

ประเภทการบริการวิชาการ

- แบบสาธารณะ (แบบให้เปล่า / แบบเชิงพาณิชย์)
 แบบเฉพาะ (แบบให้เปล่า / แบบเชิงพาณิชย์)

การบูรณาการการบริการวิชาการ

- มีการบูรณาการการบริการวิชาการกับการเรียนการสอน
 มีการบูรณาการการบริการวิชาการกับการวิจัย

ความสอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์/ ประเด็นการจัดการความรู้

- การเรียนการสอนและการผลิตบัณฑิต วิจัย / นวัตกรรม
 ศิลปวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการที่เป็นเลิศ
 ภาพลักษณ์ / ชื่อเสียงขององค์กร ความเป็นนานาชาติ

ส่วนที่ 1 รายละเอียดโครงการตามที่ขอในงบประมาณ

ชื่อโครงการ (รหัสบโครงการ) : รณรงค์สื่อสารการตลาดเพื่อสังคม

รหัสโครงการ : 640348

หลักการและเหตุผล

สาขาวิชาสื่อสารการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ต้องการให้นักศึกษามีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม จึงได้จัดโครงการ “การรณรงค์สื่อสารการตลาดเพื่อสังคม” “Social Marketing Communication Campaign” โดยนักศึกษานำความรู้ด้านวิชาชีพสื่อสารการตลาดที่เรียนมาใช้สร้างสรรค์งานสื่อสารเพื่อการตลาดให้แก่ชุมชนที่ประกอบอาชีพต่างๆ เพื่อ เป็นบริการชุมชนและช่วยพัฒนาสังคมประเทศไทยที่ยั่งยืน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการเพิ่มพูนประสบการณ์การปฏิบัติงานวิชาชีพสื่อสารการตลาดอย่างมีจิตสำนึกเพื่อสังคมแก่นักศึกษา และเป็นการส่งเสริมกิจกรรมสัมพันธ์ของสาขาวิชาสื่อสารการตลาดกับชุมชนต่างๆ

1.1 วัตถุประสงค์

1. เพื่อกระตุ้นจิตสำนึกในการบริการสังคมให้กับนักศึกษาสาขาวิชาสื่อสารการตลาดรุ่นใหม่
2. เพื่อสร้างเสริมกิจกรรมที่สร้างจิตสำนึกในการบริการชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนให้นักศึกษาสาขาวิชาสื่อสารการตลาด
3. เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพและสร้างความมั่นใจในการทำงานด้านวิชาชีพสื่อสารการตลาดร่วมกับสังคมชุมชนให้กับนักศึกษาสาขาวิชาสื่อสารการตลาดต่อไปในอนาคต

1.2 เป้าหมายความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

เป้าหมายความสำเร็จตามวัตถุประสงค์โครงการที่ตั้งไว้โดยรวมผู้เข้าร่วมโครงการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และพึงพอใจเรื่องการนำความรู้ที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมไปใช้ประโยชน์ ซึ่งนักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันและในวิชาชีพได้

กลุ่มเป้าหมาย (ผู้เข้าร่วมโครงการ/ผู้ใช้ประโยชน์) (ผู้ใช้งบประมาณ)

นักศึกษา 40 บุคลากร 2 ภายนอก 5

สถานที่ดำเนินการ

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

ตัวชี้วัดความสำเร็จโครงการ

ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับประโยชน์จากโครงการอยู่ในระดับดีหรือมากขึ้นไป

ค่าเป้าหมาย

ร้อยละ 60 ของผู้ตอบแบบประเมิน

เอกสารแนบรายงานโครงการ

ผลประเมินจากผู้เข้าร่วมโครงการ (ตอนแบบประเมินไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ของกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้ประโยชน์)

รายละเอียดรายจ่ายโครงการ

| รายการ | หน่วย | ราคา/หน่วย | ยอดรวม | หมายเหตุ |
|---------------------|-------|------------|--------|----------|
| 1. วัสดุ/อุปกรณ์ | 1 | 7,000 | 7,000 | |
| 2. ค่าประชาสัมพันธ์ | 1 | 1,000 | 1,000 | |
| ยอดรวมสุทธิ | | | 8,000 | |

ส่วนที่ 2 วิธีดำเนินการ

สรุปการดำเนินการและผลการดำเนินการ

- ประชุมคณะกรรมการเพื่อวางแผนโครงการและแผนกิจกรรมในโครงการ
- ดำเนินกิจกรรมในโครงการด้านต่าง ๆ ได้แก่
 - 1) รับสมัครนักศึกษาสาขาสื่อสารการตลาด ชั้นปีที่ 3 และ 4 ที่สนใจเข้าร่วมโครงการ จำนวน 40 คน
 - 2) คณาจารย์ เจ้าหน้าที่และนักศึกษาสาขาสื่อสารการตลาด ชั้นปีที่ 3 และ 4 ดำเนินการติดต่อกับชุมชน/ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ และจัดกิจกรรมสร้างสรรค์งานสื่อสารเพื่อการตลาดให้ชุมชน/ผลิตภัณฑ์ในภาคเรียนที่ 1/2564

ส่วนที่ 3 ผลการดำเนินการ / การนำไปใช้

| ตัวชี้วัดความสำเร็จ โครงการ ที่ตั้งไว้ในระบบบง | ค่าเป้าหมาย | | เอกสารแนบรายงานโครงการ | |
|---|--|---|---|--------------------------------------|
| | ที่ตั้งไว้ในระบบบง | ผลที่ได้ | ที่ตั้งไว้ในระบบบง | ที่แนบไว้ในภาคผนวก |
| 1. ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับประโยชน์จากโครงการอยู่ในระดับดีหรือมากขึ้นไป | 1. ร้อยละ 60 ของผู้ตอบแบบประเมินโดยค่าเฉลี่ยมากกว่า 3.51 | ผู้เข้าร่วมโครงการร้อยละ 95.65 ของผู้ตอบแบบประเมินได้รับประโยชน์จากโครงการอยู่ในระดับดีขึ้นไป | 1. ผลประเมินจากผู้เข้าร่วมโครงการ (ตอบแบบประเมินไม่น้อยกว่าร้อยละ 50) ของกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้ประโยชน์) | ตารางสรุปผลการประเมินความพึงพอใจ |
| 2. จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ | 2. ร้อยละ 80 ของกลุ่มเป้าหมาย | ผู้เข้าร่วมประเมินมีจำนวนร้อยละ 106.38 ของกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้ | 2. เอกสารลงชื่อผู้เข้าร่วมโครงการ | รายชื่อผู้เข้าร่วมโครงการจำนวน 50 คน |

1. จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการตามที่ตั้งในระบบ 47 คน โดยมีผู้เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 50 คน คิดเป็นร้อยละ 106.38
2. จำนวนผู้ตอบแบบประเมิน 46 คน (คิดเป็นร้อยละ 92.00 ของจำนวนผู้เข้าร่วมโครงการ 50 คน)
3. จำนวนผู้เข้าร่วมโครงการที่เลือก 5 (มากที่สุด) และ 4 (มาก) จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 95.65 ของผู้ตอบแบบประเมิน จำนวน 46 คน

ส่วนที่ 4 การตรวจสอบผลการดำเนินการ/อภิปรายความสำเร็จหรือไม่สำเร็จตามวัตถุประสงค์

จากผลการประเมินโครงการ “รณรงค์สื่อสารการตลาดเพื่อสังคม” เป็นไปตามวัตถุประสงค์และแผนการดำเนินงานที่ได้กำหนดไว้ ตามวัตถุประสงค์โครงการ โดยรวมผู้เข้าร่วมโครงการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ผู้เข้าร่วมโครงการฯ พึงพอใจ ในประเด็นด้านความคิดเห็นต่อกิจกรรม ในเรื่อง สามารถนำความรู้ที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมไปใช้ประโยชน์ ซึ่งนักศึกษาสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันและในวิชาชีพได้

ส่วนที่ 5 สรุปผลการดำเนินการ/ ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงในอนาคต

- ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานครั้งก่อน (ถ้ามี)

จากผลการดำเนินงานครั้งก่อน ปี 2563 ผลการประเมินโครงการโดยรวมของผู้เข้าร่วมโครงการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และพึงพอใจเนื้อหาของกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของสมาชิกในชุมชน อีกทั้งผู้เข้าร่วมโครงการสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในอนาคต

- ผลการประเมินในคราวนี้

ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการในระดับมากที่สุด ทำให้โครงการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

- ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาในครั้งต่อไป

ภาคผนวก

1. หลักฐานและเอกสารการดำเนินงานโครงการ ดังต่อไปนี้

1.1 คำสั่งแต่งตั้งคณะทำงาน

คำสั่งวิทยาลัยนitechศาสตร์

ที่ นท 14Δ /2564

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำโครงการณรงค์เพื่อการสื่อสารการตลาด
สาขาวิชาสื่อสารการตลาดดิจิทัลและแบรนด์ดิ้ง

เพื่อให้การพัฒนานักศึกษาตามแผนงานประกันคุณภาพการศึกษา ปี 2564 สาขาวิชาสื่อสารการตลาด
ดิจิทัลและแบรนด์ดิ้ง เป็นไปด้วยความเรียบร้อย จึงเห็นสมควรแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำโครงการณรงค์เพื่อ
การสื่อสารการตลาด ปี 2564 สาขาวิชาสื่อสารการตลาดดิจิทัลและแบรนด์ดิ้ง ดังรายนามต่อไปนี้

- | | |
|--------------------------|---------------|
| 1. ผศ.ดร. วรทัย ราวิณีจ | ประธานกรรมการ |
| 2. ผศ.ดร. ชัชญา สุกุณา | กรรมการ |
| 3. ผศ.ดร. พิทักษ์ ชุมงคล | กรรมการ |
| 4. ผศ. แน่งน้อย บุญยเนตร | กรรมการ |
| 5. คุณกาญจนา อุตสาหการ | เลขานุการ |

ทั้งนี้ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ 10 กันยายน พ.ศ. 2564

(รองศาสตราจารย์ดร. กฤษณ์ ทองเลิศ)

คณบดีวิทยาลัยนitechศาสตร์

1.2 การเบิกงบประมาณโครงการ

เลขที่อ้างอิงสำหรับหน่วยงาน

เลขที่ นท.4300/1133



มหาวิทยาลัยรังสิต
ใบขออนุมัติงบประมาณ
Budget Requisition : BR (Online)

สำนักงานงบประมาณ

เลขที่ 05154

วันที่ 14/12/2021

เวลา 15:40:16

ฝ่าย 38 - C05-วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ วันเดือนปี 14/12/2021
รหัสหน่วยงาน :4371 หน่วยงาน : สื่อสารการตลาด

ขอเบิกใช้งบประมาณ รายจ่ายประจำ โครงการ

²รายละเอียดการเบิกใช้งบประมาณประจำปี 2564

| รหัส | รายการ | งบประมาณที่ได้รับ | ยอดคงเหลือ | ขออนุมัติครั้งนี้ | คงเหลือ |
|---|--------------------------------|-------------------|------------|-------------------|---------|
| 640348 | รณรงค์สื่อสารการตลาดเพื่อสังคม | 8,000.00 | 8,000.00 | 8,000.00 | 0.00 |
| วันที่คาดว่าจะใช้เงิน 14/12/64 / วันที่คาดว่าจะเคลียร์เงิน 20/12/64 | | | | | |

