน โดยการปลูก หากเริ่มจากการเพาะเมล็ด

ภาพที่ 4.29: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์
รูปแบบการนำเสนอคอลัมน์ประจำ

เดลินิวส์ <small>Daily News Circulation: 810,000 Ad Rate: 2,200</small>	Section: First Section/วาไรตี้ วันที่: อังคาร 25 กรกฎาคม 2560 ปีที่: - ฉบับที่: 24757 หน้า: 1(ซ้าย), 4			คอลัมน์: เดลินิวส์วาไรตี้: ฉ่าฝนผลิบานงามสะพรั่ง"ดอกไม้สวยแห่งวิถีสานถนุ
	Col.Inch: 229.97 Ad Value: 505,934 PRValue (x3): 1,517,802 คลิก: ลีส์			



หลักการเพาะเมล็ดควรผสมเมล็ดหนา 2 เท่าของความหนาของเมล็ด
หว่านหรือโยเมล็ดโดยไม่ให้เมล็ดทับกัน เพราะแสงในวัสดุเพาะซึ่งควรมี
คุณสมบัติโปร่ง, โปร่ง, สะอาด, คุ้มน้ำได้ดีพอสมควร
หลังจากเพาะเมล็ดเพาะประมาณ 7-10 วันก็งอกขึ้นเป็นต้นกล้า
จากนั้นย้ายไปปลูกลงดิน หรือปลูกลงกระถาง หรือปลูกลงแปลง แล้ว
จากนั้นประมาณ 30-45 วัน ต้นข้าว เริ่มจะงอกโตและเริ่มมีดอกให้เห็น
และดอกจะผลิบานต่อเนื่องไปอีก 2-3 สัปดาห์ ซึ่งนอกจากการปลูก การ
ดูแลที่มีความสำคัญ เรายังเป็นช่วงดูแลในเรื่องของน้ำ เรื่องการให้น้ำ
เด็ดหากฝนตกบ่อย ๆ ก็อาจจะมีการเรื่องนี้อาจทำได้ โดยเฉพาะวิธีการ
ที่เข้ามานำชมกันวันนี้ ซึ่งก็ต้องมีการดูแลที่ดีด้วย
...“ดอกไม้ในฤดูฝน” แม้จะไม่ฤดูผสมพันธุ์ในเรื่องการผลิ
ดอกก็ให้เห็นมากเหมือนในฤดูหนาวและฤดูร้อน แต่ดอกไม้ที่มีสีบาน
ก็ล้วนแต่มีมันต์เสน่ห์ที่น่าค้นหา เต็มความงดงามทางธรรมชาติได้ไม่
แท้ฤดูกาลใด...
เดิมความสดชื่นให้มนุษย์ได้สมบูรณ์.
● **พงษ์พรรณ บุณยเลิศ** ●


ตารางที่ 4.21: แสดงปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข่าวตามแนวคิดหลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

ลำดับที่	รูปแบบการนำเสนอข่าว	ปริมาณพื้นที่ข่าวของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ		
		จำนวน ชิ้นข่าว	คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ	คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ (ร้อยละ)
1.	ข่าว	21	484.79	26.19
2.	ภาพข่าว	11	108.78	5.88
3.	บทความ	0	0.00	0.00
4.	บทสัมภาษณ์	0	0.00	0.00
5.	สารคดี	0	0.00	0.00
6.	คอลัมน์ประจำ	20	661.53	35.74
7.	สื่ूपข่าว	7	595.88	32.19
	รวม	59	1,850.98	100.00

จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ พบว่า ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีจำนวนชิ้นข่าวที่นำเสนอในรูปแบบของข่าวมากที่สุด จำนวน 21 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 484.79 คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 26.19) จะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.30

รองลงมาคือ รูปแบบของคอลัมน์ประจำ จำนวน 20 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 661.53 คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 35.74) และรูปแบบของภาพข่าว จำนวน 11 ชิ้นข่าว สัดส่วน 108.78 คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 5.88)

ภาพที่ 4.30: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ
รูปแบบการนำเสนอข่าว

 <p>Thai Rath (Mid-Day) Circulation: 1,000,000 Ad Rate: 3,000</p>	<p>Section: First Section/หน้าแรก</p> <p>วันที่: อังคาร 17 ตุลาคม 2560</p> <p>ปีที่: 68 ฉบับที่: 21819 หน้า: 1 (ล่างขวา), 15</p> <p>Col.Inch: 50.45 Ad Value: 151,350 PRValue (x3): 454,050 ศิลปิน: ลีลี</p> <p>หัวข้อข่าว: นักวิจัยไทยกวาด 10 รางวัล สก๊ตเซิร์มบำรุงผิว จากลูกเงาะสีชมพู</p>
--	--

นักวิจัยไทย สก๊ตเซิร์มบำรุงผิว จากลูกเงาะสีชมพู กวาดรางวัล

นักวิจัยไทย มทร.ธัญบุรี โชว์ ผลงานสร้าง ★ มีต่อหน้า 15

นักวิจัยไทย ☆ ต่อจากหน้า 1

ชื่อเสียงให้ประเทศคว้า 10 รางวัลจากเวทีประกวดผลงานวิจัยสิ่งประดิษฐ์ระดับนานาชาติ ที่โปแลนด์ โดยเฉพาะผลงานวิจัยเซิร์มบำรุงผิวหน้าจากสารสกัดเงาะทับทิมซึ่งพัฒนาเทคโนโลยีใช้เทคโนโลยีไฮโดรเจลซึ่งพัฒนาจากกะทิ ได้รับรางวัลเหรียญทองเกียรติยศและรางวัลพิเศษ TISIAS จากแคนาดา

นักวิจัยไทยไปโชว์ศักยภาพบนเวทีโลกในครั้งนี้ ผู้สื่อข่าวรายงานเมื่อวันที่ 16 ต.ค. หลังได้รับการเปิดเผยจาก รศ.ประเสริฐ ปิ่นปฐมรัฐ อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (มทร.) ธัญบุรี ว่า จากการเข้าร่วมประกวดผลงานวิจัยสิ่งประดิษฐ์ระดับนานาชาติและนำเสนอผลงาน International Warsaw Invention Show (IWIS2017) ครั้งที่ 11 ที่จัดขึ้นที่กรุงวอร์ซอ สาธารณรัฐโปแลนด์ โดยการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และหน่วยงานเครือข่าย ผลปรากฏว่า อาจารย์จาก มทร.ธัญบุรี ได้รับรางวัลทั้งหมด 10 รางวัล จาก 5 ผลงานที่ส่งเข้าประกวด ได้แก่ ระบบควบคุมสำหรับโรงเพาะเห็ดเชิงพาณิชย์ในมิติผลงานของ ผศ.ดร.จักรี ศรีนนท์ฉัตร คณะวิศวกรรมศาสตร์ ได้รับรางวัลเหรียญทอง และรางวัลพิเศษ Romanian Association for Non-conventional Technologies Bucharest จากประเทศโรมาเนีย ผลงานเซิร์มบำรุงผิวหน้าจากสารสกัดเงาะทับทิมซึ่งพัฒนาจากกะทิ โดย ผศ.ดร.กรวิทย์ บุญพิศุทธิพันธ์ วิทยาการจัดการแผนไทย ได้รับรางวัลเหรียญทองเกียรติยศ และรางวัลพิเศษ TISIAS : Toronto International Society of Innovation and Advanced Skill จากประเทศแคนาดา ผลงานการพัฒนาทรานเซอร์อัลตราโซนิกสำหรับนำทางตัวระบบ GPS สำหรับเกษตรกรรมสมัยใหม่ ผลงานของ ผศ.ดร.เกรียงไกร นามะสีม่วง คณะวิศวะ



▲ **คว้ารางวัล** ทีมนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี สร้างชื่อให้กับประเทศด้วยการสามารถคว้า 10 รางวัล จากการประกวดงานวิจัยสิ่งประดิษฐ์ระดับนานาชาติและนำเสนอผลงาน (IWIS2017) ครั้งที่ 11 ที่จัดขึ้น ณ กรุงวอร์ซอ สาธารณรัฐโปแลนด์.

กรรมศาสตร์ ได้รับรางวัลเหรียญเงินและรางวัลพิเศษ CIA Award Invention and Innovation, China จากประเทศจีน พร้อมด้วยรางวัล Special Award on Stage จาก Union of Inventors of Bulgaria ประเทศบัลแกเรีย ผลงานของสหายของอาจารย์ผู้วิจัย ผศ.ดร.กมลเทวี โสภิตกรรมศาสตร์ ได้รับรางวัลเหรียญเงิน และรางวัลพิเศษ TISIAS Toronto International Society of Innovation and Advanced Skill จากประเทศแคนาดาและอีกหนึ่งผลงานคือ วัสดุนาโนหลากหลายชนิดจากแร่ธรรมชาติราคาถูกของ ผศ.ดร.สรพงษ์ กวสุปรีชญ์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ ได้รับรางวัลเหรียญเงิน

อธิการบดี มทร.ธัญบุรี กล่าวอีกว่า มหาวิทยาลัยมุ่งเน้นการวิจัยด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมหลากหลายผลงานวิจัยได้รับการจดสิทธิบัตรร่วมมือกับภาคเอกชน ต่อยอดสู่เชิงพาณิชย์การเข้าร่วมครั้งนี้ มทร.ธัญบุรี ให้ความสำคัญและนักวิจัยมีประสบการณ์มาแข่งขัน เช่น ผศ.ดร.กรวิทย์ บุญพิศุทธิพันธ์ ร่วมร่วมประกวดในครั้งที่ผ่านๆ มา ปีนี้ได้รับถึง 2 รางวัลและได้งานวิจัยเชิงนวัตกรรม โดยนายชองรัฐบาล ช่วยแก้ปัญหาและนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ รวมถึงส่งเสริมกับเพื่อนของโลก

“ภาพรวมการแข่งขันทั้งหมดรู้สึกภาคภูมิใจ ถือว่าได้เป็นตัวแทนของประเทศไทยไปสร้างชื่อเสียงและโชว์ศักยภาพความสำเร็จในเวทีโลก ประสบการณ์ในครั้งนี้จะช่วยบ่มเพาะอาจารย์และนักวิจัย รวมถึงจะเป็นต้นแบบแรงบันดาลใจให้กับนักวิจัยรุ่นใหม่ต่อไป ส่วนนโยบายการพัฒนางานวิจัยและนวัตกรรมของ มทร.ธัญบุรี ต่อจากนี้จะส่งเสริมในกลุ่มของเทคโนโลยีชีวภาพและอาหาร อินเทอร์เน็ตของสิ่ง การออกแบบเกษตรกรรมฟาร์ม และ วัสดุศาสตร์ให้มากยิ่งขึ้น” อธิการบดี มทร.ธัญบุรี กล่าว

ตารางที่ 4.22: แสดงปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข่าวตามแนวคิดหลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์แนวหน้า

ลำดับที่	รูปแบบการนำเสนอข่าว	ปริมาณพื้นที่ข่าวของหนังสือพิมพ์แนวหน้า		
		จำนวน ชิ้นข่าว	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ)
1.	ข่าว	5	211.40	33.27
2.	ภาพข่าว	3	48.17	7.58
3.	บทความ	0	0.00	0.00
4.	บทสัมภาษณ์	0	0.00	0.00
5.	สารคดี	0	0.00	0.00
6.	คอลัมน์ประจำ	5	96.09	15.12
7.	สื่ूपข่าว	2	279.78	44.03
	รวม	15	635.44	100.00

จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์แนวหน้า พบว่า ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีจำนวนชิ้นข่าวที่นำเสนอในรูปแบบของข่าว และคอลัมน์ประจำมากที่สุด รูปแบบละ 5 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 211.40 และ 96.09 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 33.27 และ 15.12) จะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.31 และ 4.32 รองลงมาคือ รูปแบบของภาพข่าว จำนวน 3 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 48.17 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 7.58) และรูปแบบของสื่ूपข่าว จำนวน 2 ชิ้นข่าว สัดส่วน 279.78 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 44.03)

ภาพที่ 4.31: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์แนวหน้า
รูปแบบการนำเสนอข่าว

แนวหน้า <small>Naew Na Circulation: 900,000 Ad Rate: 900</small>	Section: วาไรตี้/การศึกษา-ศิลปวัฒนธรรม วันที่: พฤหัสบดี 17 สิงหาคม 2560		หน้า: 17 (ล่างขวา)	
	ปีที่: 38 ฉบับที่: 13265	Col.Inch: 29.32 Ad Value: 26,388	PRValue (x3): 79,164	ศิลปิน: ชาว-ดำ
หัวข้อข่าว: มทธ.ธัญบุรีติดอันดับงานวิจัยในมหา'ลัยโลกเป็นอันดับที่ 17 ในกลุ่มของมหาวิทยาลัย...				

มทธ. รัญบุรีติดอันดับงานวิจัยในมหา'ลัยโลก เป็นอันดับที่ 17 ในกลุ่มของมหาวิทยาลัยไทย ตั้งธงอีก 4 ปีข้างหน้าจะต้องติด 1 ใน 10

รศ.ดร.ประเสริฐ ปิ่นปฐมรัฐ อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (มทธ.) ธัญบุรี เปิดเผยว่า เว็บไซต์ Webometrics ซึ่งเป็นเว็บจัดอันดับ World Raking University ระดับโลกได้ประกาศผล TRANSPARENT RANKING: TOP UNIVERSITIES BY GOOGLE SCHOLAR CITATIONS ซึ่งเป็นการจัดอันดับงานวิจัยของมหาวิทยาลัยทั่วโลก ที่ได้รับการค้นหาทางระบบออนไลน์และถูกนำไปใช้เป็นหลักฐานอ้างอิง มีมหาวิทยาลัยจากทั่วโลกเข้ารับการจัดอันดับประมาณ 5,000 แห่ง ซึ่งในส่วนของประเทศไทย มีมหาวิทยาลัยของประเทศไทยได้รับการจัดอันดับ 31 แห่ง และมทธ.ธัญบุรี อยู่ในอันดับที่ 17 เป็นมหาวิทยาลัยเดียวในกลุ่มราชมงคลที่ถูกจัดอันดับสูงขึ้นจากเมื่อ 6 เดือนก่อนที่มีการจัดอันดับอยู่ที่ 27 และอยู่ในอันดับที่ 3,000 ของโลก รวมถึงงานวิจัยของ มทธ.ธัญบุรี มีผู้สนใจนำไปใช้ เป็นข้อมูลอ้างอิงถึง 5,278 ครั้ง เพิ่มขึ้นจาก 6 เดือนก่อน ที่อยู่ที่ประมาณ 1,304 ครั้ง ซึ่งถือเป็นจำนวนที่น่าพอใจ

"การทำงานวิจัยของ มทธ.ธัญบุรี มีผู้สนใจนำไปใช้ เป็นข้อมูลอ้างอิงสูงขึ้นมาเท่านั้น เป็นเพราะมหาวิทยาลัยให้อาจารย์ทุกคนทำวิจัย 1 Teacher 1 Research พร้อมทั้งส่งเสริมให้นำไปใช้ในภาคอุตสาหกรรมและตีพิมพ์ออกมา งานวิจัยเหล่านี้จะถูกกระจายไปเพื่อยกระดับงานวิชาการให้สูงขึ้น ส่งเสริมให้ภาคอุตสาหกรรมนำไปใช้ และงานวิจัยเหล่านี้จะถูกนำไปใช้ในการเรียนการสอนให้กับนักศึกษาของสถาบัน โดยอีก 2 ปีข้างหน้าคาดว่าจะการติดอันดับ TOP UNIVERSITIES BY GOOGLE SCHOLAR CITATIONS มหาวิทยาลัยอยู่ในอันดับที่ 15 ของมหาวิทยาลัยในประเทศไทย และมีผู้สนใจนำงานวิจัยไปใช้ เป็นข้อมูลอ้างอิงไม่ต่ำกว่า 7,000 ครั้ง ส่วนอีก 4 ปีข้างหน้าจะต้องติด 1 ใน 10 ของการจัดอันดับ มีการนำงานวิจัยไปใช้อ้างอิงไม่ต่ำกว่า 10,000 ครั้ง" อธิการบดี มทธ.ธัญบุรี กล่าว

รหัสข่าว: C-170817005091 (17 ส.ค. 60/05:55)

หน้า: 1 / 1



บริษัท อินโฟวอร์ค จำกัด | 888/178 อาคารมหาทุนเพลซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
02-253-5000, 02-651-4700 | 02-253-5001, 02-651-4701 | help@iqnewsclip.com

ที่มา: iQNewsClip. (2560). สืบค้นจาก <https://www.iqnewsclip.com/newsservice.aspx>.

