

รูปแบบการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

The Model of Participatory Public Relations of Rajamangala University of Technology Srivijaya

พนทิพย์ ไกรนรา^{*}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ พัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ และประเมินรูปแบบการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม โดยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การถอดบทเรียนด้วยรูปแบบ ALM, AAR และประเมินผลการใช้รูปแบบโดยใช้ CIPP Model สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า

- 1) สภาพการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช พื้นที่ใต้ใหญ่ อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมรับรู้การประชาสัมพันธ์
- 2) กระบวนการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยควร

ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ 1. ร่วมคิด ร่วมวางแผน 2. ร่วมทำ ร่วมดำเนินการ 3. ร่วมรับรู้ข่าวสาร และ 4. ร่วมติดตามประเมินผล ในรูปแบบที่ชื่อว่า POPE Model

3) แนวทางการมีส่วนร่วมสามารถใช้ในการวางแผนและดำเนินการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยได้

คำสำคัญ: การมีส่วนร่วม การประชาสัมพันธ์ รูปแบบ POPE

Abstract

The research objectives were to study the status of participation in Public Relations, to develop the participation model in Public Relations and to evaluate participation model in Public Relations of Rajamangala University of Technology Srivijaya. The quantitative analysis using Percentage, mean, standard variation

^{*} นักศึกษาปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการนวัตกรรมเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

and the qualitative analysis using the lessons learned by the model ALM, AAR and evaluation forms using CIPP Model. The research result as follow;

1. The participation in Public Relations of Rajamangala University of Technology Srivijaya is moderate level. The highest level was the awareness of the public relations activities.

2. The model of participatory public relations of Rajamangala University of Technology Srivijaya should consist of 4 procedure's in POPE Model; P is Planing, O is Operation, P is Perception, and E is Evaluation.

3. The participation model in public relations of Rajamangala University of Technology Srivijaya can apply in the university.

Keywords: participation, public relations, POPE Model

บทนำ

ยุคโลกาภิวัตน์หรือปัจจุบันเรียกว่ายุคของข้อมูลข่าวสาร (Information) พบว่าอำนาจการควบคุมสังคมต้องอาศัยการสื่อสาร โดยเฉพาะการสื่อสารในรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่มีบทบาทและความสำคัญอย่างมากในองค์กรต่าง ๆ ในหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน และถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศทุกระดับ ตั้งแต่บุคคล กลุ่ม ชุมชน สังคมไปจนถึงระดับประเทศ การได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องรวดเร็ว ชัดเจนจะช่วยสร้างความเข้าใจในเรื่องราวต่าง ๆ ที่ประชาชนต้องรู้อันเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารในการใช้ชีวิตประจำวันหรือสามารถที่จะนำไปปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตประจำวันให้ดียิ่งขึ้น

จากพันธกิจของกองประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีราชภัฏสงขลาศรีวิชัย ที่มุ่งเน้นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเพื่อเข้าถึงบุคลากรในองค์กรด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง ทัวถึง และต่อเนื่อง โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัยมีประสิทธิภาพ รวมทั้งประสานความร่วมมือและสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานในสังกัด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชภัฏสงขลาศรีวิชัย เพื่อให้สามารถใช้กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มุ่งมั่นและพัฒนาการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยให้เข้มแข็งและยั่งยืนพร้อมสร้างเครือข่ายสื่อมวลชนทุกภาคเพื่อการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชภัฏสงขลาศรีวิชัยอย่างมีคุณภาพ

ปัญหาของการรับรู้ข่าวสารในการสื่อสารองค์กร คือ การสื่อสารไม่ชัดเจนส่งผลให้เกิดความเข้าใจในองค์กรผิดไป และการปฏิบัติงานที่มีความแตกต่างของบุคคล การขาดมนุษยสัมพันธ์อาจทำให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน ซึ่งจะมีผลต่อประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ได้

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์แบบมีส่วนร่วมและประเมินรูปแบบการประชาสัมพันธ์แบบมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชภัฏสงขลาศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช สไใหญ่ เพื่อสร้างการยอมรับและการมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์กร เพราะการมีส่วนร่วมก่อให้เกิดผลดีต่อการขับเคลื่อนองค์กรหรือเครือข่ายเนื่องจาก ผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมย่อมเกิดความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการบริหาร ความคิดเห็นถูกรับฟังและนำไปปฏิบัติ และที่สำคัญ คือ ผู้ที่มีส่วนร่วมจะมีความรู้สึกเป็นเจ้าของเครือข่าย ความรู้สึกเป็นเจ้าของนี้จะเป็นพลังในการขับเคลื่อนเครือข่ายที่ดีที่สุด และเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาสภาพการมีส่วนร่วมในการ

ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

2. พัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

3. ประเมินรูปแบบการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องรูปแบบการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช พื้นที่ไสใหญ่ ใช้วิธีการเชิงผสานวิธี ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสอบถาม แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติในการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การถอดบทเรียนด้วยรูปแบบ ALM, AAR และประเมินผลการใช้รูปแบบโดยใช้ CIPP Model ด้วยเทคนิคการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยกำหนดขั้นตอนและวิธีดำเนินการวิจัยไว้ 3 ระยะ ดังนี้

1. ศึกษาสภาพการมีส่วนร่วมต่อการประชาสัมพันธ์

1.1 วิธีดำเนินการ

ผู้วิจัยวิเคราะห์ศึกษาเอกสาร ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนใช้แบบสอบถามในการสำรวจสภาพและปัญหาที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์

1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษาชั้นปีที่ 1 2 และ 3 ปีการศึกษา 2557 คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช พื้นที่ไสใหญ่ จำนวน 266 คน โดยได้มา

จากการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ด้วยสูตรของ Taro Yamane (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2543: 47-50)

1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถาม ในการเก็บข้อมูลสภาพการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์
2. แบบสังเกตปรากฏการณ์การมีส่วนร่วม

ระยะที่ 2. พัฒนารูปแบบมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์

1. วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการพัฒนาพัฒนารูปแบบมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งออกเป็น

- 1.1 ภาวะปกติหลังจากเปิดภาคการเรียนเป็นเวลา 1 เดือน
- 1.2 ภาวะพิเศษ
 - ก่อนเปิดภาคเรียน 1 เดือน เช่น การประกาศรับสมัครนักศึกษา ประกาศผลการสอบคัดเลือกนักศึกษา เป็นต้น
 - ภาวะพิเศษอื่น ๆ เช่น ประกาศพิธีพระราชทานปริญญาบัตรแก่ผู้สำเร็จการศึกษา เป็นต้น

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เก็บข้อมูลจากอาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา ชั้นปีที่ 1 2 และ 3 ในปีการศึกษา 2557 คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช พื้นที่ไสใหญ่

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่
1. แบบสังเกตปรากฏการณ์การมีส่วนร่วม ใช้วิธีการเข้าไปสังเกตด้วยตนเอง และถ่ายรูปเป็นหลักฐาน และใช้แบบบันทึกปรากฏการณ์ความเคลื่อนไหวของบุคลากร เพื่อรวบรวมข้อมูลที่นำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ร่วมกับการใช้เครื่องมืออื่นๆ (ปริชาสามัคคีและปัญญา เลิศไกร. 2557: 59-64) ตลอดระยะ

การวิจัยเพื่อเพิ่มเติมข้อมูลให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

2. การสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยกำหนดข้อมูลที่ต้องการในประเด็นต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์การวิจัย แล้วจึงนำข้อมูลตามประเด็นตัวชี้วัดมาสร้างเป็นข้อคำถาม

ระยะที่ 3. ประเมินรูปแบบการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์

ผู้วิจัยสัมภาษณ์เชิงลึกกับอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำนวน 4 คน โดยใช้วิธีการประเมินตามรูปแบบ CIPP Model และสังเคราะห์โดยทฤษฎีทางสังคมศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สภาพการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช (ใต้ใหญ่)

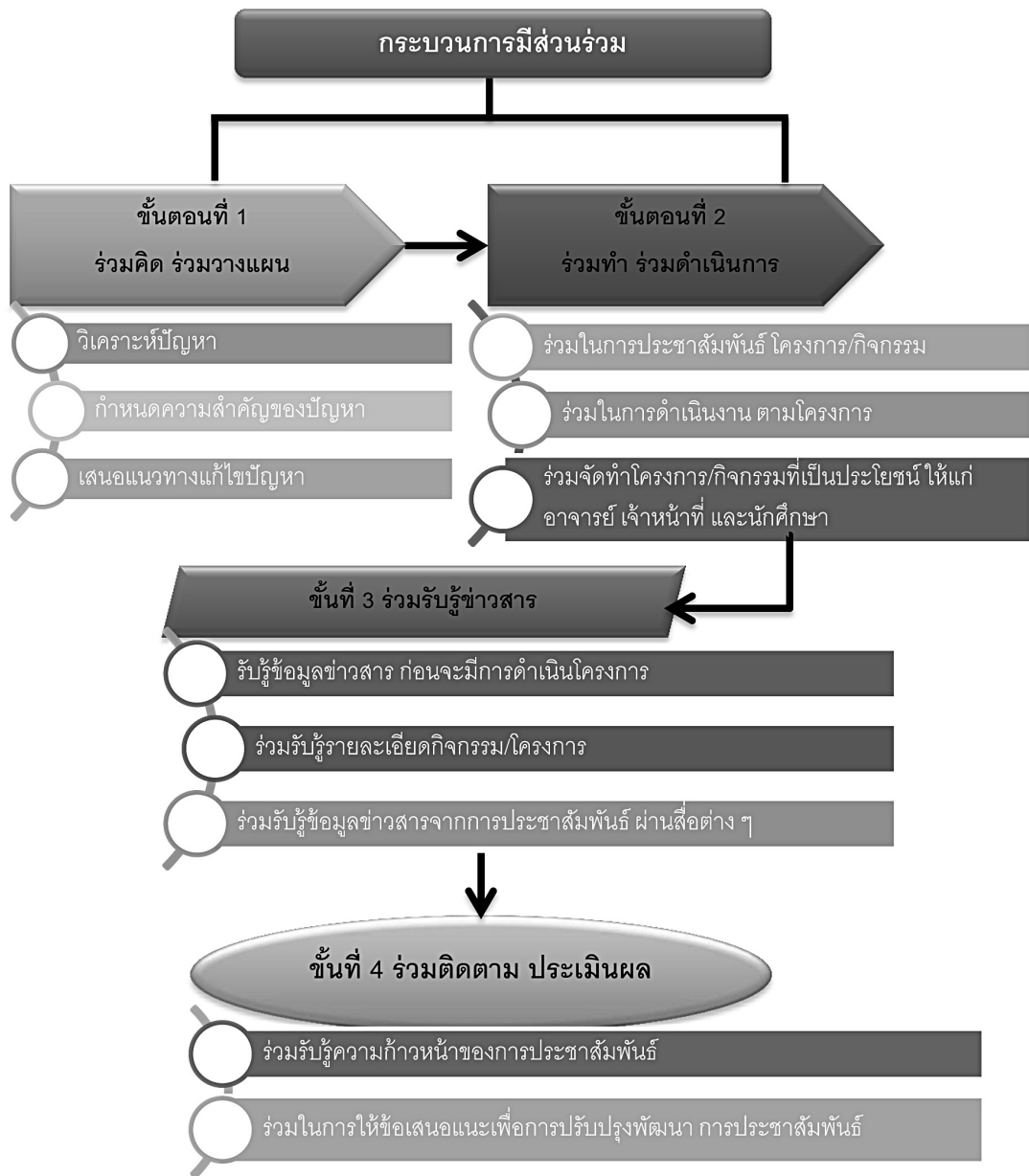
พบว่า บุคลากรมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้านการมีส่วนร่วมรับรู้การประชาสัมพันธ์ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.64$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 2 ข้อ ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย และการรับรู้รายละเอียดกิจกรรม/โครงการจากการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ($\bar{x} = 3.68$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดได้แก่ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารก่อนจะมีการดำเนินโครงการ ($\bar{x}=3.55$)

จากผลการวิเคราะห์ สภาพการมีส่วนร่วมด้านการมีส่วนร่วมรับรู้การประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ดี ในการที่บุคลากรได้รับรู้การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร จากการประชาสัมพันธ์รายละเอียดของข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้บุคลากรได้รับรู้ข้อมูลที่ถูกต้องและมีส่วนร่วมโครงการต่าง ๆ มหาวิทยาลัยควรสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรเข้ามามีส่วนร่วมในการรับรู้การประชาสัมพันธ์ให้อยู่ในระดับมากที่สุด

2. พัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการถอดบทเรียนจาก “Action Learning Model” สรุปรูปแบบของการเรียนรู้จากการปฏิบัติ โดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนที่สำคัญ คือ การวิเคราะห์ปัญหา (Problem Analysis) การจัดทำแผนปฏิบัติการและลงมือปฏิบัติตามแผน (Action Planning & Implementation) การตัดสินใจดำเนินการในขั้นต่อไป (Decisions on Next Step) และการคิดใคร่ครวญและการประเมินผล (Reflection and Evaluation) โดย และสรุปขั้นตอนการมีส่วนร่วมได้ดังนี้



ภาพที่ 1 สรุปขั้นตอนการมีส่วนร่วม

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการถอดบทเรียนจาก “Action Learning Model” ได้สรุปรูปแบบของการเรียนรู้จากการปฏิบัติ โดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนที่สำคัญ คือ

ขั้นตอนที่ 1 ร่วมคิด ร่วมวางแผน พบว่าอายุของบุคลากร กับช่องทางประชาสัมพันธ์ จะมีผลต่อการรับรู้ข่าวสาร เช่น บุคลากร ช่วงอายุ 50 ปีขึ้นไป การรับรู้ข่าวสารจะผ่านทางเอกสารและป้ายประชาสัมพันธ์ ส่วนบุคลากรอายุ 50 ปีลงมา การรับรู้ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ สามารถรับรู้ข่าวสารได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น

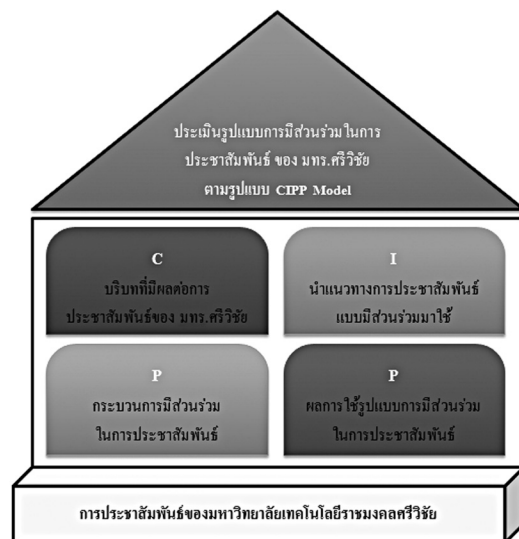
ขั้นตอนที่ 2 ร่วมทำ ร่วมดำเนินการ อาจารย์เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา เข้ามามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งประสานความร่วมมือ พบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ให้กับบุคคลทั้งภายในองค์กร และภายนอกองค์กรที่มาติดต่อกับหน่วยงาน เพื่อที่จะเป็นการสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมในการรับรู้ข่าวสารมากยิ่งขึ้น

ขั้นที่ 3 ร่วมรับรู้ข่าวสาร พบว่าอาจารย์เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา ให้ความสนใจในการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ อย่างมาก

ขั้นที่ 4 ร่วมติดตาม ประเมินผล พบว่ากลุ่มอาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา จะร่วมกันคิดร่วมวิเคราะห์พูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูลนำเสนอ เพื่อเป็นแนวทาง เทคนิควิธี ในการแก้ไขปัญหา และเสนอช่องทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ให้ข้อมูลเข้าถึงบุคลากรมากที่สุด โดยใช้วิธีการผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

3. ประเมินรูปแบบการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ผู้วิจัยได้มีการสัมภาษณ์เชิงลึกวิทยากรบุคคล จากอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำนวน 4 คน โดยใช้วิธีการประเมินตามรูปแบบ CIPP Model สรุปผลได้ดังนี้



แผนภูมิที่ 1 แสดงการประเมินรูปแบบการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ผู้วิจัยใช้การประเมินตามรูปแบบ CIPP Model

1. การประเมินสภาวะแวดล้อม (Context Evaluation : C) คือ ประเมินบริบทการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยเฉพาะยุคปัจจุบันเป็นยุคของข้อมูลข่าวสารที่มีการแข่งขันกันสูงมาก ดังนั้น การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญอย่างมากในการมีส่วนร่วมและมีบทบาทมากขึ้นในองค์กรต่างๆ รวมทั้งมหาวิทยาลัยด้วย เพื่อนำข้อมูลข่าวสารและสร้างความเข้าใจต่อผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในองค์กร และปัจจุบันการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ของบุคลากรที่มีต่อหน่วยงาน (มทร.ศรีวิชัย) ยังขาดแรงจูงใจในการมีส่วนร่วม เพราะคิดว่า การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน เป็นหน้าที่หรือเป็นงานของแผนกประชาสัมพันธ์โดยตรง ไม่เกี่ยวกับบุคลากรของหน่วยงานที่จะช่วยกันประชาสัมพันธ์

2. การประเมินปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation : I) คือ ประเมินการวางแผนดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ ว่าควรมีลักษณะอย่างไร ควรมีการวางแผนในการประชาสัมพันธ์ที่มีลักษณะเป็นการ

ประชาสัมพันธ์ที่เป็นเชิงรุก รวมทั้งมีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ที่สามารถทำได้ตลอดทั้งปี โดยมีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน ที่มาจากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน สถานการณ์ของโอกาส และปัญหาอุปสรรค เพื่อให้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของทุกคน ให้มีความเข้าใจที่ตรงกัน

3. การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation : P) คือ การประเมินกระบวนการ และช่องทางการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้การรับรู้ข่าวสารที่มีประสิทธิภาพสูงสุด เครือข่ายสังคม Social Network เป็นช่องทางที่คนในสังคมปัจจุบันเข้ามาสนใจบริโภคข่าวสารหรือข้อมูลเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น มหาวิทยาลัยจึงควรนำเครื่องมือเหล่านี้มาใช้ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลและรับรู้ข่าวสาร

4. การประเมินผลผลิต (Product Evaluation : P) คือ การประเมินผลการรับรู้ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน การรับรู้ข่าวสารในปัจจุบันมีความทันสมัย รวดเร็ว และเข้าถึงข่าวสารได้ง่ายขึ้นสาเหตุหนึ่งเกิดจากการแข่งขันในการนำเสนอของแหล่งข่าว ซึ่งมีประโยชน์มากสำหรับผู้รับข่าวสาร แต่มีสิ่งหนึ่งที่มาพร้อมกับความทันสมัย ความรวดเร็ว นั่นคือ ความถูกต้อง ครบถ้วน ของข้อมูลข่าวสาร ซึ่งการที่คนในองค์กรเข้ามามีส่วนร่วมทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องครบถ้วน

สรุปผลการวิจัย

1. สภาพการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในแต่ละด้าน พบว่า ด้านการมีส่วนร่วมในด้านการตัดสินใจ อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากการร่วมตัดสินใจทุกคนสามารถมีส่วนร่วมได้ ตั้งแต่การตัดสินใจในช่วงเริ่มต้น การตัดสินใจในช่วงดำเนินการวางแผน และการตัดสินใจในช่วงการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ และจะต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจ โดยทุกคนมีส่วนร่วม มิใช่มาจากบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เพื่อป้องกัน

ความขัดแย้งที่จะเกิดขึ้นในองค์กร

ด้านการมีส่วนร่วมดำเนินการ ความร่วมมือในการปฏิบัติงาน ตามโครงการ/กิจกรรมของมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อยู่ในระดับมาก การที่บุคลากรได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานมาก แสดงให้เห็นถึงความร่วมมือของคนในองค์กร จะทำให้งานได้บรรลุวัตถุประสงค์มากยิ่งขึ้น

ด้านการมีส่วนร่วมรับรู้การประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก เนื่องจากบุคลากรได้รับรู้การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร จากการประชาสัมพันธ์รายละเอียดของข่าวสาร ผ่านสื่อต่าง ๆ ได้รับรู้ข้อมูลที่ถูกต้องและมีส่วนร่วมโครงการต่าง ๆ และมหาวิทยาลัยควรสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรเข้ามามีส่วนร่วมในการรับรู้การประชาสัมพันธ์ให้อยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการรับรู้ความก้าวหน้าของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย อยู่ในระดับมาก เพราะบุคลากรได้รับรู้ความก้าวหน้าของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์อยู่เป็นระยะ จะเป็นผลต่อการพัฒนางานประชาสัมพันธ์ได้อย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น สภาพการมีส่วนร่วมรับรู้การประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับ มาก ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ดีในการที่บุคลากรได้รับรู้การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร เพราะเป็นการเผยแพร่ข้อมูลที่ต้องทำติดต่อกัน เพื่อให้เกิดการรับรู้ในการนี้ทางมหาวิทยาลัยควรสร้างแรงจูงใจในการรับรู้เรื่องการประชาสัมพันธ์ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนามหาวิทยาลัยต่อไป

2. การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

การวิเคราะห์ปัญหา (Problem Analysis) วิเคราะห์ช่องทางการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากในระยะเวลาที่ผ่านมา พบว่าช่วงอายุของบุคลากร กับช่องทางการประชาสัมพันธ์ จะมีผลต่อการรับรู้ข่าวสาร เช่น บุคลากรช่วงอายุ 50 ปี ขึ้นไป การรับรู้ข่าวสารจะผ่านทางเอกสาร และป้ายประชาสัมพันธ์ ส่วนบุคลากรอายุต่ำกว่า 50 ปี

จะรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทำให้สามารถรับรู้ข่าวสารได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น การจัดทำแผนปฏิบัติการและลงมือปฏิบัติตามแผน (Action Planning & implementation) คือ การแต่งตั้งบุคลากรจากทุกภาคส่วนให้เข้ามามีส่วนร่วมในงานประชาสัมพันธ์ และมีการอบรม สัมมนา เกี่ยวกับทักษะการเป็นประชาสัมพันธ์มืออาชีพ

การตัดสินใจดำเนินการในขั้นต่อไป (Decisions on Next Step) คือ การที่บุคลากรจากทุกภาคส่วนในองค์กร เข้ามามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์โดยการร่วมกันเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งประสานความร่วมมือ พบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ให้กับบุคคลทั้งภายในองค์กร และภายนอกองค์กรที่มาติดต่อกับหน่วยงาน ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ได้ทั่วถึงมากยิ่งขึ้น

การคิดใคร่ครวญและการประเมินผล (Reflection and Evaluation) คือ การที่บุคลากรได้ร่วมกันคิดร่วมวิเคราะห์พูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูลนำเสนอ เพื่อเป็นแนวทาง เทคนิควิธี ในการแก้ไขปัญหา ร่วมกันเป็นระยะ ๆ (ถัญจร นิลกาญจน์. 2557 : 94) และพยายามพัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้บุคลากรได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างทั่วถึง และบุคลากรได้เข้ามามีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาองค์กรที่ต่อเนื่องและยั่งยืน

3. ประเมินรูปแบบการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ผู้ทรงคุณวุฒิได้วิเคราะห์ประเมินรูปแบบการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พบว่า แนวทางการมีส่วนร่วมดังกล่าว สามารถใช้ในการวางแผนและดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยได้

อภิปรายผล

1. จากการศึกษาสภาพการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากบุคลากรส่วนใหญ่มองว่า การประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน เป็นหน้าที่หรือเป็นงานของแผนกประชาสัมพันธ์โดยตรง บุคลากรที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์ไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมเท่าที่ควร และบุคลากรบางส่วนถึงแม้อยากจะเข้าไปมีส่วนร่วม ก็ยังคิดว่าจะถูกมองเป็นการก้าวก่ายหน้าที่ของผู้อื่น จึงวางเฉยกับการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน และด้วยข้อจำกัดที่บุคลากรทั่วไปอาจคิดว่าตนเองไม่มีความสามารถ และทักษะที่ดีในงานประชาสัมพันธ์ จึงปล่อยให้เป็นที่หน้าที่ของแผนกประชาสัมพันธ์โดยตรง

2. การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พบว่า ควรประกอบด้วย 4 ขั้นตอน เพื่อเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมในงานประชาสัมพันธ์ของบุคลากรจากทุกภาคส่วน โดย 1. เป็นการร่วมกันวิเคราะห์ปัญหา และช่องทางการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากผลจากการศึกษาสภาพปัจจุบันของงานประชาสัมพันธ์ พบว่าช่วงอายุของบุคลากร กับช่องทางการประชาสัมพันธ์ จะมีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของบุคลากร 2. ต้องมีการร่วมกันวางแผนการประชาสัมพันธ์ โดยการให้บุคลากรแต่ละประเภทเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อให้ช่องทางการประชาสัมพันธ์แต่ละช่องทาง สอดคล้องกับบุคลากร 3. เมื่อได้บุคลากรจากทุกภาคส่วนในองค์กร เข้ามามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ จะได้ร่วมกันเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งประสานความร่วมมือเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ให้กับบุคคลทั้งภายในองค์กร และภายนอกองค์กรที่มาติดต่อกับหน่วยงาน ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ได้ทั่วถึง และ 4. จะมีการประเมินผลเป็นระยะ เพื่อพัฒนาการประชาสัมพันธ์ให้บุคลากรได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่าง

ทั่วถึง และบุคลากรได้เข้ามามีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาองค์กรที่ต่อเนื่องและยั่งยืน

3. การประเมินรูปแบบการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พบว่า แนวทางการมีส่วนร่วม ดังกล่าว สามารถใช้ในการวางแผนและดำเนินงานการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ โคเฮน และ อัฟฮอฟ (Cohen & Uphoff, 1981) ที่ได้แบ่งรูปแบบการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision - Making) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่

1.1 การตัดสินใจตั้งแต่ระยะเริ่ม

1.2 การตัดสินใจในช่วงของกิจกรรม

1.3 การตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรม

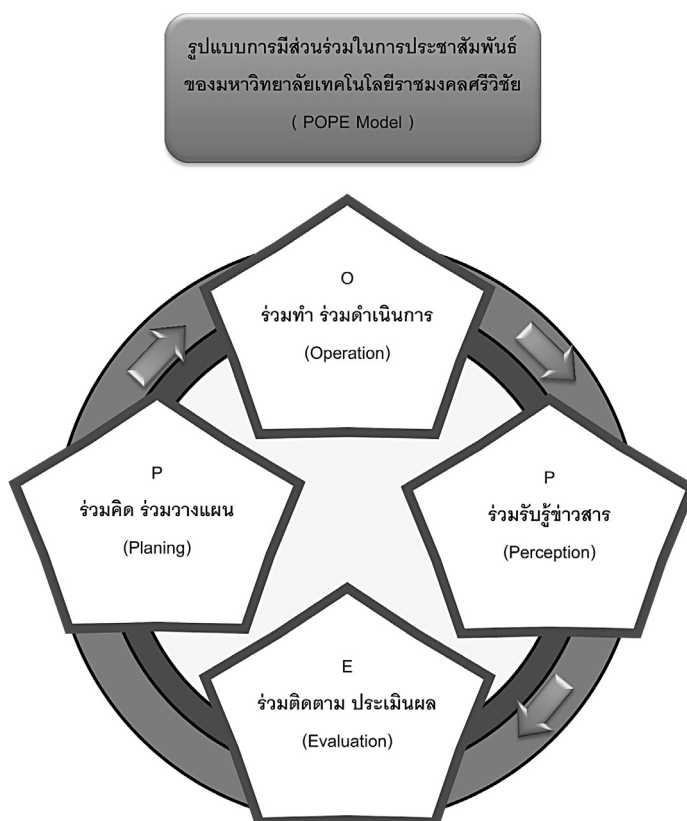
2. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ

(Implementation) ซึ่งอาจเป็นไปในรูปของการเข้าร่วมโครงการให้มีการสนับสนุนด้านทรัพยากร การเข้าร่วมบริหาร การร่วมมือ ทั้งการเข้าร่วมแรง ร่วมใจ

3. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ทางด้านวัตถุผลประโยชน์ทางด้านสังคม หรือผลประโยชน์ส่วนบุคคล

4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) ซึ่งนับเป็นการควบคุม และตรวจการดำเนินกิจกรรมทั้งหมด และเป็นการแสดงถึงการปรับตัวในการมีส่วนร่วมต่อไป

สรุปผลการวิจัยรูปแบบการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ได้รูปแบบที่ชื่อว่า POPE Model



แผนภูมิ แสดงรูปแบบการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ POPE Model

P : Planing หมายถึง ร่วมคิด ร่วมวางแผน การวางแผนขบวนการดำเนินงานให้ลุล่วงตามวัตถุประสงค์และนโยบายที่กำหนดไว้ หรือการวางกลยุทธ์เพื่อให้สอดคล้องกับปัญหา โดยการวางแผนประชาสัมพันธ์นี้ ต้องประกอบด้วยวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน และต้องสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร ซึ่ง “การประชาสัมพันธ์” ขององค์กรจะได้รับความสำเร็จมากน้อยเพียงไรนั้น ขึ้นอยู่กับการวางแผนการประชาสัมพันธ์ทั้งที่เป็นแผนยุทธศาสตร์และแผนยุทธวิธี ซึ่งเป็นการจัดการในปัจจุบัน เพื่อพัฒนาการดำเนินงานในอนาคต ความอยู่รอดขององค์กรจึงขึ้นอยู่กับการวางแผนอย่างมีกลยุทธ์ของผู้บริหาร ในการตัดสินใจดำเนินการด้านบุคลากร ทรัพยากรขององค์กร กิจกรรมสนับสนุนตลอดจนงบประมาณที่จำเป็นหรือการให้บริการที่เหมาะสม ซึ่งผู้บริหารจะต้องมีความรู้ความเข้าใจ รวมทั้งการให้ข้อมูลแนวทางการแก้ไขปัญหาแก่พนักงาน เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจดำเนินงานและแก้ปัญหาต่าง ๆ ในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยด้านการสื่อสารมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาองค์กร เพื่อให้การประชาสัมพันธ์สามารถบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ในการสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างองค์กรกับกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง อาจกล่าวได้ว่า “ไม่มีสูตรสำเร็จ” ในการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ให้เป็นรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง หรือไม่มีแผนการประชาสัมพันธ์ใดที่จะใช้ได้ทุกกรณี ดังนั้น การวางแผนงานประชาสัมพันธ์จึงจำเป็นต้องจัดทำขึ้นมาโดยเฉพาะเพื่อองค์กรหรือสถานการณ์ นั้น ๆ

O : Operation หมายถึง การร่วมทำ ร่วมดำเนินการ การมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ ทั้งในเรื่องของรายละเอียดกิจกรรม การเข้าร่วมโครงการ การดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์โครงการ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

1. การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลโครงการ แก่บุคลากรภายในองค์กร การดำเนินโครงการในขั้นตอนแรกของการศึกษามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของโครงการสู่กลุ่ม

เป้าหมายที่เป็นบุคลากรในองค์กร ได้แก่ อาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา ให้ได้รับทราบข้อมูลโครงการ รวมถึงขอทราบข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อโครงการ เพื่อให้การดำเนินงานโครงการมีความสอดคล้องกับแผนงานการดำเนินงานที่ไดวางไว้

2. การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลโครงการ ผ่านสื่อสาธารณะ การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลโครงการ ดำเนินการโดยอาศัยเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูล และสาระสำคัญของโครงการ ผ่านสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อโทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต ไปสู่กลุ่มเป้าหมายและสาธารณชนได้อย่างกว้างขวาง รวดเร็ว และทั่วถึง

3. การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์โครงการ สื่อประชาสัมพันธ์โครงการจะนำมาใช้ประกอบการดำเนินงานในแต่ละช่วง ประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ ประกาศประชาสัมพันธ์โครงการ เอกสารประชาสัมพันธ์โครงการ สื่อเว็บไซต์ ในประชาสัมพันธ์โครงการแต่ละครั้ง เพื่อให้บุคลากรทุกภาคส่วนในองค์กรได้รับรู้ และได้ร่วมดำเนินการโครงการต่าง

P : Perception หมายถึง ร่วมรับรู้ข่าวสาร การรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์ก่อนจะมีการดำเนินโครงการ รายละเอียดเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ และร่วมรับรู้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่ได้ดำเนินการ

E : Evaluation หมายถึง ร่วมติดตาม ประเมินผล กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ว่าได้ดำเนินไปตามแผนที่วางไว้หรือไม่ มีปัญหาและอุปสรรคอะไรเกิดขึ้นบ้าง เพื่อเป็นการพัฒนาแผนการประชาสัมพันธ์ ให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากขึ้นในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

มหาวิทยาลัยควรกระตุ้นให้บุคลากรเกิดความตระหนักถึงความสำคัญ และเปิดโอกาสให้เข้ามามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เพราะงานประชาสัมพันธ์ที่ดีและ

ประสบความสำเร็จ มิได้เกิดจากคนเพียงคนเดียว หรือ
ส่วนเดียว หากบุคลากรในองค์กร มีเจตคติที่ดีและเข้ามา
มีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์มากขึ้น มหาวิทยาลัย
ก็จะสามารถพัฒนางานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพ
ต่อเนื่อง และยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาดูผลการนำแนวทางการพัฒนา
งานประชาสัมพันธ์ไปทดลองใช้ เพื่อจะได้นำมาปรับปรุง
หรือเสริมแนวทางการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์
ดังกล่าว ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

บรรณานุกรม

- ปรีชา สามัคคี และปัญญา เลิศไกร. (2557). **เทคนิคการสังเกต สำหรับการวิจัยและพัฒนา**. วารสารนาบุตร
ปริทรรศน์. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- ลัญจกร นิลกาญจน์. (2557). **การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้**. วารสารนาบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
นครราชสีมา ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน 2557).
- Cohen, J.M. and Uphoff, N.T. Rural Development Participation : Concept and Measures for Project
Design Implementation and Evaluation. Rural Development Committee Center for
International Studies, Cornell University, 1981.