

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ยุคของเทคโนโลยีข่าวสารในปัจจุบัน เป็นที่ยอมรับกันดีว่าสื่อได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ออกสู่ประชาชนในวงกว้าง เพราะสื่อเป็นหนทางหรือวิถีทางในการนำข่าวสารที่ต้องการประชาสัมพันธ์จากผู้ส่งไปสู่ผู้รับ โดยสื่อที่ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นมีอยู่มากมายหลากหลายประเภท อันเป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนาด้านเทคโนโลยีของโลก จะเห็นได้ว่าสื่อในรูปแบบต่าง ๆ นั้น ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของประชาชนมากยิ่งขึ้น การรับรู้ข่าวสารของประชาชนเป็นไปอย่างเสรีและมีทางเลือกมากมายโดยอาศัยสื่อเป็นตัวกลางในการถ่ายทอด ไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชนและอื่น ๆ ได้ถูกเลือกและนำมาเป็นเครื่องมือสำคัญในการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันนั่นเอง

จากการที่สื่อนั้นมีบทบาทและหน้าที่ในการให้ข่าวสารความรู้ ให้การศึกษา เป็นตัวกลางที่จะแสดงออกและถ่ายทอดความนึกคิด ศิลปวิทยาการต่าง ๆ บทบาทด้านจิตวิทยาสังคม คือช่วยสร้างความผูกพันของคนในสังคม ให้สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างเข้าใจกัน ด้านงานเผยแพร่นั้น สื่อก็มีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายด้วยเช่นกัน เพราะสื่อเป็นตัวกลางที่เป็นสิ่งเร้าไปสู่ผู้รับสาร ทำให้เกิดความตื่นตัว เกิดความสนใจ ซึ่งทำให้เกิดความคิด เร่งให้เกิดการตอบสนองและอื่น ๆ ดังนั้น ผู้ส่งสารจำเป็นจะต้องเลือกสื่อหรือช่องทางที่ผ่านเนื้อหา เพื่อสร้างการตอบสนองตามจุดมุ่งหมายที่ต้องการ ซึ่งสื่อทุกประเภทต่างก็มีคุณสมบัติ จุดเด่นจุดด้อยในการใช้งานแตกต่างกันไป

การเลือกใช้สื่อเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพเต็มที่และถูกต้องตามวัตถุประสงค์ของงานจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะหน่วยงานมีความจำเป็นที่จะต้องพึ่งพาอาศัยสื่อในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย การประชาสัมพันธ์เป็นงานเชิงสร้างสรรค์ สร้างความประทับใจและภาพพจน์ที่ดีไปสู่กลุ่มประชาชน เป็นบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนได้รับทราบ ช่วยให้เกิดความรู้ความเข้าใจในหน่วยงาน นโยบาย วัตถุประสงค์ ผลงานที่ผ่านมา ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์นั้น ก็เพื่อเผยแพร่ชื่อเสียงของหน่วยงานให้เป็นที่รู้จักแก่สาธารณชน เพื่อเสนอ

บริการใหม่ที่มีขึ้นเพื่อสนองความต้องการของประชาชน เผยแพร่ความรู้และให้การศึกษา แสดงผลงานที่หน่วยงานนั้น ๆ ได้ดำเนินมาโดยตลอดจากอดีตสู่ปัจจุบัน การสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของสังคมและชุมชน รวมถึงช่วยสร้างและปรับปรุงสัมพันธภาพระหว่างหน่วยงานกับประชาชน ให้ดียิ่งขึ้น การประชาสัมพันธ์จึงเป็นวิธีการที่สถาบัน องค์กร หรือหน่วยงานทั้งในระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับท้องถิ่น นำเอามาใช้เพื่อประโยชน์ของตนและเพื่อความก้าวหน้าของสถาบัน ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชื่อเสียงและภาพพจน์ขององค์กร ซึ่งทุกองค์กรได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก (วิจิตร, 2541)

