

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	จ
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
ปัญหาคำวิจัย	3
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย	4
นิยามศัพท์	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	6
แนวคิดการประชาสัมพันธ์ในบริบทของสื่อดิจิทัล	6
แนวคิดการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในบริบทของสื่อดิจิทัล	12
แนวคิดบทบาทในการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์บนสื่อดิจิทัล	14
แนวคิดภาระงานประชาสัมพันธ์ในบริบทของสื่อดิจิทัล	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
กรอบการดำเนินงานวิจัย	31
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	32
ประชากร	32
กลุ่มตัวอย่าง	33
การทดสอบเครื่องมือวิจัย	34
การวิเคราะห์ข้อมูล	35
ระยะเวลาและสถานที่เก็บข้อมูล	36
สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล	36

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	37
ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง	37
การใช้สื่อดิจิทัลในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	39
วัตถุประสงค์การใช้สื่อดิจิทัลของนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์	40
บทบาทการปฏิบัติงานของนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ในบริบทของสื่อดิจิทัล	41
คุณค่าของสื่อดิจิทัลต่อนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์	44
การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ	49
การตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลก่อนการวิเคราะห์องค์ประกอบ	49
องค์ประกอบของบทบาทการปฏิบัติงานของนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์	55
ในบริบทของสื่อดิจิทัล	
องค์ประกอบคุณค่าของสื่อดิจิทัลในการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจต่อ	58
นักวิชาชีพประชาสัมพันธ์	
องค์ประกอบคุณค่าของสื่อดิจิทัลในการส่งเสริมความคิดของนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์	61
องค์ประกอบคุณค่าของสื่อดิจิทัลในการส่งเสริมทักษะนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์	63
องค์ประกอบคุณค่าของสื่อดิจิทัลในการส่งเสริมความสามารถของนักวิชาชีพ	65
ประชาสัมพันธ์	
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลการวิจัย	67
สรุปผลการวิจัย	67
การอภิปรายผลการวิจัย	70
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	73
บรรณานุกรม	74
ภาคผนวก	80
ประวัติย่อผู้วิจัย	81

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน รายได้ ประสบการณ์การทำงาน ของนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์	37
ตารางที่ 2 แสดงสื่อดิจิทัลที่นักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์	39
ตารางที่ 3 แสดงวัตถุประสงค์การใช้สื่อดิจิทัลของนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์	40
ตารางที่ 4 แสดงบทบาทการปฏิบัติงานของนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ในบริบทของสื่อดิจิทัล	41
ตารางที่ 5 แสดงคุณค่าของสื่อดิจิทัลต่อนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์	44
ตารางที่ 6 การทดสอบค่า KMO และ Bartlett's Test of Sphericity ขององค์ประกอบบทบาท การปฏิบัติงานของนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ในบริบทของสื่อดิจิทัล	50
ตารางที่ 7 การทดสอบค่า KMO และ Bartlett's Test of Sphericity ขององค์ประกอบคุณค่า ของสื่อดิจิทัลในการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจต่อนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์	51
ตารางที่ 8 การทดสอบค่า KMO และ Bartlett's Test of Sphericity ขององค์ประกอบคุณค่า ของสื่อดิจิทัลในการส่งเสริมความคิดของนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์	52
ตารางที่ 9 การทดสอบค่า KMO และ Bartlett's Test of Sphericity ขององค์ประกอบคุณค่า ของสื่อดิจิทัลในการส่งเสริมทักษะนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์	53
ตารางที่ 10 การทดสอบค่า KMO และ Bartlett's Test of Sphericity ขององค์ประกอบ คุณค่าของสื่อดิจิทัลในการส่งเสริมความสามารถของนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์	54
ตารางที่ 11 สรุปผลการตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูล	54
ตารางที่ 12 แสดงบทบาทการปฏิบัติงานของนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ในบริบทของสื่อดิจิทัล	55
ตารางที่ 13 แสดงคุณค่าของสื่อดิจิทัลในการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจต่อนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์	58
ตารางที่ 14 แสดงคุณค่าของสื่อดิจิทัลในการส่งเสริมคตินักวิชาชีพประชาสัมพันธ์	61
ตารางที่ 15 แสดงคุณค่าของสื่อดิจิทัลในการส่งเสริมทักษะนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์	63
ตารางที่ 16 แสดงคุณค่าของสื่อดิจิทัลในการส่งเสริมความสามารถของนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์	65