

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งในเรื่องเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองรวมถึงการพัฒนาและความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีได้ส่งผลให้องค์กรต่างๆ ต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดและการแข่งขัน โดยการประชาสัมพันธ์ได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารเพื่อสร้างความโดดเด่นและทำให้กลุ่มประชาชนเกิดภาพลักษณ์และความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ซึ่งจะมีผลทำให้เกิดการสนับสนุนทำให้้องค์การประสบความสำเร็จได้

ภาพลักษณ์จึงเป็นส่วนสำคัญที่มีผลต่อการดำเนินงานของหน่วยงานหรือองค์กร และต่อบุคคลในองค์กร หากองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดี ประชาชนจะเกิดความไว้วางใจ ศรัทธา ยอมรับและให้ความร่วมมือสนับสนุน หากองค์กรใดมีภาพลักษณ์ในเชิงลบประชาชนจะขาดความไว้วางใจ ไม่ยอมรับนับถือ และขาดความร่วมมือ ดังเช่นที่ วิรัช ลภีรัตนกุล (2529) กล่าวไว้ว่า หน่วยงานหรือองค์กรสถาบันใดก็ตามหากมีภาพลักษณ์เป็นไปในทางเสื่อมเสียแล้ว หน่วยงานสถาบันนั้นย่อมไม่ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจจากประชาชน ประชาชนอาจไม่ให้ความร่วมมือสนับสนุนหน่วยงานนั้น ในทางตรงข้ามหากหน่วยงานหรือองค์กรสถาบันมีภาพลักษณ์ที่ดี ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อหน่วยงานสถาบันนั้นย่อมเป็นภาพที่บรรเจิดสวยงาม นั่นคือเป็นภาพของหน่วยงานสถาบันเป็นไปในทางที่ดี มีความน่าเชื่อถือศรัทธา สมควรไว้วางใจหรือน่าคบค้าสมาคมด้วย

ดังนั้นในปัจจุบันหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญกับเรื่องภาพลักษณ์ขององค์กรไม่เว้นแม้กระทั่งองค์กรไม่แสวงหากำไรและเน้นในเรื่องการให้บริการด้านการศึกษาอย่างมหาวิทยาลัยโดยมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาได้รับพระราชทานนามจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ เป็น"สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา"เมื่อปี พ.ศ. 2535 จนกระทั่งเปลี่ยนเป็น"มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา"เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน 2547 ปัจจุบันมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาเปิดสอนในระดับปริญญาตรี ปริญญาโทและปริญญาเอก ทั้งภาคปกติและภาคพิเศษมีหลักสูตรที่หลากหลายให้นักศึกษาได้เลือกเรียนมากกว่า 50 สาขาวิชา โดยมีวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย คือ มหาวิทยาลัยคุณภาพชั้นนำ เพื่อปวงชน "A Leading Quality University for All" ซึ่งในปี 2557 มหาวิทยาลัยได้มีการปรับอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ใหม่รวมถึงมีการตั้งเป้าหมายที่จะปรับนโยบายในการเป็นมหาวิทยาลัย อันดับ 1 ของราชภัฏ/ อันดับ 15 ของประเทศ/ อันดับ 150 ของเอเชียและเน้นการสร้างคุณภาพให้กับบุคลากรในมหาวิทยาลัยรวมถึงการสร้างความโดดเด่นของอัตลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของมหาวิทยาลัยและเน้นการประชาสัมพันธ์เชิงรุก (มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2557)

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาเป็นองค์กรทางการศึกษาในระดับอุดมศึกษาของชาติที่ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อถือในชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยทั้งในเรื่องของบัณฑิต คณาจารย์บุคลากร และผลการวิจัย โดยมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องทั้งในสื่อมวลชนทั้งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ รวมถึงสื่อเสริมซึ่งได้แก่ ป้ายไว้นิล บิลบอร์ด โบร์ชัวร์ แผ่นพับ และเว็บไซต์ต่าง ๆ

