

หัวข้อวิจัย	ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏ เขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน
ผู้ดำเนินการวิจัย	นางสาวสุวลักษณ์ ห่วงเย็น
ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.รชชงพร โกมลเสวิน
หน่วยงาน	หลักนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ปี พ.ศ.	2559

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษานโยบายแนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์ของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน ศึกษาผลกระทบการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางการสร้างยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน การศึกษาใช้การทำวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูง ระดับกลาง ระดับต้น ประกอบด้วย 1). อธิการบดี 2). รองอธิการบดีฝ่ายนโยบายและแผน 3). รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร 4). ผู้อำนวยการหรือหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์และ 5). เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 คน ต่อหนึ่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 6 แห่ง รวมทั้งสิ้น 30 คน ซึ่งผลการวิจัยมีดังนี้

ส่วนที่ 1). เพื่อศึกษานโยบายแนวทางการส่งเสริมอัตลักษณ์จากผู้บริหารพบว่า อัตลักษณ์เป็นการมองตัวเองหรือกระเจงกาทิมองถึงภาพสะท้อนให้เห็นในเชิงประจักษ์ในรูปแบบหรือสัญลักษณ์ซึ่งการมีอัตลักษณ์ที่เป็นของตนเองอาจจะเป็นได้ทั้งบุคลิกภาพของบุคคลหรือจากการสะสมจนกลายเป็นวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา อัตลักษณ์แต่ละแห่งต้องมีความแตกต่างกันเพื่อสร้างความได้เปรียบ แต่อัตลักษณ์บางแห่งยังไม่ชัดเจนแต่ละที่พยายามเร่งพัฒนาเพื่อให้เป็นหนึ่งอัตลักษณ์หนึ่งสถาบันการศึกษา มีการส่งเสริมอัตลักษณ์จากหลักสูตรกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์ภายในของตนที่จัดขึ้นโดยสอดแทรกคุณธรรมจริยธรรม

ส่วนที่ 2). เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์จากนักประชาสัมพันธ์พบว่า มีการทำงานทั้งเชิงรุกและเชิงรับ ใช้การสื่อสารแบบบนลงล่างข้างขึ้นบน การใช้หลักภาษาไทยให้ถูกต้อง กลั่นกรองข้อมูลให้สมบูรณ์ก่อนเผยแพร่ ใช้การสำรวจหรือวิจัยเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูลตรงกับกลุ่มเป้าหมาย มีการใช้สื่อทุกชนิดอย่างบูรณาการเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุดอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ

ส่วนที่ 3). ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์มุมมองของผู้บริหารและนักประชาสัมพันธ์พบว่า การที่ผู้บริหารได้ลงปฏิบัติงานเองเป็นสิ่งที่ดีที่สุด สื่อบุคคล สื่อปากต่อปาก สื่อสิ่งพิมพ์ทุกชนิด สื่อเชิงสัญลักษณ์ สื่อใหม่ สื่อเทคโนโลยี มีการใช้สื่อสารแบบบูรณาการมาผสมผสานให้เข้ากับสถานการณ์ต่อยุ่สื่อและใช้การสำรวจ สังเกต สัมภาษณ์ เกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารให้กับผู้รับสารที่สามารถรับทราบข้อมูลมากยิ่งขึ้น จากผลการวิจัยทำให้ได้ยุทธศาสตร์การสื่อสารเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้ มีการกำหนดอัตลักษณ์ที่

ชัดเจน การใช้ประโยชน์การสื่อสารทุกช่องทาง ทำงานต่อเนื่องอย่างเป็นระบบ พัฒนาผลผลิตจากภายในสู่ภายนอกให้สอดคล้องกับเป้าหมายองค์กรของตนอย่างชัดเจน ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์งานเป็นทีมที่ดีเพื่อให้องค์กรอยู่รอดอย่างยั่งยืนอันมีการใช้การสื่อสารแบบบูรณาการให้ทั่วถึงทั้งองค์กรไปในทิศทางเดียวกันอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ซึ่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเขตกรุงเทพมหานคร ได้พยายามปรับตัวในบริบทของตนเพื่อพัฒนาสร้างจุดแข็งเพื่อความเป็นเลิศและยั่งยืนสู่สากล

ส่วนผลกระทบ จากผลการวิจัยพบว่า ยังขาดงบประมาณที่มาสสนับสนุนน้อยในการทำสื่อเพื่อเผยแพร่ตามช่องทาง ขาดผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคการทำสื่อ การไม่ค่อยเปิดรับสื่อของบุคลากรภายใน ขาดการปรับตัวเข้าหากันในการปฏิบัติงานให้เป็นไปทิศทางเดียวกัน