

การศึกษาระดับการรับรู้ข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร ระหว่างชุมชนและมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

The Study of News Perception Level and Channel for Communication between Community and Nakhon Si Thammarat Rajabhat University

เมธาวี แก้วสนิท*

Methawee Kaeosanit*

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาระดับการรับรู้ข่าวสารและช่องทางการสื่อสารระหว่างชุมชนและมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ข่าวสารจากมหาวิทยาลัยของชุมชนเพื่อศึกษาช่องทางการสื่อสารระหว่างชุมชนกับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช และเพื่อหาแนวทางสร้างช่องทางการสื่อสารระหว่างชุมชนกับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช โดยใช้แบบจำลองการสื่อสาร SMCR แนวคิดการสื่อสารชุมชน หลักการประชาสัมพันธ์ และแนวคิดมหาวิทยาลัยกับชุมชน ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบทบาทมหาวิทยาลัยราชภัฏต่อชุมชน และระดับการรับรู้ข่าวสารของชุมชนกับมหาวิทยาลัยราชภัฏมาเป็นกรอบในการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม สอบถามกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยใช้วิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งเป็นชาวบ้านทุกเพศ ทุกวัยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในหมู่ที่ 4, 6 และ 7 และหมู่บ้านอื่นๆ (หมู่ 2,3 และ 5) รวม 600 คน โดยผลการวิจัยในประเด็นการศึกษาระดับการรับรู้ข่าวจากมหาวิทยาลัยของชุมชน พบว่าจำนวนประชาชนที่รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยกับประชาชนที่ไม่ได้รับข่าวสาร มีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ ประชาชนที่เคยรับข่าวสารจำนวน 295 คน หรือร้อยละ 50.8 และกลุ่มที่ไม่เคยรับข่าวสาร จำนวน 275 คน หรือร้อยละ 47.3

สำหรับความถี่ที่ผู้รับข่าวสารของมหาวิทยาลัยรับสารมากที่สุด คือ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งใกล้เคียงกับประชาชนที่รับข่าวสาร 2 ครั้งต่อสัปดาห์ คือ 69 คน (ร้อยละ 23.3) และ 65 คน (ร้อยละ 22) ตามลำดับ

ประชาชนรับข่าวสารประเภทการเรียนการสอนและนักศึกษามากที่สุด คือ 95 คน (ร้อยละ 32.2) ต่อมาคือ กิจกรรมบริการวิชาการชุมชนกับข่าวการจัดกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรมในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ 89 คน (ร้อยละ 30.2) และ 88 คน (ร้อยละ 29.8) ตามลำดับ

ในประเด็นการศึกษาช่องทางการสื่อสารระหว่างชุมชนกับมหาวิทยาลัย พบว่า ช่องทางการสื่อสารที่ประชาชนรับรู้ข่าวสารของมหาวิทยาลัย เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ป้าย สื่อบุคคล วิทยู สื่อออนไลน์ หนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และโทรทัศน์ และเห็นว่าเนื้อหาของข่าวสารที่ได้รับนั้น มีความชัดเจนและความสมบูรณ์ของเนื้อหาในระดับดี มากที่สุด

* อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
e-mail: keaosanit@hotmail.com

อย่างไรก็ตาม ประชาชนแสดงความต้องการการรับข่าวสารของมหาวิทยาลัย จากสื่อวิทยุมากที่สุด รองลงมา คือ สื่อโทรทัศน์ ป้าย สื่อบุคคล สื่อออนไลน์ หนังสือพิมพ์ และรถแห่ ตามลำดับ และในทัศนะของประชาชนเสนอว่า ควรมีการประชาสัมพันธ์มากขึ้นและต่อเนื่อง โดยใช้สื่อที่หลากหลาย และในแต่ละสื่อควรเผยแพร่เป็นประจำ นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยควรประสานความร่วมมือกับผู้นำชุมชนสร้างกิจกรรมในชุมชน รวมทั้งการให้นักศึกษามาใช้เป็นแหล่งเรียนรู้ และช่วยพัฒนาชุมชนด้วย ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะแนวทางการวางแผนการสร้างช่องทางการสื่อสารระหว่างชุมชนกับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราชต่อไป

คำสำคัญ : การรับรู้ข่าวสาร, ช่องทางการสื่อสาร, การสื่อสารชุมชน

Abstract

The study of news perception level and channel for communication between community and Nakhon Si Thammarat Rajabhat University aimed to study the news perception level, channel for communication between community and university and to find the way to communicate between community and university. The researcher employed SMCR Communication Model, Community Communication Concept, Public Relations Concept and Community-University Engagement, also previous research which is related to Rajabhat University toward community and news perception level of community toward Rajabhat University as a frame to conduct this research.

The researcher selected quantitative research methodology. Questionnaires were used to collect the data with non-probability sampling (Accidental sampling). The villagers both male and female and all ages who live in Moo 4, 6 and 7 and others (Moo 2, 3 and 5) in total 600 samples. The research result revealed that people who received the news from the university and did not receive were at the similar numbers; 295 samples (50.8%) received and 275 samples (47.3%) did not receive the news from the university.

The frequency of news perception, most samples received the news once a week which is similar number with those who received the news twice a week: 69 samples (23.3%) and 65 samples (22%) respectively.

The samples received news mostly on teaching and students issue which are 95 samples (32.2%). The academic news and cultural activities were followed in similar numbers: 89 samples (30.2%) and 88 samples (29.8%) respectively.

Communication channel which samples perceived university's news sorted in descending order as banner, personal media, radio, online media, newspaper, printed media and television. However, the samples wanted to receive university's news from radio as the first source, television, banner, personal media, online media, newspaper and car

with loudspeaker respectively. Furthermore, the samples' attitude suggested that the public relations should promote the news more and continuously through a variety of media. In addition, the university should coordinate with community leaders to create activities that can help students learn and develop community as well.

Keywords : New perception, Channel for Communication and Community Communication

บทนำ

บทบาทของสถาบันการศึกษามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อชุมชน โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาขนาดใหญ่อย่างมหาวิทยาลัยนั้น ย่อมมีความผูกพันกับชุมชนโดยรอบ เพราะนอกจากจะเป็นแหล่งการเรียนรู้ ความรู้ ผลิตบัณฑิตเพื่อขับเคลื่อนชุมชนให้เกิดการพัฒนาต่อไปแล้วยังเป็นแหล่งการศึกษาวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้และนำไปประยุกต์ใช้แก้ปัญหา สร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชน นอกจากนี้ ยังเป็นแหล่งบริการวิชาการในการเพิ่มเติมสิ่งที่ขาดแก่ชุมชน ตลอดจนเป็นแหล่งช่วยทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นให้สูญสลาย และพร้อมที่จะถ่ายทอดแก่รุ่นลูก รุ่นหลานต่อไป

Parsons (Perry & Wiewel, 2005) ชี้ให้เห็นว่ามหาวิทยาลัยเป็นแหล่งความรู้และภูมิปัญญาที่สำคัญ ยิ่งไปกว่านั้นยังเป็นศูนย์กลางของวัฒนธรรม และบทบาทของมหาวิทยาลัยยังทำให้สังคมมีอารยธรรม เช่นเดียวกับ Wallis

(2006) ที่อธิบายว่า การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนและมหาวิทยาลัยมีข้อดี ได้แก่ ประโยชน์ทางการเรียนการสอน การเพิ่มโอกาสและประสบการณ์ทางการเรียนของนักศึกษา การขยายตัวของเครือข่ายการวิจัย และงบประมาณสนับสนุนที่เพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม บทบาทของมหาวิทยาลัยของไทยในปัจจุบันนั้น พบว่า ยังขาดการสร้างช่องทางในการติดต่อสื่อสารของทั้งสององค์กร โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยในกลุ่มราชภัฏนั้น พบปัญหาการสื่อสารที่มีผลต่อการสื่อสารกับชุมชนหลายประเด็น เช่น การขาดการสื่อสารซึ่งกันและกันอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ผู้นำองค์กรไม่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารกับชุมชน ฯลฯ การสร้างแนวทางการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมให้มีประสิทธิภาพนั้น เป็นสิ่งสำคัญของมหาวิทยาลัย เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนในชุมชนสามารถสะท้อนความต้องการของพวกเขา มหาวิทยาลัยจะได้เข้าไปช่วยเหลือและแก้ปัญหาในชุมชนได้

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ถือเป็นมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคใต้ 1 ใน 5 แห่งที่มีวิสัยทัศน์เพื่อพัฒนาท้องถิ่น ทั้งด้านการเรียน การสอน การวิจัยและบริการวิชาการเพื่อท้องถิ่น และการทำนุศิลปวัฒนธรรม ดังนั้น มหาวิทยาลัยจะต้องเข้าถึงชุมชน จะต้องสร้างช่องทางการติดต่อสื่อสารกับชุมชนโดยรอบอย่างใกล้ชิด เพื่อให้ข่าวสารของมหาวิทยาลัยไหลผ่านไปยังชุมชน ซึ่งนอกจากจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยแล้ว ยังเป็นการบริการชุมชน และช่วยพัฒนาชุมชนอีกด้วย

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาระดับการรับรู้ข่าวสารจากมหาวิทยาลัยของชุมชนโดยรอบมหาวิทยาลัย และช่องทางการสื่อสารระหว่างชุมชนกับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดผลสะท้อนกลับไปยังมหาวิทยาลัย เกิดการพัฒนา การปรับเปลี่ยน ปรับปรุงให้มีช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เข้าถึงการรับรู้ของชุมชนในระดับสูง เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกันอย่างแนบแน่นให้สมกับวิสัยทัศน์และจุดมุ่งหมายของการก่อตั้งมหาวิทยาลัยราชภัฏ นั่นคือ การเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่นสืบไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ข่าวสารจากมหาวิทยาลัยของชุมชน
- 2) เพื่อศึกษาช่องทางการสื่อสารระหว่างชุมชนกับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
- 3) เพื่อหาแนวทางสร้างช่องทางการสื่อสารระหว่างชุมชนกับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ประชาชนในหมู่ที่ 4, 6 และ 7 เนื่องจากมีประชากรหนาแน่นและมีอาณาเขตติดต่อกับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช รวม 600 คน อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างอาจจะมาจากหมู่บ้านอื่น ๆ (หมู่ที่ 2, 3, และ 5) นอกเหนือจากที่กำหนดไว้ได้

ขอบเขตเนื้อหาการวิจัย ผู้วิจัยต้องการประเมินระดับการรับรู้ข่าวสารของมหาวิทยาลัยในมุมมองของประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นการศึกษาการสื่อสารทางเดียว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) มหาวิทยาลัยรับทราบระดับการรับรู้ข่าวสารจากมหาวิทยาลัยของชุมชน เพื่อหาแนวทางพัฒนา ปรับเปลี่ยนวิธีการสื่อสาร เพื่อสร้างระดับการรับรู้ข่าวสารของชุมชนให้อยู่ในระดับสูงสุด
- 2) มหาวิทยาลัยได้แนวทางการสื่อสารกับชุมชนที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ตรงกับความต้องการของชุมชน
- 3) มหาวิทยาลัยและชุมชนมีการติดต่อสื่อสาร การแลกเปลี่ยนข่าวสารกันมากขึ้น ก่อให้เกิดผลดีในการสร้างความสัมพันธ์ในด้านอื่นๆ ต่อไป

นิยามศัพท์เฉพาะ

การรับรู้ข่าวสาร หมายถึง การที่คนในชุมชนได้ยิน ได้ฟัง ได้เห็นข่าวสารของมหาวิทยาลัย เกิดความรู้ ความเข้าใจในสารที่มหาวิทยาลัยต้องการนำเสนอ

ช่องทางการสื่อสาร หมายถึง สื่อกลางที่นำสารหรือเนื้อหาข่าวสารที่มหาวิทยาลัยเผยแพร่สู่ประชาชนในชุมชน ในที่นี้คือ สื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ทั้งที่เป็นสื่อเฉพาะกิจที่มหาวิทยาลัยผลิตขึ้น และการนำเสนอข่าวสารผ่านทางสื่อมวลชน

ข่าวสารด้านการเรียนการสอนและนักศึกษา หมายถึง ข่าวที่เกี่ยวกับรูปแบบและลักษณะการเรียนการสอน กิจกรรมของนักศึกษา ผลงานของคณาจารย์และนักศึกษา

ข่าวสารด้านการวิจัย หมายถึง ข่าวที่เกี่ยวกับการศึกษา นวัตกรรม วิจัย การค้นคว้าด้านวิชาการใหม่ๆ ของคณาจารย์และนักศึกษา และนำเสนอเผยแพร่สู่สาธารณชน

ข่าวกิจกรรมบริการวิชาการชุมชนของมหาวิทยาลัย หมายถึง การทำกิจกรรมที่สร้างประโยชน์ให้เกิดขึ้นกับชุมชน โดยมหาวิทยาลัยจัดขึ้น หรือมหาวิทยาลัยจัดร่วมกับชุมชน

ข่าวด้านการจัดกิจกรรมศิลปวัฒนธรรม หมายถึง ข่าวที่นำเสนอการส่งเสริม ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมไทย และศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นปักษ์ใต้

วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยใช้แบบสอบถามในลักษณะปลายปิดผสมปลายเปิด เพื่อมุ่งประเมินระดับการรับรู้ข่าวสารจากมหาวิทยาลัยของประชาชน และความมีประสิทธิภาพของช่องทางสื่อ ตลอดจนศึกษาความต้องการของประชาชนเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารจากมหาวิทยาลัยสู่ชุมชน

กลุ่มตัวอย่าง และสถานที่ในการเก็บ

ข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็นแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งเป็นชาวบ้านทุกเพศ ทุกวัยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในหมู่ที่ 4, 6 และ 7 เนื่องจากเป็นชุมชนที่มีประชากรอาศัยอยู่อย่างหนาแน่นและหมู่บ้านมีอาณาเขตติดต่อกับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช รวมถึงหมู่บ้านอื่น ๆ (หมู่ 2, 3 และ 5) ที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงด้วย รวม 600 คน

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม โดยได้ออกแบบและทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามโดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านนิเทศศาสตร์ จากนั้นนำไป Pre Test กับกลุ่มตัวอย่างก่อนปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม และนำไปเก็บข้อมูลต่อไป

การเก็บข้อมูล

- 1) เลือกพื้นที่เป้าหมายซึ่งอยู่รอบๆ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช เริ่มจากบริเวณที่ใกล้มหาวิทยาลัยที่สุดก่อน
- 2) แนะนำตัวและวัตถุประสงค์การแจกแบบสอบถาม
- 3) ตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง
- 4) รวบรวมแบบสอบถามเพื่อการวิเคราะห์ผลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

จะทำการวิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์สถิติ SPSS เพื่อหาความถี่และร้อยละในแต่ละข้อคำถาม เพื่อนำมาเรียงลำดับ หาความสัมพันธ์และความแตกต่างในแต่ละข้อคำถาม เพื่อวิเคราะห์ผลที่ได้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของประชาชน

ประชาชนจำแนกเป็นเพศชาย 257 คน หรือร้อยละ 44.2 ในขณะที่หญิง มีจำนวน 324 คน หรือร้อยละ 55.8

ประชาชนส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 46-50 ปี จำนวน 83 คน หรือร้อยละ 14.3 ถัดมาคือกลุ่มอายุระหว่าง 31-35 ปี และ 41-45 ปี มีจำนวนที่เท่ากันคือ 72 คน หรือร้อยละ 12.4 ประชาชน อายุ 15-20 ปี มีจำนวนมากในลำดับถัดมาคือ 59 คน หรือร้อยละ 10.2

ประชาชนมีระดับการศึกษาในระดับประถมศึกษามากที่สุด 239 คน หรือร้อยละ 41.1 ถัดมาคือ มัธยมศึกษา 153 คน หรือร้อยละ 26.3 และระดับปริญญาตรี มีจำนวน 117 คน หรือร้อยละ 20.1

ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร 148 คน หรือร้อยละ 25.5 รองลงมาคือ อาชีพลูกจ้าง 139 คน หรือร้อยละ 23.9 ต่อมาคืออาชีพค้าขาย 123 คน ร้อยละ 21.2 นอกจากนี้ประชาชนยังประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวรับราชการ นักเรียน นักศึกษา และข้าราชการบำนาญ ตามลำดับ

ประชาชนมีภูมิลำเนาอยู่ในหมู่ 7 มากที่สุดคือ 203 คน ร้อยละ 34.9 ต่อมาคือหมู่ที่ 6 จำนวน 182 คน ร้อยละ 31.3 หมู่ที่ 4 จำนวน 137 คน หรือร้อยละ 23.6 ต่อมาคือ หมู่ 3 หมู่ 5 และหมู่ 2 ตามลำดับ

ประชาชนมีสถานภาพเป็นประชาชนทั่วไป 445 คน ร้อยละ 76.6 ต่อมา คือ หัวหน้ากลุ่มต่าง ๆ ในหมู่บ้าน และนักเรียน นักศึกษา ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน คือ 36 คน หรือ ร้อยละ 6.2 แม่บ้าน และ อสม. หรืออาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน มีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ 22 คน (ร้อยละ 3.8) และ 21 คน (ร้อยละ 3.6) นอกจากนี้ เป็นผู้นำชุมชนและพระภิกษุ

ตอนที่ 2 การรับรู้ข่าวสารช่องทางการสื่อสารระหว่างชุมชนและมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

จำนวนประชาชนที่เคยรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย และไม่เคยรับ มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ ประชาชนที่เคยรับข่าวสาร 295 คน หรือร้อยละ 50.8 และไม่เคยได้รับข่าวสาร 275 คน หรือ 47.3 โดยมีประชาชนที่ไม่ตอบ 11 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9

ประชาชนส่วนใหญ่รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 69 คน (ร้อยละ 23.3) ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกับประชาชนที่รับข่าวสาร 2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 65 คน (ร้อยละ 22) นอกจากนี้ มีประชาชนรับข่าวสารทุกวัน 47 คน (ร้อยละ 15.9)

ประชาชนส่วนใหญ่เห็นว่าได้รับปริมาณข่าวสารจากมหาวิทยาลัยในระดับปานกลาง 184 คน หรือร้อยละ 62.4 ระดับน้อย จำนวน 56 คน หรือร้อยละ 19 และระดับมาก จำนวน 52 คน หรือร้อยละ 17.6

ประเภทข่าว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข่าวสารด้านการเรียน การสอนและนักศึกษา	95	32.2
ข่าวสารด้านการวิจัย	19	6.4
ข่าวกิจกรรมบริการ วิชาการชุมชนของ มหาวิทยาลัย	89	30.2
ข่าวด้านการจัดกิจกรรม ศิลปวัฒนธรรม	88	29.8
ข่าวการจัดกิจกรรม การรับสมัครงาน	1	0.3
ข่าวน้ำท่วม	1	0.3
ไม่ตอบ	2	0.7