ดังนั้น หน่วยงานควรจะต้องเข้าใจกลไกการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม เนื่องจากว่าสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นมีด้วยกันหลายประเภท จำเป็นต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของกลุ่มเป้าหมายว่า ผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายเป็นใคร เป็นผู้ที่ชอบใช้สื่อใดเป็นส่วนใหญ่ ก็ควรใช้สื่อนั้นเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ แต่มีได้หมายความว่าต้องยึดอยู่กับการใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง เพียงสื่อเดียว สามารถใช้สื่อชนิดอื่นประกอบไปด้วยก็ได้ เช่น การใช้วิทยุกับการสื่อสารระหว่างบุคคล โทรทัศน์กับการสื่อสารระหว่างบุคคล หรือสื่อสิ่งพิมพ์และวิทยุกระจายเสียง เป็นต้น เพราะสื่อแต่ละชนิดมีขีดความสามารถที่แตกต่างกันและเฉพาะตัว เช่น สื่อมวลชนสามารถกระจายข่าวสารได้รวดเร็ว ในขณะที่สื่อบุคคลไปได้ช้ากว่าแต่สื่อบุคคลมีอิทธิพลมากกว่าต่อการตัดสินใจ วิทยุสามารถกระจายเสียงได้ไกลกว่าและกว้างกว่า ส่วนด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ช่วยในการบันทึกข้อมูล และเหตุการณ์เรื่องราวได้เป็นอย่างดี การใช้สื่อผสมจึงเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนการใช้สื่อแต่ละสื่อให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ด้วยเหตุที่ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายที่องค์กรต้องการเข้าถึง มีความแตกต่างกันหลายด้าน ได้แก่ ระดับการศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ อายุ เพศ สถานภาพทางสังคม สถานภาพพื้นที่อยู่อาศัย ทางภูมิศาสตร์ เชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม ความสนใจร่วมกัน สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องเหมาะสม เพราะการเลือกใช้นั้น จะต้องใช้อย่างมีจุดมุ่งหมายมีวัตถุประสงค์คือ เมื่อใช้แล้วต้องให้เกิดผลทางบวก ได้รับการสนับสนุน หรือเสริมสร้างวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ (วิจิตร, 2534)

นอกจากนี้ วิชา (2544: 7) ยังได้กล่าวว่า ไม่มีสื่อประเภทใดที่เหมาะสมที่สุดกับทุกสถานการณ์ สื่อทุกประเภทมีคุณสมบัติเฉพาะของตนเอง ข้อสำคัญคือผู้ใช้จะต้องพยายามค้นหาประโยชน์จากข้อดีของสื่อแต่ละชนิด

เนื่องจากเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เป็นหน่วยงานที่ได้ก่อตั้งขึ้นเพื่อรองรับภารกิจในการให้บริการวิชาการแก่สังคม ปรับปรุง ถ่ายทอดและพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสม มีบทบาทหน้าที่เสมือนเป็นศูนย์กลางในการบริการทางวิชาการทั้งภายในและภายนอก ทั้งภาครัฐและเอกชน และภารกิจส่วนหนึ่งที่ได้ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องก็คือ การบริการทางวิชาการด้วยการจัดฝึกอบรมหลากหลายหลักสูตรให้กับบุคคลภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ตลอดจนผู้สนใจทั่วไป

จากการดำเนินกิจกรรมของเทคโนโลยีสุรนารี ที่ผ่านมาถึงปัจจุบัน ได้มีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหลายรูปแบบ ทั้งนี้เพราะสื่อแต่ละประเภทมีศักยภาพ ข้อดีและข้อจำกัดในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แตกต่างกันไป การเลือกใช้สื่อจำเป็นต้องพิจารณาให้รอบคอบ ไม่เช่นนั้นจะไม่ได้รับผลประโยชน์ที่แท้จริง หากศึกษาหรือเข้าใจสภาพการณ์ในทางปฏิบัติของสื่อแต่ละประเภทแล้ว ก็จะสามารถบรรลุเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์ได้ ในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงานไปยังกลุ่มเป้าหมายและผู้สนใจทั่วไป จึงเห็นความสำคัญและต้องการศึกษาว่า สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของเทคโนโลยีสุรนารีประเภทใดชนิดใดที่มีประสิทธิภาพ เป็นสื่อที่ได้รับความพึงพอใจ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร ได้รับประโยชน์และให้ความสนใจ เพื่อนำผลที่ได้มาเป็นข้อมูลในการวางแผนการจัดทำสื่อ การเลือกใช้สื่อ และปรับปรุงสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์เหล่านั้นให้ดียิ่งขึ้น เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงานต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจและการรับรู้ของผู้เข้าอบรมต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของเทคโนโลยีสุรนารี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงความพึงพอใจและการรับรู้ของผู้เข้าอบรมต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของเทคโนโลยีสุรนารี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
2. ผลที่ได้จากการวิจัยนำมาเป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนาสื่อ และเลือกใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของเทคโนโลยีสุรนารี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และบรรลุวัตถุประสงค์ได้

ขอบเขตของการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดดังนี้ คือ

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้เข้าอบรมหลักสูตรต่าง ๆ ของเทคโนโลยีสุรนารี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ระหว่างเดือนมกราคม 2548 – เดือนมีนาคม 2549 โดยจำแนกตามกลุ่มอาชีพ
2. สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของเทคโนโลยีสุรนารี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ซึ่งเป็นสื่อที่ใช้อยู่ และนำมาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (สวนิต, 2526: 61, ณรงค์, 2530: 43, 51 และ นภาพรณ, 2527: 187-193) สรุปเป็นกรอบแนวคิด โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้
 1. สื่อบุคคล ได้แก่ การสื่อสารด้วยบุคคลโดยการใช้คำพูดเป็นหลัก ทั้งแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น การพบปะ การพูดคุย การสนทนา การบรรยาย การประชุม การสัมมนา การกล่าวสุนทรพจน์ การชี้แจง การอธิบาย การบอกกล่าวเล่าเรื่อง การขอร้อง การพูดโน้มน้าวใจ
 2. สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ จดหมาย แผ่นพับ ใบปลิว วารสาร ป้ายประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์
 3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ วิดิทัศน์ วิทยุกระจายเสียง อินเทอร์เน็ต

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง การให้ระดับคุณค่าต่อสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์และความน่าสนใจ ด้านอรรถประโยชน์ และด้านความสะดวกในการได้รับข่าวสาร

การรับรู้ หมายถึง การรู้ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมหรือเหตุการณ์ ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ผู้เข้าอบรม หมายถึง ผู้ที่ผ่านการอบรมหลักสูตรต่าง ๆ ที่จัดขึ้นโดยเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

สื่อ หมายถึง วัสดุ อุปกรณ์และวิธีการในการสื่อสาร เผยแพร่ ถ่ายทอดความรู้ เนื้อหาสาระ ซึ่งในที่นี้ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดต่อ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไป โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

เทคโนโลยี หมายถึง หน่วยงานหนึ่งของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา ที่มีภารกิจ บทบาทหน้าที่ในการให้บริการทางวิชาการสู่สังคม ปรับปรุง เปลี่ยน ถ่ายทอดและพัฒนา เทคโนโลยีที่เหมาะสม ได้แก่ การจัดฝึกอบรม สัมมนา การให้บริการคำปรึกษาด้านวิชาการ ฯลฯ ให้กับหน่วยงานภายในและภายนอก ตลอดจนบุคคลทั่วไป

มทส หมายถึง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เป็นมหาวิทยาลัยของรัฐที่ไม่เป็นส่วนราชการ ตั้งอยู่ที่ตำบลสุรนารี อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา