

แนวทางการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ภายในคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Guideline to Improve the Public Relations Media for Faculty of Dentistry, KhonKaen University

ประทุมมา ทาแดง^{1*} ทญิง โพธิสุวรรณ¹ และ ณัฐพงษ์ กันตรัง²
Pratumma Tadang^{1*}, Ying Potisuwan¹ and Nutthapong Kantrong²

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของบุคลากรและนักศึกษาคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ คือ คณาจารย์ นักศึกษา คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ในรอบปีงบประมาณ 2556 จำนวนทั้งสิ้น 250 คน ประกอบด้วย บุคลากรสายผู้สอน จำนวน 28 คน บุคลากรสายสนับสนุน จำนวน 58 คน และนักศึกษา คณะทันตแพทยศาสตร์ จำนวน 164 คน มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 206 ชุด คิดเป็นร้อยละ 82.40 ซึ่งข้อมูลที่ได้นำไปวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูปวิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวนร้อยละ ผลจากการศึกษาแนวทางในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของบุคลากร และนักศึกษาคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าควรปรับปรุงเสียงตามสายมากที่สุดร้อยละ 20.9 สิ่งที่ต้องการให้สื่อทางเสียงตามสายปรับปรุงมากที่สุด คือ จุดรับฟังเสียง รวมไปถึงความดังของแต่ละจุดสม่ำเสมอ มีเวลาออกอากาศที่ชัดเจน มีการประกาศเสียงตามสายข่าวล่วงหน้าก่อนวันงาน รองลงมา คือ ปรับปรุงสื่อทางเว็บไซต์มากที่สุด ร้อยละ 19.90 โดยสิ่งที่ต้องการให้เว็บไซต์ปรับปรุงมากที่สุด คือ ให้มีภาพประกอบ ความละเอียดของเนื้อหา ความน่าสนใจ ความสวยงามทันสมัย และความรู้ด้านทันตสุขศึกษา สำหรับประชาชนทั่วไป ในส่วนของบอร์ดประชาสัมพันธ์ สิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุงมากที่สุดร้อยละ 16.50 ต้องการให้บอร์ดประชาสัมพันธ์ปรับปรุงมากที่สุด คือ ความรวดเร็วของข่าว พัฒนาตัวบอร์ดที่ติดให้สวยงามทันสมัย วารสารทันตภัณฑุรักษ์ ร้อยละ 10.20 ต้องการให้ปรับปรุงมากที่สุด คือ ความน่าสนใจของเนื้อหา ปรับรูปแบบวารสารให้มีสีสัน เพิ่มมุมสาระน่ารู้ มุมผ่อนคลาย มีภาพประกอบมากขึ้น

คำสำคัญ: สื่อประชาสัมพันธ์ คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Abstract

The research article aimed to determine potential factors needed to improve with respect to effective internal public relation within Dentistry Faculty, KhonKaen University. The total number of research sample was 250 of which 28 of them were lecturers, 58 were staffs and 164 were students within the faculty. Participants were asked to complete a questionnaire and the responding rate was 82.4% (i.e. 206 respondents). The questionnaire consisted of questions regarding the opinions toward the public relation specifically the use of channels, website, Kallaprapruk dental journal, broadcast and public relation boards. Statistical analysis of raw data showed that 20.29% of the respondents though broadcasting should receive the

¹ หน่วยประชาสัมพันธ์ คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ขอนแก่น 40002

² สาขาวิชาทันตกรรมบูรณะ คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ขอนแก่น 40002

¹ Division of Public Relations and Community Relations, Faculty of Dentistry, KhonKaen University, KhonKaen 40002

² Restorative Dentistry, Faculty of Dentistry, KhonKaen University, KhonKaen 40002

*Corresponding author: e-mail: pratad@kku.ac.th

Received: 17 January 2019, Revised: 3 March 2019, Accepted: 15 March 2019, Published: 29 April 2019

most improvement, followed by website (19.90%), public relation boards (16.50%) and Kallaprapruk dental journal (10.20%). As for broadcast, consistency of loudness across different locations, time of broadcastings and the information of internal events prior to the actual dates were areas needed to improve. For the website, the inclusion of pictures, detailed and useful contents and website modernization were key areas of improvement. Areas needed to improve for the internal public relation boards were decorations and publications of up-to-date news. Lastly, for Kallaprapruk dental journal, respondents suggested the use of colors, the vividness of the journal format and the inclusion of interesting contents to attract readers' attention. The outcomes of this research will help the faculty to improve the internal public relation more effectively, given that areas of improvement have been empirically identified, which later increase the effectiveness of organizational functions to achieve its organizational objectives.

