

## ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยรังสิตในทัศนะของสื่อมวลชน

### Image of Rangsit University in the Mass Media's Attitude

สมเกียรติ รุ่งเรืองวิริยะ

Somkeit Rungruangviriya

สำนักงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยรังสิต เมืองเอก ถนนพหลโยธิน ตำบลหลักหก อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000

\*Corresponding author, E-mail : keaw@rsu.ac.th

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยรังสิตในทัศนะของสื่อมวลชน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และเก็บข้อมูลกับสื่อมวลชน จำนวน 40 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า

1. ข้อมูลทั่วไป พบว่า สื่อมวลชนเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด โดยทำงานในสื่อประเภทนิตยสาร มีตำแหน่งงานเป็นนักข่าว/กองบรรณาธิการ สังกัดข่าวประเภทการศึกษามากที่สุด และมีระยะเวลาในการทำงานระหว่าง 1-5 ปี

2. สื่อมวลชนเคยรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์จากเว็บไซต์มหาวิทยาลัยรังสิต (www.rsu.ac.th) มากที่สุด โดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยรังสิต เพื่อทราบข่าวคราวความเคลื่อนไหวภายในมหาวิทยาลัยรังสิต ทั้งนี้ได้รับเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลง/ความก้าวหน้าในด้านต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยรังสิต โดยสื่อมวลชนทั้งหมดเคยเยี่ยมชม/สถานที่หรือร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยรังสิต สื่อมวลชนมีการรับข่าวสารที่มหาวิทยาลัยรังสิตจัดส่งและเผยแพร่สัปดาห์ละครั้ง สำหรับการเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษที่มหาวิทยาลัยรังสิตจัดขึ้นมากที่สุด คือ การแถลงข่าว ส่วนเกณฑ์ในการคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์นั้น สื่อมวลชนพิจารณาจากประเด็นข่าวที่น่าสนใจ และเรื่องราวหรือเนื้อหาประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสม

3. ทัศนคติของสื่อมวลชนเกี่ยวกับภารกิจและบทบาทของมหาวิทยาลัยรังสิตเรื่องเป็นสถาบันที่มีหลักสูตรและสาขาวิชาหลากหลายที่สุดสามารถรองรับ และเป็นสถาบันที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมกับสังคม สื่อมวลชนเห็นว่ามหาวิทยาลัยรังสิตเป็นสถาบันการศึกษาดุสิตศึกษามีภารกิจด้านการจัดการเรียนการสอนมากที่สุด รองลงมา คือ การบริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคม และการทำวิจัย ตามลำดับ และเห็นว่ามหาวิทยาลัยรังสิตควรมีบทบาทที่ตอบรับการสภาพสังคมในปัจจุบันด้านความเป็นนานาชาติ

4. ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยรังสิตนั้น โดยภาพรวมอยู่ในระดับเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า มหาวิทยาลัยรังสิตมีภาพลักษณ์ด้านนักศึกษาและบัณฑิตของมหาวิทยาลัยรังสิตมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการบริหาร

จัดการภายในมหาวิทยาลัย ยุทธศาสตร์ความเป็นเลิศ ด้านสถานที่ตั้งอาคารสถานที่ ด้านผลกระทบในสังคม ด้านคณาจารย์ และด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน

*คำสำคัญ* : ภาพลักษณ์ สื่อมวลชน ทักษะ

### **Abstract**

The objectives of this research were to study the image of Rangsit University in the mass media's attitude by using questionnaire as a tool in collecting data and conducting research from 40 media workers. Statistics used in data analysis includes frequency, percentage, arithmetic mean and standard deviation. The result of this research is presented as follows.

1. In respect of general information, there were more female media workers than male. Most of them held bachelor's degree and worked in the magazine business as reporters, publication personnel in education news with working experience between 1 and 5 years.

2. Most of the media workers received public relations news from Rangsit University website ([www.rsu.ac.th](http://www.rsu.ac.th)). The objective of exposure to Rangsit University news was mostly to receive news within the university. As such, they obtained news relating to general happenings of various areas in the university. All respondents visited the campus or attended activities of Rangsit University. They receive news delivered or published by Rangsit University on a weekly basis. The special activity arranged by Rangsit University which is mostly attended was press release. The criteria in selecting public relations news relied on the media workers determining the interesting news topics, appropriate content, or account of public relations news.

