กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
ดร.พงษ์พัชรินทร์ พุธวัฒนะ และคณะ
คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
2560

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของงานประชาสัมพันธ์โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ กำหนดจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ตลอดจนผลกระทบที่มีต่อศักยภาพของการประชาสัมพันธ์โครงการบัณฑิตศึกษา และเพื่อกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีที่มีประสิทธิภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ได้แก่ ผู้บริหารระดับมหาวิทยาลัย และระดับคณะ ประชากรผู้ตอบแบบสอบถาม (Questionnaire) ได้แก่ศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบัน จำนวน 280 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัจจุบันของงานประชาสัมพันธ์โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี การรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ มักเกิดจากการได้รับข้อมูลข่าวสารล่าช้า มีความต้องการในสื่อเว็บไซต์โครงการบัณฑิตศึกษามากที่สุด มีความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์ในภาพรวมในระดับดี ด้านนโยบายหรือแผนพัฒนาโครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยได้กำหนดไว้อย่างชัดเจน คณะและหลักสูตรมีส่วนในการประชาสัมพันธ์ โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ปัญหาและอุปสรรคในการประชาสัมพันธ์ระดับหลักสูตรคือไม่มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์หลักสูตรโดยตรง ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ พบว่าจุดแข็งคือ ชื่อเสียงด้านหลักสูตร มีการจัดการศึกษาเน้นคุณภาพ มีคณาจารย์ที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์สูง จุดอ่อนคือ ขาดการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ใช้สื่อ Social Network น้อย ช่องทางการติดต่อสอบถามไม่สะดวก ไม่มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์หลักสูตรโดยตรง ข้อมูลข่าวสารยังมีความคลาดเคลื่อน ไม่ชัดเจน ไม่เป็นปัจจุบัน ขาดงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ โอกาส คือ มหาวิทยาลัยตั้งอยู่ใจกลางเมือง การเดินทางคมนาคมสะดวก อุปสรรคคือ มีการแข่งขันสูง กระบวนการพัฒนาหลักสูตรใหม่ยังไม่ชัดเจน ผู้วิจัยนำเสนอกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ 3 กลยุทธ์หลักคือ 1. กลยุทธ์ด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์การใช้สื่อหลายประเภทร่วมกัน 2) กลยุทธ์การกำหนดสื่อหลักและสื่อเสริม 3) กลยุทธ์การใช้สื่อโดยเจาะกลุ่มเป้าหมาย 4) กลยุทธ์เพิ่มช่องทางในการสื่อสารกับเครือข่าย 5) กลยุทธ์ในการใช้สื่อสมัยใหม่ 6) กลยุทธ์การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่ดึงดูดความสนใจ 2. กลยุทธ์ด้านการใช้สารประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์การสร้างสัญลักษณ์ 2) กลยุทธ์การสร้างความน่าเชื่อถือในสาร 3) กลยุทธ์การเผยแพร่สาร 4) กลยุทธ์การใช้ภาษา (Wording) ที่เป็นจุดขายที่น่าสนใจ 5) กลยุทธ์นำเสนอจุดเด่นของหลักสูตร และ 3. กลยุทธ์ด้านคนหรือองค์กร ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์พัฒนาระบบงานประชาสัมพันธ์เชิงรุก 2) กลยุทธ์การสร้างศักยภาพภายในของโครงการบัณฑิตศึกษา 3) กลยุทธ์เชิงรุกเพิ่มช่องทางและสร้างเครือข่ายด้านประชาสัมพันธ์ 4) กลยุทธ์สนับสนุนและเสริมสร้างจิตวิญญาณในการประชาสัมพันธ์ให้แก่บุคลากร 5) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อการตลาด และ 6) กลยุทธ์การเพิ่มความสามารถด้านการสื่อสาร

คำสำคัญ: กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

หอสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

Public Relations Strategies of Graduate Study Project, Dhonburi Rajabhat University

Dr. Pongpatcharin Putwattana and others
Faculty of Education, Dhonburi Rajabhat University

2017

The objectives of the research were to study present situation of public relations of Graduate Study Project, Dhonburi Rajabhat University in order to analyze the environment and potential, indicate the strong and weak points, opportunities and obstacles and also the impacts toward the potential of the Public Relations of Graduate Study Project, and set the strategy of the public relations of Graduate Study Project, Dhonburi Rajabhat university, with full of efficiency. The key informations for the in-depth interview were the administrators of the University, the faculty. The populations who answered the questionaire were alumni and current students, of total 280 persons. The data was analyzed through frequency percentage, mean, standard deviation, and content analysis.

The results of this research indicated that the present situation of public relations of Graduate Study Project, Dhonburi Rajabhat University there were information acceptances for public relations of Graduate Study Project ranked the most importanant.. The problem in receiving information of public relations often happened from getting the information late. There was demand in the website of the Graduate Study Project most of all. There was satisfaction towards the public relations in overall, in good level. Besides, the policy or the plan for development the Graduate Study Project, the university had regulated very clearly. Faculties and curriculums helped in public relations. Besides, public Relations emphasized on the target group directly. The problems and the obstacles of curriculum levels were that there were no public relations officers. The result of analyzing on environment and potential, it was found that the strong point was the famous curriculum of bachelor level on quality. The lecturers have high ability and experience. The weak points were lack of proactive public relations that match the target group, use a little of social network, the channels for enquiring was not convenient. There was not officer responsible for curriculum. The information was not clear and up to date, and there were a tight budget for public relations tasks. The opportunity was the university is located in downtown, it was very convenient for transportation. The obstacle was high competitiveness. The process of developing the new curriculum was not clear. The researcher had presented three main strategies of public relations as follows: 1. The strategy of using public relations media consisted of 1) The strategy of using many kinds of media together. 2) The strategy of setting main media. 3) The strategy of using media by each target group. 4) The strategy of increasing channels of communication with networks. 5) The strategy of using modern media. 6) The strategy of producing public relations media that gets high interest. 2. The strategies of applying information in public relations consisted of 1) The strategy of creating symbol. 2) The strategy of building credit. 3) The strategy of distributing information. 4) The strategy of wording for selling point. 5) The strategy of distinctive point of the curriculum. 3. The strategy of personnel or organization consisted of 1) The strategy of the proactive work system development. 2) The strategy of building potential inside of Graduate Study Project. 3) The strategy of proactive on increasing channel and network of public relations. 4) The strategy for support and encourage soul for public relations to personnel. 5) The strategy of productive public relations for marketing. 6) and, the strategy of increasing the ability of communication.

KEYWORDS : Public Relations Strategies, Graduate Study Project, Dhonburi Rajabhat University