ประชาชนรับรู้ข่าวสารจากมหาวิทยาลัย ประเภทข่าวสารด้านการเรียนการสอน และ นักศึกษา ประชาชนรับรู้มากที่สุด คือ 95 คน (ร้อยละ 32.2) ต่อมา กิจกรรมบริการวิชาการ ชุมชนของมหาวิทยาลัย และข่าวด้านการจัด กิจกรรมศิลปวัฒนธรรม ประชาชนรับสารใน จำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ 89 คน (ร้อยละ 30.2) และ 88 คน (ร้อยละ 29.8) ตามลำดับ นอกจากนี้ มีข่าวสารด้านการวิจัย 19 คน (ร้อยละ 6.4) และ ข่าวการจัดกิจกรรม การรับสมัครงาน และข่าว น้ำท่วม จำนวน 1 คนเท่ากัน (ร้อยละ 0.3)

ช่องทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์	36	12.2
วิทยุ	129	43.7
โทรทัศน์	21	7.1
สื่อสิ่งพิมพ์	35	11.9
สื่อออนไลน์	85	28.8
ป้าย	215	72.9
สื่อบุคคล	194	65.8

ช่องทางที่ประชาชนรับข่าวสารจาก มหาวิทยาลัยมากที่สุด คือ ป้าย จำนวน 215 คน (ร้อยละ 72.9) รองลงมาคือ สื่อบุคคล จำนวน 194 คน (ร้อยละ 65.8) และวิทยุ 129 คน (ร้อยละ 43.7) ส่วนสื่ออื่น ๆ ได้แก่ สื่อออนไลน์ หนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และโทรทัศน์ ตามลำดับ

ประชาชนที่รับสารของมหาวิทยาลัย เห็นว่าสารหรือเนื้อหาที่ได้รับมีความชัดเจนและ ความสมบูรณ์ ในระดับดี มากที่สุด คือ 124 คน (ร้อยละ 42) ระดับปานกลาง 94 คน (ร้อยละ 31.9) ระดับดีมาก 38 คน (ร้อยละ 12.9) นอกจากนี้ มีประชาชนที่เห็นว่า อยู่ในระดับความปรับปรุง เร่งด่วน และระดับน้อย ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ความต้องการรับรู้ข่าวสารผ่านช่องทาง การสื่อสาร

สื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หนังสือพิมพ์	176	30.3
วิทยุ	313	53.9
โทรทัศน์	266	45.8
สิ่งสิ่งพิมพ์	129	22.2
สื่อออนไลน์	137	23.6
ป้าย	240	41.3
สื่อบุคคล	213	36.7
รถแห่	5	0.9

สื่อที่ประชาชนต้องการจะรับสารของมหาวิทยาลัยมากที่สุด คือ สื่อวิทยุ 313 คน (ร้อยละ 53.9) รองลงมาคือ โทรทัศน์ 266 คน (ร้อยละ 45.8) และป้าย 240 คน (ร้อยละ 41.3) สำหรับสื่อบุคคล หนังสือพิมพ์ สื่อออนไลน์ หนังสือพิมพ์ และรถแห่ ประชาชนเลือกรับสารรองลงมาตามลำดับ

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากประชาชน

จากแบบสอบถามปลายเปิดในตอนที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะหลากหลายประเด็น ผู้วิจัยจึงใช้การจัดกลุ่มคำตอบที่คล้ายคลึงกันให้อยู่ในประเด็นหรือข้อเดียวกันได้ผลดังนี้

ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาวิธีการ/กระบวนการสื่อสาร

1) มหาวิทยาลัยควรมีข่าวประชาสัมพันธ์บ่อยครั้งมากขึ้นและต่อเนื่อง (25 คน)

2) มหาวิทยาลัยควรให้ความร่วมมือกับผู้นำชุมชน (5 คน)

3) มหาวิทยาลัยควรปรับปรุงการส่งข่าวสารสู่ชุมชน (3 คน)

4) ข่าวสารจะต้องเป็นความจริง ชัดเจน (3 คน)

5) มหาวิทยาลัยไม่ค่อยมีกิจกรรมที่ทำร่วมกับชุมชน ทำให้ข่าวสารทางมหาวิทยาลัยไม่ค่อยแพร่หลาย

ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาช่องทางการสื่อสาร

1) ต้องการข่าวจากทุกสื่อ ทุกช่องทาง และควรส่งข่าวชัดเจน หลากหลาย และน่าสนใจ (14 คน)

2) ต้องการให้เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ ควรมีเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยและมีข่าวสำคัญๆ เผยแพร่ (3 คน)

3) ต้องการรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ (2 คน)

4) ควรจะมีป้ายดิจิทัลประกาศเกี่ยวกับการทำกิจกรรมต่างๆ ของมหาวิทยาลัยทุกวัน

5) อยากให้มีการเผยแพร่ทางวิทยุ ต่อเนื่อง มีการพัฒนานำเสนอข่าวสารแก่ชาวบ้าน

6) ควรจะใช้สื่อบุคคลหรือการกระจายเสียงของชุมชนหรือรถแห่ เนื่องจากมหาวิทยาลัยไม่ได้ตั้งอยู่ในชุมชนเมือง

7) ประชาสัมพันธ์ผ่านรถกระจายเสียง

8) ควรให้นักศึกษาที่เรียนวิชาการประชาสัมพันธ์พื้นที่ส่งข่าวสารแก่ประชาชนที่อยู่รอบนอกมหาวิทยาลัย เพื่อการเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

- 1) ด้อยอยู่แล้ว (11 คน)
- 2) ไม่ค่อยได้รับข่าวสารจากมหาวิทยาลัย (3 คน)
- 3) ควรบำบัดน้ำ จัดการการปล่อยน้ำเสีย (3 คน)
- 4) อยากให้นักศึกษาเข้ามาช่วยพัฒนาหมู่บ้านช่วยเหลือ มีจิตอาสาเข้ามา

สรุปผลวิจัย

สำหรับข้อมูลทั่วไปของประชาชนที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี พบว่าเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 46-50 ปี, 31-35 ปี และ 41-45 ปี ตามลำดับ การศึกษาของประชาชนส่วนใหญ่อยู่ในระดับประถมศึกษา และมีมัธยมศึกษา ตลอดจนปริญญาตรี สำหรับการประกอบอาชีพ จากผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร ลูกจ้าง ค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว รับราชการ นักเรียน นักศึกษา และข้าราชการบำนาญ