Keywords: media relations, Faculty of Dentistry, KhonKaen University

บทนำ

สังคมปัจจุบันมีความกว้างขวางและมีความสลับซับซ้อน ด้วยจำนวนของประชากรที่มีเพิ่มมากขึ้น การสื่อสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อความเป็นสังคม เนื่องจากมนุษย์ต้องการเป็นส่วนหนึ่งในสังคมและการสื่อสารก็เป็นเครื่องมือสำหรับการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลต่างๆ ในสังคม การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญประการหนึ่งของคนในสังคม เพราะทุกคนจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือช่วยในการติดต่อเพื่อให้อยู่ร่วมกันได้ (วิรัช, 2552) การประชาสัมพันธ์เป็นกระบวนการสื่อสารรูปแบบหนึ่งซึ่งช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างองค์การที่ทำการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นทั้งสมาชิกภายในองค์การและที่เป็นประชาชนภายนอกองค์การ เพื่อตอบสนองความต้องการขององค์การและเพื่อประโยชน์ของกลุ่มเป้าหมายที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์การนั้นๆ ด้วย (ลักษณะ, 2542) การประชาสัมพันธ์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความสัมพันธ์ เป็นงานที่มีขอบเขตที่กว้าง สามารถสื่อสารได้หลายมิติ และเป็นการสื่อสารรอบด้าน ลักษณะเด่นของงานประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์การและแสดงถึงความเป็นผู้นำที่เกิดขึ้นกับองค์การ ทั้งนี้องค์การต่างๆ ให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ทั้งภายในองค์การเพื่อมุ่งหวังให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ และการประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์การเพื่อสร้างคุณค่าให้กับองค์การ (เอกนถน, 2555)

ในการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ อาจกระทำได้หลายวิธี สื่อประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสื่อสารที่เป็นตัวกลางในการนำข่าวสารต่างๆ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักและมีทัศนคติที่ดีต่อองค์การมากยิ่งขึ้น องค์การจึงต้องให้ความสำคัญกับสื่อประชาสัมพันธ์ เพราะถ้าองค์การไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์หรือเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแล้ว ก็จะส่งผลให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์การไม่ประสบผลสำเร็จ (อรุณรัตน์, 2553) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของหน้า (วรชัย, 2555 และอรองค์, 2555) ได้กล่าวตรงกันว่า การเลือกใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพจะส่งผลต่อการสื่อสารในองค์การ การเลือกสื่อที่มีความเหมาะสมจะทำให้เนื้อหาข่าวสารถูกเผยแพร่ยังกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและอายุที่แตกต่างกัน สื่อที่มีประสิทธิภาพจะมีความสำคัญต่อการสื่อสารในองค์การเป็นอย่างยิ่ง

ดังนั้นในการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์จึงเป็นกระบวนการที่สำคัญสำหรับการสื่อสารด้านการประชาสัมพันธ์ องค์การจะต้องใช้สื่อประชาสัมพันธ์นั้นๆ อย่างมีความมุ่งหมายหรือมีวัตถุประสงค์ นับว่าเป็นเสมือนหัวใจของการประชาสัมพันธ์เลยทีเดียว และด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันช่วยให้มีสื่อใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมาย เป็นการอำนวยความสะดวก รวดเร็ว และทันสมัยให้แก่การสื่อสารประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน เว็บ 2.0 ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระดับโลกทัศนในการสื่อสาร (วรชัย, 2555) สื่อออนไลน์ยังช่วยให้สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ตลอดเวลา ข้อมูลข่าวสารที่เป็นสาระความรู้ต่าง ๆ จากทั่วทุกมุมโลกอยู่ใกล้