³ เหตุผลที่ขออนุมัติ
เพื่อใช้จัดกิจกรรมสร้างสรรคงานในโครงการรณรงค์สื่อสาร
การตลาดเพื่อสังคม (ส่งจ่ายเช็คในนาม น.ส.กาญจนา อุตสาห
การ)

ลงชื่อ กาญจนา อุตสาหการ หัวหน้าสาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและ
(นางสาว กาญจนา อุตสาหการ) ผู้ขออนุมัติ
วันที่ 14/12/2021 โทร 4672

⁴ เห็นควรอนุมัติ
 โปรดพิจารณา

ผู้ลงนาม ดร.สุภาวดี ศรีสุภา สกุนา
รองคณบดี/หัวหน้าภาค/หลักสูตร/หน่วยงาน
วันที่

⁵ อนุมัติ
 ไม่อนุมัติ
 โปรดพิจารณา

ลงชื่อ ดร.สุภาวดี ศรีสุภา
รองอธิการบดี/ผู้ช่วยอธิการบดี/อธิการ/คณบดี/หัวหน้า
คณะ/ผู้อำนวยการ/ผู้อำนวยการศูนย์/ผู้อำนวยการ
วันที่

⁶ เรียน ผู้อำนวยการสำนักงานงบประมาณ
 ตรวจสอบแล้ว
 เรียน อธิการบดี/ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายการเงิน
 เพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติงบประมาณจำนวน 8,000.00 บาท
 เรียนหัวหน้าหน่วยงาน จัดซื้อ/บุคคล/บัญชี/จ่ายเงิน/ยานพาหนะ/อสมท./อาคาร/ร้านยา.....
 เพื่อโปรดดำเนินการ 8,000.00 บาท
ผู้อำนวยการสำนักงานงบประมาณ วันที่

⁷ อนุมัติ
 ไม่อนุมัติ
 โปรดพิจารณา

ลงชื่อ _____
ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายการเงิน
วันที่

⁸ คำสั่ง อนุมัติ ไม่อนุมัติ

อธิการบดี
วันที่

⁹ สำนักงานบัญชี

ต้นฉบับวางบิลที่แผนกบัญชี
บริษัท / ร้าน _____
เลขที่ PO _____
วางบิลเดือน _____

ผู้อำนวยการสำนักงานบัญชี
วันที่

¹⁰ สำนักงานการเงิน

เบิกเงินสด

2. รายชื่อผู้เข้าร่วมโครงการ

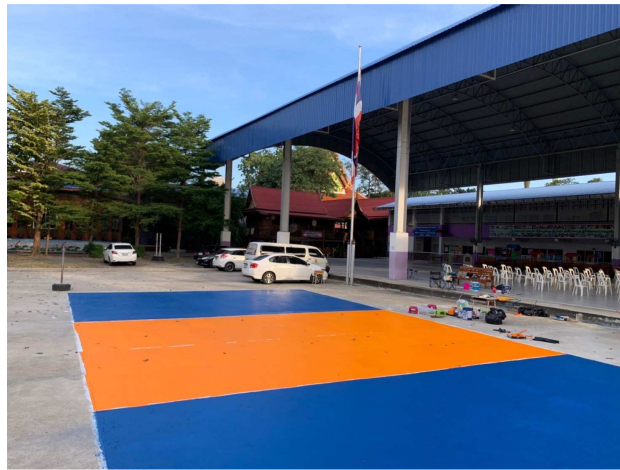
โครงการ “รณรงค์สื่อสารการตลาดเพื่อสังคม”

โดย สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและแบรนด์ดิ้ง วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

| ลำดับ | รหัส | ชื่อ - สกุล |
|-------|---------|-------------------------|
| 1 | 6204936 | ชวกร สุขสุวรรณวีรี |
| 2 | 6201329 | ธนวิน แสสนปัฐ |
| 3 | 6202598 | ธนภัทร์ ไกรเนตร |
| 4 | 6001088 | นริลญา กุลมงคลเพชร |
| 5 | 6204278 | อภิชญา มาลัยทอง |
| 6 | 6104961 | สุรสุทธิ คงไพศาลถาวร |
| 7 | 6203916 | ปราณปรียา วงศ์กาอินทร์ |
| 8 | 6203101 | ชยณัฐ แด้วจิน |
| 9 | 6005316 | ธิดานันท์ บัวหิรัญพนธ์ |
| 10 | 6203213 | กนกสนันท์พร ใจเสื่อ |
| 11 | 6104665 | กนกวรรณ เงินแก้ว |
| 12 | 6103306 | จิตรานนท์ ประสงค์สุข |
| 13 | 6103579 | ปวีณา เนียมรักษา |
| 14 | 6200531 | กฤติยา ทุนอินทร์ |
| 15 | 6104864 | ธิดารัตน์ สมวัฒน์ |
| 16 | 6204816 | ณัฐกานต์ อ่อนแสน |
| 17 | 6102666 | ปณาลี อินทรประสิทธิ์ |
| 18 | 6103608 | กนกภรณ์ ชันดี |
| 19 | 6202678 | พัสดราภรณ์ ชิงช่วง |
| 20 | 6105018 | กรกนก สุนทรวที |
| 21 | 6200646 | จิราพัชร ชมศาสตร์ |
| 22 | 6301656 | กุลปรียา เทพจินดา |
| 23 | 6204658 | อริสรา องอาจ |
| 24 | 6100517 | ธรรธิกามาศ สิงห์ล่อ |
| 25 | 6103570 | ชยุต หาญมุ่งธรรม |
| 26 | 6203357 | อรจุทา พูลทราย |
| 27 | 6202631 | พุทธธาดา เขียวรุ่งโรจน์ |
| 28 | 6101017 | ชานนท์ สุขสังวาลย์ภ |

| ลำดับ | รหัส | ชื่อ - สกุล |
|-------|---------|---------------------------|
| 29 | 6202652 | อริศยา ดุสนาพร |
| 30 | 6200946 | มยุรศักดิ์ ศรีชาดา |
| 31 | 6203764 | รัตนาพร รักชาติ |
| 32 | 6100031 | ชนินทร์ ภัคดีจำนงค์ |
| 33 | 6201704 | อังชา ธรรมรัตโนทัย |
| 34 | 6301655 | ปัญญาดา อยู่ถีน |
| 35 | 6202684 | พัสวีย์ วิริยะพงศ์ |
| 36 | 6202589 | อลิสสา สุวรรณพงษ์ |
| 37 | 6204551 | สรวิชญ์ ณ ระนอง |
| 38 | 6103069 | ธนพร บุญอ่อน |
| 39 | 6104132 | ทัตติญาภรณ์ ชำนิ |
| 40 | 6301654 | มยุรินทร์ อินทร์บำรุง |
| 41 | 6201678 | ณัฐชยานันท์ พรแก้วสุกใส |
| 42 | 6004398 | อภิสิทธิ์ แก้วจิ้น |
| 43 | 6101318 | บุษกร ศรีสตรียานนท์ |
| 44 | 6201709 | สมฤดี วิเศษวงศ์ |
| 45 | 6101561 | ภูวดล เครือคำ |
| 46 | 6103055 | นันทน์ภัส เหล่าลือเกียรติ |
| 47 | | ผศ.ดร.วรทัย ราวินิจ |
| 48 | | ผศ.ดร.ซัชญา สุกุณา |
| 49 | | ผศ.ดร.พิทักษ์ ชูมงคล |
| 50 | | กาญจนา อุตสาหกรรม |

3. รูปกิจกรรมการดำเนินงานโครงการ



4. แบบสอบถาม/แบบสำรวจ และตารางสรุปผลแบบสอบถาม

แบบสอบถาม

โครงการรณรงค์สื่อสารการตลาดเพื่อสังคม

โดย สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและแบรนด์ดิ้ง วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

