200629

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ปัญหาอุปสรรค การรับรู้ข่าวสาร และภาพลักษณ์ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยใช้วิธีการศึกษา 2 วิธีการ คือ ศึกษาจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 424 คน โดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์ ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ใช้กลยุทธ์เชิงรับเป็นหลัก และกลยุทธ์เชิงรุกเป็นรอง โดยกำหนดกลยุทธ์รองรับ 3 กลยุทธ์หลักคือ กลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์, กลยุทธ์การนำเสนอสารประชาสัมพันธ์ และกลยุทธ์การประสานความร่วมมือ

2. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ คือ ปัญหาด้านโครงสร้างองค์กร, ปัญหาด้านบุคลากร, ปัญหาด้านการจัดระบบภายในหน่วยงาน, ปัญหาด้านข้อมูล และปัญหาด้านนโยบายการจัดทำแผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

3. กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมากที่สุดจากสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และอินเตอร์เน็ต เรียงตามลำดับ แต่เป็นการรับรู้ในระดับต่ำ และการรับรู้ข่าวสาร มีความสอดคล้องกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ คือ กลยุทธ์การใช้สื่อมวลชน (โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์)และสื่อเฉพาะกิจ คือ อินเตอร์เน็ต

4. ประชาชนที่มี เพศ สถานภาพสมรส การศึกษา รายได้ แตกต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสาร ไม่แตกต่างกัน ส่วนประชาชนที่มีอายุ อาชีพ และปฏิบัติงานอยู่ในคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หรือมีญาติพี่น้อง หรือคนรู้จักปฏิบัติงานอยู่ในคณะแพทยศาสตร์ จุฬาฯ แตกต่างกัน มีการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกัน

5. ภาพลักษณ์ของคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นภาพลักษณ์เชิงบวก และมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับคณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

200629

The objective of this research are to study the strategies, problems and obstacles of the public relations, the public's news reception and the image of Chulalongkorn University's Faculty of Medicine. The researcher employed two methods in collecting data; namely, an in-depth interview and a questionnaire. An interview was conducted on the administrators and public relations staff at the Faculty. The questionnaire was administered to 424 respondents. The results were analyzed using percentage, mean, standard deviation, and Pearson's Product Moment correlation coefficient.

The results of the study were as follows:

1. The public relations division used defensive strategies as main strategy and offensive strategies as secondary strategy. There were three supporting strategies: use of media, message presentation and collaboration.

2. The problems and obstacles involve organizational structure, personnel, internal organization, public relations information, and policy in developing strategic plans for news reception.

3. The public learned about the news about the Faculty through television, newspapers and the Internet. The perception was however low. The news reception was positively correlated to the use of media strategies (television, newspaper) and special media such as the Internet

4. The public with different gender, marrital status, education, and income were exposed to news differently. But the public's age, occupation and residency status had no difference in news reception.

5. The image of Chulalongkorn University's Faculty of Medicine was good and correlated to the news reception about the Faculty.