ภาพลักษณ์ขององค์กรมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะการสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่ดี จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ ความเลื่อมใสศรัทธา การดึงดูดความสนใจต่อลูกค้าที่ต้องการเข้ามาใช้สินค้าและบริการมากขึ้น ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีจะช่วยสร้างความมั่นคงให้แก่หน่วยงานไม่ว่าจะเกิดวิกฤติยามใดก็ไม่อาจสั่นคลอนไปได้ ถือได้ว่าเป็นทุนขององค์กรนั้นที่ได้สั่งสมเอาไว้ (พจน ใจชาญสุขกิจ, 2548) โดยการเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรถือเป็นงานสำคัญที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ต้องดูแลและรับผิดชอบ

รวมถึงเป็นสิ่งที่ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญ เพราะภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นสิ่งสะท้อนถึงการรับรู้ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีต่อองค์กรในด้านความเชื่อหรือความรู้สึก โดยองค์กรจึงจำเป็นต้องตรวจสอบภาพลักษณ์ของตนเองให้ถูกต้องมากที่สุดเพื่อเป็นข้อมูลสำคัญในการขับเคลื่อนพัฒนาองค์กรในด้านต่าง ๆ ได้ต่อไป ดังเช่นที่ ศุภลิน วนาเกษมสันต์ (2552) อธิบายว่า การบริหารจัดการภาพลักษณ์มีความสำคัญมากโดยการตรวจสอบภาพลักษณ์องค์กรในปัจจุบันอย่างถูกต้องและเป็นจริงมากที่สุดจะมีประโยชน์ทำให้เราทราบถึงแนวโน้ม หรือลักษณะเด่น ลักษณะด้อยขององค์กร ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะสามารถนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ และกลวิธีต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์ขององค์กรในอนาคตต่อไป และถ้ายิ่งองค์กรสามารถระบุภาพลักษณ์ให้ชัดเจนลงไปในแต่ละมิติ ก็จะช่วยให้องค์กรมองตัวตนที่แท้จริงได้มากขึ้นด้วย

นักศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ถือเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของมหาวิทยาลัย เนื่องจากเป็นกลุ่มที่กำลังสนใจเปิดรับข่าวสารและหาข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารต่อในระดับอุดมศึกษา

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาในสายตาของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากมหาวิทยาลัยมีการปรับปรุงและพัฒนาเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ รวมถึงการขับเคลื่อนนโยบายของมหาวิทยาลัยใหม่ รวมถึงมีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ขององค์กรมาโดยตลอดอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงมีความน่าสนใจอย่างยิ่งที่จะศึกษาภาพลักษณ์ปัจจุบันของมหาวิทยาลัยในทัศนะของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ว่าเป็นอย่างไร รวมถึงศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยในมุมมองของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ เพื่อนำผลข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาวางแผนพัฒนาปรับปรุงภาพลักษณ์ การดำเนินงานและการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยในอนาคตได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาในทัศนะของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร และภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัญหาคำถามวิจัย

1. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาในทัศนะของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร
2. การเปิดรับข่าวสารมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร
3. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารและภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร

ขอบเขตของโครงการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจหรือความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ภาพในใจนี้เกิดขึ้นจากการได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ บวกกับความรู้สึกนึกคิดที่เกิดขึ้นในจิตใจหรือภาพในใจที่บุคคลรับรู้ต่อบุคคล วัตถุ สิ่งของ สถาบันและสถานที่ต่าง ๆ ในที่นี้คือ ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ซึ่งภาพลักษณ์นี้อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามสภาวะและเวลาที่ผ่านไป โดยแบ่งเป็น

- 1) ด้านองค์กร
- 2) ด้านคณาจารย์ และบุคลากร
- 3) ด้านผู้บริหาร
- 4) ด้านความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 5) ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน และนักศึกษา
- 6) ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคารและสถานที่

การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง ความบ่อยครั้งในการติดต่อสื่อสารหรือแลกเปลี่ยนข่าวสาร แสวงหา หรือได้รับข่าวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาจากสื่อต่างๆ ทั้งสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่ออินเทอร์เน็ต หรือเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาในทัศนะของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ทราบถึงการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เป็นข้อมูลเบื้องต้นแก่ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องได้นำไปใช้ในการวางแผนดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาต่อไป

เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่มีความสนใจได้ใช้ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้เป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์แก่องค์กร และแนวทางแก่ผู้สนใจในแง่การสร้างภาพลักษณ์