ประชาชนส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามมาจากหมู่ที่ 7 หมู่ที่ 6 และหมู่ที่ 4 และเป็นประชาชนในพื้นที่ นอกนั้นเป็นหัวหน้ากลุ่มต่าง ๆ ในหมู่บ้าน นักเรียน นักศึกษา แม่บ้าน อสม. หรืออาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ผู้นำชุมชน และพระภิกษุ

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งได้ผลดังนี้

1. การศึกษาระดับการรับรู้ข่าวสารจากมหาวิทยาลัยของชุมชน

จากผลการวิจัย พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์

ของมหาวิทยาลัยกับประชาชนที่ไม่ได้รับข่าวสาร มีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ ประชาชนที่เคยรับข่าวสาร จำนวน 295 คน หรือร้อยละ 50.8 และกลุ่มที่ไม่เคยรับข่าวสาร จำนวน 275 คน หรือร้อยละ 47.3

สำหรับความถี่ที่ผู้รับข่าวสารของมหาวิทยาลัยรับสารมากที่สุด คือ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งใกล้เคียงกับประชาชนที่รับข่าวสาร 2 ครั้งต่อสัปดาห์ คือ 69 คน (ร้อยละ 23.3) และ 65 คน (ร้อยละ 22) ตามลำดับ ทั้งนี้ประชาชนเห็นว่าปริมาณข่าวสารที่ได้รับนั้น มีปริมาณปานกลาง 184 คน (ร้อยละ 62.7) ระดับน้อย 56 คน (ร้อยละ 62.4) และระดับมาก 52 คน (ร้อยละ 17.6)

ประเภทข่าวที่ประชาชนรับรู้จากมหาวิทยาลัย ผู้วิจัยได้จำแนกตามพันธกิจของมหาวิทยาลัย คือ การเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการ และศิลปวัฒนธรรม จากผลการวิจัยพบว่า ประชาชนรับข่าวสารประเภทการเรียนการสอนและนักศึกษามากที่สุด คือ 95 คน (ร้อยละ 32.2) ต่อมาคือ กิจกรรมบริการวิชาการชุมชนกับข่าวการจัดกิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรมอยู่ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คือ 89 คน (ร้อยละ 30.2) และ 88 คน (ร้อยละ 29.8) ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังมีข่าวสารด้านการวิจัย ตลอดจน ข่าวกิจกรรม การรับสมัครงาน และข่าวน้ำท่วม ในลำดับรองลงมา

2. ช่องทางการสื่อสารระหว่างชุมชนกับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

ช่องทางการสื่อสารที่ประชาชนรับรู้ข่าวสารของมหาวิทยาลัย เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ป้าย สื่อบุคคล วิทยุ สื่อออนไลน์ หนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์ และโทรทัศน์ ซึ่งเห็นว่า

เนื้อหาของข่าวสารที่ได้รับนั้น มีความชัดเจน และความสมบูรณ์ของเนื้อหาในระดับดี มากที่สุด ถัดไปคือ ระดับปานกลาง ระดับดี และควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน

3. แนวทางสร้างช่องทางการสื่อสารระหว่างชุมชนกับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

ประชาชนแสดงความต้องการรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยจากสื่อวิทยุ มากที่สุด รองลงมา คือ สื่อโทรทัศน์ ป้าย สื่อบุคคล สื่อออนไลน์ หนังสือพิมพ์ และรถแห่ ตามลำดับ

นอกจากนี้ จากคำถามปลายเปิดในแบบสอบถาม ที่ต้องการให้ประชาชนเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพช่องทางการสื่อสารระหว่างชุมชนและมหาวิทยาลัย พบว่าประชาชนบางคนเห็นว่า มหาวิทยาลัยส่งข่าวสารให้กับชุมชนที่อยู่แล้ว ในขณะนี้หลายคนเสนอว่า มหาวิทยาลัยควรมีการปรับปรุงส่งข่าวสารสู่ชุมชน เนื่องจากไม่ค่อยได้รับข่าวสารจากมหาวิทยาลัยสักเท่าไร โดยมหาวิทยาลัยควรสร้างความร่วมมือกับผู้นำชุมชน เพราะที่ผ่านมามหาวิทยาลัยไม่ค่อยมีกิจกรรมที่ทำร่วมกับชุมชน ทำให้ข่าวสารของมหาวิทยาลัยไม่ค่อยแพร่หลาย รวมถึงการที่มหาวิทยาลัยควรมีข่าวประชาสัมพันธ์สู่ชุมชนในปริมาณที่มากขึ้น และมีความต่อเนื่อง โดยข่าวสารที่นำเสนอขึ้นต้องเป็นจริง และชัดเจน ซึ่งควรมีสื่อที่หลากหลาย นำเสนอข่าวสารที่ชัดเจน น่าสนใจในทุกช่องทาง ได้แก่

- สื่อออนไลน์ มหาวิทยาลัยควรมีเว็บไซต์ และมีการนำเสนอข่าวสำคัญ ๆ เผยแพร่ทางสื่อประเภทนี้

- สื่อโทรทัศน์ ประชาชนต้องการรับข่าวสารจากสื่อประเภทนี้

- ป้ายดิจิตอลประกาศเกี่ยวกับการทำกิจกรรมของมหาวิทยาลัยทุกวัน

- สื่อวิทยุ มีการเผยแพร่อย่างต่อเนื่อง มีการพัฒนาข่าวสารสู่ชาวบ้าน

- สื่อบุคคล, การกระจายเสียงของชุมชน, รถแห่หรือรถกระจายเสียง เนื่องจากมหาวิทยาลัยไม่ได้ตั้งอยู่ในเมือง จึงควรใช้สื่อประเภทนี้เพราะเหมาะกับบริบทของชุมชน

นอกจากนี้ ประชาชนยังมีความเห็นว่าเป็นที่เพื่อให้ชุมชนและมหาวิทยาลัยมีความใกล้ชิดกันมากขึ้น จึงควรนำนักศึกษาที่เรียนวิชาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ลงพื้นที่ส่งข่าวสารแก่ประชาชนที่อยู่รอบนอกมหาวิทยาลัย และต้องการให้นักศึกษาเข้ามาช่วยพัฒนาหมู่บ้าน ช่วยเหลือ มีจิตอาสาพัฒนาชุมชน โดยประเด็นที่เร่งด่วน การจัดการและแนวทางบำบัดน้ำเสียในชุมชน

การอภิปรายผลการวิจัย

ในการอภิปรายผลการวิจัย ผู้วิจัยใช้แบบจำลอง แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการอธิบายผลการวิจัยที่เกิดขึ้นซึ่งได้ผลดังนี้

การนำเสนอข่าวสารจากบุคคลหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหรือหน่วยงาน จำเป็นต้องอาศัย “การสื่อสาร” โดยมีองค์ประกอบสำคัญ ดังที่ นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์ (2556) ระบุว่า มี 5 องค์ประกอบของการสื่อสารตามแบบจำลอง Berlo คือ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง ผู้รับสาร และข้อมูลป้อนกลับ

ในการสื่อสารของมหาวิทยาลัยกับชุมชนก็เช่นเดียวกัน จำเป็นจะต้องใช้องค์ประกอบในการสื่อสารเป็นรูปแบบในการสื่อสาร โดยในการวิจัย

ขั้นนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการสื่อสารของมหาวิทยาลัย
สู่ชุมชนเป็นหลัก

ดังนั้น ผู้ส่งสาร คือ มหาวิทยาลัย

สาร คือ เนื้อหาข่าวสาร ข้อมูล เหตุการณ์
ต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยต้องการให้ชุมชนรับรู้
รับทราบ หรือปฏิบัติตาม

ช่องทาง คือ สื่อประชาสัมพันธ์ หรือ
สื่อมวลชนของมหาวิทยาลัยที่จัดทำขึ้น

ผู้รับสาร คือ ประชาชนในชุมชน และ
ข้อมูลป้อนกลับคือ การรับรู้ การเข้าใจ
และการปฏิบัติตามของประชาชนหลังจากได้รับ
ข่าวสารจากมหาวิทยาลัยแล้วนั่นเอง

อย่างไรก็ตาม การสื่อสารดังกล่าวข้างต้น
ถือว่าเป็นการสื่อสารทางเดียว (One way com-
munication) แท้จริงแล้ว การสื่อสารควรมีลักษณะ
เป็นการสื่อสารสองทาง (Two ways communi-
cation) ตามลักษณะการสื่อสารชุมชน กล่าวคือ
ชุมชนเองสามารถเผยแพร่ข่าวสารภายในชุมชน
ให้มหาวิทยาลัยได้รับทราบด้วย เพื่อให้เกิดการ
แลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ตลอดจนการสร้าง
ความสัมพันธ์อันดีระหว่างมหาวิทยาลัยและชุมชน
อาศัยพึ่งพาซึ่งกันและกันอย่างยั่งยืนต่อไป

นอกจากแบบจำลองการสื่อสารของ
Berlo แล้ว งานวิจัยชิ้นนี้ มุ่งเน้นการศึกษาในด้าน
การรับรู้ข่าวสารมหาวิทยาลัยของประชาชน
ดังนั้น มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐ
ขนาดใหญ่ จำเป็นต้องมีการสื่อสารเพื่อสร้างการ
รับรู้ของประชาชน โดยการใช้วิธีที่เรียกว่า “การ
ประชาสัมพันธ์” ซึ่งหมายถึงการดำเนินงานอย่างมี
ระเบียบแบบแผน และมีการกระทำอย่างต่อเนื่อง
กันไป เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างสาธารณชน
กับหน่วยงานขององค์การด้วยวิธีที่ประชาชน

ยอมรับและมีการติดต่อไปมาทั้งสองฝ่าย
(นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์, 2556)

การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ จึงได้รับ
การยอมรับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับองค์กร
ทั้งนี้เพราะจะช่วยให้เกิดความรู้ความเข้าใจ
พร้อมทั้งสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้น
กับองค์กรได้ นักประชาสัมพันธ์จะต้องเผยแพร่
ข้อมูลข่าวสารจากองค์กรไปสู่ผู้รับสารเป้าหมาย
(อริสา เหล่าวิชา และศุภนิช จันทร์สอง, 2556)

ในการทำประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์
ต้องคำนึงถึงวงจรการประชาสัมพันธ์ ที่ใช้กัน
โดยทั่วกัน มีอยู่ 4 ขั้นตอนคือ การรวบรวมข้อมูล
เพื่อนำมาวางแผนการประชาสัมพันธ์ จากนั้นลงมือ
ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ออกไป และ
ขั้นสุดท้ายคือ การประเมินผลการประชาสัมพันธ์

ในการทำวิจัยครั้งนี้ ถือได้ว่าเป็นการ
ประเมินผลการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย
กับกลุ่มประชาชนรอบมหาวิทยาลัย ซึ่งถือเป็น
กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (Stakeholder) ดังนั้น
มหาวิทยาลัยควรให้ความสำคัญกับประชาชน
และชุมชนให้มาก ตามแนวคิดมหาวิทยาลัยกับ
ชุมชนที่ว่ามหาวิทยาลัยจำเป็นต้องสร้างความ
สัมพันธ์กับชุมชน ไม่เพียงแต่ให้ข้อมูลข่าวสาร
แต่ต้องสามารถสร้างความผูกพันให้เกิดขึ้น (Com-
munity Engagement) ผ่านการสร้างการมี
ส่วนร่วมให้ชุมชนได้เข้ามาแลกเปลี่ยนความ
คิดเห็น และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในประเด็น
ต่างๆ ที่ชุมชนมีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้ชุมชน
สามารถพึ่งตนเองและพัฒนาไปสู่ชุมชนเข้มแข็ง
ที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ (Self-sufficiency)
ภายใต้แนวคิดดังกล่าวตอบโจทย์ของการ
สร้างสรรค์ให้สังคมเกิดคุณค่าอย่างยั่งยืนในที่สุด

(Creating Shared Value) (ชุตินา เกศดาญรัตน์, ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์)

นอกจากนี้ แนวคิดเรื่องมหาวิทยาลัยกับชุมชน ยังสอดคล้องกับแนวคิด CSR หรือ Corporate Social Responsibility ที่มุ่งเน้นให้องค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชน หันมาให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์ความเป็นอยู่ที่ดีให้เกิดขึ้นแก่สังคม โดยการแสดงความรับผิดชอบต่อการทำกิจกรรมเพื่อสังคม เช่นเดียวกับมหาวิทยาลัยที่ได้เกิดแนวความคิด มหาวิทยาลัยกับความรับผิดชอบต่อสังคม หรือ University Social Responsibility (USR) ด้วยเช่นกัน

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “มหาวิทยาลัยราชภัฏ” ซึ่งก่อเกิดขึ้นมาด้วยหวังให้เป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นที่ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ คู่คุณธรรม สำนึกในความเป็นไทย มีความรักและผูกพันต่อท้องถิ่น พร้อมส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตในชุมชน ดังพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. 2547 มาตรา 7 และ 8

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช จึงต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนและมุ่งพัฒนาชุมชนให้เจริญเติบโต ส่งเสริมให้คนในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

“การประชาสัมพันธ์” หรือ “การสื่อสาร” ไปยังชุมชน ตลอดจนการสร้างช่องทางให้ชุมชนได้สื่อสารกลับมาสู่มหาวิทยาลัยจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้เกิดการรับรู้ข่าวสาร สร้างความเข้าใจ ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์อันดี ส่งผลให้เกิดการร่วมมือพัฒนาท้องถิ่นให้เจริญก้าวหน้า

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ยังพบ “ปัญหาในการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสุพรรณ” ในหลายประเด็น

เช่น แผนงาน โครงการ กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ของสถาบันยังไม่ชัดเจน, ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ และประสบการณ์ในการประชาสัมพันธ์อย่างแท้จริง, หน่วยงานประชาสัมพันธ์ขาดความคล่องตัวและไม่มีอิสระเพียงพอที่จะเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์, ปัญหาด้านขาดการทำวิจัยและประเมินผลการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมา, ปัญหาการขาดแคลนวัสดุอุปกรณ์ ตลอดจนวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการผลิตและเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์, การได้รับงบประมาณไม่เพียงพอ ยังพบว่าขาดการมีส่วนร่วมและสนับสนุนจากบุคลากรฝ่ายต่างๆ รวมทั้งประชาชนภายนอกอีกด้วย

สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของศิริวรรณ จุลทับ (2555) เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ฝ่ายสื่อสารสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ที่ได้ให้ข้อมูลไว้ว่า ปัญหาหลักที่พบในการดำเนินงานคือ ปัญหาด้านงบประมาณและบุคลากรที่จำกัด

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องและบทสัมภาษณ์ของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช เป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งพบว่าการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยสุพรรณนั้นยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร โดยพิจารณาจากจำนวนผู้รับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย โดยประชาชนที่รับข่าวสารและไม่เคยรับข่าวสาร มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ ประชาชนที่เคยรับข่าวสาร 295 คน (ร้อยละ 50.8) และประชาชนที่ไม่เคยได้รับ 275 คน (ร้อยละ 47.3) ทำให้พอสรุปได้ว่า ยังมีประชาชนอีกจำนวนมากที่ไม่เคยได้รับข่าวสารของมหาวิทยาลัย โดยผู้ที่เคยรับสาร ได้รับข่าวสาร 1 ครั้ง

ต่อสัปดาห์ และ 2 ครั้งต่อสัปดาห์เสียเป็นส่วนใหญ่ และประชาชนส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารจากมหาวิทยาลัยในปริมาณระดับปานกลาง โดยข่าวที่ประชาชนรับข่าวสารมากที่สุด คือ ข่าวสารด้านการเรียนการสอนและนักศึกษา การบริการวิชาการชุมชน และกิจกรรมศิลปวัฒนธรรม แต่ข่าวสารด้านการวิจัยมีจำนวนน้อยที่สุด

สำหรับช่องทางที่ประชาชนได้รับข่าวสารจากมหาวิทยาลัยผ่านทางสื่อป้ายมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อบุคคล และวิทยุ ซึ่งข่าวสารที่ได้รับรู้มีความชัดเจนและความสมบูรณ์อยู่ในระดับดี โดยการเลือกรับสารจากช่องทางดังกล่าว สอดคล้องกับวัย การศึกษา และอาชีพ ของประชาชนประชาชนส่วนใหญ่รอบมหาวิทยาลัย ที่มีอายุระหว่าง 46 - 50 ปี การศึกษาระดับประถมศึกษา และประกอบอาชีพเกษตรกร

ในขณะที่ช่องทางที่ประชาชนต้องการรับรู้ข่าวสารผ่านทางช่องทางการสื่อสาร สื่อที่ประชาชนต้องการมากที่สุด คือ สื่อวิทยุ โทรทัศน์ ป้าย ตามลำดับ เนื่องจากเป็นสื่อที่ประชาชนในชุมชนเข้าถึงง่าย เข้าใจง่าย และสามารถนำเสนอได้ชัดเจน ไม่ต้องอาศัยการตีความหรือความเข้าใจที่ลึกซึ้งนัก

สำหรับแนวทางการพัฒนาช่องทางประชาชนบางคนเห็นว่าการประชาสัมพันธ์อยู่แล้ว บางกลุ่มบอกว่าควรปรับปรุงสื่อ โดยควรมีการประชาสัมพันธ์มากขึ้นและต่อเนื่อง โดยใช้สื่อที่หลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ โทรทัศน์ ป้าย วิทยุ สื่อบุคคล เสียงตามสายกระจายเสียง รถแห่ และในแต่ละสื่อควรเผยแพร่เป็นประจำ นอกจากนี้ประชาชนเสนอแนะให้มหาวิทยาลัยประสานความร่วมมือกับผู้นำชุมชน สร้างกิจกรรมในชุมชน

รวมทั้งควรให้นักศึกษามาใช้เป็นแหล่งเรียนรู้ และช่วยพัฒนาชุมชน โดยเฉพาะปัญหาน้ำเสียที่กำลังเป็นปัญหาสำคัญของคนในชุมชนในขณะนี้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยการสื่อสารทางเดียว คือ ข่าวสารที่ผ่านช่องทางสื่อของมหาวิทยาลัยไปสู่ชุมชน ผลการวิจัยจึงสามารถสะท้อนการรับรู้ข่าวสารของประชาชนต่อข่าวสารของมหาวิทยาลัยที่เผยแพร่ออกไป หากยังไม่สามารถสะท้อนการรับรู้ข่าวสารของชุมชนในมุมมองของมหาวิทยาลัย อย่างไรก็ตาม ผลจากการวิจัยส่งผลให้เห็นการปฏิบัติหน้าที่ของหน่วยงานต่างๆ ในมหาวิทยาลัย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานประชาสัมพันธ์ที่สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นน้อยเพียงใด และควรปรับปรุงในแง่ใดบ้าง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารของชุมชนในมุมมองของนักศึกษา อาจารย์ และบุคลากรมหาวิทยาลัย เพื่อนำผลการวิจัยมาประกอบกับการวิจัยชิ้นนี้ ทำให้เกิดภาพที่เป็นรูปธรรม เกิดเป็นแนวทางในการพัฒนาการทำงานเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชนมากขึ้น ตลอดจนเกิดเป็นแนวปฏิบัติด้านการประชาสัมพันธ์ที่ดี สอดคล้องกับแนวคิดมหาวิทยาลัยกับชุมชน ส่งผลให้มหาวิทยาลัยกับชุมชนมีการติดต่อสื่อสารกัน เกื้อกูลกัน และพัฒนาสังคมในภาพรวมร่วมกันต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2543). **สื่อเพื่อชุมชน: การประมวลองค์ความรู้**. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- เกศินี จุฑาวิจิตร. (2548). **การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น** (พิมพ์ครั้งที่ 3). นครปฐม: เพชรเกษมการพิมพ์
- จินทนา ยวงสร้อย. (2547). **การศึกษาสภาพและปัญหา การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของสถาบันราชภัฏกลุ่มรัตนโกสินทร์**. ปรินญาณิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- จินตวีร์ เกษมสุข. (2554). **การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม**. กรุงเทพฯ: บริษัท วี.พรีนท์ (1991) จำกัด.
- ชุติมา เกศดาอยู่รัตน์. (ม.ป.ป.). **การบริหารความสัมพันธ์เชิงบูรณาการผ่านการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างชุมชนกับชุมชนกับสถาบันอุดมศึกษาเอกชน**. การประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ: 3 - 12.
- ตระหนักจิต ยุตยรรยง. (2557, เมษายน - มิถุนายน). **การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ในองค์กร**. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 34 (12), 156 - 157.
- นรินทร์ชัย พัฒนาพงศา. (2547). **การมีส่วนร่วม หลักการพื้นฐาน เทคนิค และกรณีตัวอย่าง**. เชียงใหม่: สิริลักษณ์การพิมพ์.
- นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์. (2556). **คิด พูด ทำ ประชาสัมพันธ์อย่างไร ให้โดนใจผู้รับ**. กรุงเทพฯ: บุ๊คส์ทูยู.
- ประธาน เฉลยมรรค. (2555, พฤศจิกายน). **เรื่องจากปก. ผู้นำท้องถิ่น**, 12 (141), 80.
- พงษ์ วิเศษสังข์. (2551). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร**. พิมพ์ครั้งที่ 8. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พยนต์ สันตกิจ. (2547). งานพ็อาร์. มหา' ลัย (รท.มจ.) ในทศวรรษหน้า. **วารสารจอมบึง**, 70 : 79 - 85.
- ไม่ปรากฏชื่อผู้เขียน. (2549). **ริเอ็นจิเนียร์ “ราชภัฏ” ลู “อุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น”**. ค้นเมื่อ 6 พ.ศ., เดือน วันที่. จาก <http://www.manager.co.th/Qo/ViewNews.aspx?NewsID=9490000104454>.
- ธุรกิจสุจิตติ ความรับผิดชอบต่อสังคมของมหาวิทยาลัยเพื่อความยั่งยืน. **หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ**. 2554. ค้นเมื่อ 6 พ.ศ., เดือน วันที่จาก http://www.siamturakij.com/home/news/display_news.php?news_id=413355538
- เยาวภา บัวเวช. (2550). **รูปแบบการบริหารงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏ**. ปรินญาณิพนธ์ปริญญาดุชฎีบัณฑิต ภาควิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วีรัช ลภีรัตนกุล. (2552). **กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤตและการบริหารภาวะวิกฤต** พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด สามลดา.
- _____. (2553). **การประชาสัมพันธ์** (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ศิริวรรณ จุลทับ. (2555, ธันวาคม 1). เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์. สัมภาษณ์
สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. 2556. **โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ เรื่อง “การพัฒนาบัณฑิต
อุดมคติไทย บนเส้นทางมหาวิทยาลัยกับความรับผิดชอบต่อสังคม “University Social
Responsibility,USR”**. ค้นเมื่อจาก [interapp.mua.go.th/seminar_register/document/
20130701100734.doc](http://interapp.mua.go.th/seminar_register/document/20130701100734.doc)
- สุมน อมรวิวัฒน์. (ปี) **ปฏิญญา มหาวิทยาลัยรับผิดชอบต่อสังคม**. ค้นเมื่อจาก [www.globalusnetwork.
org/resources/MoralLetterhead.pdf](http://www.globalusnetwork.org/resources/MoralLetterhead.pdf).
- อดิศร เนาวนนท์. (2556). การบริหารจัดการราชภัฏ เพื่อความอยู่รอด. **คอลัมน์ มติชนมติครู**, หนังสือพิมพ์
มติชนรายวัน. ค้นเมื่อ.....จาก [http://www.matichon.co.th/news_detail.
php?
newsid=1367722914&grpid=03&catid=03](http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1367722914&grpid=03&catid=03).
- อริสา เหล่าวิชา และศุภนิช จันทร์สอง. (2556, มกราคม-มีนาคม). การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์.
วารสารนักบริหาร 33 (1), ฉ.1 : 33.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (บรรณาธิการ). (2547). **สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม**.
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรอนงค์ สวัสดิ์บุรี. (2555). **พฤติกรรมและการสื่อสารในองค์กร**. กรุงเทพฯ : บริษัทวี.พริ้นท์ (1991) จำกัด.
- Perry, D. & Wiewel, W. (2005). **The university as urban developer: Case studies and analysis**.
New York: M.E.Sharpe.
- Wallis, R. 2006. What do we mean by “community engagement”? **Paper Presented at the
Knowledge Transfer and Engagement Forum, Sydney, 15-16 June 2006 (Informa
Conferences)** (pp.1-9). Retrieved from [www.ncsu.edu/.../
news/.../knowledge_
transfer_june_2006....](http://www.ncsu.edu/.../news/.../knowledge_transfer_june_2006...)