โปรดทำเครื่องหมาย ในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

5 มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

| ประเด็น / หัวข้อ | ระดับความพึงพอใจ | | | | |
|---|------------------|-----|---------|------|------------|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 1. ประเด็นด้านกระบวนการและขั้นตอนการจัดกิจกรรม | | | | | |
| กระบวนการจัดกิจกรรมตรงกับวัตถุประสงค์ของกิจกรรม | | | | | |
| มีการประสานงานเกี่ยวกับกระบวนการและขั้นตอนการจัดกิจกรรม | | | | | |
| ความชัดเจนของกระบวนการและขั้นตอนการจัดกิจกรรม | | | | | |
| มีการประชาสัมพันธ์ในชุมชนล่วงหน้าเกี่ยวกับกิจกรรม | | | | | |
| มีการอำนวยความสะดวกในการเข้าร่วมกิจกรรม | | | | | |
| 2. ประเด็นด้านความคิดเห็นต่อกิจกรรม | | | | | |
| ความเข้าใจต่อกิจกรรมที่จัดดำเนินงาน | | | | | |
| เนื้อหาของกิจกรรมมีประโยชน์ต่อชุมชน | | | | | |
| เนื้อหาของกิจกรรมมีความเหมาะสม | | | | | |
| เนื้อหาของกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของสมาชิกในชุมชน | | | | | |
| การจัดกิจกรรมในครั้งนี้ทำให้เห็นความสำคัญของชุมชนมากขึ้น | | | | | |
| สามารถนำความรู้ที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมไปใช้ประโยชน์ | | | | | |
| 3. ประเด็นด้านเจ้าหน้าที่และสิ่งอำนวยความสะดวก | | | | | |
| ความเหมาะสมในการแต่งกาย/บุคลิก/ความสุภาพ/ไมตรีจิตของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ | | | | | |
| สถานที่จัดกิจกรรมมีความเหมาะสม | | | | | |
| สื่อที่ใช้ในการจัดกิจกรรม เช่น แผ่นป้ายกิจกรรม คลิป วิดีโอ มีความเหมาะสม | | | | | |

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ท่านสละเวลาในการตอบสอบถาม

แบบสำรวจ

โครงการโครงการรณรงค์สื่อสารการตลาดเพื่อสังคม

โดย สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและแบรนด์ดิ้ง วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

ชื่อโครงการ: โครงการรณรงค์สื่อสารการตลาดเพื่อสังคม (IMC 317)
ชื่อรายวิชา: สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

ชื่อผู้จัดทำ:

ชื่ออาจารย์:

กรณีศึกษา: โครงการรณรงค์สื่อสารการตลาดเพื่อสังคม (IMC 317)
วัตถุประสงค์: เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการของนักศึกษา

ชื่อสินค้า/บริการที่จะนำมาใช้:

| | น้ำดื่ม | นม | ขนมปัง | ไข่ | กล้วย |
|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| เครื่องดื่มรสหวาน | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| เครื่องดื่มรสขม | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| เครื่องดื่มรสเปรี้ยว | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| เครื่องดื่มรสเค็ม | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| เครื่องดื่มรสอื่น ๆ | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

ชื่อสินค้า/บริการที่จะนำมาใช้:

| | น้ำดื่ม | นม | ขนมปัง | ไข่ | กล้วย |
|-------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| นมรสหวาน | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| นมรสขม | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| นมรสเปรี้ยว | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| นมรสเค็ม | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| นมรสอื่น ๆ | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

ชื่อสินค้า/บริการที่จะนำมาใช้:

| | น้ำดื่ม | นม | ขนมปัง | ไข่ | กล้วย |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ขนมปังรสหวาน | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ขนมปังรสขม | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ขนมปังรสเปรี้ยว | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

ชื่อผู้จัดทำ:

ชื่ออาจารย์:

สรุปผลแบบประเมินความพึงพอใจ

โครงการรณรงค์สื่อสารการตลาดเพื่อสังคม

โดย สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและแบรนด์ดิ้ง วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

สรุปผล “โครงการรณรงค์สื่อสารการตลาดเพื่อสังคม” ประจำปีการศึกษา 2564 มีผู้เข้าร่วมโครงการฯ และมีความพึงพอใจโดยมีรายละเอียด ดังนี้

| ประเด็น / หัวข้อ | ระดับความพึงพอใจ | | แปลความ |
|---|------------------|-------------|------------------|
| | \bar{X} | S.D. | |
| 1. ประเด็นด้านกระบวนการและขั้นตอนการจัดกิจกรรม | | | |
| กระบวนการจัดกิจกรรมตรงกับวัตถุประสงค์ของกิจกรรม | 4.74 | 0.44 | มากที่สุด |
| มีการประสานงานเกี่ยวกับกระบวนการและขั้นตอนการจัดกิจกรรม | 4.72 | 0.46 | มากที่สุด |
| ความชัดเจนของกระบวนการและขั้นตอนการจัดกิจกรรม | 4.78 | 0.42 | มากที่สุด |
| มีการประชาสัมพันธ์ในชุมชนล่วงหน้าเกี่ยวกับกิจกรรม (3) | 4.83 | 0.44 | มากที่สุด |
| มีการอำนวยความสะดวกในการเข้าร่วมกิจกรรม | 4.74 | 0.49 | มากที่สุด |
| ความเข้าใจต่อกิจกรรมที่จัดดำเนินงาน | 4.74 | 0.44 | มากที่สุด |
| 2. ประเด็นด้านความคิดเห็นต่อกิจกรรม | | | |
| เนื้อหาของกิจกรรมมีประโยชน์ต่อชุมชน | 4.80 | 0.40 | มากที่สุด |
| เนื้อหาของกิจกรรมมีความเหมาะสม | 4.72 | 0.46 | มากที่สุด |
| เนื้อหาของกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของสมาชิกในชุมชน (2) | 4.89 | 0.31 | มากที่สุด |
| การจัดกิจกรรมในครั้งนี้ทำให้เห็นความสำคัญของชุมชนมากขึ้น | 4.80 | 0.40 | มากที่สุด |
| สามารถนำความรู้ที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมไปใช้ประโยชน์ (1) | 4.91 | 0.28 | มากที่สุด |
| 3. ประเด็นด้านเจ้าหน้าที่และสิ่งอำนวยความสะดวก | | | |
| ความเหมาะสมในการแต่งกาย/บุคลิก/ความสุภาพ/เมตริจิตของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ | 4.57 | 0.62 | มากที่สุด |
| สถานที่จัดกิจกรรมมีความเหมาะสม | 4.67 | 0.60 | มากที่สุด |
| สื่อที่ใช้ในการจัดกิจกรรม เช่น แผ่นป้ายกิจกรรม คลิป วิดีโอ มีความเหมาะสม | 4.72 | 0.50 | มากที่สุด |
| รวม | 4.76 | 0.30 | มากที่สุด |

จากตาราง พบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการ “รณรงค์สื่อสารการตลาดเพื่อสังคม” ประจำปีการศึกษา 2564 พบว่าพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.76 เมื่อพิจารณา โดยละเอียด พบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการฯ พึงพอใจในประเด็นด้านความคิดเห็นต่อกิจกรรม ในเรื่อง สามารถนำความรู้ที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมไปใช้ประโยชน์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.91 รองลงมา คือ เนื้อหาของกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของสมาชิกในชุมชน ที่ค่าเฉลี่ย 4.89 และมีการประชาสัมพันธ์ในชุมชนล่วงหน้าเกี่ยวกับกิจกรรม ที่ค่าเฉลี่ย 4.83 ตามลำดับ