เพียงปลายนิ้วสัมผัส จึงนับได้ว่าปัจจุบันนี้เป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสารอย่างแท้จริงกลายเป็นโลกที่ไร้พรมแดน เปิดโอกาสให้มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์ขึ้นในพื้นที่ใหม่ๆ อย่างน่าสนใจ รวมทั้งการสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้ามวัฒนธรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมของชาติอื่นๆ ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น (วิรัช, 2552)

การบริหารงานในยุคปัจจุบัน การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารอัน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์นโยบายภารกิจของคณะให้แก่บุคลากร นักศึกษา และผู้รับบริการให้เข้าใจในบทบาทหน้าที่ภารกิจ ทั้งด้านการเรียนการสอน การให้บริการด้านโรงพยาบาลทันตกรรม การบริการวิชาการ โครงการบริการต่างๆ และรวมถึงกิจกรรมของคณะทันตแพทยศาสตร์ มีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการเพื่อให้บุคลากรขององค์การได้รับข้อมูลข่าวสารที่เท่าเทียมกันและทั่วถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย อันจะนำไปสู่การสร้างความสำเร็จ สร้างความสัมพันธ์ของบุคลากรในองค์การ คณะทันตแพทยศาสตร์มีการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์หลายรูปแบบ ได้แก่ เว็บไซต์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ วารสารทันตภัณฑุช และเสียงตามสาย เพื่อใช้ในการสื่อสารให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย แต่ในช่วงที่ผ่านมา ยังไม่มีการดำเนินการประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ของคณะทันตแพทยศาสตร์ ดังนั้น เพื่อให้การประชาสัมพันธ์เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของคณะทันตแพทยศาสตร์ คณะผู้วิจัย จึงได้ทำการประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์คณะทันตแพทยศาสตร์ เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงสื่อและนำผลการศึกษาไปพัฒนางานด้านการประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ และบรรลุวัตถุประสงค์ของการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และเป็นแนวทางสำหรับผู้บริหาร นำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมของคณะทันตแพทยศาสตร์ต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาถึงแนวทางในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ภายในคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และนำมาปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ใช้แบบสอบถาม ความคิดเห็นต่อการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของคณะทันตแพทยศาสตร์ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 2 ระดับ ได้แก่ เหมาะสม ไม่เหมาะสม โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายโดยการสุ่มแบบง่าย จำนวน 250 คน ได้แก่ บุคลากรสายผู้สอน 28 คน บุคลากรสายสนับสนุน 58 คน และนักศึกษาทันตแพทย์จำนวน 164 คน ซึ่งมีผู้ตอบกลับแบบสอบถาม จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 82.40

การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือได้ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญตรวจสอบ จำนวน 3 ท่าน และหลังจากการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิแล้วผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาปรับปรุงให้มีความเหมาะสมตามคำแนะนำ และนำเครื่องมือที่ผ่านการวิเคราะห์ความตรงตามเนื้อหาไปทดลองใช้ (Try Out) ประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะใกล้เคียงกัน จำนวน 30 คน ได้ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ เท่ากับ 0.901

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยประสานงานกับเจ้าหน้าที่บริหารงานที่ประจำในภาควิชา และประสานงานกับหัวหน้างานในสำนักงานคณบดี ในส่วนของนักศึกษาจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผ่านสโมสรนักศึกษาคณะทันตแพทยศาสตร์

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS KKU เวอร์ชัน 19.0 ในส่วนของสถิติพรรณนา ได้แก่ จำนวน ค่าร้อยละ แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปตารางและการพรรณนา

ผลการวิจัย

ผลการศึกษา แนวทางการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ภายในคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า บุคลากรทุกกลุ่มเห็นว่า เว็บไซต์มีความเหมาะสมมากที่สุด คือ ร้อยละ 81.10 ส่วนความต้องการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ด้านต่างๆ เรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) ที่ต้องการปรับปรุงในสื่อเว็บไซต์มากที่สุด ได้แก่ ความน่าสนใจ ร้อยละ 15.5 รองลงมา ได้แก่ ภาพประกอบ ความสวยงาม ทันสมัยและความรู้ด้านทันตสุขภาพศึกษาสำหรับประชาชนทั่วไป ร้อยละ 9.9 2) ต้องการปรับปรุงในสื่อวารสารทันตกัลปพฤกษ์ คณะทันตแพทยศาสตร์ มากที่สุด ได้แก่ ความสนใจในเนื้อหา ทั้งคณาจารย์ และนักศึกษา มากถึงร้อยละ 11.5 รองลงมา ได้แก่ ปรับรูปแบบวารสารให้มีสีสัน เพิ่มมุมสาระน่ารู้ มุมผ่อนคลาย มีภาพประกอบมากขึ้น 3) สิ่งที่ต้องการให้บอร์ดประชาสัมพันธ์ปรับปรุงมากที่สุด คือ ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ร้อยละ 18.5 รองลงมา ได้แก่ รูปแบบของบอร์ด เนื้อหาของข่าว และขนาดตัวอักษร 4) สิ่งที่ต้องการให้สื่อทางเสียงตามสายปรับปรุงมากที่สุด ได้แก่ จุดรับฟังเสียง ร้อยละ 21.0 รองลงมาคือความดังของเสียงแต่ละจุดสม่ำเสมอ ร้อยละ 19.9 มีเวลาออกอากาศที่ชัดเจน มีการประกาศเสียงตามสายข่าวทันเหตุการณ์ล่วงหน้าก่อนวันงาน ร้อยละ 8.9 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 1 ถึง 5 ดังนี้

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นด้านการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์จำแนกตามกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่ม	จำนวนความคิดเห็นควรปรับปรุง (ร้อยละ)			
	ประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในคณะทันตแพทยศาสตร์			
	เว็บไซต์	วารสาร	บอร์ดประชาสัมพันธ์	เสียงตามสาย
บุคลากรสายผู้สอน	2 (13.3)	2 (13.3)	0 (0)	1 (6.7)
บุคลากรสายสนับสนุน	5 (17.2)	3 (10.0)	3 (10.0)	4 (13.8)
นักศึกษาทันตแพทย์	34 (22.8)	16 (9.9)	31 (19.3)	38 (24.7)

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละส่วนที่ต้องการปรับปรุงในสื่อเว็บไซต์ คณะทันตแพทยศาสตร์

กลุ่ม	จำนวนความคิดเห็นควรปรับปรุง (ร้อยละ)							ไม่แสดงความคิดเห็น
	ความคิดเห็นด้านการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์							
	ขนาดเว็บไซต์	สีตัวอักษร	ภาพประกอบ	เสียงประกอบ	ปริมาณเนื้อหา	ความน่าสนใจ		
คณาจารย์	0 (0)	0 (0)	2 (13.3)	2 (13.3)	1 (6.7)	0 (0)	25 (83.3)	
บุคลากร	0 (0)	2 (6.7)	3 (10.0)	1 (3.3)	3 (10.0)	2 (6.7)	4 (26.6)	
นักศึกษา	5 (3.1)	7 (4.3)	16 (9.9)	2 (1.2)	16 (9.9)	25 (15.5)	90 (55.9)	

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละส่วนที่ต้องการปรับปรุงในสื่อวารสารทันตกัลปพฤกษ์

กลุ่ม	จำนวนความคิดเห็นควรปรับปรุง (ร้อยละ)									
	ความคิดเห็นด้านการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ทางวารสารทันตกัลปพฤกษ์									
	ขนาดเล่ม	สีอักษร	สีเล่ม	จัดรูปเล่ม	หน้าปก	เวลาออก	ภาพประกอบ	จำนวนหน้า	ปริมาณ	ความน่าสนใจ
คณาจารย์	3 (1.5)	7 (3.4)	8 (3.9)	3 (1.5)	3 (1.5)	1 (0.5)	6 (2.9)	0 (0)	2 (1.0)	11 (5.3)
บุคลากร	1 (3.3)	2 (6.7)	3 (10.0)	1 (3.3)	1 (3.3)	0 (0)	2 (6.7)	0 (0)	1 (3.3)	1 (3.3)
นักศึกษา	1 (0.6)	4 (2.5)	4 (2.5)	2 (1.2)	2 (1.2)	1 (0.6)	4 (2.5)	0 (0.0)	1 (0.6)	10 (6.2)

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละส่วนที่ต้องการปรับปรุงในสื่อบอร์ดประชาสัมพันธ์

กลุ่ม	จำนวนความคิดเห็นควรปรับปรุง (ร้อยละ)					
	ความคิดเห็นด้านการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ทางบอร์ด					
	รูปแบบ	เนื้อหาข่าว	ขนาดตัวอักษร	สีอักษร	สีกระดาษ	ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์
คณาจารย์	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
บุคลากร	3 (10.0)	1 (3.3)	0 (0)	0 (0)	1 (3.3)	2 (6.7)
นักศึกษา	13 (8.1)	14 (8.7)	7 (4.3)	2 (1.2)	3 (1.9)	19 (11.8)

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละส่วนที่ต้องการปรับปรุงในสื่อเสียงตามสาย

กลุ่ม	จำนวนความคิดเห็นควรปรับปรุง (ร้อยละ)						
	ความคิดเห็นด้านการปรับปรุงสื่อเสียงตามสาย						
	ความดัง	เนื้อหา	จุดรับฟัง	ผู้จัดรายการ	รูปแบบรายการ	ทันเหตุการณ์	เวลาออกอากาศ
คณาจารย์	1 (3.3)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (3.3)	0 (0)
บุคลากร	2 (6.7)	0 (0)	2 (6.7)	1 (3.3)	0 (0)	1 (3.3)	0 (0)
นักศึกษา	16 (9.9)	10 (6.2)	23 (14.3)	4 (2.5)	11 (6.8)	9 (5.6)	10 (6.2)

สรุปผลการวิจัย

ผลการประเมินจากแบบสอบถามเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ทั้ง 4 ช่องทางได้แก่ ทางเว็บไซต์ ทางวารสารทันตภัณฑุญช์ ทางบอร์ดประชาสัมพันธ์ และทางเสียงตามสาย พบว่า

ความคิดเห็นในการปรับปรุงจำแนกตามกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มนักศึกษาทันตแพทย์ต้องการให้มีการปรับปรุงสื่อทั้ง 4 ช่องทางมากที่สุด เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ทางเสียงตามสาย (24.7%) ทางเว็บไซต์ (22.8%) ทางบอร์ดประชาสัมพันธ์ (19.3%) และทางวารสารทันตภัณฑุญช์ (9.9%)

การประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ พบว่า กลุ่มอาจารย์และบุคลากรต้องการให้มีการปรับปรุงด้านภาพประกอบและปริมาณเนื้อหามากที่สุด (10.0%) กลุ่มนักศึกษาทันตแพทย์ต้องการให้มีการปรับปรุงด้านความน่าสนใจของเว็บไซต์ มากที่สุด (15.5%) ยังมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงสื่อเว็บไซต์ ในประเด็นอื่นๆ อีก ได้แก่ ไอคอน น่าจะใช้สีแตกต่างกัน ปรับให้สวยงามทันสมัย น่าสนใจ และอยากให้เพิ่มเนื้อหาความรู้ทันตสุขภาพสำหรับประชาชนทั่วไป

วารสารทันตภัณฑุญช์ พบว่า กลุ่มอาจารย์และกลุ่มนักศึกษาทันตแพทย์ต้องการให้มีการปรับปรุงด้านความน่าสนใจของเนื้อหามากที่สุด (10.0 และ 6.2% ตามลำดับ) กลุ่มบุคลากรต้องการให้มีการปรับปรุงด้านสีภายในเล่มมากที่สุด (10.0%) ยังมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงสื่อ ได้แก่ ควรเพิ่มมุมสาระน่ารู้ มุมผ่อนคลายและอยากให้มีภาพ

บอร์ดประชาสัมพันธ์ พบว่า กลุ่มนักศึกษาทันตแพทย์ต้องการให้มีการปรับปรุงสื่อบอร์ดประชาสัมพันธ์ ด้านความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์มากที่สุด (11.8%) กลุ่มบุคลากรต้องการให้มีการปรับปรุงรูปแบบของบอร์ดให้สวยงามมากที่สุด (10.0%) ยังมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงบอร์ด ในประเด็นอื่นๆ อีก ได้แก่ แยกประเภทข่าวสาร นักศึกษา อาจารย์ บุคลากรปรับปรุงและพัฒนาบอร์ดให้ทันสมัย เปลี่ยนข่าวใหม่ๆ

เสียงตามสาย พบว่า กลุ่มนักศึกษาทันตแพทย์และกลุ่มบุคลากรต้องการให้มีการปรับปรุงสื่อเสียงตามสายด้านจุดรับฟังเสียงมากที่สุด (14.3 และ 6.7% ตามลำดับ) กลุ่มคณาจารย์ต้องการให้มีการปรับปรุงด้านความดังและความทันต่อเหตุการณ์มากที่สุด (6.7%) ยังมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงเสียงตามสาย ในประเด็นอื่นๆ อีก ได้แก่ ระบบเสียงไม่ทั่วถึงและจุดประกาศ ควรเปิดตอน 12.00 น. ไม่มีเวลาออกอากาศชัดเจนและบางกิจกรรมควรมีเสียงตามสายล่วงหน้าก่อนวันงาน

อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การการประชาสัมพันธ์ (Public relations หรือ PR) คือ การแจ้งข้อมูลข่าวสาร ข้อเท็จจริง การดำเนินงานด้านต่าง ๆ รวมทั้งการถ่ายทอดนโยบายขององค์กร ไปสู่ประชากรขององค์กรหรือกลุ่มบุคคลต่างๆ (ธิดา, 2542) สื่อการประชาสัมพันธ์มีหลายรูปแบบ เช่น การเล่าเรื่องราวที่เป็นเนื้อหา สาระ รูปภาพ สัญลักษณ์ หรือเครื่องหมาย อาจจะเป็นสื่อคำพูด สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น (นฤบล, 2534) ผนวกกับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และรุนแรง ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง คณะทันตแพทยศาสตร์จึงต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์นโยบาย ภารกิจของคณะให้แก่บุคลากร นักศึกษา และผู้รับบริการให้เข้าใจในบทบาทหน้าที่ภารกิจ ทั้งด้านการเรียนการสอน การให้บริการด้านโรงพยาบาลทันตกรรม การบริการวิชาการ โครงการบริการต่างๆ และรวมถึงกิจกรรมของคณะทันตแพทยศาสตร์ ซึ่งต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการบริหารราชการ แจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของคณะทันตแพทยศาสตร์ ไปสู่คณาจารย์ บุคลากร นักศึกษา ศิษย์เก่าและบุคคลทั่วไปทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยขอนแก่น ในรูปแบบต่างๆ ได้แก่

เว็บไซต์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ วารสารทันตภิณฑลพิษภัย เสียงตามสาย เพื่อให้การดำเนินงานของคณะทันตแพทยศาสตร์ บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์และทันต่อเหตุการณ์

การศึกษาแนวทางการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ ของคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ซึ่งประกอบด้วย การดำเนินการผ่านทางเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ ทางวารสารทันตภิณฑลพิษภัย ทางบอร์ดประชาสัมพันธ์ และทางเสียงตามสาย เป็นการศึกษาจากแบบสอบถามโดยมีกลุ่มตัวอย่างแยกออกเป็น บุคลากรสายผู้สอน บุคลากรสายสนับสนุน และนักศึกษาทันตแพทย์ จำนวน 250 ชุด จากการศึกษาก่อนหน้านี้ในกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน พบว่า การประชาสัมพันธ์ทั้ง 4 ช่องทางมีประสิทธิภาพน้อยในกลุ่มนักศึกษาทันตแพทย์ (ประทุมมา, 2557) สอดคล้องกับผลการศึกษาซึ่งพบว่า ผู้ที่แสดงความคิดเห็นในการพัฒนาปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด คือ กลุ่มนักศึกษาทันตแพทย์ ได้แก่ (1) ส่วนของเว็บไซต์และวารสารทันตภิณฑลพิษภัย อยากให้พัฒนาด้านความสนใจของเนื้อหามากที่สุด (2) ส่วนของบอร์ดประชาสัมพันธ์อยากให้มีการพัฒนาด้านความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์มากที่สุด (3) ส่วนของเสียงตามสาย อยากให้พัฒนาคุณภาพจุดรับฟังเสียงมากที่สุด คือ ให้ระดับความดังที่ทั่วถึง เหมาะสมชัดเจน ทั้งนี้การใช้เสียงตามสายน่าจะเป็นแนวทางในการสื่อสารระดับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งใช้งบลงทุนน้อยและเป็นสื่อเฉพาะกิจภายในท้องถิ่นที่สามารถตอบสนองความต้องการของหน่วยงานเฉพาะได้ดีกว่า (ทิไลพรรณ, 2533) ผลจากการศึกษานี้ได้นำมาใช้ในการปรับปรุงงานประชาสัมพันธ์ในองค์กร โดยหน่วยประชาสัมพันธ์ได้ปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มุ่งเพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษาทันตแพทย์ และเพิ่มสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งสื่อออนไลน์และวารสารให้มีความน่าสนใจและทันสมัยอยู่เสมอ

การศึกษาแนวทางการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ ภายในคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อสมาชิกในหน่วยงาน เพราะกลุ่มที่รับสารมีความแตกต่างกันทั้งคุณวุฒิ วิทยุ และสายงาน สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า ลักษณะของกลุ่มเป้าหมายมีผลต่อการรับรู้ข่าวสาร (ปัทมา, 2534) ดังนั้นผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาความเห็นของกลุ่มเป้าหมายหลายกลุ่มภายในคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น อันได้แก่ บุคลากรสายผู้สอน บุคลากรสายสนับสนุน และนักศึกษาทันตแพทย์ เพื่อหาแนวทางการปรับปรุงสื่อให้มีประสิทธิภาพต่อการสื่อสารเฉพาะกลุ่ม แม้ผลการศึกษาจะพบว่า ความเห็นในการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์มีความหลากหลาย แต่เมื่อนำมาวิเคราะห์ตามลำดับความถี่ ได้ข้อสรุปว่า สื่อทางเว็บไซต์ควรปรับปรุงมากที่สุด โดยควรให้มีภาพประกอบ ความละเอียดของเนื้อหา ความน่าสนใจ ความสวยงามทันสมัย และความรู้ด้านทันตศึกษาสำหรับประชาชนทั่วไปให้มากขึ้น ส่วนสื่อทางวารสารควรปรับปรุงมากโดยเพิ่มความน่าสนใจของเนื้อหา ปรับรูปแบบวารสารให้มีสีสัน เพิ่มมุมสาระน่ารู้ มุมผ่อนคลาย มีภาพประกอบให้มากขึ้น สื่อทางบอร์ดควรปรับปรุงมากที่สุดในด้านความรวดเร็วของข่าว พัฒนาตัวบอร์ดที่ติดตั้งให้สวยงาม ดึงดูดใจและทันสมัย สื่อทางเสียงตามสายควรปรับปรุงมากที่สุด คือ การเพิ่มจุดรับฟังเสียง รวมไปถึงความดังของแต่ละจุดสม่ำเสมอ มีเวลาออกอากาศที่ชัดเจน มีการเสียงตามสายข่าวล่วงหน้าก่อนวันงาน

จากการศึกษา พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ที่กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสาย โดยต้องการให้มีการปรับปรุงระบบเสียงตามสายมากที่สุด มีความเป็นไปได้ว่า ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรที่ประกอบด้วยกลุ่มเป้าหมายที่มีความแตกต่างกัน ประชากรอย่างมากมายมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่ง่ายและเข้าถึงได้ทุกกลุ่มเป้าหมายในเวลาอันจำกัด ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสายของคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่นจึงเป็นช่องทางที่สมาชิกของหน่วยงานมีความพึงพอใจและต้องการให้เกิดการปรับปรุงมากที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาเรื่องประสิทธิภาพของช่องทางการรับสื่อประชาสัมพันธ์คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่พบว่า สื่อเสียงตามสายมีความเหมาะสมต่อการใช้ในการสื่อสารภายในองค์กร (ประทุมมา, 2557) และยังเป็นช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มเป้าหมายพึงพอใจ (ธิดา, 2542) ข้อมูลจากการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า กลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้รับสารคือกลุ่มบุคคลสำคัญที่มีบทบาทในการกำหนดแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ข้อเสนอแนะต่างๆ ยังสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับหน่วยประชาสัมพันธ์ คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อพัฒนางานสื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดต่อการสื่อสารระดับองค์กรและตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในสถานการณ์โลกปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

1. คณะทันตแพทยศาสตร์ ควรปรับปรุงเนื้อหา ขนาด ตัวอักษร พร้อมทั้งภาพประกอบให้มีความทันสมัย และเป็นปัจจุบัน
2. คณะทันตแพทยศาสตร์ ควรจัดทำรูปเล่มวารสารทันตกลุ่บพฤษ์ ให้มีความน่าสนใจ เพิ่มเนื้อหาที่มีประโยชน์ มีลักษณะเข้าใจง่าย สีสันสวยงาม น่าสนใจ และเพิ่มจำนวนการผลิตวารสารให้มากขึ้น
3. คณะทันตแพทยศาสตร์ ควรจัดบอร์ดประชาสัมพันธ์ให้ทันต่อเหตุการณ์ รูปแบบสื่อที่จะติดบอร์ดประชาสัมพันธ์ควรมีสีสัน สวยงาม ตัวอักษรอ่านง่าย
4. คณะทันตแพทยศาสตร์ ควรปรับปรุงระบบเสียงตามสายของคณะฯ ระดับความดังของเสียงให้ทั่วถึง และมีเวลาออกอากาศในเวลา 12.00-13.00 น.
5. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา เรื่อง แนวทางการปรับปรุงสื่อประชาสัมพันธ์ภายในคณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ศึกษาเฉพาะความพึงพอใจของคณาจารย์ บุคลากรสายสนับสนุนและนักศึกษาบางกลุ่ม มิได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของศิษย์เก่า ผู้รับบริการ ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในคณะทันตแพทยศาสตร์ และสื่อประชาสัมพันธ์ภายนอกอันได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ โปสเตอร์และแผ่นพับต่าง ๆ จึงควรมีการศึกษาวิจัยให้ครอบคลุมทุกกลุ่มและทุกสื่อ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้บริหาร นำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมของคณะทันตแพทยศาสตร์ต่อไปในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ รศ.ดร.ทพ.จรินทร์ ปภังกรกิจ นักศึกษาทันตแพทย์เกศฎา ศรีคุณแสน นายกสมโสสร นักศึกษา ที่ให้คำปรึกษาและลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามและการสนับสนุนจากโครงการวิจัยสถาบันงบประมาณ 2556

เอกสารอ้างอิง

- ธิดา กัลยาณมิตร. 2542. ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- นฤมล โรหิตจันทร์. 2534. ศึกษาประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับโครงการ “รักเจ้าพระยากับตาวีเศษ” ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประทุมมา ทาแดง, หญิง โพธิ์สุวรรณ, สมพิศ นามเปื้อย 2557. ประสิทธิภาพของช่องทางทางารรับสื่อประชาสัมพันธ์คณะทันตแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. วารสารวิจัยสถาบัน มข. 2 (2) : หน้า 87-92.
- ปัทมา สุชนีย์. 2534. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทัศนคติต่อสำนักงานตรวจเงินแผ่นดินของเจ้าหน้าที่หน่วยรับตรวจเงินหน่วยราชการส่วนกลางและรัฐวิสาหกิจ. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พีเลวรรณ วรกิจโกศาทร. 2533. ประสิทธิภาพของเสียงตามสายที่มีต่อการรับฟังและการรับรู้ข่าวสารทางด้านสาธารณสุข: ศึกษาเฉพาะกรณีของประชากรในหมู่บ้าน ตำบลห้วยตะพาน อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ลักขณา สตะเวทิน. 2542. หลักการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เพ็องฟ้า พรินต์.
- วรชัญญ์ ครุจิต. 2555. คู่มือการประชาสัมพันธ์ยุคดิจิทัลของสมาคมการจัดการแห่งสหรัฐอเมริกา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. 2552. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤตและการบริหารภาวะวิกฤต. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี. 2555. พฤติกรรมและการสื่อสารในองค์กร. กรุงเทพฯ: วี.พรินต์.
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. 2553. สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอกนถุน บางท่าไม้. 2555. การใช้สื่อมวลชนและการประชาสัมพันธ์. เอกสารประกอบการสอนวิชา 468 447ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.