ภาพที่ 4.32: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์แนวหน้า
รูปแบบการนำเสนอคอลัมน์ประจำ

แนวหน้า <small>Naew Na Circulation: 900,000 Ad Rate: 900</small>	Section: First Section/ภูมิภาค วันที่: เสาร์ 19 สิงหาคม 2560 ปีที่: 38 ฉบับที่: 13267 หน้า: 8(ล่างขวา) Col.Inch: 15.28 Ad Value: 13,752 PRValue (x3): 41,256 ศิลปิน: ชาว-ดำ คอลัมน์: ข่าวภูมิภาค: มทร.ธัญบุรีป้อมอันดับมหาวิทยาลัยขยับดีขึ้น		



รหัสข่าว: C-170819005089 (19 ส.ค. 60/07:28)

หน้า: 1 / 1



บริษัท อินโฟนิวส์ จำกัด | 888/178 อาคารมหาทุนพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
 02-253-5000, 02-651-4700 | 02-253-5001, 02-651-4701 | help@iqnewsclip.com

ที่มา: iQNewsClip. (2560). สืบค้นจาก <https://www.iqnewsclip.com/newsservice.aspx>.

ตารางที่ 4.23: แสดงปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข่าวตามแนวคิดหลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์

ลำดับที่	รูปแบบการนำเสนอข่าว	ปริมาณพื้นที่ข่าวของหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์		
		จำนวน ชิ้นข่าว	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ)
1.	ข่าว	5	164.76	11.25
2.	ภาพข่าว	4	57.24	3.91
3.	บทความ	0	0.00	0.00
4.	บทสัมภาษณ์	0	0.00	0.00
5.	สารคดี	1	110.25	7.53
6.	คอลัมน์ประจำ	1	16.40	1.12
7.	สื่ूपข่าว	14	1,116.31	76.20
	รวม	25	1,464.96	100.00

จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ พบว่า ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีจำนวนชิ้นข่าวที่นำเสนอในรูปแบบของสื่ूपข่าวมากที่สุด จำนวน 14 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 1,116.31 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 76.20) จะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.33 และ 4.34 รองลงมาคือ รูปแบบของข่าว จำนวน 5 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 164.76 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 11.25) และรูปแบบของภาพข่าว จำนวน 4 ชิ้นข่าว สัดส่วน 57.24 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 3.91)

ภาพที่ 4.33: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์
รูปแบบการนำเสนอสื่อบข่า

ไทยโพสต์ Thal Post Circulation: 950,000 Ad Rate: 975	Section: X-CITE/Jobs วันที่: จันทร์ 4 กันยายน 2560	หน้า: 24(เต็มหน้า)	คอลัมน์: สีสี่
	ปีที่: 21 ฉบับที่: 7605 Col.Inch: 101.96 Ad Value: 99,411 PRValue (x3): 298,233	หัวข้อข่าว: มทร.ธัญบุรียกทัพบุกภาคเหนือ พัฒนาสินค้าเข้าสู่ตลาดออนไลน์	

มทร.ธัญบุรียกทัพบุกภาคเหนือ พัฒนาสินค้าเข้าสู่ตลาดออนไลน์

สว. จัมมือ มทร.ธัญบุรี ยกทัพบุกภาคเหนือ ตามโครงการส่งเสริมพัฒนาตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับ SMEs ปี 2560 จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเทคนิค "การพัฒนาสินค้าเพื่อเข้าสู่ตลาดออนไลน์" และ "การตลาดต้นทุนและเพิ่มยอดขายด้านออนไลน์" ให้กับผู้ประกอบการเอสเอ็มอีภาคเหนือ 3 จังหวัด ได้แก่ พะเยา ลำปาง สุโขทัยและพื้นที่ใกล้เคียง โดยได้รับการตอบรับจากผู้ประกอบการภาคเหนือเข้าร่วมจำนวนมาก

นายณิธิ วิฑูริย์โรจน์ ผู้อำนวยการสำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (มทร.) ธัญบุรี ตัวแทนผู้จัดโครงการ เล่าว่า ตามที่สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จัมมือ มทร.ธัญบุรี จัดโครงการส่งเสริมพัฒนาตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับ SMEs ปี 2560 ในพื้นที่ภาคเหนือ ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการเอสเอ็มอีให้มีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้นในรูปแบบ Business to Business to Customers (B2 B 2C) เชื่อมโยงการส่งเสริมการตลาดระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการเอสเอ็มอี ภาคการผลิต กับผู้ให้บริการด้านตลาดออนไลน์ โดยมีเป้าหมายคือผู้ประกอบการจำนวน 21,700 ราย สินค้าหรือบริการ จำนวน 32,500 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งคัดเลือกจากกลุ่มเป้าหมายหลักคือผู้ประกอบการที่ทางมหาวิทยาลัยเป็นซัพplierจากโครงการต่างๆ หรือทั้งช่วยพัฒนาให้ความรู้ ให้คำปรึกษา และเตรียมความพร้อมพร้อมจำนวนไม่น้อยกว่า 25,000 ผลิตภัณฑ์ขึ้นไปจำหน่ายบนตลาดออนไลน์

นายกิตตินนท์ อู่ยงศ์ไพศาล ผู้จัดการฝ่าย Shopping Mall และการตลาด บริษัทตลาด ดอทคอม (TARAD.com) เล่าว่า ปัจจุบันช่องทางในการขายออนไลน์มีให้เลือกมากมาย ฟอร์ดแวร์ร้านค้าออนไลน์ (Open Source) ร้าน



ค้าออนไลน์สำเร็จรูป และกำลังได้รับความนิยม Social Media Shop ไม่ว่าจะเป็นเฟซบุ๊กและไลน์ โดยผู้ประกอบการต้องเลือกช่องทางที่เหมาะสมกับธุรกิจ มีช่องทางในการชำระเงินที่สะดวก ดูแลบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ ในเรื่องของ การขนส่ง การจัดการคลังสินค้า ช่องทางดูแลลูกค้า "การดูแลลูกค้าให้ดีที่สุด ค่าโฆษณาที่ดีที่สุด" ปัจจุบันความสำเร็จของการซื้อขายสินค้าออนไลน์ ประกอบด้วย Platform 30% Marketing 40% และ Operation 30% ปัจจุบันสำเร็จในการสร้างยอดขายออนไลน์ การตลาด และข้อมูลสินค้าที่ดึงดูดลูกค้า

อีกหนึ่งแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จในการค้าขายออนไลน์ นางสาวจิราพร พงศ์วีระการพันธุ์ หัวหน้าส่วนจำกัด จิราพรฟู้ด ผู้ประกอบการกล้วยตากจิราพร เล่าว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป เลือกที่จะซื้อผ่านออนไลน์ จึงทำให้

ตลาดออนไลน์โตขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งทางจิราพรกล้วยตากได้บุกตลาดออนไลน์มากกว่า 3 ปี คือยุคเรียนรูพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยเริ่มจากการซื้อขายผ่านเว็บไซต์ แต่ด้วยข้อจำกัดหลายอย่าง เช่น ขั้นตอนในการซื้อขาย จึงหันมาใช้ในส่วนของสื่อสังคมออนไลน์ ในส่วนของแฟนเพจเฟซบุ๊กและไลน์ "ในช่วงแรกๆ จะโพสต์ขายสินค้าแบบไม่มีเป้าหมาย จากการสังเกตพบว่าไม่มีลูกค้าสนใจเข้ามาทักเลยก็ จึงเริ่มที่จะหาข้อมูล ไปเรียนและอบรมตามต่างๆ นำมาปรับใช้ในการขายของออนไลน์ เนื้อหาเป็นเรื่องที่สำคัญ ตลอดจนรูปถ่ายสินค้า ต้องดึงดูด การขายของออนไลน์ต้องทำให้สินค้ามีตัวตน ด้วยการสร้างเนื้อหาของเราเอง ปัจจุบันกล้วยตากจิราพรสร้างยอดขายผ่านออนไลน์ได้ประมาณเดือนละ 400,000-500,000 บาท ผู้ประกอบการที่เริ่มต้นในการขายออนไลน์ ต้องเลือกช่องทางในการขาย และต้องสื่อสารให้ตรง

ภาพที่ 4.34: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์
รูปแบบการนำเสนอสกู๊ปข่าว

ไทยโพสต์ Thai Post Circulation: 950,000 Ad Rate: 975	Section: X-CITE/Jobs วันที่: จันทร์ 4 กันยายน 2560 ปีที่: 21 ฉบับที่: 7605 หน้า: 24(เต็มหน้า) Col.Inch: 101.96 Ad Value: 99,411 PRValue (x3): 298,233 คลิป: สีสี่ หัวข้อข่าว: มทร.ธัญบุรีเรียกทัพบุกภาคเหนือ พัฒนาสินค้าเข้าสู่ตลาดออนไลน์
	(Blank space for image content)



กับกลุ่มเป้าหมาย”

ด้านผู้ประกอบการเชรามีกร์ภรณ์ดิน จ.ลำปาง นางทิพย์ จิวกิตติศักดิ์กุล เล่าว่า ในการเข้าร่วมโครงการครั้งนี้เป็นหัวข้อที่น่าสนใจ ซึ่งถ้ามีเวทีในการให้ความรู้ต่างๆ ก็จะเข้าร่วมเพราะการเรียนรู้มีตลอดชีวิต วิทยากรต่าง องค์กรความรู้ก็ส่งไป

ด้วย ฉะนั้นต้องเรียนรู้ยู่งมุ่งมาเสมอ โดยส่วนตัวมีการขายออนไลน์ผ่านทางเฟซบุ๊ก แต่ด้วยตัวสินค้ามีข้อจำกัด ลูกค้าส่วนใหญ่อยากเห็นตัวสินค้าจริง ดังนั้นสินค้าจึงยังเจาะตลาดออนไลน์ไม่ได้ ส่วนใหญ่จะเป็นตลาดออฟไลน์มากกว่า อย่างไรก็ตามทุกวันนี้ไม่สามารถหลีกเลี่ยงช่องทางในการขายออนไลน์ได้ เพราะทุกคนต้องการความสะดวกสบาย จึงอยากหาความรู้ต่างๆ มาปรับใช้ในธุรกิจของตนเอง ในการเข้าโครงการนี้สามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดในธุรกิจได้

นายมนตรี นนทธี ผู้ประกอบการธุรกิจมนตรีเครื่องเงินสุโขทัย จ.สุโขทัย เล่าว่า อยากเปิดตลาดให้กว้างขึ้น อยากรู้หลักการการตลาดและการพัฒนาสินค้าให้ดียิ่งขึ้น จึงมาเข้าโครงการในครั้งนี้ “งานนี้ถือพอใจโบราณเป็นงานที่มีความละเอียด ประณีตและงดงาม บ่งบอกความเป็นศิลปะของงานหัตถกรรม โดยตั้งใจจะสืบทอดเจตนารมณ์และผลงานสร้างสรรค์ของบรรพชนชาวศรีสุโขทัยให้ยังคงอยู่สืบต่อไป บางตลาดสายที่ทำไมเฉพาะที่สุโขทัยเท่านั้น และเจาะกลุ่มเป้าหมายวัยทำงาน เจ้าของธุรกิจและผู้ชื่นชอบการแต่งผ้าไทย และมั่นใจว่าเรื่องราวออนไลน์ที่อบรมนี้จะทำให้มนตรีเครื่องเงินสุโขทัยเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นได้” นายมนตรีก้าว

ตารางที่ 4.24: แสดงปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข่าวตามแนวคิดหลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน 360 องศา

ลำดับที่	รูปแบบการนำเสนอข่าว	ปริมาณพื้นที่ข่าวของ		
		หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน 360 องศา		
		จำนวน ชิ้นข่าว	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ)
1.	ข่าว	1	38.68	11.55
2.	ภาพข่าว	2	17.99	5.37
3.	บทความ	0	0.00	0.00
4.	บทสัมภาษณ์	0	0.00	0.00
5.	สารคดี	2	206.46	61.65
6.	คอลัมน์ประจำ	4	71.74	21.42
7.	สื่อบุคคล	0	0.00	0.00
	รวม	9	334.87	100.00

จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน 360 องศาพบว่า ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีจำนวนชิ้นข่าวที่นำเสนอในรูปแบบของคอลัมน์ประจำมากที่สุด จำนวน 4 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 71.74 คอลัมน์นี้ว/ฉบับ (ร้อยละ 21.42) จะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.35

รองลงมาคือ รูปแบบของภาพข่าวและสารคดี รูปแบบละ 2 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 17.99 และ 206.46 คอลัมน์นี้ว/ฉบับ (ร้อยละ 5.37 และ 61.65) และรูปแบบของข่าว จำนวน 1 ชิ้นข่าว สัดส่วน 38.68 คอลัมน์นี้ว/ฉบับ (ร้อยละ 11.55)

ภาพที่ 4.35: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์
ผู้จัดการรายวัน 360 องศา รูปแบบการนำเสนอคอลัมน์ประจำ

ผู้จัดการรายวัน 360° Poo Jadam Daily 360 Degree Circulation: 850,000 Ad Rate: 1,500	Section: Live/- วันที่: อังคาร 29 สิงหาคม 2560 ปีที่: 9 ฉบับที่: 2462 หน้า: 18(ขวา)
	Col.Inch: 8.90 Ad Value: 13,350 PRValue (x3): 40,050 คลิป: สีสี่
คอลัมน์: Live Release: มทร.ธัญบุรี ลงนามความร่วมมือกับฟิลิปปินส์	



รหัสข่าว: C-170829040027 (29 ส.ค. 60/05:33)

หน้า: 1/1



บริษัท อินโฟเควสท์ จำกัด | 888/178 อาคารมหาทุนพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
 ☎ 02-253-5000, 02-651-4700 📠 02-253-5001, 02-651-4701 ✉ help@iqnewsclip.com

ที่มา: iQNewsClip. (2560). สืบค้นจาก <https://www.iqnewsclip.com/newsservice.aspx>.

ตารางที่ 4.25: แสดงปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข่าวตามแนวคิดหลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์โพสทูเดย์

ลำดับที่	รูปแบบการนำเสนอข่าว	ปริมาณพื้นที่ข่าวของหนังสือพิมพ์โพสทูเดย์		
		จำนวน ชิ้นข่าว	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ)
1.	ข่าว	3	106.76	11.89
2.	ภาพข่าว	2	30.74	3.42
3.	บทความ	0	0.00	0.00
4.	บทสัมภาษณ์	0	0.00	0.00
5.	สารคดี	0	0.00	0.00
6.	คอลัมน์ประจำ	4	216.10	24.06
7.	สื่ूपข่าว	6	544.51	60.63
	รวม	15	898.11	100.00

จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์โพสทูเดย์ พบว่า ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีจำนวนชิ้นข่าวที่นำเสนอในรูปแบบของสื่ूपข่าวมากที่สุด จำนวน 6 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 544.51 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 60.63) จะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.36 และ 4.37

รองลงมาคือ รูปแบบของคอลัมน์ประจำ จำนวน 4 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 216.10 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 24.06) และรูปแบบของข่าว จำนวน 3 ชิ้นข่าว สัดส่วน 106.76 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 11.89)

ภาพที่ 4.36: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์
โพสต์ทูเดย์รูปแบบการนำเสนอสื่อบูชา

โพสต์ทูเดย์	Section: DIGITAL of things/เศรษฐกิจ ดิจิทัล		
	วันที่: พฤหัสบดี 5 ตุลาคม 2560		
Post Today	ปีที่: 15	ฉบับที่: 5355	หน้า: C7(ล่าง)
Circulation: 320,000	Col.Inch: 93.55	Ad Value: 102,905	PRValue (x3): 308,715
Ad Rate: 1,100	หัวข้อข่าว: รวมพลังดัน SMEs Go Online		ศิลปิน: สีสี่

รวมพลังดัน SMEs Go Online



เรื่อง | ปิยนุช ผิวเหลือง

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ร่วมกับ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือ เอ็ดด้า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (มทร.ธัญบุรี) และมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จัดโครงการส่งเสริมพัฒนาตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับเอสเอ็มอี หรือ “SMEs Go Online ปี 2560” เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการใช้เครื่องมือดิจิทัลให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ

สุทธิกานต์ มาลาธราวุธ ผู้อำนวยการกลุ่มงานส่งเสริมและประสานงานเครือข่าย สสว. กล่าวว่า โครงการ

ส่งเสริมพัฒนาตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับเอสเอ็มอี หรือ “SMEs Go Online ปี 2560” เป็นโครงการความร่วมมือระหว่าง สสว. เอ็ดด้า มทร.ธัญบุรี และมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าสู่ตลาดอิเล็กทรอนิกส์ผ่านกิจกรรมพัฒนาให้กับผู้ประกอบการ โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วม 6.8 หมื่นราย มีสินค้าและบริการจำนวน 1.1 แสนรายการ ซึ่งสามารถขึ้นขายออนไลน์ได้แล้ว 8.25 หมื่นรายการ

สำหรับผลิตภัณฑ์ขายดีในระบบออนไลน์ ได้แก่ ของตกแต่งบ้าน แฟชั่นเสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า แชมพู ครีมนวดน้ำ เครื่องสำอาง โดยผู้เข้าร่วมโครงการสามารถสร้างยอดขายรวมได้ 200 ล้านบาท โดยโครงการนี้จะเป็นส่วนสำคัญ

ในการเพิ่มช่องทางการขายและการเข้าถึงลูกค้าให้แก่เอสเอ็มอี เพราะสามารถขายสินค้าหรือบริการได้ทั่วโลกตลอด 24 ชั่วโมง ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการโฆษณา การจัดตั้งร้านค้า การจัดตกแต่งสถานที่ การจัดเก็บสินค้า การกระจายสินค้า ส่วนในแง่ของผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบเพื่อเลือกซื้อสินค้าที่ราคาเหมาะสมและมีคุณภาพ

ประเสริฐ ปิ่นปฐมรัฐ อธิการบดี มทร.ธัญบุรี กล่าวว่า ที่ผ่านมาทาง มทร.ธัญบุรี ได้จัดอบรมในพื้นที่ ดำเนินการจำนวน 7 จังหวัด ได้แก่ จ.เชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง พะเยา สุโขทัย สุพรรณบุรี และเพชรบุรี มีผู้เข้าร่วมอบรมกว่า 2,300 ราย และกิจกรรมการถ่ายภาพสินค้าให้แก่ผู้ประกอบการโดยช่างภาพอาชีพที่ลงพื้นที่ไปถ่าย

ภาพที่ 4.37: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์
โพสต์ทูเดย์รูปแบบการนำเสนอสื่ूप้าข่าว

โพสต์ทูเดย์ Post Today Circulation: 320,000 Ad Rate: 1,100	Section: DIGITAL of things/เศรษฐกิจ ดิจิทัล วันที่: พุธที่ 5 ตุลาคม 2560 ปีที่: 15 ฉบับที่: 5355 หน้า: C7(ล่าง) Col.Inch: 93.55 Ad Value: 102,905 PRValue (x3): 308,715 ศิลปิน: ลีลี หัวข้อข่าว: รวมพลังดัน SMEs Go Online

สินค้าอีกกว่า 10 จังหวัด พร้อมทั้งจะมีการอบรมแบบออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้ประกอบการในวงกว้างราว 2.2 หมื่นรายได้เข้าถึงความรู้เพิ่มขึ้น และสามารถพัฒนาตนเองเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลกปัจจุบัน ทั้งนี้ ในพื้นที่ภาคกลางและภาคเหนือ รวมถึงกลุ่มธุรกิจตามนโยบาย สามารถนำสินค้ากว่า 2.5 หมื่นรายการขึ้นไปขายใน อี-มาร์เก็ตเพลส ได้แก่ thailandmall, 11 street, smesiam, Lazada, weloveshopping, Buzzesbee, Tarad.com, Pinduoduo โดยเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องนุ่งห่ม สินค้าหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ของขวัญของชำร่วยและของตกแต่งบ้าน เป็นสัดส่วนสำคัญ

สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์ รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กล่าว ว่า ได้ร่วมดำเนินโครงการส่งเสริมพัฒนาตลาดอิเล็กทรอนิกส์กับ สสว. เพื่อสนับสนุน ส่งเสริมผู้ประกอบการ เอสเอ็มอีให้มีโอกาสเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้สะดวก สร้างยอดขายให้แก่ผู้ประกอบการระดับเริ่มต้น (Startup) ผู้ประกอบการกลุ่มทั่วไป (Regular) ให้มีช่องทางจำหน่าย และมีศูนย์กลางในการบริหารจัดการการตลาดออนไลน์ด้วยมืออาชีพทั้งระบบ ตั้งแต่พัฒนาภาพลักษณ์ สร้างแบรนด์ สร้างการยอมรับในกลุ่มลูกค้า สร้างโปรโมชันแรงกระตุ้นการตลาดดิจิทัล จัดการด้านการเงินผ่านระบบออนไลน์ ตอบข้อซักถามลูกค้าและบริการจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าอย่างเป็นระบบ สามารถสร้างกระบวนการเรียนรู้ และยกระดับกิจการของเอสเอ็มอี ให้มีความรู้ความเข้าใจ และสามารถแข่งขันได้



สำหรับในพื้นที่ภาคตะวันออกและตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นพื้นที่ความรับผิดชอบของ มรท.สวนสุนันทา สามารถนำสินค้ากว่า 2.56 หมื่นรายการจากผู้ประกอบการ 1,280 รายขึ้นไปขายใน อี-มาร์เก็ตเพลสต่างๆ ได้แก่ Lnw-mall, Shopee, 11 street, smesiam, thailandmall, Lazada, weloveshopping, Buzzesbee โดยเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงาม อาหารและเครื่องดื่ม ของขวัญของชำร่วย แฟชั่นสตรีและบุรุษ เครื่องประดับ ของแต่งบ้าน อุปกรณ์แต่งรถ เป็นต้น

ถือเป็นอีกหนึ่งความร่วมมือแบบบูรณาการระหว่างหน่วยงานของรัฐ เอกชน รวมทั้งสถาบันการศึกษา

ที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาผู้ประกอบการไทยให้แข็งแกร่งก้าวสู่การแข่งขันยุคใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ ■

ที่มา: iQNewsClip. (2560). สืบค้นจาก <https://www.iqnewsclip.com/newsservice.aspx>.

ตารางที่ 4.26: แสดงปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข่าวตามแนวคิดหลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์มติชน

ลำดับที่	รูปแบบการนำเสนอข่าว	ปริมาณพื้นที่ข่าวของหนังสือพิมพ์มติชน		
		จำนวน ชิ้นข่าว	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ)
1.	ข่าว	5	177.30	26.72
2.	ภาพข่าว	4	51.08	7.70
3.	บทความ	0	0.00	0.00
4.	บทสัมภาษณ์	0	0.00	0.00
5.	สารคดี	0	0.00	0.00
6.	คอลัมน์ประจำ	4	34.49	5.20
7.	สื่ूपข่าว	5	400.80	60.39
	รวม	18	663.67	100.00

จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์มติชนพบว่า ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีจำนวนชิ้นข่าวที่นำเสนอในรูปแบบของข่าว และสื่ूपข่าวมากที่สุด รูปแบบละ 5 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 177.30 และ 400.80 คอลัมน์นี้ว/ฉบับ (ร้อยละ 26.72 และ 60.39) จะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.38

รองลงมาคือ รูปแบบของภาพข่าว และคอลัมน์ประจำรูปแบบละ 4 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 51.08 และ 34.49 คอลัมน์นี้ว /ฉบับ (ร้อยละ 7.70 และ 5.20)

ภาพที่ 4.38: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์มติชน
รูปแบบการนำเสนอข่าว

มติชน	Section: ประชาชน/กีฬา		
	วันที่: จันทร์ 7 สิงหาคม 2560		
Matchon Circulation: 950,000 Ad Rate: 1,100	ปีที่: 40	ฉบับที่: 14393	หน้า: 24(ขวา)
	Col.Inch: 12.28	Ad Value: 13,508	PRValue (x3): 40,524
	หัวข้อข่าว: 'ธัญบุรีเกมส์'จัด39กีฬา มศว+มธ.เจ้าภาพร่วม		
			ศิลปิน: ชาว-ดำ

‘ธัญบุรีเกมส์’จัด39กีฬา มศว+มธ.เจ้าภาพร่วม

รศ.ดร.ประเสริฐ ปิ่นปฐมรัฐ อธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (มทร.ธัญบุรี) กล่าวถึงความคืบหน้าการจัดการแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัยแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 45 “ราชมงคลธัญบุรีเกมส์” ระหว่างวันที่ 21-31 มกราคม 2561 ว่า ได้มีการกำหนดกีฬาและตารางที่จะใช้แข่งขันเป็นที่เรียบร้อยแล้ว แบ่งเป็น กีฬาบังคับ 10 ชนิด อาทิ กรีฑา ว่ายน้ำ บาสเกตบอล ฟุตบอล วอลเลย์บอล กีฬาเลือกสากล 21 ชนิด อาทิ เปตอง ลีลาศ ดาบสากล คาราเต้-โด กีฬาเลือกทั่วไป 3 ชนิด ได้แก่ ครอสเวิร์ด บริดจ์ และหมากรุกกระดาน กีฬาไทย 3 ชนิด ได้แก่ มวยไทยสมัครเล่น ตะกร้อลอดห่วง ดาบไทย และกีฬาสาธิต 2 ชนิด คือ บาสเกตบอล 3 คน และเอ็กซ์ตรีม โดยจะใช้สนามแข่งขันใน 3 มหาวิทยาลัย คือ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ องครักษ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ รังสิต และ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี ซึ่งทั้ง 3 มหาวิทยาลัยจะเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันร่วมกัน โดย มทร.ธัญบุรีจะเป็นแม่งานหลัก ส่วนอีกสองมหาวิทยาลัยจะสนับสนุนในเรื่องสนามกีฬาที่ใช้จัดการแข่งขัน ส่วนที่พักของนักกีฬานั้น จะเป็นหอพักนักศึกษาและสถานที่ราชการรอบมหาวิทยาลัย ทั้งนี้ กระบวนการดำเนินการด้านการกีฬา มีความพร้อม 80 เปอร์เซ็นต์ ส่วนกระบวนการจัดการอื่นๆ มีความพร้อม 70 เปอร์เซ็นต์

รหัสข่าว: C-170807020123 (7 ส.ค. 60/06:02)

หน้า: 1 / 1



บริษัท อินโฟนิวส์ จำกัด | 888/7/8 อาคารมหาทุนพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
02-253-5000, 02-651-4700 | 02-253-5001, 02-651-4701 | help@iqnewsclip.com

ที่มา: iQNewsClip. (2560). สืบค้นจาก <https://www.iqnewsclip.com/newsservice.aspx>.

ตารางที่ 4.27: แสดงปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข่าวตามแนวคิดหลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์สยามกีฬา

ลำดับที่	รูปแบบการนำเสนอข่าว	ปริมาณพื้นที่ข่าวของหนังสือพิมพ์สยามกีฬา		
		จำนวน ชิ้นข่าว	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ)
1.	ข่าว	2	51.94	27.82
2.	ภาพข่าว	9	134.73	72.18
3.	บทความ	0	0.00	0.00
4.	บทสัมภาษณ์	0	0.00	0.00
5.	สารคดี	0	0.00	0.00
6.	คอลัมน์ประจำ	0	0.00	0.00
7.	สื่ूपข่าว	0	0.00	0.00
	รวม	11	186.67	100.00

จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์สยามกีฬา พบว่า ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีจำนวนชิ้นข่าวที่นำเสนอในรูปแบบของภาพข่าวมากที่สุด จำนวน 9 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 134.73 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 72.18) จะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.39 รองลงมาคือ รูปแบบของข่าว จำนวน 2 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 51.94 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 27.82)

ภาพที่ 4.39: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ สยามกีฬา รูปแบบการนำเสนอข่าว

สยามกีฬา Siam Sport Circulation: 250,000 Ad Rate: 1,250	Section: First Section/- วันที่: อาทิตย์ 17 กันยายน 2560 ปีที่: 33 ฉบับที่: 11885 หน้า: 12(ขวา) Col.Inch: 21.89 Ad Value: 27,362.50 PRValue (x3): 82,087.50 คลิป: สีสี่ หัวข้อข่าว: โปรดเกล้าตั้ง "ประเสริฐ" นั่งอธิการบดีรอบ 2 เร่งพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอนรับเมกะ...
---	---

โปรดเกล้าตั้ง "ประเสริฐ" นั่งอธิการบดีรอบ 2 เร่งพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอนรับเมกะ-โปรเจกต์

ผู้สื่อข่าวรายงานว่า เมื่อวันที่ 6 ก.ย. ที่ผ่านม ราชกิจจานุเบกษา ได้เผยแพร่ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่องแต่งตั้งอธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (มทร.) ธัญบุรี โดยมีใจความว่า ตามที่ได้มีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมแต่งตั้ง นายประเสริฐ ปิ่นปฐมรัฐ ให้ดำรงตำแหน่งอธิการบดี มทร.ธัญบุรี ตั้งแต่วันที่ 18 ส.ค. 2560 นั้น เนื่องจาก นายประเสริฐ ได้ดำรงตำแหน่งมาครบกำหนดตามวาระ ในวันที่ 14 ส.ค. 2560 และที่ประชุมสภา มทร.ธัญบุรี สมัยวิสามัญ ครั้งที่ 1/2560 เมื่อวันที่ 31 พ.ค. 2560 ได้มีมติเห็นชอบให้เสนอขอพระราชทานโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมแต่งตั้ง นายประเสริฐ ดำรงตำแหน่งอธิการบดี มทร.ธัญบุรี ต่อไปอีกระหนัง และได้ให้ความกราบบังคมทูลพระกรุณาโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมแต่งตั้งต่อไปนั้น บัดนี้ ได้มีพระราชโองการโปรดเกล้าโปรดกระหม่อมแต่งตั้งบุคคลดังกล่าวให้ดำรงตำแหน่งอธิการบดี มทร.ธัญบุรี ตั้งแต่วันที่ 27 ส.ค.2560

รศ.ดร.ประเสริฐ ปิ่นปฐมรัฐ อธิการบดี มทร.ธัญบุรี กล่าวว่า หลังจากนี้ มทร.ธัญบุรี จะมุ่งพัฒนาเรื่องคุณภาพการเรียนการสอน เน้นหลักสูตรที่เกี่ยวเนื่องกับอาชีพในอนาคต และนโยบายเมกะโปรเจกต์ของรัฐบาล เช่น รถไฟฟ้า ไลจิสติกส์ การจัดการอุตสาหกรรม การจัดการภาคพื้นดิน ลากาศยาน นอกจากนี้ จะเน้นการพัฒนาโดยให้ทุกคณะ วิทยาลัย Center of Excellence (COE) ในการฝึกอบรมให้บุคลากรทั่วไป ที่ต้องการเข้ารับกรอบรมกับทางมหาวิทยาลัย โดยมหาวิทยาลัยจะเน้นการอบรมในหลักสูตรระยะสั้นให้มากขึ้น เพื่อพัฒนากำลังคนให้สอดคล้องกับนโยบาย 4.0

อธิการบดี มทร.ธัญบุรี กล่าวอีกว่า นอกจากนี้จะเร่งยกระดับงานวิจัย เพื่อตอบโจทย์อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ โดยเฉพาะในกลุ่ม 5 คลัสเตอร์ของรัฐบาล คือ กลุ่มไบโอเทคโนโลยี กลุ่มอุตสาหกรรมอัตโนมัติและหุ่นยนต์ในยุคอุตสาหกรรม กลุ่มอากาศยาน กลุ่มสุขภาพ กลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ดีเอ็นเอ โดยที่ผ่านมมหาวิทยาลัยได้เริ่มดำเนินการสิ่งเหล่านี้ไปบ้างแล้ว แต่ต่อจากนี้จะมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น แต่เดิมดำเนินการในกลุ่มเอสเอ็มอี แต่ต่อไปจะเน้นการพัฒนาใกล้คน เพื่อตอบโจทย์ตอบสนองภาคอุตสาหกรรมของคนไทยที่ไปขยายงานในอุตสาหกรรมต่างประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่ม CLMV ได้แก่ ประเทศกัมพูชา ลาว เวียดนาม และเวียดนาม



ที่มา: iQNewsClip. (2560). สืบค้นจาก <https://www.iqnewsclip.com/newsservice.aspx>.

ตารางที่ 4.28: แสดงปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข่าวตามแนวคิดหลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์สยามรัฐ


ลำดับที่	รูปแบบการนำเสนอข่าว	ปริมาณพื้นที่ข่าวของหนังสือพิมพ์สยามรัฐ		
		จำนวน ชิ้นข่าว	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ)
1.	ข่าว	6	135.55	10.17
2.	ภาพข่าว	8	137.31	10.30
3.	บทความ	0	0.00	0.00
4.	บทสัมภาษณ์	0	0.00	0.00
5.	สารคดี	0	0.00	0.00
6.	คอลัมน์ประจำ	11	453.32	34.00
7.	สื่ूपข่าว	6	606.93	45.53
	รวม	31	1,333.11	100.00

จากการศึกษารูปแบบการนำเสนอข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์สยามรัฐพบว่า ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีจำนวนชิ้นข่าวที่นำเสนอในรูปแบบของคอลัมน์ประจำมากที่สุด จำนวน 11 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 453.32 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 34.00) จะเห็นได้จากการเก็บตัวอย่างดังภาพที่ 4.40

รองลงมาคือ รูปแบบของภาพข่าว จำนวน 8 ชิ้นข่าว มีสัดส่วน 137.31 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 10.30 ของปริมาณพื้นที่ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์สยามรัฐ)

และรูปแบบของข่าว และสื่ूपข่าว รูปแบบละ 6 ชิ้นข่าว สัดส่วน 135.55 และ 606.93 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 10.17 และ 45.53)

ภาพที่ 4.40: ตัวอย่างรูปแบบข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์สยามรัฐ
รูปแบบการนำเสนอคอลัมน์ประจำ

สยามรัฐ Siam Rath Circulation: 900,000 Ad Rate: 1,050	Section: First Section/การศึกษา วันที่: จันทร์ 3 กรกฎาคม 2560 ปีที่: 68 ฉบับที่: 23443 หน้า: 13(บนขวา) Col.Inch: 6.11 Ad Value: 6,415.50 PRValue (x3): 19,246.50 คลิป: 3 ลีลี คอลัมน์: แวดวงของเรา: ให้อาจารย์คุณศศิธร
	

รหัสข่าว: C-170703021051 (3 ก.ค. 60/05:52)

หน้า: 1 / 1



บริษัท อินโฟนิวส์ จำกัด | 888/178 อาคารมหานครพลาซ่า ชั้น 17 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
 02-253-5000, 02-651-4700 | 02-253-5001, 02-651-4701 | help@iqnewsclip.com

ที่มา: iQNewsClip. (2560). สืบค้นจาก <https://www.iqnewsclip.com/newsservice.aspx>.

ภาพรวมจากการศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการนำเสนอข่าวตามแนวคิดหลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยทั้งหมด 12 ชื่อฉบับ พบว่า รูปแบบการนำเสนอข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ที่พบมากเป็นอันดับที่ 1 คือ รูปแบบการนำเสนอคอลัมน์ประจำ รองลงมาคือ ข่าว ภาพข่าว สกู๊ปข่าว และสารคดี มีจำนวนชิ้นข่าวเฉลี่ย 6.83, 5.83, 4.67, 4.25 และ 0.58 ของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยทั้งหมด

เมื่อเปรียบเทียบปริมาณพื้นที่ข่าวตามรูปแบบการนำเสนอข่าว พบว่า สกู๊ปข่าวมีส่วนปริมาณพื้นที่มากที่สุด รองลงมาคือ คอลัมน์ประจำ ข่าว สารคดี และภาพข่าว มีจำนวน 368.37, 247.52, 164.62, 78.40 และ 67.58 คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ ตามลำดับ (คิดเป็นร้อยละ 39.76, 26.72, 17.77, 8.64 และ 7.29 ของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยทั้งหมด) ดังตารางที่ 4.29



ตารางที่ 4.29: ปริมาณและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

ประเภท	หน่วย	ข้อมูลบ่งชี้สื่อพิมพ์													รวมเฉลี่ย
		กรุงเทพ ธุรกิจ	ข่าวสด	คมชัดลึก	เดลินิวส์	ไทยรัฐ	แนวหน้า	ไทยโพสต์	ผู้จัดการ รายวัน	360 องศา	โพสต์ทูเดย์	มติชน	สยามกีฬา	สยามรัฐ	
1. ข่าว	จำนวนชิ้น	5	12	1	4	21	5	5	1	3	5	2	6	5.83	
	คอลัมน์นิเว/ ฉบับ ร้อยละ	230.73 27.58	260.19 37.91	7.48 2.20	105.8 5.61	484.79 26.19	211.4 33.27	164.76 11.25	38.68 11.55	106.76 11.89	177.3 26.72	51.94 27.82	135.55 10.17	164.62 17.77	
2. ภาพข่าว	จำนวนชิ้น	3	7	1	2	11	3	4	2	2	4	9	8	4.67	
	คอลัมน์นิเว/ ฉบับ ร้อยละ	45.17 5.40	115.91 16.89	18.57 5.46	45.21 2.40	108.78 5.88	48.17 7.58	57.24 3.91	17.99 5.37	30.74 3.42	51.08 7.70	134.73 72.18	137.31 10.3	67.58 7.29	
3. บทความ	จำนวนชิ้น	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	คอลัมน์นิเว/ ฉบับ ร้อยละ	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	
4. บทความพิเศษ	จำนวนชิ้น	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	คอลัมน์นิเว/ ฉบับ ร้อยละ	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	
5. สารคดี	จำนวนชิ้น	1	0	0	3	0	0	1	2	0	0	0	0	0.58	
	คอลัมน์นิเว/ ฉบับ ร้อยละ	130.08 15.55	0.00 0.00	0.00 0.00	494.0 26.18	0.00 0.00	0.00 0.00	110.25 7.53	206.46 61.65	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	0.00 0.00	78.40 8.46	
6. คอลัมน์ประจำ	จำนวนชิ้น	11	7	1	14	20	5	1	4	4	4	0	11	6.83	
	คอลัมน์นิเว/ ฉบับ ร้อยละ	236.89 28.31	194.98 28.41	11.82 3.48	976.8 51.77	661.53 35.74	96.09 15.12	16.4 1.12	71.74 21.42	216.10 24.06	34.49 5.20	0.00 0.00	453.32 34.00	247.52 26.72	
7. สกู๊ป	จำนวนชิ้น	3	2	2	4	7	2	14	0	6	5	0	6	4.25	
	คอลัมน์นิเว/ ฉบับ ร้อยละ	193.77 23.16	115.19 16.78	302.26 88.87	264.9 14.04	595.88 32.19	279.78 44.03	1116.31 76.20	0.00 0.00	544.51 60.63	400.8 60.39	0.00 0.00	606.93 45.53	368.37 39.76	
รวม	คอลัมน์นิเว/ ฉบับ	836.64	686.27	340.13	1886.	1850.9	635.44	1464.96	334.87	898.11	663.67	186.67	1333.11	926.48	
	ร้อยละ	100.00	99.99	100.01	100.0	100.00	100.00	100.01	99.99	100.00	100.01	100.00	100.00	100.00	
	ฉบับ	21	26	5	25	50	13	23	9	11	17	10	27	237	

4.5 ส่วนที่ 5 การระบุแหล่งข่าวที่ปรากฏในข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

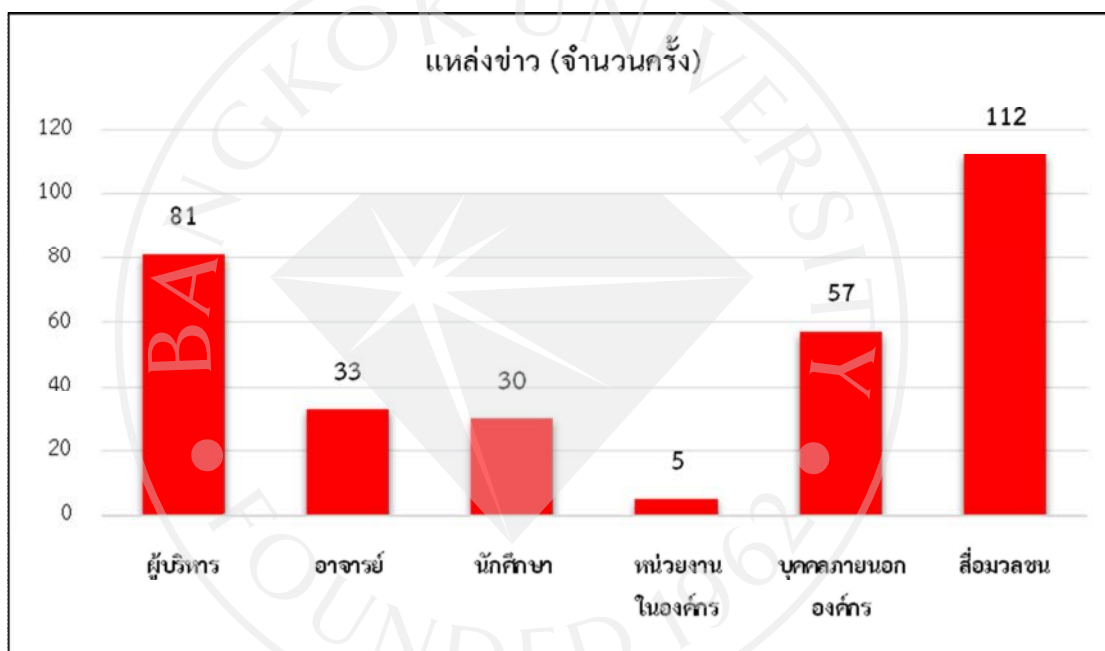
จากการเก็บข้อมูลข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย พบว่า หนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยมีการใช้แหล่งข่าวในการนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีการระบุแหล่งข่าวทั้งหมด 6 ประเภท คือ ผู้บริหาร อาจารย์ นักศึกษา หน่วยงานในองค์กร บุคคลภายนอกองค์กร และสื่อมวลชน ดังตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30: ปริมาณและร้อยละของการใช้แหล่งข่าวในการนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

ชื่อฉบับ	แหล่งข่าว (จำนวนครั้งในการนำเสนอ)							รวม	รวม (ร้อยละ)
	ผู้บริหาร	อาจารย์	นักศึกษา	หน่วยงาน	ในองค์กร	บุคคลภายนอก	องค์กร		
กรุงเทพธุรกิจ	6	3	4	1	7	7	28	8.81	
ข่าวสด	10	0	3	0	5	12	30	9.43	
คมชัดลึก	1	2	2	0	1	2	8	2.52	
เดลินิวส์	5	5	1	0	5	16	32	10.06	
ไทยรัฐ	22	8	8	1	5	26	70	22.01	
แนวหน้า	5	0	0	0	2	7	14	4.40	
ไทยโพสต์	4	9	6	0	8	8	35	11.01	
ผู้จัดการรายวัน	0	0	0	0	2	7	9	2.83	
360 องศา									
โพสต์ทูเดย์	3	2	1	1	7	4	18	5.66	
มติชน	6	2	2	0	7	7	24	7.55	
สยามกีฬา	3	0	1	0	2	7	13	4.09	
สยามรัฐ	16	2	2	2	6	9	37	11.64	
รวม	81	33	30	5	57	112	318	100.00	

โดยพบว่า ในการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยมีการใช้แหล่งข่าวในการนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมากที่สุด คือแหล่งข่าวประเภทสื่อมวลชน มากเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือแหล่งข่าวประเภทผู้บริหาร บุคคลภายนอกองค์กร อาจารย์ นักศึกษา และหน่วยงานในองค์กร โดยมีจำนวนครั้งในการนำเสนอข่าวทั้งหมดจำนวน 112, 81, 57, 33, 30, 30 และ 5 ครั้ง ตามลำดับดังภาพที่ 4.41

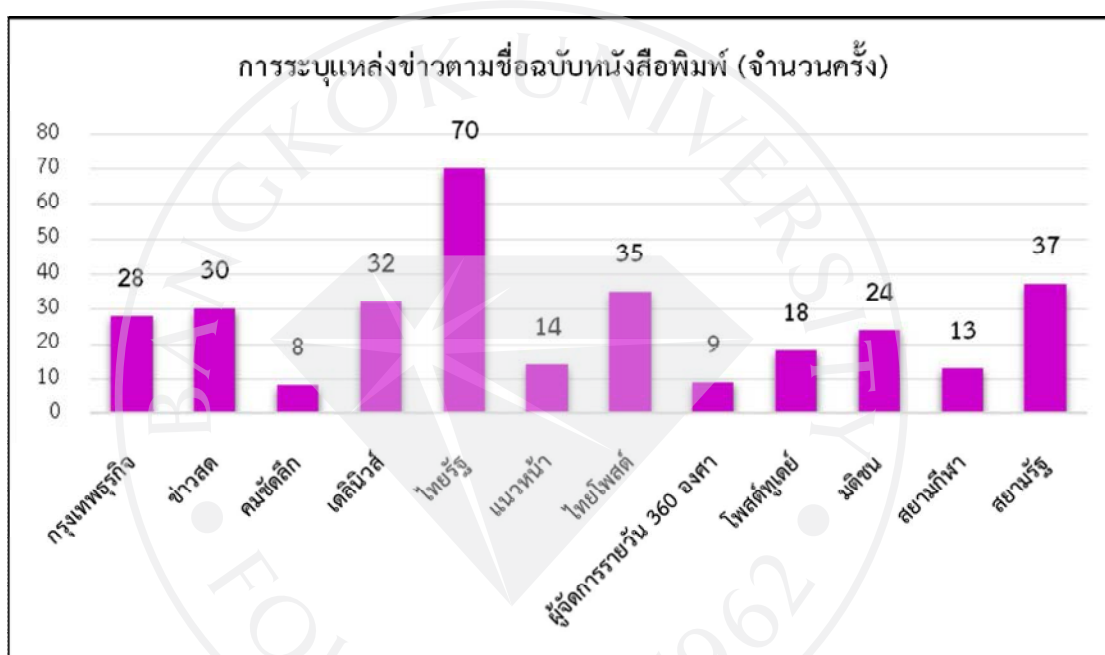
ภาพที่ 4.41: เปรียบเทียบปริมาณแหล่งข่าวที่ปรากฏในข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย



เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อฉบับ พบว่า หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจและมติชน มีการระบุแหล่งข่าวประเภทสื่อมวลชน และบุคคลภายนอกองค์กรมากที่สุด มีจำนวนความถี่ 7 ครั้ง หนังสือพิมพ์ข่าวสด เดลินิวส์ ไทยรัฐ แนวหน้า ผู้จัดการรายวัน 360 องศา และสยามกีฬา มีการระบุแหล่งข่าวประเภทสื่อมวลชนมากที่สุด มีจำนวนความถี่ 12, 16, 26, 7, 7 และ 7 ครั้ง ตามลำดับ ขณะที่หนังสือพิมพ์คมชัดลึกมีการระบุแหล่งข่าวประเภทอาจารย์ นักศึกษา และสื่อมวลชนมากที่สุด มีจำนวนความถี่ 2 ครั้ง หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์มีการระบุแหล่งข่าวประเภทอาจารย์มากที่สุด มีจำนวนความถี่ 9 ครั้ง และหนังสือพิมพ์สยามรัฐมีการระบุแหล่งข่าวประเภทผู้บริหารมากที่สุด มีจำนวนความถี่ 16 ครั้ง

และเมื่อพิจารณาในภาพรวมทั้งหมด พบว่า หนังสือพิมพ์ที่มีการระบุแหล่งข่าวในเนื้อหาข่าวมากที่สุด 5 อันดับ คือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีจำนวนความถี่ 70 ครั้ง รองลงมาคือหนังสือพิมพ์สยามรัฐ 37 ครั้ง หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ 35 ครั้ง หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ 32 ครั้ง และหนังสือพิมพ์ข่าวสด 30 ครั้ง (ร้อยละ 22.01, 11.64, 11.01, 10.06 และ 9.43 ตามลำดับ) ดังภาพที่ 4.42

ภาพที่ 4.42: เปรียบเทียบหนังสือพิมพ์ที่มีการระบุแหล่งข่าวในเนื้อหาข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยเป็นการวิจัยเชิงวิเคราะห์เนื้อหา ซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลข่าว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเป็นระยะเวลา 1 ภาคการศึกษา ในภาคการศึกษาที่ 1/2560 ตามปฏิทินการศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปีการศึกษา 2560 โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาปริมาณพื้นที่ข่าวปริมาณมูลค่าข่าวประเภทข่าวและการระบุ แหล่งข่าวที่ปรากฏในข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ทั้งหมด 12 ชื่อฉบับ

จากการศึกษาวิจัยดังกล่าวนี้ สะท้อนให้เห็นการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีผ่านสื่อมวลชนประเภทสื่อหนังสือพิมพ์โดยเฉพาะการดำเนินงานด้านงานข่าว ความสามารถของผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในการติดต่อและสร้างความสัมพันธ์กับ สื่อมวลชน นักหนังสือพิมพ์ และเป็นการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ในลักษณะของการตรวจสอบ ติดตามผลลัพธ์การปฏิบัติงานเกี่ยวกับงานข่าวในหนังสือพิมพ์

ผลการวิจัยและข้อค้นพบที่เกิดขึ้น สามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการตัดสินใจสำหรับการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ นำไปสู่การวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ด้านงานข่าวเพื่อให้เกิด การนำเสนอเรื่องราวข่าวสารขององค์กรสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้รับทราบและเข้าใจอย่างถูกต้อง สร้างความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตามที่มุ่งหวัง

ในบทที่ 5 นี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดตาม วัตถุประสงค์การวิจัยดังกล่าวมาแล้วข้างต้น โดยนำเสนอเป็น 5 ประเด็นตามวัตถุประสงค์การวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ประเด็นที่ 1 ปริมาณพื้นที่ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีใน หนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย สามารถสรุปผลการวิจัย โดยแบ่งออก 2 ส่วน

ส่วนแรก คือ จำนวนชิ้นข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีผลการศึกษาพบว่า พบว่า หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีจำนวนชิ้นข่าวสูงที่สุด 59 ชิ้นข่าว รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์สยามรัฐ 31 ชิ้นข่าว หนังสือพิมพ์ข่าวสด 28 ชิ้นข่าว หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ 27 ชิ้นข่าว หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ 25 ชิ้นข่าว หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ 23 ชิ้นข่าว หนังสือพิมพ์มติชน 18 ชิ้นข่าว หนังสือพิมพ์ แนวหน้า และหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์อย่างละ 15 ชิ้นข่าว หนังสือพิมพ์สยามกีฬา 11 ชิ้นข่าว หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน 360 องศา 9 ชิ้นข่าว และหนังสือพิมพ์คมชัดลึก 5 ชิ้นข่าว

เมื่อเทียบสัดส่วนจำนวนชิ้นข่าวต่อฉบับ ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์พบว่า หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ มีสัดส่วนจำนวนชิ้นข่าวสูงที่สุดโดยเฉลี่ยประมาณ 1.36 ชิ้นข่าว/ ฉบับ (ร้อยละ 10.22) รองลงมา คือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ 1.18 ชิ้นข่าว/ ฉบับ (ร้อยละ 8.84) หนังสือพิมพ์แนวหน้าและหนังสือพิมพ์สยามรัฐอย่างละ 1.15 ชิ้นข่าว/ ฉบับ (ร้อยละ 8.62) หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจและหนังสือพิมพ์สยามกีฬาย่างละ 1.10 ชิ้นข่าว/ ฉบับ (ร้อยละ 8.24) หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ 1.09 ชิ้นข่าว/ ฉบับ (ร้อยละ 8.17) หนังสือพิมพ์ข่าวสดและหนังสือพิมพ์เดลินิวส์อย่างละ 1.08 ชิ้นข่าว/ ฉบับ (ร้อยละ 8.09) หนังสือพิมพ์มติชน 1.06 ชิ้นข่าว/ ฉบับ (ร้อยละ 7.94) และหนังสือพิมพ์คมชัดลึก และหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน 360 องศาอย่างละ 1.00 ชิ้นข่าว/ ฉบับ (ร้อยละ 8.09)

ส่วนที่สอง คือ ปริมาณพื้นที่ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการศึกษาพบว่า พื้นที่ข่าวที่ได้รับการนำเสนอรวมทั้งหมด 11,117.80 คอลัมน์นิ้ว โดยเฉลี่ยประมาณ 585.27 คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ โดยพื้นที่ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ได้รับการนำเสนอในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีสัดส่วนปริมาณพื้นที่ข่าวมากที่สุด 1,886.95 คอลัมน์นิ้ว (ร้อยละ 16.97) รองลงมา คือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ หนังสือพิมพ์สยามรัฐ หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์ข่าวสด หนังสือพิมพ์มติชน หนังสือพิมพ์แนวหน้า หนังสือพิมพ์คมชัดลึก หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน 360 องศา และหนังสือพิมพ์สยามกีฬา มีจำนวน 1,850.98, 1,464.96, 1,333.11, 898.11, 836.64, 686.27, 663.67, 635.44, 340.13, 334.84 และ 186.67 (ร้อยละ 16.64, 13.17, 11.99, 7.80, 7.52, 6.17, 5.96, 5.71, 3.06 และ 3.01) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาพื้นที่ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์พบว่าหนังสือพิมพ์เดลินิวส์และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีสัดส่วนพื้นที่ข่าวคอลัมน์นิ้วใกล้เคียงกัน คือ 1,886.95 และ 1,850.98 คอลัมน์นิ้ว ตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาในส่วนของคอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ จะพบว่าพื้นที่ข่าวของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีสัดส่วน 75.48 คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ 37.02 คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ ซึ่งหนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีสัดส่วนคอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ เป็น 2 เท่าของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

ขณะที่หนังสือพิมพ์สยามกีฬา มีพื้นที่ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ได้รับการนำเสนอที่น้อยที่สุด 186.67 คอลัมน์นิ้ว (ร้อยละ 1.67) มีสัดส่วน 18.67 คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของพื้นที่ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยต่อฉบับพบว่าหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ มีสัดส่วนปริมาณพื้นที่ข่าวมากที่สุด โดยเฉลี่ยประมาณ 81.65 คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 13.95) รองลงมา คือ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์คมชัดลึก หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ หนังสือพิมพ์สยามรัฐ หนังสือพิมพ์แนวหน้า หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์มติชน หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ

รายวัน 360 องศาหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์ข่าวสด และหนังสือพิมพ์สยามกีฬา โดยเฉลี่ย ประมาณ 75.48, 68.03, 63.69, 49.37, 48.88, 39.84, 39.04, 37.21, 37.02, 26.40 และ 18.67 คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ ตามลำดับ (ร้อยละ 12.90, 11.62, 10.88, 8.44, 8.35, 6.81, 6.67, 6.36, 6.33, 4.51 และ 3.19 ของพื้นที่คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ)

5.1.2 ประเด็นที่ 2 ปริมาณมูลค่าข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

ผลการวิจัยพบว่า ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยมีมูลค่าข่าวทางการโฆษณาทั้งหมด 17,459,435 บาท โดยเฉลี่ยประมาณ 893,904.05 บาท/ ฉบับ และมีมูลค่าข่าวทางการประชาสัมพันธ์รวมทั้งรวมทั้งหมด 52,378,305 บาท โดยเฉลี่ยประมาณ 2,681,712.15 บาท/ ฉบับ

ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีมูลค่าข่าวทางการโฆษณาสูงที่สุด 4,151,884.00 บาท โดยเฉลี่ยประมาณ 166,075.36 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 18.58) รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์คมชัดลึก หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐโดยเฉลี่ยประมาณ 148,385.60 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 16.60), 91,379.00 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 10.22), 87,667.91 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 9.81) และ 75,304.20 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 8.42)

ส่วนข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีมูลค่าข่าวมูลค่าข่าวทางการประชาสัมพันธ์ ในลักษณะที่สอดคล้องไปกับปริมาณมูลค่าข่าวทางการโฆษณา ซึ่งพบว่า ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีมูลค่าข่าวทางการประชาสัมพันธ์ สูงที่สุด 12,455,652.00 บาท โดยเฉลี่ยประมาณ 498,226.08 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 18.58) รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์คมชัดลึก หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ โดยเฉลี่ยประมาณ 445,156.80 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 16.60), 274,137.00 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 10.22), 263,003.73 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 9.81) และ 225,912.60 บาท/ ฉบับ (ร้อยละ 8.42)

5.1.3 ประเด็นที่ 3 ประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

ผลการวิจัยพบว่า หนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยมีส่วนข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กรมากที่สุด รองลงมาคือข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ และข่าวที่ต้องการความร่วมมือส่วนร่วมจากภาคสังคม คิดเป็น 425.47, 249.97 และ 98.08 คอลัมน์นิ้ว (ร้อยละ 45.92, 26.98 และ 10.59 ของปริมาณพื้นที่ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์/ ชื่อฉบับ)

เมื่อเปรียบเทียบหนังสือพิมพ์ 12 ชื่อฉบับ เกี่ยวกับปริมาณพื้นที่ข่าว และร้อยละของประเภทข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีต่อชื่อฉบับ พบว่ามีความแตกต่างกัน กล่าวคือหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ข่าวสด ไทยรัฐ แนวหน้า โพสต์ทูเดย์ มติชน สยามกีฬา และสยามรัฐ มีสัดส่วนข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กรในปริมาณพื้นที่มากที่สุด ขณะที่หนังสือพิมพ์คมชัดลึก เดลินิวส์ และไทยโพสต์ มีสัดส่วนข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีประเภทข่าวประเภทข่าวให้ความรู้ความเข้าใจมากที่สุด ส่วนหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน 360 องศา มีสัดส่วนข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีประเภทข่าวบุคคลมากที่สุด

5.1.4 ประเด็นที่ 4 รูปแบบการนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการนำเสนอข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ที่พบมากเป็นอันดับที่ 1 คือ รูปแบบการนำเสนอคอลัมน์ประจำ รองลงมาคือ ข่าวภาพข่าว สกู๊ปข่าว คอลัมน์ประจำ และสารคดี มีจำนวนชิ้นข่าวเฉลี่ย 6.83, 5.83, 4.67, 4.25 และ 0.58 ของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยทั้งหมด

และเมื่อเปรียบเทียบปริมาณพื้นที่ข่าวตามรูปแบบการนำเสนอข่าว พบว่า สกู๊ปข่าวมีสัดส่วนปริมาณพื้นที่มากที่สุด รองลงมาคือ คอลัมน์ประจำ ข่าว สารคดี และภาพข่าว มีจำนวน 368.37, 247.52, 164.62, 78.40 และ 67.58 คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ ตามลำดับ (คิดเป็นร้อยละ 39.76, 26.72, 17.77, 8.64 และ 7.29 ของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยทั้งหมด)

5.1.5 ประเด็นที่ 5 การระบุแหล่งข่าวที่ปรากฏในข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

ผลการวิจัยพบว่าหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยมีการระบุแหล่งข่าวในการนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีการระบุแหล่งข่าวทั้งหมด 6 ประเภท คือ ผู้บริหาร อาจารย์ นักศึกษา หน่วยงานในองค์กร บุคคลภายนอกองค์กร และสื่อมวลชน โดยพบว่า ในการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยมีการใช้แหล่งข่าวในการนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมากที่สุด คือแหล่งข่าวประเภทสื่อมวลชน มากเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือแหล่งข่าวประเภทผู้บริหาร บุคคลภายนอกองค์กร อาจารย์ นักศึกษา และหน่วยงานในองค์กร โดยมีจำนวนครั้งในการนำเสนอข่าวทั้งหมดจำนวน 112, 81, 57, 33, 30, 30 และ 5 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อฉบับ พบว่า หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจและมติชน มีการระบุแหล่งข่าวประเภทสื่อมวลชน และบุคคลภายนอกองค์กรมากที่สุด มีจำนวนความถี่ 7 ครั้ง หนังสือพิมพ์ข่าวสด เดลินิวส์ ไทยรัฐ แนวหน้า ผู้จัดการรายวัน 360 องศา และสยามกีฬา มีการระบุแหล่งข่าวประเภทสื่อมวลชนมากที่สุด มีจำนวนความถี่ 12, 16, 26, 7, 7 และ 7 ครั้ง ตามลำดับขณะที่

หนังสือพิมพ์คมชัดลึกมีการระบุแหล่งข่าวประเภทอาจารย์ นักศึกษา และสื่อมวลชนมากที่สุด มีจำนวนความถี่ 2 ครั้ง หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์มีการระบุแหล่งข่าวประเภทอาจารย์มากที่สุด มีจำนวนความถี่ 9 ครั้ง และหนังสือพิมพ์สยามรัฐมีการระบุแหล่งข่าวประเภทผู้บริหารมากที่สุด มีจำนวนความถี่ 16 ครั้งและพบว่า หนังสือพิมพ์ที่มีการระบุแหล่งข่าวในเนื้อหาข่าวมากที่สุด 5 อันดับ คือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีจำนวนความถี่ 70 ครั้ง รองลงมาคือหนังสือพิมพ์สยามรัฐ 37 ครั้ง หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ 35 ครั้ง หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ 32 ครั้ง และหนังสือพิมพ์ข่าวสด 30 ครั้ง

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

ผลการวิจัยปริมาณพื้นที่ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวัน พบว่า ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย จำนวน 237 ฉบับมีจำนวนชิ้นข่าว 266 ชิ้นข่าว หรือเฉลี่ยเป็นจำนวน 1.12 ชิ้นข่าว/ ฉบับ โดยหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมีข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมากที่สุด 50 ฉบับและมีจำนวน 59 ชิ้นข่าว และเมื่อเทียบสัดส่วนจำนวนชิ้นข่าวต่อฉบับ ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์ พบว่า หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ มีสัดส่วนจำนวนชิ้นข่าวของข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี สูงที่สุด 1.36 ชิ้นข่าว/ ฉบับ (ร้อยละ 10.19)