3. The attitudes of the respondents were involved with the mission and role of Rangsit University which is an institution with a big variety of subjects and programs to serve and to emphasize on social participations. The media workers were of opinion that Rangsit University was an educational institution with the principle mission of in running academic programs. The missions include educational services for communities and society, and research. Also, they viewed that Rangsit University should play the roles in responding to current social situations at the international level.

4. With regards to the image of Rangsit University, the overall opinions were quite high. In details, it was found that Rangsit University has the image of college students and graduates of at the highest level. Next are internal management of the university, excellent strategy, building and location, social impact, lecturers and professors, academic and teaching programs, respectively.

*Keywords* : image, media, attitude

---

## 1. บทนำ

สถานการณ์การแข่งขันของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ได้ทวีความเข้มข้นมากขึ้นเรื่อย ๆ ดังจะเห็นได้จากการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้ผ่านสื่อต่าง ๆ ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวเพื่อแสดงความพร้อมในเชิงการแข่งขัน อาทิ ความก้าวหน้าด้านวิชาการ กิจกรรมนักศึกษา คณาจารย์ อาคารและสิ่งแวดล้อม อุปกรณ์การเรียนการสอน ฯลฯ เหล่านี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างการรับรู้ ภาพลักษณ์อันดีของสถาบัน การแข่งขันในตลาดอุดมศึกษาไม่ได้จำกัดอยู่แค่เพียงมหาวิทยาลัยเอกชนด้วยกันเองเพียงเท่านั้น หากแต่ผลนโยบายจากการปฏิรูปการศึกษาของรัฐบาลที่เน้นการขยายโอกาสทางการศึกษา อาทิ การผลักดันออกนอกระบบ การสนับสนุนงบประมาณตามจำนวนนักศึกษา ส่งผลให้สถาบันการศึกษาของรัฐมีการปรับตัว เช่น การเปิดหลักสูตรภาคพิเศษ การเปิดวิทยาเขตใหม่ ๆ ที่ใกล้ชิดกับกลุ่มเป้าหมายยิ่งขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ได้กลายมาเป็นปัจจัยคุกคามในการแข่งขันระหว่างมหาวิทยาลัยเอกชนอย่างชัดเจน นอกจากนี้ในปีการศึกษา 2550 การที่คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบยุติการให้กู้ยืมเงินเพื่อการศึกษาที่ผูกพันกับรายได้ในอนาคต (กรอ.) ถือว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาของนักเรียนมัธยมที่กำลังเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา

ปัจจัยต่าง ๆ ที่ยกมาข้างต้น ส่งผลให้สถาบันการศึกษาจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ด้านการตลาด การโฆษณาอย่างต่อเนื่อง สิ่งที่เกิดขึ้นตามมาคือ ค่าใช้จ่ายในการโฆษณาที่เพิ่มขึ้น ซึ่งนอกเหนือจากการโฆษณาผ่านสื่อแล้ว เครื่องมือสำคัญอีกประการหนึ่งที่ถูกนำมาใช้เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ กระตุ้นให้นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายได้ตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อในสถาบันที่ตนคิดว่าโดดเด่นหรือตอบสนองความต้องการได้มากที่สุด นั่นก็คือ

เครื่องมือที่เรียกว่า การประชาสัมพันธ์ ปัจจุบันสื่อมวลชนมีอิทธิพลสำคัญต่อการรับรู้ทัศนคติของประชาชนอย่างสูง การดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพึ่งพาสื่อมวลชนทั้ง สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ หากจะเปรียบเทียบให้เห็นภาพแล้ว ก็อาจจะกล่าวได้ว่า หัวใจของงานประชาสัมพันธ์ก็คืองานด้านสื่อมวลชนสัมพันธ์นั่นเอง

การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับมหาวิทยาลัยรังสิตนั้น อยู่ในความดูแลรับผิดชอบของสำนักงานประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยรังสิต โดยมีการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์สำหรับกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในหลาย ๆ ด้าน ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่มีต่อหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน คณาจารย์ การบริหารจัดการภายในของมหาวิทยาลัย นักศึกษาและบัณฑิตของมหาวิทยาลัย ด้านสถานที่ตั้งอาคารสถานที่ ผลกระทบในสังคม และยุทธศาสตร์ความเป็นเลิศ ทั้งนี้ได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ภายในโดยเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ (นิจวรรณ นาวารัตน์, 2552) ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อโทรทัศน์ภายใน วิทยุชุมชน เสียงตามสาย สื่ออินเทอร์เน็ต สารรังสิตออนไลน์ สารรังสิตฉบับรายเดือน สารรังสิตรายสัปดาห์ แผ่นพับ โปสเตอร์ สื่อเฉพาะกิจ และป้ายประชาสัมพันธ์ เป็นต้น รวมถึงช่องทางการสื่อสารระหว่างหน่วยงานต่างก็มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจอันดี และความสัมพันธ์อันดีให้เกิดกับบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยรังสิตทั้งสิ้น

การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยรังสิตได้ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อในหลากหลายประเภทด้วยกัน ซึ่งได้นำเสนอข้อมูลในหลากหลายประเด็นด้วยกัน โดยทุกข้อมูลข่าวสารมุ่งที่สื่อสารความเป็นไป ความก้าวหน้า และความเคลื่อนไหวของ

มหาวิทยาลัยทั้งสี่ และสำหรับสำนักงานประชาสัมพันธ์แล้ว การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้ประสบความสำเร็จ บรรลุวัตถุประสงค์ได้ จะต้องเริ่มต้นจากบุคลากรในสายงานประชาสัมพันธ์ตระหนักถึงความสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชน ซึ่งก็คือ คณะบุคคลที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานสื่อมวลชน ซึ่งประกอบด้วยหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ และเว็บไซต์ อาทิ เจ้าหน้าที่กองบรรณาธิการ บรรณาธิการ นักจัดรายการ นักข่าว เป็นต้น โดยความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและสื่อมวลชนจะเกิดขึ้นได้ ก็ต้องอาศัยความเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด จนพัฒนาไปสู่ขั้น “รับรู้และเข้าถึง” ทักษะของสื่อมวลชนที่มีต่อองค์กร เช่นเดียวกับมหาวิทยาลัยรังสิตที่เล็งเห็นว่าถึงการนำทัศนคตินั้น ๆ มาพัฒนาเป็นแผน และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยรังสิตในทัศนะของสื่อมวลชน
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารของสื่อมวลชนเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยรังสิต
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ของสื่อมวลชนเกี่ยวกับภารกิจและหน้าที่ของมหาวิทยาลัยรังสิต
4. เพื่อศึกษาทัศนคติของสื่อมวลชนที่มีต่อมหาวิทยาลัยรังสิต

## 3. ระเบียบวิธีวิจัย

### ประชากรการศึกษาวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ คณะบุคคลที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานสื่อมวลชน โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบ

แบ่งกลุ่ม โดยการแบ่งตามประเภทของสื่อมวลชน ซึ่งประกอบด้วยหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และเว็บไซต์ จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารของสื่อมวลชนเกี่ยวกับภารกิจและบทบาทหน้าที่ของมหาวิทยาลัยรังสิต
- ตอนที่ 3 ทัศนคติของสื่อมวลชนที่มีต่อมหาวิทยาลัยรังสิต
- ตอนที่ 4 ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยรังสิตในทัศนะของสื่อมวลชน

การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจพิจารณาความตรงของเนื้อหา (content validity) และให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุง และดูความเที่ยงตรงของเนื้อหาในข้อคำถามต่าง ๆ และคำนวณค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของประเมินโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (coefficient alpha) ของ Cronbach (บุญชม ศรีสะอาด, 2535) ก่อนนำเครื่องมือมาปรับปรุงแก้ไขและตรวจสอบความเรียบร้อยอีกครั้งก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

### การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการ โดยเก็บรวบรวมกับสื่อมวลชนระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2552 - มีนาคม พ.ศ. 2553 โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจะดำเนินการเก็บรวบรวมทางไปรษณีย์ ได้แบบสอบถามคืน 40 ชุด และทำการวิเคราะห์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงบรรยาย ซึ่งข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม นำเสนอโดยแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

#### 4. ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไป พบว่า สื่อมวลชนเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยทำงานในสื่อประเภทนิตยสาร มีตำแหน่งงานเป็นนักข่าว/กองบรรณาธิการ สังกัดข่าวประเภทการศึกษา มากที่สุด และมีระยะเวลาในการทำงานระหว่าง 1-5 ปี

สื่อมวลชนเคยรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์จากเว็บไซต์มหาวิทยาลัยรังสิต มากที่สุด โดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยรังสิต เพื่อทราบข่าวคราวความเคลื่อนไหวภายในมหาวิทยาลัยรังสิต ทั้งนี้ได้รับเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลง/ความก้าวหน้าในด้านต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยรังสิต โดยสื่อมวลชนทั้งหมดเคยเยี่ยมชม/สถานที่หรือร่วมกิจกรรมของมหาวิทยาลัยรังสิต สื่อมวลชนมีการรับข่าวสารที่มหาวิทยาลัยรังสิตจัดตั้งและเผยแพร่สัปดาห์ละครั้ง สำหรับการเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษที่มหาวิทยาลัยรังสิตจัดขึ้นมากที่สุด คือ การแถลงข่าว ส่วนเกณฑ์ในการคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์นั้น สื่อมวลชนพิจารณาจากประเด็นข่าวที่น่าสนใจ และเรื่องราวหรือเนื้อความประชาสัมพันธ์มีความเหมาะสม

ทัศนคติของสื่อมวลชนเกี่ยวกับภารกิจและบทบาทของมหาวิทยาลัยรังสิตเรื่องเป็นสถาบันที่มีหลักสูตรและสาขาวิชาหลากหลายที่สุดสามารถรองรับ และเป็นสถาบันที่ให้มีความสำคัญกับการมีส่วนร่วมกับสังคม เป็นสถาบันการศึกษาอุดมศึกษามีภารกิจด้านการจัดการเรียนการสอน มากที่สุด รองลงมา คือ การบริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคม และการทำวิจัย ตามลำดับ และเห็นว่ามหาวิทยาลัยรังสิตควรมีบทบาทที่ตอบรับการสภาพสังคมในปัจจุบันด้านความเป็นนานาชาติ

ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยรังสิตนั้น โดยภาพรวมอยู่ในระดับเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า มหาวิทยาลัยรังสิตมีภาพลักษณ์ด้านนักศึกษาและบัณฑิตของมหาวิทยาลัยรังสิตมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการบริหารจัดการภายในมหาวิทยาลัย ยุทธศาสตร์ความเป็นเลิศ ด้านสถานที่ตั้งอาคารสถานที่ ด้านผลกระทบต่อในสังคม ด้านคณาจารย์ และด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน

#### 5. อภิปรายผล

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยรังสิต พบว่า สื่อมวลชนส่วนใหญ่เคยรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์จากเว็บไซต์มหาวิทยาลัยรังสิต โดยเห็นว่า เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Becker (1978) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะและความหลากหลาย สิ่งที่สำคัญจึงต้องเข้าใจการเปิดรับสื่อของผู้รับสารเป็นสำคัญ ซึ่งได้สรุปถึงการเปิดรับสื่อของผู้รับสารว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะที่สำคัญ คือ เลือกสื่อที่สามารถจัดหามาได้ (availability) ธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะใช้เวลาพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ได้มายากก็มักจะไม่ได้รับการเลือกแต่ถ้าสามารถได้มาไม่ยากนัก ก็มักจะเลือกสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก และเลือกสื่อที่สะดวกสบาย (convenience)

สื่อมวลชนมีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารเพื่อทราบข่าวคราวความเคลื่อนไหวภายในมหาวิทยาลัยรังสิตมากที่สุด รองลงมา เพื่อนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมาปรับใช้กับการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และเพื่อเพิ่มพูนความรู้ทางวิชาการ/ความรอบรู้อื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ McCombs and Becker (1985) ที่ได้กล่าวว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อเพื่อสนองความต้องการของตน

ในการอ่าน ฟัง และชมด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน โดยเหตุผลที่สำคัญ คือเพื่อศึกษาความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัว เพื่อที่จะได้รู้ว่าอะไรกำลังจะเกิดขึ้น เพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้ เพื่อใช้ข่าวสารที่ได้มานั้นเป็นเครื่องช่วยในการตัดสินใจแต่ละวัน เพื่อให้ได้ข่าวสารที่จะใช้ประโยชน์ในการถกเถียงปัญหาประจำวันกับบุคคลอื่น และเพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกันได้อยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นด้วย

ทัศนคติของสื่อมวลชนที่มีต่อภารกิจและบทบาทของมหาวิทยาลัย พบว่า สื่อมวลชนเห็นวามหาวิทยาลัยรังสิตเป็นสถาบันการศึกษาอุดมศึกษามีภารกิจด้านการจัดการเรียนการสอนมากที่สุด รองลงมา คือ การบริการวิชาการแก่ชุมชนและสังคม และการทำวิจัย ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปตามภารกิจของสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่ต้องมีภารกิจสำคัญที่ 4 ประการ ที่สำนักมาตรฐานอุดมศึกษา (2541) ได้กำหนดไว้ คือ การจัดการเรียนการสอน การวิจัย การบริการวิชาการแก่สังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

ส่วนบทบาทสำคัญที่มหาวิทยาลัยรังสิตควรมีบทบาทที่ตอบรับการสภาพสังคมในปัจจุบัน ด้านความเป็นนานาชาติมากที่สุด รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยอเล็กทรอนิกส์ และความสามารถในการแข่งขัน และการรับรองมาตรฐานวิชาการ/วิชาชีพตามลำดับ ซึ่งเป็นไปตามนโยบายและทิศทางการดำเนินงาน การดำเนิน และแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนา มหาวิทยาลัยรังสิต (2550-2554) (ฉบับปรับปรุง) ที่ได้กล่าวถึงวิสัยทัศน์กับการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์เส้นทางสู่ความเป็นเลิศ (roadmap to excellence) คือ มหาวิทยาลัยรังสิตได้ยึดยุทธศาสตร์ในการเห็นกระแส โดยเลือกที่จะเป็นผู้นำกระแสและอยู่เหนือกระแส ที่จะนำมหาวิทยาลัยรังสิตก้าวสู่ความเป็นเลิศได้ ด้วย

วิสัยทัศน์ที่กว้างไกล และความกล้าที่จะเป็นผู้นำทางการศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิตจึงได้ประกาศวิสัยทัศน์ และแผนยุทธศาสตร์ เส้นทางสู่ความเป็นเลิศต่อประชาคม ดังนี้ 1) ความสามารถในการแข่งขัน 2) มหาวิทยาลัยอเล็กทรอนิกส์ 3) ความเป็นนานาชาติ 4) การรับรองมาตรฐาน 5) คุณภาพการศึกษา และ 6) การเตรียมความพร้อมสู่โลกแห่งความเป็นจริง

ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยรังสิตโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า มหาวิทยาลัยรังสิตมีภาพลักษณ์ด้านนักศึกษาและบัณฑิตของมหาวิทยาลัยรังสิตมาก รองลงมา คือ การบริหารจัดการภายในของมหาวิทยาลัย และยุทธศาสตร์ความเป็นเลิศ สถานที่ตั้งอาคารสถานที่ ผลกระทบในสังคม คณาจารย์ และหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน ตามลำดับ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า หลักสูตรการเรียนการสอนสามารถตอบสนองความต้องการ ความสนใจและความสามารถของผู้เรียนในทักษะด้านต่าง ๆ และมีการใช้อุปกรณ์การเรียนการสอนระดับมืออาชีพและสามารถพัฒนาทักษะในวิชาชีพได้ และส่งเสริมให้นักศึกษาได้เรียนรู้การทำงานจริง ซึ่งสอดคล้องผลการศึกษาวิจัยของฉันทนา จันทวงศ์ (2544) ได้ศึกษาเรื่อง “การติดตามคุณภาพมหามบัณฑิตรุ่นปีการศึกษา 2544 มหาวิทยาลัยบูรพา” ผลการวิจัยพบว่า ด้านหลักสูตรมีความเหมาะสมมากในระดับมาก คือ เนื้อหาสาระที่เรียนตรงกับความต้องการของงาน เนื้อหาสาระที่เรียนทันสมัย มหามบัณฑิตส่วนใหญ่เห็นว่ามีความเหมาะสมในระดับมาก คือ การฝึกในห้องปฏิบัติการ/ฝึกภาคสนาม การศึกษาดูงาน/การสร้างเสริมประสบการณ์วิชาชีพที่นอกเหนือจากการเรียนในห้องเรียน

ด้านคณาจารย์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผลงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ของคณาจารย์เป็นที่ยอมรับของประชาชน และนักวิชาการ มากที่สุด รองลงมา คือ คณาจารย์ของมหาวิทยาลัยรังสิตมีคุณวุฒิการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาขึ้นไปซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาให้ความรู้แก่นักศึกษามากยิ่งขึ้น และคณาจารย์มีการปลูกฝังวินัย จริยธรรม คุณธรรม และเป็นแบบอย่างที่ดีตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของพงศภัทร อนุมิตรราชกิจ และธีราภรณ์ กลิ่นสุคนธ์ (2548) ที่ได้ศึกษาวิจัย เรื่องความคิดเห็นของครูแนะแนวที่ได้เข้าร่วมโครงการแนะแนวสัมพันธ์ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยรังสิต ซึ่งผลการวิจัย ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยรังสิตด้านบุคลากรโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก กล่าวคือ คณาจารย์ของมหาวิทยาลัยมีคุณวุฒิการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาขึ้นไป ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการถ่ายทอดความรู้แก่นักศึกษามากยิ่งขึ้นมากที่สุด รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยรังสิตมีผู้ทรงคุณวุฒิในการให้คำปรึกษา และให้คำแนะนำในด้านต่าง ๆ รวมถึงคณาจารย์ของมหาวิทยาลัยมีผลงานวิจัย และงานสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์ ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาองค์ความรู้ ใหม่ ๆ ตามลำดับ

ด้านการบริหารจัดการภายในของมหาวิทยาลัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า มหาวิทยาลัยมีการใช้เทคโนโลยีในการให้บริการต่าง ๆ ที่ทันสมัย เช่น ระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เครือข่ายไร้สายมากที่สุด รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยมีการเผยแพร่ผลงานด้านวิชาการและเทคโนโลยีผ่านสื่อต่าง ๆ และผู้บริหารมหาวิทยาลัยมีความเป็นกันเอง และผู้บริหารมหาวิทยาลัยมีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของตริงตรา ททรัพย์ส่งแสง (2542) ที่กล่าวถึง ลักษณะของภาพ

ลักษณ์ คือ องค์ประกอบระหว่างข้อเท็จจริงกับการประเมินส่วนตัวที่เกิดจากการรับรู้ของบุคคล ที่เกิดขึ้นค่อนข้างแน่นอนและเกือบจะตายตัว เป็นภาพที่ฝังลึกในใจเปลี่ยนแปลงค่อนข้างยาก ซึ่งองค์ประกอบในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรประกอบไปด้วย องค์ประกอบที่สำคัญ คือ 1) ผู้บริหาร (executive) ผู้บริหารถือเป็นตัวแปรสำคัญอย่างยิ่งสำหรับองค์กรในการบริหารงาน ถ้าองค์กรใดมีผู้บริหารมีความสามารถ มีชื่อเสียงในวงการ มีวิสัยทัศน์ที่ดี มีนโยบายที่ดี เชื่อสัจจะ ก็จะทำให้องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีไปด้วย 2) พนักงาน (employee) พนักงานเป็นบุคคลที่เป็นกำลังสำคัญที่สุดขององค์กรในการดำเนินการและผลักดันให้เกิดกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะส่งให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ ดังนั้นพนักงานจึงควรมีความสามารถ มนุษยสัมพันธ์ และบุคลิกภาพดี และ 3) การดำเนินธุรกิจ (business practice) ควรมีการคืนกำไรสู่สังคม หรือสร้างประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่งให้กับสังคม ให้สังคมมองเห็นถึงความรับผิดชอบขององค์กรที่มีต่อสังคม เช่น โครงการรณรงค์ ต่าง ๆ หรือกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นต้น

ด้านผลกระทบที่มีในสังคม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า มหาวิทยาลัยรังสิตมีการจัดกิจกรรมบริการด้านวิชาการที่เป็นประโยชน์ให้แก่ รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยรังสิตมีโครงการบริการวิชาการแก่ชุมชน และสังคมอย่างต่อเนื่อง และมหาวิทยาลัยรังสิตมีการประสานความร่วมมือกับหลายฝ่ายเมื่อมีเหตุการณ์ฉุกเฉินเกิดขึ้นกับประชาชน เช่น อุทกภัย งานช่วยเหลือในเหตุการณ์สึนามิ และมหาวิทยาลัยรังสิตมีการบริการวิชาการแก่สังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางในการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยของเอกวิทย์ แก้วประดิษฐ์ (2541) ที่กล่าวว่า มหาวิทยาลัยจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ โดยส่วนหนึ่งจะเป็นเป็นการช่วยให้

เกิดการกระทำหรือแสดงออกของความร่วมมือที่ดี ชุมชนจะเจริญได้ประชาชนในชุมชนต้องร่วมมือร่วมใจกันด้วยความเต็มอกเต็มใจ มหาวิทยาลัยเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ดังนั้นการประชาสัมพันธ์จึงช่วยให้เกิดความเข้าใจ ความสัมพันธ์อันดี จะช่วยให้เกิดการกระทำหรือการแสดงออกของความร่วมมือที่ดี รวมถึงความเอื้อเฟื้อ มีไมตรีจิต มีความเคารพนับถือ การให้เกียรติซึ่งกันและกัน

ด้านนักศึกษาและบัณฑิตของมหาวิทยาลัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตมหาวิทยาลัยรังสิตได้สร้างชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในสังคม และนักศึกษามีทักษะและความสามารถในการประกวดและการได้รับรางวัลประเภทต่าง ๆ มากที่สุด รองลงมา คือ มีการผลิตบัณฑิตเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน และบัณฑิตมหาวิทยาลัยรังสิตเป็นผู้ที่มีความรู้ ทักษะในการปฏิบัติงาน เป็นที่ยอมรับในวงการวิชาการและวิชาชีพ นักศึกษามีความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของวิลาวรรณ ปิตธวัชชัย และวิรัชฎ์ คงคะจันทร์ (2544) ได้ศึกษาทัศนคติของบัณฑิตและผู้ใช้บัณฑิตที่มีต่อการพัฒนาหลักสูตรคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น พบว่า บัณฑิตให้ความเห็นว่า ความรู้ความสามารถที่ได้รับจากการศึกษาอยู่ในระดับดี

ด้านสถานที่ตั้ง อาคารสถานที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สถานที่ตั้งของอาคารที่มีความเหมาะสม สภาพแวดล้อมที่ดีมากที่สุด รองลงมา คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ เช่น มีหอพักนักการศึกษา โรงอาหาร อาคารจอดรถ สำนักงานหอสมุดและบริการด้านความปลอดภัย และสถานที่ตั้งของมหาวิทยาลัยรังสิตมีการเดินทางสะดวกสบายตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของไพศาล คงสถิตสถาพร (2549) ได้ทำการศึกษาวิจัย

“ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ในมุมมองของบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต” ที่พบว่ามหาวิทยาลัยมีสภาพแวดล้อมที่ดี คือ มีการรักษาความสะอาดอยู่เสมอ และมีบรรยากาศที่ร่มรื่น มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี ด้านอาคาร/สถานที่มีสะอาดและเพียงพอ มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในห้องเรียน มีห้องสุขาที่สะอาดและเพียงพอ

ด้านยุทธศาสตร์ความเป็นเลิศโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เป็นสถาบันที่ให้ความสำคัญกับความทันสมัยของเทคโนโลยี อุปกรณ์ เครื่องมือมากที่สุด รองลงมา คือ เป็นสถาบันที่มีการขยายการเติบโต/ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว และนวัตกรรมและโครงการวิจัยและพัฒนาซึ่งเป็นไปตามนโยบายและทิศทางทางการดำเนินงาน และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยรังสิต (2550-2554) (ฉบับปรับปรุง) ที่ได้กล่าวถึงวิสัยทัศน์กับการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์เส้นทางสู่ความเป็นเลิศ (roadmap to excellence) ไว้ว่า “ท่ามกลางกระแสวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ของโลก และกระแสการแข่งขันทางการศึกษา ที่ทวีความรุนแรงขึ้นทุกขณะ มหาวิทยาลัยรังสิตได้ยึดยุทธศาสตร์ในการเห็นกระแส โดยเลือกที่จะเป็นผู้นำกระแสและอยู่เหนือกระแส ที่จะนำมหาวิทยาลัยรังสิตก้าวสู่ความเป็นเลิศได้ ด้วยวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล และความกล้าที่จะเป็นผู้นำทางการศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิตจึงได้ประกาศวิสัยทัศน์และแผนยุทธศาสตร์เส้นทางสู่ความเป็นเลิศต่อประชาคม ดังนี้ 1) ความสามารถในการแข่งขัน 2) มหาวิทยาลัยอิเล็กทรอนิกส์ 3) ความเป็นนานาชาติ 4) การรับรองมาตรฐาน 5) คุณภาพการศึกษา และ 6) การเตรียมความพร้อมสู่โลกแห่งความเป็นจริง



## 6. บทสรุป

1. ในปัจจุบันมหาวิทยาลัยรังสิต มีการผลิตและเผยแพร่สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์เป็นจำนวนมาก ควรมีการประเมินประสิทธิผลสื่อแต่ละประเภท และความคุ้มค่าของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน ซึ่งจะทำให้ได้ที่มีประสิทธิภาพ และมีความประหยัด คุ้มค่าต่อหน่วยงานมากที่สุดในด้านการเปิดรับ การผลิต และการเผยแพร่สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย

2. มหาวิทยาลัยรังสิตมีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความหลากหลายของสาขาวิชา เพื่อความเป็นผู้นำและใช้ศักยภาพและความพร้อมดังกล่าว นำสู่การปฏิบัติในด้านคุณภาพของการจัดการเรียนการสอน ในทุก ๆ สาขาวิชา และทุกระดับชั้น เพื่อความโดดเด่นทางวิชาการของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนอย่างแท้จริง

## 7. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณบุคคล รศ.ดร.มนสิข สิริสมบุญ และดร.พงศ์ภัทร อนุมิตราชกิจ ที่ปรึกษาโครงการวิจัย ที่ดูแลและให้คำปรึกษาสำหรับการทำวิจัย ตลอดจนขอขอบพระคุณ ดร.สุทธิพร บุญส่ง อาจารย์อนุสรณ์ ศรีแก้ว และผศ.ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ ในฐานะผู้เชี่ยวชาญที่ได้ให้คำแนะนำต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ทั้งในการพัฒนาปรับปรุง และแก้ไขเรื่องมือในการศึกษาวิจัย และขอขอบคุณสำนักงานวางแผนพัฒนาคุณภาพ มหาวิทยาลัยรังสิต ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้ทุนอุดหนุนการวิจัยในครั้งนี้

## 8. เอกสารอ้างอิง

นิจวรรณ นาวารัตน์. (2552). หัวหน้าฝ่ายข่าวสาร  
สำนักงานประชาสัมพันธ์. สัมภาษณ์.

ฉันทนา จันทวงศ์. (2544). การติดตามคุณภาพ

บัณฑิต รุ่นปีการศึกษา 2544. ชลบุรี :  
รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

ตรีงตรา ทรัพย์ส่งแสง. (2542). ภาพลักษณ์ของ  
กรม-ประชาสัมพันธ์ ในทัศนะของ  
ประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร.  
วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย  
บัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจ  
บัณฑิตย.

พงศ์ภัทร อนุมิตราชกิจ และธีราภรณ์ กลิ่นสุคนธ์.  
(2548). ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยรังสิต  
ในทัศนะของครูแนะแนวในโรงเรียนระดับ  
มัธยมศึกษา. รายงานการวิจัย คณะนิเทศ  
ศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

ไพศาล คงสถิตสถาพร. (2549). ภาพลักษณ์ของ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิตในมุมมองของ  
บัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.  
วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต  
สาขาการจัดการการสื่อสารภาครัฐและ  
เอกชน คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัย  
ธรรมศาสตร์.

บุญชม ศรีสะอาด. (2535). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์  
ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์สุวิ  
ยาสาน.

มหาวิทยาลัยรังสิต. (2550). นโยบายและทิศทางการ  
ในการดำเนิน และแผนยุทธศาสตร์การ  
พัฒนา มหาวิทยาลัยรังสิต (2550-2554)  
(ฉบับปรับปรุง). ปทุมธานี : สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยรังสิต.

วิลาวรรณ ปัทวรัชชย์ และวิรัชฎ์ คงคะจันทร์.

(2544). ทัศนะของบัณฑิตและผู้ใช้บัณฑิตที่  
มีต่อการพัฒนาหลักสูตรคณะเกษตรศาสตร์

มหา- วิทยาลัยขอนแก่น. ขอนแก่น คณะ  
เกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สำนักมาตรฐานอุดมศึกษา. (2541). แนวทางการ  
ประกันคุณภาพการศึกษาระดับอุดมศึกษา.  
กรุงเทพมหานคร : สำนักมาตรฐาน  
อุดมศึกษา ทบวงมหาวิทยาลัย.

เอกวิทย์ แก้วประดิษฐ์. (2541). ทำไมต้องประชา  
สัมพันธ์สถาบันของเรา. วารสารปริชาต ปี  
ที่ 10 ฉบับที่ 2 หน้า : 34-40.

McCombs, Maxwell E. and Becker, Lee B. (1985).  
Using Mass Communication Theory.  
N.J: Prentice Hall, Inc.

Samual L. Becker. (1978). Discovering Mass  
Communication. Illinois: Scott Foresman  
and Glenwave.

มหาวิทยาลัยรังสิต