

มนตรี สังขนาท. (2563). การจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ
รำไพพรรณี. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การจัดการการสื่อสาร). จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏ
รำไพพรรณี

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี

ประธานกรรมการ

ปร.ด. (การจัดการเทคโนโลยี)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บวรสรรค์ เจียคำรง

กรรมการ

นศ.ด. (นิเทศศาสตร์)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการจัดการสื่อสารภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราช
ภัฏรำไพพรรณี 2) ศึกษาถึงกลยุทธ์การจัดการสื่อสารภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ
รำไพพรรณี 3) ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนในการจัดการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์
ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและ
วิจัยเชิงปริมาณ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารของมหาวิทยาลัยร่วมกับ
การประชุมใช้การวิเคราะห์ข้อมูล 4 ขั้นตอน คือ การตีความข้อมูล การเปรียบเทียบข้อมูล การสร้าง
ข้อสรุป และการสังเคราะห์ข้อมูล ส่วนวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือประชาชนทั่วไป
จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามประมาณค่า เรื่องการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์
ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ค่าร้อยละ
ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) มหาวิทยาลัยมีการจัดการการสื่อสารภาพลักษณ์ภายในองค์กรโดยมุ่งเน้น
การสร้างวัฒนธรรมในการทำงานมีการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายไปในทิศทาง
เดียวกัน และสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชน 2) มหาวิทยาลัยมีกลยุทธ์การ
จัดการสื่อสารภาพลักษณ์ พบว่า (1) ใช้กลยุทธ์การวางระบบการแพร่กระจายข้อมูล มุ่งเน้นนำเสนอ
ข้อมูลระหว่างมหาวิทยาลัยกับนักศึกษา ผู้ปกครอง หน่วยงานและประชาชนทั่วไป (2) ใช้กลยุทธ์
การพัฒนาและรักษาสัมพันธ์กับสาธารณะชนกลุ่มต่าง ๆ (3) ใช้กลยุทธ์กระตุ้นการมีส่วนร่วม
ของสาธารณะชน สนับสนุนส่งเสริมให้นักศึกษาหรือบุคลากรเข้าร่วมการแข่งขันระดับภาค
ระดับประเทศ เพื่อให้ประชาชนได้รู้จักมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีมากขึ้น 3) สำหรับการ
สำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ

ร่ำไพพรรณี ผลพบว่าการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับแนวทางและกลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ซึ่งจากผลงานวิจัยนี้สามารถนำไปหาแนวทางพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยให้ดียิ่งขึ้น

คำหลัก : การจัดการการสื่อสาร, การสร้างภาพลักษณ์

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Montree Sangkanak. (2020). **Communication Management for Image of Rambhai Barni Rajabhat University**. Thesis M.Com.Arts. (Master of Communication Arts). Chanthaburi: Rambhai Barni Rajabhat University.

Thesis Advisors

Assistant Professor Dr. Chamroen Kangkasri Ph.D. (Technology Management)	Chairman
Assistant Professor Dr. Bavonsan Chiadamrong Ph.D. (Communication Arts)	Member

Abstract

The purposes of this research were: 1) to study the communication management regarding the image of Rambhai Barni Rajabhat University; 2) to identify the communication management strategies in terms of Rambhai Barni Rajabhat University's image; and 3) to survey public opinion about the communication management strategies related to the image of Rambhai Barni Rajabhat University. The mixed method was used as research method. The qualitative data were collected from in-depth interviews from university administrators and group meeting. The data was analyzed by using 4 steps: interpretation, comparison, conclusion and synthesis. Likewise, the quantitative data were collected by using a questionnaire from 400 participants. The data from questionnaires were analyzed according to frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The results of the research were as follows: 1) the university has a communications management of image which focuses on creating a culture in the workplace by aligning vision, missions and goals in the same direction as well as creating understanding and maintaining good relationships with the public; 2) the university has strategies for managing image communication in terms of: (1) setting up the information dissemination system to focus on presenting information from the university to the students, parents, agencies and the public, (2) developing and maintaining relationships with public groups, and (3) encouraging students and educational personnel to participate in regional and national competitions which increases public knowledge of the university; and 3) according to the public opinion survey on communication management related to the image of university, the results showed that the communication management to create the

overall image was at the highest level. These showed that the public supports these strategies for managing image communication. It implied that the communication management strategies can be used as a guideline for Rambhai Barni Rajabhat University to promote a better image.

Keywords: Communication Management, Image Building



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี