

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง บทบาทและกลยุทธ์งานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยของรัฐ ศึกษาเฉพาะกรณี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เป็นการศึกษาถึงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในฐานะที่เป็นมหาวิทยาลัย ซึ่งเพิ่งได้รับการเปลี่ยนฐานะจาก “สถาบัน” เป็น “มหาวิทยาลัย”

นอกจากนี้ ยังต้องการศึกษาถึง การดำเนินบทบาทงานประชาสัมพันธ์ ทั้งภายนอก และภายในองค์กร ตลอดจนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยของรัฐที่นำมาใช้กับกลุ่มเป้าหมายหลักของมหาวิทยาลัย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

โดยในส่วนของ การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ศึกษาทั้งจากการวิเคราะห์จากข้อมูลเชิงปฐมภูมิ โดยการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มผู้บริหารมหาวิทยาลัยฯ 3 กลุ่ม ดังนี้

- กลุ่มผู้บริหารระดับอธิการบดี และรองอธิการบดี จำนวน 3 ท่าน
- กลุ่มผู้บริหารระดับคณบดี จำนวน 3 ท่าน
- กลุ่มผู้บริหารระดับปฏิบัติการ จำนวน 3 ท่าน

ประกอบกับการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ ที่เป็นข้อมูลด้านเอกสาร บทความ หนังสือทางวิชาการต่าง ๆ (Documentary Review) โดยใช้การนำเสนอแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) รวมถึงการปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อประกอบการวิจัย

สำหรับส่วนของ การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากข้อมูลเชิงปฐมภูมิ โดยการเก็บแบบสอบถาม (Questionnaires) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากกลุ่มบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยฯ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มอาจารย์ 70 คน กลุ่มพนักงาน เจ้าหน้าที่ 70 ท่าน และกลุ่มนักศึกษา 140 ท่าน

ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อศึกษาการกำหนดโครงสร้าง และการจัดการงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ภายหลังจากการเปลี่ยนฐานะเป็นมหาวิทยาลัยของรัฐ
2. เพื่อศึกษาบทบาทของงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย ที่มีต่อการดำเนินงานตามภารกิจของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
3. เพื่อศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่มีต่อภารกิจและกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ

ผลการวิจัยพบว่า

1. นโยบายงานประชาสัมพันธ์ ในด้านการสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายทั้งภายใน และภายนอกองค์กร ให้เข้าใจถึงความเปลี่ยนแปลงของมหาวิทยาลัยฯ และภารกิจของมหาวิทยาลัยฯ นับเป็นนโยบายหลักที่กองประชาสัมพันธ์ให้ความสำคัญ โดยในการสื่อสารนี้ใช้วิธีการเผยแพร่ข่าวสู่กลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก โดยมีการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด นอกจากนี้ ยังเน้นการดำเนินนโยบายงานประชาสัมพันธ์กับกลุ่มชุมชน ซึ่งนับเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญในภารกิจทำให้บริการทางวิชาการสู่ชุมชนด้วย

2. หน่วยงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เป็นหน่วยงานในระดับกอง เรียกว่า กองประชาสัมพันธ์ อยู่ในสังกัด สำนักงานอธิการบดี ซึ่งมีการกำหนดสายการบังคับบัญชาขึ้น เพื่อให้หน่วยงานประชาสัมพันธ์มีความคล่องตัวในการดำเนินงาน โดยการกำหนดเช่นนี้แสดงให้เห็นถึง ทัศนคติของกลุ่มผู้บริหารที่ให้ความสำคัญกับงานประชาสัมพันธ์ เพราะตามโครงสร้างหน่วยงานที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์จะมีฐานะเป็นฝ่าย อยู่ในสังกัด กองกลางของสำนักงานอธิการบดีเท่านั้น

3. ปัญหา และอุปสรรค ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ที่สำคัญ ได้แก่ ปัญหาด้านงบประมาณที่มีไม่เพียงพอในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ปัญหาด้านการบริหารจัดการสื่อประชาสัมพันธ์ ในด้านการนำมาใช้ที่ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร และบุคลากรภายในองค์กรไม่ค่อยให้ความร่วมมือในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร

4. บทบาทงานประชาสัมพันธ์ การส่งข่าวประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ทางสื่อมวลชนเป็นบทบาทงานประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร ที่กองประชาสัมพันธ์ทำได้เด่นชัดและน่าพึงพอใจมากที่สุด แต่ในส่วนของบทบาทงานประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ควรมีการนำกลยุทธ์งานประชาสัมพันธ์ที่แปลกใหม่มาใช้ เพื่อปลูกฝังจิตสำนึก และทัศนคติที่ดีกับคนภายในองค์กร รวมทั้งควรให้ความสำคัญกับบทบาทงานประชาสัมพันธ์ลงสู่กลุ่มชุมชนให้มากยิ่งขึ้น

5. กลยุทธ์งานประชาสัมพันธ์ ในส่วนของกลยุทธ์งานประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร ควรส่งเสริมการจัดกิจกรรมสถานสัมพันธ์ภายในองค์กร และสร้างเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ให้กระจายไปยังกลุ่มบุคลากรทุกกลุ่ม เพื่อสร้างทัศนคติและความเข้าใจอันดีต่อองค์กร ตลอดจนเพื่อป้องกันความเข้าใจผิดที่เกิดขึ้นในองค์กร

ส่วนกลยุทธ์งานประชาสัมพันธ์ภายนอกองค์กร ทางกองประชาสัมพันธ์ให้ความสำคัญกับการสร้างระบบการส่งข่าวให้กับสื่อมวลชน ในรูปแบบที่สมบูรณ์ ให้สื่อมวลชนพร้อมที่จะนำไปเผยแพร่ได้โดยมากที่สุด และกำหนดให้มีตำแหน่งผู้สื่อข่าวประจำกองประชาสัมพันธ์ เพื่อทำหน้าที่ในการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ และดำเนินการจัดส่งไปยังสื่อมวลชนโดยเฉพาะด้วย