จากการเก็บข้อมูลปริมาณพื้นที่ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยทั้งหมด 237 ฉบับ พบว่า มีพื้นที่ข่าวที่ได้รับการนำเสนอรวมทั้งหมด 11,117.80 คอลัมน์นิ้ว โดยหนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีสัดส่วนปริมาณพื้นที่ข่าวมากที่สุด จำนวน 1,886.95 คอลัมน์นิ้ว แต่เมื่อเปรียบเทียบจำนวนร้อยละของพื้นที่ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย พบว่า หนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์มีสัดส่วนปริมาณพื้นที่ข่าวมากที่สุด โดยเฉลี่ยประมาณ 81.65 คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ (ร้อยละ 13.95) ซึ่งอาจชี้ให้เห็นถึงบทบาทในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีคุณค่าความเป็นข่าวในหลายองค์ประกอบร่วมกันในแต่ละข่าว เช่น 1) ความรวดเร็ว การนำเสนอข่าวอย่างรวดเร็ว ทันที่ทันใดหลังจบที่โครงการ กิจกรรมหรืองานสำเร็จสิ้นสิ้น หรือนำเสนอข่าวล่วงหน้าก่อนการจัดงานตามช่วงเวลาที่เหมาะสม 2) ความสำคัญหรือความโดดเด่น ที่อยู่ในความสนใจของผู้คนโดยทั่วไป 3) ความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นวัตกรรม สิ่งประดิษฐ์และงานประดิษฐ์สร้างสรรค์ที่แสดงให้เห็นถึงการช่วยพัฒนา แก้ปัญหาหรือการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้คนในสังคม และ 4) ผลกระทบในวงกว้างต่อสังคม ซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นประเด็นข่าวที่มีผลเชิงบวกต่อสังคม

ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีจึงได้รับคัดเลือกจากสื่อมวลชน ทั้งหนังสือพิมพ์ประเภทเน้นข่าวเบา (Soft News Newspaper) ดังเช่น หนังสือพิมพ์เดลินิวส์และ หนังสือพิมพ์ประเภทเน้นเนื้อหาเฉพาะด้าน (Specialized News Newspaper) เช่น หนังสือพิมพ์ โพสต์ทูเดย์ สอดคล้องกับ อริสา เหล่าวิชา และศุภณิข จันทรสอง (2556) ที่กล่าวถึงการเผยแพร่ข่าว ประชาสัมพันธ์ว่า ข่าวที่จะได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน จะต้องมีความน่าเชื่อถือของความเป็นข่าว ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์หรือผู้ปฏิบัติงานด้านการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ ต้องมีความเข้าใจวิธีการเขียนข่าว เป็นอย่างดี เพื่อให้ข่าวนั้นมีความน่าเชื่อถือ มีความน่าสนใจและสื่อมวลชนเลือกนำไปเผยแพร่ต่อไปได้

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตจากการเก็บข้อมูลพื้นที่ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์พบว่าหนังสือพิมพ์เดลินิวส์และ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มีสัดส่วนพื้นที่ข่าวคอลัมน์นี้ใกล้เคียงกัน คือ 1,886.95 และ 1,850.98 คอลัมน์ นี้ว ตามลำดับ แต่จำนวนชิ้นข่าวจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ กลับพบเป็น 2 เท่าของหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คือ 59 และ 27 ชิ้นข่าว ประกอบกับเมื่อพิจารณาในส่วนของคอลัมน์นี้ว/ ฉบับ จะพบว่าพื้นที่ข่าวของ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีสัดส่วน 75.48 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ และหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ 37.02 คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ ซึ่งหนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีสัดส่วนคอลัมน์นี้ว/ ฉบับ เป็น 2 เท่าของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากว่ารูปแบบการจัดแบ่งกลุ่มเนื้อหาเพื่อจำแนกข่าวตามหน้าในของหนังสือพิมพ์มีความแตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีจะปรากฏในหน้าข่าว การศึกษาของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐเพียงอย่างเดียว ขณะที่ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรีในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ไม่ได้ถูกจำกัดแค่หน้าข่าวการศึกษา แต่ยังปรากฏข่าวในหมวดหมู่อื่น ด้วย ดังเช่น หน้าข่าวกีฬา/ เกษตร หน้าข่าววาไรตี้ หน้าข่าว Next-Gen/ ละคร รวมถึงภาพข่าว/ สักคม

ขณะที่หนังสือพิมพ์สยามกีฬา มีพื้นที่ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ได้รับการ นำเสนออย่างน้อยที่สุด 186.67 คอลัมน์นี้ว (ร้อยละ 1.67) มีสัดส่วน 18.67คอลัมน์นี้ว/ ฉบับเนื่องจาก หนังสือพิมพ์สยามกีฬาเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาเฉพาะด้านในด้านกีฬา โอกาสที่นักหนังสือพิมพ์หรือ บรรณาธิการจะเลือกนำเสนอข่าวการศึกษาจึงมีโอกาสค่อนข้างน้อย ดังที่ มาลี บุญศิริพันธ์ (2556) และเกศราพร ทองพุ่มพุกษา (2558) ได้ระบุว่า หนังสือพิมพ์ประเภทเน้นเนื้อหาเฉพาะด้าน (Specialized News Newspaper) เป็นหนังสือพิมพ์ที่มุ่งเน้นเนื้อหาเฉพาะเจาะจงเพื่อตอบสนอง ความสนใจของผู้อ่านเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งอย่างชัดเจน เช่น หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์ กีฬา

ผลการวิจัยปริมาณพื้นที่ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ รายวัน ยังสะท้อนถึงองค์ประกอบสำคัญ ที่มีส่วนทำให้ข่าวได้รับการคัดเลือกเผยแพร่จากสื่อมวลชน ทั้งลักษณะของหนังสือพิมพ์ ประเภทหนังสือพิมพ์ รูปแบบและองค์ประกอบของการจัดหมวดหมู่ข่าว

ของหน้าหนังสือพิมพ์ ซึ่งการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ไปยังสื่อมวลชน จะต้องส่งข่าวให้ถูกชื่อบุคคลและถูกคอลัมน์ กล่าวคือ นักประชาสัมพันธ์ต้องทราบว่าข่าวแต่ละชิ้นควรส่งไปลงหนังสือพิมพ์ประเภทใด หน้าใดหรือคอลัมน์ใด เพื่อจะได้รับการคัดเลือกเผยแพร่สู่สาธารณชน

ในขณะเดียวกันพื้นที่ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ได้รับการนำเสนอในหนังสือพิมพ์รายวัน อาจเนื่องมาจากการส่งเนื้อหาข่าวสารไปยังสื่อมวลชน ด้วยวิธีการขอความร่วมมือหรือขอความอนุเคราะห์ในการเผยแพร่โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย มากกว่าการซื้อพื้นที่ในหนังสือพิมพ์เพื่อลงตีพิมพ์เผยแพร่ดังที่ สุนิสา ประวิชัย (2559) ระบุว่าสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ เป็นสื่อที่นักประชาสัมพันธ์จำนวนมากประสงค์ให้งานเขียนของตนได้ลงเผยแพร่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการขอความร่วมมือในการเผยแพร่ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด และยังสอดคล้องกับ ญัฐา ฉางชูโต (2557) ที่ระบุเช่นเดียวกันว่าการส่งข่าวประชาสัมพันธ์ไปเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน เป็นการขอความอนุเคราะห์ในการเผยแพร่ ไม่ได้เสียค่าใช้จ่าย แต่จะไม่สามารถควบคุมพื้นที่ในการนำเสนอข่าวได้ เนื่องจากสื่อมีพื้นที่จำกัดในการนำเสนอ

การประชาสัมพันธ์ที่มุ่งหวังอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่หรือกระจายข้อมูลข่าวสารขององค์กรไปสู่กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ โดยที่องค์กรนั้นไม่ต้องจ่ายเงินค่าเวลา หรือซื้อพื้นที่โฆษณาตามที่กล่าว ยังเป็นไปตามหลักการสำคัญของการประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับงานสื่อมวลชนสัมพันธ์ที่อาจสะท้อนให้เห็นว่ามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ใช้สื่อมวลชนสัมพันธ์เป็นเครื่องมือทางการประชาสัมพันธ์ในการเผยแพร่ข่าวสารมหาวิทยาลัย และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อหนังสือพิมพ์ เพื่อให้ข่าวสารมหาวิทยาลัยถูกคัดเลือกนำไปเผยแพร่

ผลการวิจัยปริมาณมูลค่าข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวัน พบว่า ข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยมีมูลค่าข่าวทางการโฆษณาทั้งหมด 17,459,435 บาท โดยเฉลี่ยประมาณ 893,904.05 บาท/ฉบับ และมีมูลค่าข่าวทางการประชาสัมพันธ์ทั้งหมด 52,378,305 บาท โดยเฉลี่ยประมาณ 2,681,712.15 บาท/ฉบับ โดยข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีมูลค่าข่าวทางการโฆษณาสูงที่สุด 4,151,884.00 บาท โดยเฉลี่ยประมาณ 166,075.36 บาท/ฉบับ (ร้อยละ 18.58) และข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีมูลค่าข่าวทางการประชาสัมพันธ์ สูงที่สุด 12,455,652.00 บาท โดยเฉลี่ยประมาณ 498,226.08 บาท/ฉบับ (ร้อยละ 18.58) จากมูลค่าข่าวทางการโฆษณาและมูลค่าข่าวทางการประชาสัมพันธ์ เป็นการประเมินผลจากการคำนวณจำนวนเงินระหว่างพื้นที่ข่าวและอัตราค่าโฆษณา ซึ่งการคำนวณดังกล่าวนี้สอดคล้องกับ ญัฐา ฉางชูโต วิจิตรจามรี (2559) ที่อธิบายว่ามูลค่าข่าวทางการโฆษณาจะคำนวณจากจำนวนเงินระหว่างพื้นที่ข่าวคูณด้วยอัตราส่วนค่าโฆษณา ส่วนมูลค่าข่าวทางการประชาสัมพันธ์ เป็นการคำนวณจำนวนเงินที่มีมูลค่าเป็น 3 เท่าของมูลค่าข่าวทางการโฆษณา

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ปริมาณมูลค่าข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันจะมีมูลค่ามากหรือน้อยขึ้นอยู่กับอัตราที่หนังสือพิมพ์ได้กำหนดไว้ ตามพื้นที่ข่าวและอัตราส่วนค่าโฆษณา ทั้งมูลค่าข่าวทางการโฆษณาและมูลค่าข่าวทางการประชาสัมพันธ์ สะท้อนถึงการปรากฏขึ้นของข่าวในหลายลักษณะ เช่น พื้นที่ข่าว ตำแหน่งของข่าว คุณค่าข่าว หน้าที่ปรากฏ และการพิมพ์สีหรือขาวดำปัจจัยดังกล่าวถือเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงและมีผลต่อการประชาสัมพันธ์ทั้งสิ้น

ในขณะเดียวกัน ผลการวิจัยปริมาณมูลค่าข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันยังสะท้อนให้เห็นถึงผลการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ในด้านการได้รับการเผยแพร่ข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์ ที่เป็นการประเมินผลหลังจากที่ดำเนินงานประชาสัมพันธ์เสร็จเรียบร้อยแล้ว ดังที่ ญันท์ชุตตา วิจิตรจามรี (2559) ได้กล่าวว่า การคำนวณมูลค่าทางการโฆษณาและมูลค่าข่าวทางการประชาสัมพันธ์ เป็นวิธีในการประเมินผลงานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์ ทำให้ผู้บริหารทราบว่าองค์กรได้รับการเผยแพร่ข่าวสารคิดเป็นมูลค่าเท่าใด และคุ้มค่าหรือไม่กับงบประมาณที่ได้ใช้ในการประชาสัมพันธ์

มูลค่าทางการโฆษณาและมูลค่าข่าวทางการประชาสัมพันธ์ในหนังสือพิมพ์รายวัน ยังสะท้อนการดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ซึ่งอาจเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยสนับสนุนการตลาด หรือการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด (Marketing Public Relations) ที่สามารถสร้างการรับรู้ สร้างความสนใจและสร้างความนิยมจากกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเห็นได้จากจำนวนนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่เข้าใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คือ 6,366, 7,142 และ 7,249 คน ในปีการศึกษา 2558, 2559 และ 2560 ตามลำดับ (สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2560) จึงอาจถือได้ว่าการประชาสัมพันธ์ข่าวสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีบทบาทในเชิงการตลาด ที่จะช่วยดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายหลักให้เกิดความเชื่อมั่นและตัดสินใจเลือกที่จะเข้ามาศึกษาต่อ

ผลการวิจัยประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย จากการศึกษาเปรียบเทียบประเภทข่าวตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย สอดคล้องกับแนวคิดการแบ่งประเภทข่าวตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรของ สุกานดา วรพันธุ์พงศ์ (2555) และนภวรรณ ตันติเวชกุล (2560) ที่ระบุว่าข่าวประชาสัมพันธ์สามารถจำแนกตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรซึ่งแบ่งได้เป็น 6 ประเภท คือ ข่าวการดำเนินงานขององค์กร ข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์ ข่าวบุคคล ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ ข่าวที่ต้องการความร่วมมือจากภาคสังคม และข่าวที่มุ่งแก้ไขความเข้าใจผิด

จากผลการวิจัยประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย พบประเภทข่าว 5 ประเภท คือ ข่าวการดำเนินงานขององค์กร ข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์ ข่าวบุคคล ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ ข่าวที่ต้องการความร่วมมือร่วมใจจากภาคสังคม โดยไม่พบข่าวที่มุ่งแก้ไขความเข้าใจผิดซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นทิศทางของผลลัพธ์ในการดำเนินงานข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ที่มีความคาดหวังผลลัพธ์ในเชิงบวกต่อองค์กรและเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องตามแผนที่ได้วางไว้ และตรงกับแนวคิดของ สุนิสา ประวิชัย (2559) ที่กล่าวว่า ข่าวทุกประเภทจะยึดหลักในเรื่องความรวดเร็ว และทันต่อเหตุการณ์ แต่ข่าวประชาสัมพันธ์ถูกจัดเป็นประเภทข่าวไม่เร่งด่วนที่ไม่ต้องรีบเร่งนำเสนอเหมือนกับข่าวทั่วไป เหตุผลส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะข่าวประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่เป็นเรื่องราวของโครงการหรือกิจกรรมที่องค์กรได้วางแผนจัดทำมาแล้วล่วงหน้าอยู่ก่อนแล้ว

นอกจากนี้ ยังพบว่า หนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย 1 ฉบับ มีสัดส่วนข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กรในปริมาณพื้นที่มากที่สุด รองลงมาคือข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ และข่าวที่ต้องการความร่วมมือร่วมใจจากภาคสังคม คิดเป็น 425.47, 249.97 และ 98.08 คอลัมน์นิ้ว (ร้อยละ 45.92, 26.98 และ 10.59 ของปริมาณพื้นที่ข่าว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์/ ฉบับ) โดยเนื้อหาข่าวส่วนใหญ่เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับองค์กร เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้ เข้าใจในองค์กร สอดคล้องกับแนวคิดของ รุ่งนภาพิตรปรีชา (2560) ที่กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญในงานด้านการศึกษาเพิ่มการรับรู้ด้านการศึกษา ทำให้ประชาชนมีข้อมูลความรู้มากขึ้นเกี่ยวกับการศึกษาในด้านต่าง ๆ ความจำเป็น ความสำคัญที่ต้องส่งบุตรหลานเข้ารับการศึกษา การบริหารงานของรัฐ รวมถึงจัดซื้อส่งสั้ย ข่าวลือหรือข้อข้องใจต่าง ๆ ให้หมดไป

ขณะเดียวกัน ราชกิจจานุเบกษา ได้เผยแพร่ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องมาตรฐานสถาบันอุดมศึกษา พ.ศ. 2554 มีการกำหนดมาตรฐานด้านการดำเนินการตามภารกิจของสถาบันอุดมศึกษา ประกอบด้วยมาตรฐานย่อย 4 ด้าน คือ ด้านการผลิตบัณฑิต ด้านการวิจัย ด้านการให้บริการวิชาการแก่สังคม และด้านการทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม เมื่อนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบพบว่า ประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย มีลักษณะที่สอดคล้องกับแนวทางการดำเนินการตามมาตรฐานการดำเนินการตามภารกิจของสถาบันอุดมศึกษาที่กำหนดไว้ทั้ง 4 ด้าน โดยประเภทข่าวส่วนใหญ่มุ่งเน้นการสื่อสารประชาสัมพันธ์การผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ การจัดการเรียนการสอน ความร่วมมือทางวิชาการ การวิจัยและพัฒนา เพื่อให้ได้ผลงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ที่ตอบสนองความต้องการของสังคม การเข้าร่วมประกวดผลงานวิจัยในระดับประเทศและนานาชาติ การบริการวิชาการแก่สังคมในการถ่ายทอดองค์ความรู้ ทั้งการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น การให้คำปรึกษา ร่วมวิจัยค้นคว้าเพื่อช่วยแก้ปัญหาและและเกิดประโยชน์ใน

การบริการวิชาการชุมชนและสังคม รวมถึงกิจกรรมอาสา และการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นการสืบสานศิลปวัฒนธรรม ทั้งในกิจกรรมการจัดการเรียนการสอน การศึกษาวิจัยและการร่วมกิจกรรมกับองค์กรหรือหน่วยงานอื่นที่จัดขึ้น

นอกจากนั้นผลการวิจัยประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยไปในทิศทางเดียวกับการพัฒนามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ช่วงปีพุทธศักราช 2557 - 2560 ที่มหาวิทยาลัยได้กำหนดยุทธศาสตร์ 4 ด้าน ตามแผนพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์วาระเร่งด่วน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พ.ศ. 2557-2560 (ฉบับย่อ) ปรับปรุงครั้งที่ 2 ซึ่งประกอบด้วยการสร้างบัณฑิตนักปฏิบัติมืออาชีพ (Hands - On) พัฒนางานวิจัยและนวัตกรรม (Research & Innovations) ส่งเสริมความเป็นนานาชาติ (Internationalization) และการบริหารจัดการสมัยใหม่ (Modern Management) กล่าวคือ

เมื่อนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบพบว่า ประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย มีลักษณะที่สอดคล้องและเป็นการสื่อสารยุทธศาสตร์ของมหาวิทยาลัยทั้ง 4 ด้าน ในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยโดยประเภทข่าวส่วนใหญ่มุ่งเน้นการสื่อสาร

ด้านการสร้างบัณฑิตนักปฏิบัติมืออาชีพมีการนำเสนอข่าวการพัฒนาการเรียนการสอน ระบบบริหารการศึกษาและความร่วมมือ ด้านการพัฒนางานวิจัยและนวัตกรรมมีการนำเสนอข่าวที่ส่งเสริมการวิจัยและนวัตกรรม รวมถึงการเผยแพร่งานวิจัยในระดับสูง ด้านการส่งเสริมความเป็นนานาชาติมีการนำเสนอข่าวการสร้างความร่วมมือกับต่างประเทศ บุคลากรและนักศึกษาส่งผลงานประกวดระดับนานาชาติ มีการจัดการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ และประเด็นข่าวการจัดอันดับการศึกษา และด้านการบริหารจัดการสมัยใหม่มีการนำเสนอข่าวการปรับปรุงระบบโครงสร้างบริหารงานด้านต่าง ๆ เช่น การจัดบริการรถไฟฟ้าสำหรับนักศึกษา การรับรางวัลของอธิการบดี Thailand Energy Award 2017 ด้านการร่วมอนุรักษ์พลังงาน รวมถึงข่าวการเปิดแหล่งเรียนรู้ นวัตกรรมและเทคโนโลยี เป็นต้น

จะเห็นได้ว่า ประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย เป็นการบอกเล่าเรื่องราวความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ออกไปสู่สาธารณชนผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ เป็นการเขียนในนามขององค์กรเป็นหลัก หรือเป็นข่าวของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ซึ่งปรากฏชื่อองค์กรและมีความโดดเด่นตั้งแต่ต้นเรื่อง รวมถึงการพาดหัวข่าว และนำเสนอสาระของข่าวอย่างตรงไปตรงมาเพียงประเด็นเดียว ดังที่ มาลี บุญศิริพันธ์ (2556) และ บุปผา เมฆศิริทองคำ (2556) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ข่าวประเด็นเดียว คือ ข่าวที่มีสาระสำคัญหลักเพียงประเด็นเดียวในการรายงานนำเสนอสาระของข่าวอย่างตรงไปตรงมา อ่านแล้วเข้าใจได้ทันที โดยไม่ต้องตีความ ไม่มีความสลับซับซ้อนที่ต้องอาศัยการวิเคราะห์แต่อย่างใด แต่อาจมีประเด็นอื่นประกอบด้วย เพียงแต่ประเด็นอื่นนั้นอาจไม่มีน้ำหนักทางคุณค่าข่าวที่มากพอจะชูเป็นประเด็นหลักได้

ผลการวิจัยรูปแบบการนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีใน

หนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย พบว่า รูปแบบการนำเสนอข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์ 12 ชื่อฉบับที่พบมากเป็นอันดับที่ 1 คือ รูปแบบคอลัมน์ประจำ รองลงมาคือ ข่าว ภาพข่าว สกู๊ปข่าว และสารคดี มีจำนวนชิ้นข่าวเฉลี่ย 6.83, 5.83, 4.67, 4.25 และ 0.58 ชิ้นข่าว (คิดเป็นร้อยละ 30.83, 26.27, 21.08, 19.18 และ 2.61 ของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยทั้งหมด) การนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในรูปแบบคอลัมน์ประจำมากที่สุด อาจอธิบายได้ว่าเนื้อหาและประเด็นข่าวมีความชัดเจน มีคุณค่าของความเป็นข่าว อีกทั้งรูปแบบคอลัมน์ประจำในหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อที่ข่าวจำกัด และวางอยู่ในตำแหน่งประจำ โดยข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีส่วนใหญ่ ใช้รูปแบบการเขียนข่าวแบบปิรามิดหัวกลับ (Inverted Pyramid) จัดลำดับความสำคัญของประเด็นต่าง ๆ ที่มีในข่าวและนำประเด็นสำคัญมาไว้ในตอนต้นของข่าว แล้วเรียงลำดับเนื้อหาที่มีความสำคัญถัดลงไป จึงช่วยอำนวยความสะดวกให้กับสื่อมวลชนนักหนังสือพิมพ์หรือฝ่ายบรรณาธิการสามารถตัดทอน ปรับเนื้อหาหรือข้อความบางอย่าง ออกได้ตามความเหมาะสมเนื่องจากข้อจำกัดด้านพื้นที่โดยไม่เสียใจความสำคัญ และไม่ต้องเสียเวลาในการเขียนข่าวใหม่ ดังที่ อริสา เหล่าวิชยา และศุภณิชา จันทร์สอง (2556) ที่กล่าวถึงการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ว่าข่าวประชาสัมพันธ์มักจะเขียนในรูปแบบปิรามิดหัวกลับ โดยนำเหตุการณ์สำคัญที่สุดขึ้นก่อน ตามด้วยเรื่องราวหรือเหตุการณ์สำคัญรองลงไปตามลำดับ และนักข่าวอาจจะมีการนำข่าวไปกลั่นกรอง ปรับภาษา หรือตัดย่อใหม่ให้เหมาะสมตามพื้นที่ข่าวที่มีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งส่วนใหญ่นิยมตัดทอนในส่วนท้ายของข่าว

และผลการศึกษาระบุแหล่งข่าวที่ปรากฏในข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย พบว่า หนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยมีการใช้แหล่งข่าวในการนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มีการระบุแหล่งข่าวทั้งหมด 6 ประเภท คือ ผู้บริหาร อาจารย์ นักศึกษา หน่วยงานในองค์กร บุคคลภายนอกองค์กร และสื่อมวลชน

โดยพบว่า ในการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยมีการใช้แหล่งข่าวในการนำเสนอข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 คือ แหล่งข่าวประเภทสื่อมวลชน 112 ครั้ง รองลงมาคือแหล่งข่าวประเภทผู้บริหาร บุคคลภายนอกองค์กร อาจารย์ นักศึกษา และหน่วยงานในองค์กร ซึ่งมีจำนวนครั้งในการนำเสนอข่าวทั้งหมดจำนวน 81, 57, 33, 30, 30 และ 5 ครั้ง ตามลำดับ

การนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยมีการใช้แหล่งข่าวประเภทสื่อมวลชนมากที่สุด โดยมีการระบุชื่อบุคคลในสื่อมวลชนที่เป็นแหล่งข่าวจากกองบรรณาธิการหรือนักหนังสือพิมพ์ ซึ่งปรากฏทั้งชื่อจริงและนามปากกาตามรูปแบบการนำเสนอข่าวอาจอธิบายได้ว่าเป็นการแสดง

บทบาทของบรรณาธิการ นักหนังสือพิมพ์หรือผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ในการเป็นผู้แจ้งข่าวสาร (Informer) ซึ่งเกี่ยวข้องกับงานข่าว

ในขณะเดียวกัน อาจมองได้ว่าสื่อมวลชนให้การยอมรับข้อมูลข่าวสารขององค์กรและคัดเลือกนำไปเผยแพร่ต่อ ทำให้มีความได้เปรียบทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือในข่าวมากกว่าการโฆษณา สอดคล้องกับที่ ญัฎฐ์ชุตา วิจิตรจามรี (2559) กล่าวว่า การนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนแสดงให้เห็นว่าสื่อให้การยอมรับและเผยแพร่ต่อไปยังผู้รับสาร จึงถือว่าองค์กรได้รับการรับรองหรือการสนับสนุนจากบุคคลที่สาม (Third-part Endorsement) อันหมายรวมถึงสื่อมวลชน ซึ่งจะช่วยให้ข่าวสารนั้นมีความน่าเชื่อถือมากกว่าการเผยแพร่โฆษณาที่ต้องซื้อพื้นที่ข่าวหรือเวลาออกอากาศ

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ด้านการข่าว และข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต ดังนี้

5.3.1 การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ของสถาบันการศึกษา โดยเฉพาะสถาบันอุดมศึกษา เพื่อให้ได้รับการเผยแพร่จากสื่อมวลชนประเภทสื่อหนังสือพิมพ์ นักประชาสัมพันธ์หรือผู้ปฏิบัติงานด้านงานข่าว ควรเขียนประเภทข่าวการดำเนินงานขององค์กรมากที่สุด และเขียนในรูปแบบของคอลัมน์ประจำและรูปแบบของข่าวมากที่สุด โดยใช้การเขียนข่าวแบบปิรามิดหัวกลับที่นำประเด็นสำคัญมาไว้ในตอนต้นของข่าว แล้วเรียงลำดับเนื้อหาที่มีความสำคัญถัดลงไป เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับ นักหนังสือพิมพ์ หรือฝ่ายบรรณาธิการสามารถตัดทอน ปรับเนื้อหาบางอย่างออกได้ตามความเหมาะสมเนื่องจากข้อจำกัดด้านพื้นที่ในหนังสือพิมพ์ และในขั้นตอนการส่งข่าวไปยังสื่อมวลชน จะต้องส่งข่าวให้ตรงกับประเภทของหนังสือพิมพ์ หน้าของหนังสือพิมพ์ ภายใต้วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ และต้องคำนึงถึงนโยบายหรือจุดยืนขององค์กรหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับร่วมด้วยเพื่อให้ข่าวได้รับคัดเลือกตีพิมพ์เผยแพร่ในที่สุดขณะเดียวกัน นักประชาสัมพันธ์ต้องให้ความสำคัญกับแผนยุทธศาสตร์และเป้าหมายขององค์กร และแผนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานด้วย เพื่อให้การทำงานข่าวเป็นไปอย่างมีทิศทาง และสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร

5.3.2 สิ่งที่นักประชาสัมพันธ์คาดหวังมากที่สุด คือการได้รับการเผยแพร่ข่าวจากสื่อมวลชน ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์ต้องนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีคุณค่าของความเป็นข่าวทั้งความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์หรือในช่วงเวลาที่เหมาะสมมีความสำคัญหรือโดดเด่น อยู่ในความสนใจของผู้คน โดยทั่วไป มีความเกี่ยวข้องกับความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีหรือนวัตกรรม รวมถึงมีผลกระทบในวงกว้างต่อสังคม เพราะข่าวที่มีคุณค่าความเป็นข่าวสูง ย่อมมีโอกาสได้รับคัดเลือกนำไปตีพิมพ์เผยแพร่มากกว่าและในปริมาณพื้นที่ข่าวที่มากกว่าด้วยเช่นกัน

5.3.3 แม้ผลการวิจัยประเภทข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย พบประเภทข่าว 5 ประเภท คือ ข่าวการดำเนินงานขององค์กร ข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์ ข่าวบุคคล ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ ข่าวที่ต้องการความร่วมมือร่วมใจจากภาคสังคม โดยไม่พบข่าวที่มุ่งแก้ไขความเข้าใจผิด แต่การทำงานของนักประชาสัมพันธ์จะต้องรู้และสร้างสรรค์งานข่าวได้หลากหลายรูปแบบ เพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์เฉพาะหน้าที่องค์กรกำลังเผชิญอยู่ และสมควรได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่สู่ผู้รับสารต่อไป

5.3.4 การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ต้องอาศัยความอนุเคราะห์ในการเผยแพร่จากสื่อมวลชน ดังนั้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อจึงเป็นสิ่งทีนักประชาสัมพันธ์ต้องให้ความสำคัญ เช่น การอำนวยความสะดวกในด้านกรให้ข้อมูลข่าวสาร การจัดส่งข่าว ภาพข่าวหรือภาพประกอบข่าวด้วยวิธีการและช่องทางส่งข่าวที่ความเหมาะสมกับสื่อมวลชน นอกจากนั้นควรมีการศึกษาข้อมูลองค์กรสื่อแต่ละแห่งโดยละเอียดและมีการปรับปรุงฐานข้อมูลสื่อมวลชนอย่างสม่ำเสมอ เช่น ตำแหน่งหรือความรับผิดชอบ เบอร์โทรศัพท์ ความสนใจข่าวสารของสื่อมวลชน ระยะเวลาการปิดต้นฉบับเพื่อความถูกต้องในการติดต่อส่งข่าว และในการสร้างความสัมพันธ์กับสื่ออาจจะมีการจัดกิจกรรมร่วมกับสื่อมวลชน การจัดทำของที่ระลึก (Souvenir) ให้กับสื่อมวลชนในโอกาสต่าง ๆ รวมทั้งสร้างความสัมพันธ์กับสื่อเป็นการเฉพาะ ทาวิธีการที่สามารถเข้าถึงหรือติดต่อหรือพูดคุยกับกลุ่มนักข่าวอย่างสม่ำเสมอ อาจช่วยให้ทราบแนวทางที่จะนำมาพัฒนาหรือเป็นประโยชน์ต่อการทำงานได้อีกด้วย และเมื่อสื่อมวลชนมีโอกาสสำคัญหรือมีวาระพิเศษที่อาจต้องการได้รับการสนับสนุนจากองค์กรก็ควรให้การสนับสนุนตามความเหมาะสม

5.3.5 ในกรณีที่งานข่าวมีความจำเป็นเร่งด่วน อาจต้องอาศัยความรู้ ประสบการณ์หรือความชำนาญเป็นพิเศษในการประชาสัมพันธ์ หรือกรณีที่เป็นองค์กรใหม่ อาจจะใช้บริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Agency) หรือทีมที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์เป็นการเฉพาะเพื่อมาช่วยในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในการกระจายข่าวสารให้เกิดขึ้นเป็นข่าวตามวัตถุประสงค์หรือความมุ่งหวัง และเมื่อองค์กรมีประสบการณ์แล้วจึงค่อยดำเนินการทุกอย่างด้วยตนเองต่อไป อย่างไรก็ตามการเลือกใช้บริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์ ต้องพิจารณาความเหมาะสมหลายประการ ทั้งการได้รับความเห็นชอบจากผู้บริหาร งบประมาณขององค์กร ประสบการณ์การทำงานของบริษัทที่ปรึกษา รวมถึงระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ เป็นต้น

5.3.6 ผลการวิจัยนี้ทำให้ได้คำตอบเกี่ยวกับปริมาณพื้นที่ข่าวปริมาณมูลค่าข่าวประเภทข่าวและการระบุแหล่งข่าวที่ปรากฏในข่าวของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยทั้งหมด 12 ชื่อฉบับ ซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่ง ภายใต้อายุระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น อาจไม่สอดคล้องหรือครอบคลุมปรากฏการณ์ด้านการประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น

ในสถาบันอุดมศึกษาทั้งหมด ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาต่อยอดจากงานวิจัยนี้ โดยพิจารณาถึงขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ที่มากเพียงพอ เพื่อความถูกต้องและความแม่นยำตรง

5.3.7 การวิจัยในอนาคตควรทำการศึกษาเปรียบเทียบการประชาสัมพันธ์ด้านกระบวนการทำงานข่าวจากสถาบันการศึกษา หรือองค์กรอื่น ๆ เพื่อจะได้เห็นมุมมองที่หลากหลายในการทำงานข่าวประชาสัมพันธ์ และศึกษาวิจัยเกี่ยวกับทิศทางและอนาคตของธุรกิจสื่อหนังสือพิมพ์ เพื่อให้เข้าใจชัดเจนในสื่อหนังสือพิมพ์ เนื่องจากปัจจุบันสื่อหนังสือพิมพ์มีลักษณะการหลอมรวมสื่อ มีรูปลักษณ์ใหม่ที่ผสมผสานความเป็นเทคโนโลยีและมัลติมีเดียสูงขึ้นมา เพื่อให้ทันต่อความเป็นจริงที่เกิดขึ้นและนำมาปรับเข้ากับกระบวนการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับกระบวนการทำงานและการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ต่อไป



บรรณานุกรม

- กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย. (2560). *กระบวนการทัศนการวิจัยสื่อสารมวลชน (เชิงคุณภาพ เชิงปริมาณ และผลสมวิธี)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกศราพร ทองพุ่มพุกษา. (2558). *ธุรกิจสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. (2557). *การเขียนสร้างสรรค์ทางสื่อสิ่งพิมพ์: Idea ดี ๆ ไม่มีวันหมด (ฉบับปรับปรุง)*. นครปฐม: เพชรเกษมพรินติ้ง กรุ๊ป.
- จรัญญา ตีบุญมี ณ ชุมแพ. (2554). *การใช้ภาษาไทยในสื่อมวลชน*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ. (2556). *IMC & Marketing Communication กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 6)*. กรุงเทพฯ: เลิฟ แอนด์ลิฟ.
- ณัฐชัฐดา วิจิตรจามรี. (2559). *หลักการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณัฐา ฉางชูโต. (2557). *การประชาสัมพันธ์: หลักการและวิธีปฏิบัติ*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นภาพรณ ตันติเวชกุล. (2560). *การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ หลักการและหลักปฏิบัติพื้นฐาน*. นนทบุรี: 21 เซ็นจูรี่.
- นลินี พานสายตา, นิตินัย รุ่งจินดารัตน์ และปรีชา วิจิตรธรรมรส. (2559). การรับรู้ภาพลักษณ์ของ นักศึกษาที่มีต่อสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ. *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์*, 56(1), 136-157.
- นิตา ชูโต. (2551). *การวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพฯ: พรินต์โพร.
- บุบผา เมฆศรีทองคำ. (2555). หน่วยที่ 5 การสร้างสรรค์และผลิตหนังสือพิมพ์ และนิตยสารเพื่อการ ประชาสัมพันธ์. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชา การสร้างสรรค์และผลิตงานประชาสัมพันธ์*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- บุบผา เมฆศรีทองคำ. (2556). *การสื่อข่าวและการเขียนข่าว (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.
- ประทุม ฤกษ์กลาง. (2554). *ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร (พิมพ์ครั้งที่ 10)*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.
- ประทุม ฤกษ์กลาง. (2557). *การวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2549). *ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- ปุณณรัตน์ พิงคานนท์. (2548). *การสื่อข่าวและการเขียนข่าวหนังสือพิมพ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- พัชนี เษยจรรยา. (2558). *การวิจัยเชิงปริมาณทางนิเทศศาสตร์*. นนทบุรี: สุโขทัยธรรมาธิราช.

- พรรษา รอดอาตม์. (2559). *กลยุทธ์การเขียนในงานประชาสัมพันธ์*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.
- ภัทรภร จารุหิรัญสกุล. (2548). *การวิจัยสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภาคภูมิ หรรณภา. (2554). *การเขียนข่าวเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: อินทนิล.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (2557). *40 ปี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*.
ภูเก็ต: ลิ้มมาร์คแอดแวร์โตะซิง.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (2558). *แผนพัฒนาเชิงยุทธศาสตร์วาระเร่งด่วน*
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พ.ศ. 2557-2560 (ฉบับย่อ) ปรับปรุงครั้งที่ 2
ปีงบประมาณ 2559. สืบค้นจาก http://www.pld.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=531.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (2559). *รายงานประจำปี 2559 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี*
ราชมงคลธัญบุรี. สืบค้นจาก [http://www.pld.rmutt.ac.th/download/Publications/
Annual%20report/AnnualReport_2016.pdf](http://www.pld.rmutt.ac.th/download/Publications/Annual%20report/AnnualReport_2016.pdf).
- มาลี บุญศิริพันธ์. (2556). *วารสารศาสตร์เบื้องต้น: ปรัชญาและแนวคิด* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ระวีวรรณ ไทยสุริโย. (2544). *ศึกษากลยุทธ์การเผยแพร่ภาพข่าวประชาสัมพันธ์ในหน้าข่าวสังคม*
ของหนังสือพิมพ์รายวันประเภทปริมาณ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2550). *พระราชบัญญัติจัดแจ้งการพิมพ์ พ.ศ. 2550*. สืบค้นจาก
<http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2550/A/093/1.PDF>.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2561). *ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง มาตรฐานการอุดมศึกษา พ.ศ. 2561*.
สืบค้นจาก <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2561/E/199/T19.PDF>.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554*. สืบค้นจาก
<http://www.royin.go.th/dictionary/index.php>.
- รุ่งนภา พิตรปรีชา. (2560). *พลังแห่งการประชาสัมพันธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: 21 เซ็นจูรี่.
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. (2557). *การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- รุ่งฤดี แผลงศร. (2557). *การเขียนบทความสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุจ โกมลบุตร. (2556). *การเขียนบทบรรณาธิการและบทความ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- รชงพร โกมลเสวิน. (2558). *การวิจัยและประเมินผลการประชาสัมพันธ์*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ.

- ลักษณ์ สตะเวทิน. (2554). งานประชาสัมพันธ์กับการสร้างชื่อเสียงขององค์กร. *วารสารนักบริหาร*, 31(1), 191-197.
- วัฒน์ ภูวทิศ. (2550). การประยุกต์งานวิจัยในงานวารสารศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 2). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วัฒน์ ภูวทิศ. (2554). การเขียนในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2552). การประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศศิวิมล แสนเมือง. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจเลือกมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีของนักเรียนที่มีผลการเรียนดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สรารุณี ตรีรัตน์ตระกูล. (2555). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่มีกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนไทยในทัศนะของนักเรียนในเขตเทศบาลนครราชสีมา. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ*, 2(1), 53-61.
- สิริทิพย์ ชันสุวรรณ และภัทธีรา ช่างพินิจ. (2543). *หลักการสื่อข่าว*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุกานดา วรพันธุ์พงศ์. (2555). หน่วยที่ 5 การเขียนข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชา การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุนิสา ประวีชัย. (2559). *การเขียนงานประชาสัมพันธ์ขั้นพื้นฐาน*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2545). *การสื่อข่าว: หลักการและเทคนิค*. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.
- สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (2560). *สถิติข้อมูลปีการศึกษา 2560*. สืบค้นจาก <https://www.oreg.rmutt.ac.th/?p=6920>.
- อริสรา บุญรัตน์. (2558). แนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 8(1), 77-87.
- อริสรา เหล่าวิชยา. (2555). บทบาทของหนังสือพิมพ์ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการศึกษาในระดับอุดมศึกษาสู่ประชาคมอาเซียน. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 18(2), 90-100.
- อริสรา เหล่าวิชยา และศุภณิชา จันทร์สอง. (2556). การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์. *วารสารนักบริหาร*, 33(1), 33-37.
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. (2553). *สื่อประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัจฉรา ปิ่นทรานวงศ์. (2545). ถึงยุคทางตันของข่าวประชาสัมพันธ์แล้วหรือ. *วารสารคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเซ็นจอห์น*, 1(1), 29.
- iQNewsClip. (2560). สืบค้นจาก <https://www.iqnewsclip.com/newsservice.aspx>.



ตารางลงรหัส (Coding Sheet) จำแนกจำนวนชิ้นข่าวและร้อยละของจำนวนชิ้นข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยต่อฉบับ ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์

ชื่อฉบับ	จำนวนหนังสือพิมพ์ (ฉบับ)	จำนวนชิ้นข่าว ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์			
		ชิ้นข่าว	ชิ้นข่าว (ร้อยละ)	ชิ้นข่าว/ ฉบับ	ชิ้นข่าว/ ฉบับ (ร้อยละ)
กรุงเทพธุรกิจ					
ข่าวสด					
คมชัดลึก					
เดลินิวส์					
ไทยรัฐ					
แนวหน้า					
ไทยโพสต์					
ผู้จัดการรายวัน					
โพสต์ทูเดย์					
มติชน					
สยามกีฬา					
สยามรัฐ					
รวม					

ตารางลงรหัสจำแนกปริมาณพื้นที่ข่าวและร้อยละของจำนวนพื้นที่ข่าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์

ชื่อฉบับ	จำนวน หนังสือพิมพ์ (ฉบับ)	พื้นที่ข่าว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ได้รับการนำเสนอ			
		คอลัมน์นี้ ว	คอลัมน์นี้ (ร้อยละ)	คอลัมน์นี้/ ฉบับ	คอลัมน์นี้/ ฉบับ (ร้อยละ)
กรุงเทพธุรกิจ					
ข่าวสด					
คมชัดลึก					
เดลินิวส์					
ไทยรัฐ					
แนวหน้า					
ไทยโพสต์					
ผู้จัดการรายวัน					
โพสต์ทูเดย์					
มติชน					
สยามกีฬา					
สยามรัฐ					
รวม					

ตารางลงรหัสจำแนกปริมาณมูลค่าข้าวและร้อยละของมูลค่าข้าวมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ธัญบุรีในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ตามชื่อฉบับของหนังสือพิมพ์

ชื่อฉบับ	ปริมาณมูลค่าข้าว					
	มูลค่าข้าวทางการโฆษณา			มูลค่าข้าวทางการประชาสัมพันธ์		
	มูลค่า (บาท)	มูลค่า (บาท/ ฉบับ)	ร้อยละ	มูลค่า (บาท)	มูลค่า (บาท/ ฉบับ)	ร้อยละ
กรุงเทพธุรกิจ						
ข่าวสด						
คมชัดลึก						
เดลินิวส์						
ไทยรัฐ						
แนวหน้า						
ไทยโพสต์						
ผู้จัดการรายวัน						
โพสต์ทูเดย์						
มติชน						
สยามกีฬา						
สยามรัฐ						
รวม						

ตารางลงรหัสจำแนกประเภทข่าวตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรที่ปรากฏในข่าว
ของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยทั้งหมด 12 ชื่อฉบับ

ลำดับ ที่	ประเภทข่าว	ปริมาณพื้นที่ข่าว หนังสือพิมพ์.....		
		จำนวน ชิ้นข่าว	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ	ร้อยละของ ประเภทข่าว
1.	ข่าวการดำเนินงานขององค์กร			
2.	ข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์			
3.	ข่าวบุคคล			
4.	ข่าวที่ให้ความรู้ความเข้าใจ			
5.	ข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคม			
6.	ข่าวที่มุ่งแก้ไขความเข้าใจผิด			
	รวม			

ตารางลงรหัสจำแนกร้อยละประเภทข่าวตามลักษณะการดำเนินกิจกรรมขององค์กรที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

ประเภท	หน่วย	ชื่อฉบับหนังสือพิมพ์											รวม	
		กรุงเทพธุรกิจ	ข่าวสด	คมชัดลึก	เดลินิวส์	ไทยรัฐ	แนวหน้า	ไทยโพสต์	ผู้สื่อข่าวฉบับวัน	โพสต์ทูเดย์	มติชน	สยามกีฬา		สยามรัฐ
1. ข่าวการดำเนินงานขององค์กร	คอลัมน์นี้วิ/ ฉบับ													
	ร้อยละ													
2. ข่าวกิจกรรมสาธารณประโยชน์	คอลัมน์นี้วิ/ ฉบับ													
	ร้อยละ													
3. ข่าวบุคคล	คอลัมน์นี้วิ/ ฉบับ													
	ร้อยละ													
4. ข่าวให้ความรู้ความเข้าใจ	คอลัมน์นี้วิ/ ฉบับ													
	ร้อยละ													
5. ข่าวที่ต้องการความมีส่วนร่วมจากภาคสังคม	คอลัมน์นี้วิ/ ฉบับ													
	ร้อยละ													
6. ข่าวที่มุ่งแก้ไขความเข้าใจผิด	คอลัมน์นี้วิ/ ฉบับ													
	ร้อยละ													
รวม	คอลัมน์นี้วิ/ ฉบับ													
	ร้อยละ													
	ฉบับ													

ตารางลงรหัสจำแนกรูปแบบการนำเสนอข่าวตามแนวคิดหลักที่ปรากฏในข่าวของหนังสือพิมพ์
รายวันภาษาไทยทั้งหมด 12 ชื่อฉบับ

ลำดับที่	รูปแบบการนำเสนอ	ปริมาณพื้นที่ข่าวของ หนังสือพิมพ์.....		
		จำนวน ชิ้นข่าว	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ	คอลัมน์นี้ว/ ฉบับ (ร้อยละ)
1.	ข่าว			
2.	ภาพข่าว			
3.	บทความ			
4.	บทสัมภาษณ์			
5.	สารคดี			
6.	คอลัมน์ประจำ			
7.	สื่ूपข่าว			
	รวม			

ตารางจำแนกปริมาณและร้อยละของรูปแบบการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

ประเภท	หน่วย	ข้อฉบับหนังสือพิมพ์												รวมเฉลี่ย
		กรุงเทพธุรกิจ	ข่าวสด	คมชัดลึก	เดลินิวส์	ไทยรัฐ	แนวหน้า	โพสต์ทูเดย์	ผู้จัดการรายวัน	โพสต์ทูเดย์	มติชน	สยามกีฬา	สยามรัฐ	
1. ข่าว	จำนวนชิ้น													
	คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ													
	ร้อยละ													
2. ภาพข่าว	จำนวนชิ้น													
	คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ													
	ร้อยละ													
3. บทความ	จำนวนชิ้น													
	คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ													
	ร้อยละ													
4. บทสัมภาษณ์	จำนวนชิ้น													
	คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ													
	ร้อยละ													
5. สารคดี	จำนวนชิ้น													
	คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ													
	ร้อยละ													
6. คอลัมน์ประจำ	จำนวนชิ้น													
	คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ													
	ร้อยละ													
7. สกู๊ป	จำนวนชิ้น													
	คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ													
	ร้อยละ													
รวม	คอลัมน์นิ้ว/ ฉบับ													
	ร้อยละ													
	ฉบับ													

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นายอลงกรณ์ รัตตะเวทิน
อีเมล alongkornpr21@gmail.com

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2553 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี
ภาควิชาวารสารศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์
(เกียรตินิยมอันดับ 1)
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ประสบการณ์การทำงาน

พ.ศ. 2557- ปัจจุบัน นักประชาสัมพันธ์ปฏิบัติการ
กองประชาสัมพันธ์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ขอตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 10 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2561

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) [REDACTED] อยู่บ้านเลขที่ 261/335

ซอย - ถนน - ตำบล/แขวง รัชดา

อำเภอ/เขต ชลบุรี จังหวัด ปทุมธานี รหัสไปรษณีย์ 12110

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 754-0300287

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะ นิเทศศาสตร์

ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย

กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ การวิเคราะห์เพื่อหาประสิทธิภาพของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศจตุบุรี
ในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่น ๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดย
ละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ..... ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
()

ลงชื่อ..... ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ..... พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ..... พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.ปฐมา สตะเวทิน)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร