



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษาหรือระดับมหาวิทยาลัย มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนา ศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นผู้มีความรู้ มีความสามารถสร้างสรรค์เบิกวิทยาการใหม่ ๆ และเป็นผู้นำในการพัฒนาสังคม สำหรับภารกิจหลักของมหาวิทยาลัยนั้นประกอบด้วย การสอน การ วิจัย การบริการวิชาการแก่สังคมและการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม (วิจิตร ศรีสอาด, 2518: 12-13) ดังนั้นสถาบันอุดมศึกษาหรือมหาวิทยาลัยจึงเป็นองค์กรหนึ่งที่มีบทบาทในสังคมปัจจุบัน ทั้ง ในด้านการผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในสาขาวิชาต่าง ๆ และการให้บริการทางวิชา การแก่ชุมชนเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วไป รวมทั้งยังมีบทบาทในการชี้นำสังคมในด้าน ต่าง ๆ อีกด้วย ซึ่งจากสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงใน ปัจจุบัน ส่งผลต่อภารกิจารดำเนินงานต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ สอดคล้องกับสภาพการณ์ปัจจุบัน มหาวิทยาลัยขยายตัวกลายเป็นองค์กรขนาดใหญ่ที่มีโครงสร้าง การบริหารงานสลับซับซ้อนยิ่งขึ้น โดยประกอบด้วยคณะวิชา ภาควิชา สถาบัน และศูนย์ต่าง ๆ ที่ สนับสนุนการเรียนการสอน นอกจากนี้ในแง่บุคลากรก็ประกอบด้วยบุคลากรหลายฝ่ายหลายสาขา ทั้งผู้รับผิดชอบด้านวิชาการ ด้านบริหาร ด้านการบริการการศึกษา และตัวนักศึกษาเอง

มหาวิทยาลัยรามคำแหงเป็นสถาบันอุดมศึกษาแห่งหนึ่งในสังกัดของทบวงมหาวิทยาลัย โดยเป็นมหาวิทยาลัยเปิดแบบตลาดวิชาแห่งแรกของประเทศไทย ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาการ ขาดแคลนสถานที่เรียนในระดับอุดมศึกษาแก่เยาวชนไทย ด้วยปรัชญาการดำเนินงานที่เปิด โอกาส และให้ความเสมอภาคทางการศึกษา จึงเปิดรับผู้สนใจ เข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา โดยไม่ จำกัดจำนวนและไม่มี การสอบคัดเลือก ดังนั้นนอกจากจะเป็นสถานที่ศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาแก่นัก เรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยไม่ได้แล้ว มหาวิทยาลัยรามคำแหงยังเป็น สถาบันที่เปิด โอกาสให้บุคคลที่ทำงานแล้ว ได้มีโอกาสศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาพร้อม ไปด้วย กับการทำงาน เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตและมีโอกาสได้รับความก้าวหน้าในการทำงานด้วย จึงกล่าวได้ ว่ามหาวิทยาลัยรามคำแหงเป็นองค์กรหนึ่งในสังคมที่มีความสำคัญทางการศึกษาต่อประเทศชาติ และสังคม โดยส่วนรวม เพราะเป็นสถาบันหนึ่งที่ช่วยแก้ไขปัญหาสถาน ที่เรียนในระดับอุดมศึกษาแก่ เยาวชน และยังเป็นสถาบันที่ให้โอกาสทางการศึกษาแก่ผู้ใฝ่รู้ใฝ่เรียน โดยทั่วไปอีกด้วย

ด้วยปรัชญาการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่ให้โอกาสและความเสมอภาคทางการศึกษาจึงมีผู้สนใจสมัครเป็นนักศึกษาจำนวนมากในแต่ละปี โดยนักศึกษาส่วนใหญ่กระจายอยู่ในส่วนภูมิภาคทั่วประเทศ ในแต่ละภาคการศึกษามีนักศึกษาลงทะเบียนเรียนประมาณ 120,000-150,000 คน โดยมีนักศึกษาที่มาฟังคำบรรยายในชั้นเรียนทั้งที่มหาวิทยาลัยรามคำแหง ห้วมหาก และวิทยาเขตบางนา เฉลี่ยวันละประมาณ 30,000-40,000 คน จนถึงปัจจุบันมหาวิทยาลัยรามคำแหงได้ผลิตบัณฑิตไปแล้ว 19 รุ่น จำนวนประมาณ 265,000 คน

ในปีการศึกษา 2536 นี้ มหาวิทยาลัยรามคำแหงมีจำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนประมาณ 285,352 คน มีบุคลากรที่ทำหน้าที่ในการสอนและการให้บริการทางวิชาการและอำนวยความสะดวกในด้านการศึกษาจำนวน 3,858 คน (เป็นอาจารย์ 771 คน และเป็นข้าราชการ เจ้าหน้าที่ 3,087 คน)

มหาวิทยาลัยรามคำแหงเปิดทำการสอนในระดับปริญญาตรีเป็นครั้งแรกในปีการศึกษา 2514 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การศึกษา การทำวิจัย และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ปัจจุบันมีการสอนในระดับปริญญาตรีในหลักสูตรของ 7 คณะ (คณะนิติศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ คณะมนุษยศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ และคณะเศรษฐศาสตร์) และเปิดสอนในระดับปริญญาโท จำนวน 11 สาขาวิชา (สาขาวิชานิติศาสตร์ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศ สาขาวิชาภูมิศาสตร์ สาขาวิชาการวัดและประเมินผลการศึกษา สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน สาขาวิชาจิตวิทยาการให้คำปรึกษา สาขาวิชาเคมีประยุกต์ สาขาวิชารัฐศาสตร์ และสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์) นอกจากนี้ยังมีส่วนราชการอีก 5 สำนัก และ 1 สถาบัน คือสำนักงานอธิการบดี สำนักบริการทางวิชาการและทดสอบประเมินผล สำนักหอสมุดกลาง สำนักเทคโนโลยีการศึกษา สำนักพิมพ์ และสถาบันคอมพิวเตอร์

มหาวิทยาลัยรามคำแหงจัดระบบการศึกษาเป็น 2 ระบบ ทั้งนี้เพื่อเอื้อความสะดวกแก่นักศึกษาซึ่งมีจำนวนมากที่อยู่ในส่วนภูมิภาคและบางส่วนก็เป็นผู้ที่ทำงานไปด้วย ดังนี้

1. จัดให้มีการบรรยายในชั้นเรียนที่มหาวิทยาลัยรามคำแหง ห้วมหาก และวิทยาเขตบางนา สำหรับนักศึกษาที่มีเวลาและสามารถเข้าฟังการบรรยายได้
2. จัดให้มีสื่อการสอนสำหรับนักศึกษาที่ศึกษาด้วยตนเอง ประกอบด้วยรายการวิทยุการศึกษา ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย รายการ 2 ความถี่ A.M. 846 กิโลเฮิรซ์และสถานีวิทยุกระจายเสียงในส่วนภูมิภาคอีก 42 สถานี รายการโทรทัศน์การศึกษา ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ และตำราเรียนสำหรับนักศึกษาที่ศึกษาด้วยตนเอง

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า มหาวิทยาลัยส่วนใหญ่ในปัจจุบันได้ขยายการดำเนินงานจนเป็น

องค์กรใหญ่ที่มีโครงสร้างและการบริหารงานที่สลับซับซ้อน ดังนั้นการที่องค์กรมหาวิทยาลัยจะดำเนินงานบริการการศึกษาให้เกิดประสิทธิผลตามเป้าหมายนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับการจัดองค์กรที่มีศักยภาพ การบริหารการจัดการที่มีคุณภาพ และการติดต่อสื่อสารภายในที่มีประสิทธิภาพ

การติดต่อสื่อสารจะเป็นสื่อกลางที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของบุคลากรในองค์กรให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และเป็นวิธีการที่จะช่วยทำให้การปฏิบัติงานสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรได้

การสื่อสารในองค์กรจึงเป็นกระบวนการในการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างหน่วยงานและบุคลากรทุกระดับภายในองค์กร ซึ่งมีความสัมพันธ์กันภายในสภาพแวดล้อมบรรยากาศขององค์กรและสังคม ซึ่งสามารถที่จะแปรปรวนไปได้ตามสถานการณ์ (กรีซ สืบสนธิ์, 2525: 17) นอกจากนี้การติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกองค์กร เพราะเป็นสื่อนำความต้องการ ความคิด ความรู้สึก ไปสู่ความเข้าใจในเป้าหมายระหว่างบุคคลต่อบุคคล กลุ่มต่อกัน บุคคลต่อกัน หรือระหว่างองค์กรเข้าด้วยกัน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างสอดคล้องหรือตรงกับวัตถุประสงค์ขององค์กร (อรุณ รัชธรรม, 2525: 453)

การติดต่อสื่อสารยังมีความสำคัญในแง่ของการบริหารงานเพราะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริหารทำหน้าที่บริหารงานของตนได้ดียิ่งขึ้น การวางแผนจัดองค์การหรือการควบคุมงานต่าง ๆ ขององค์กรจะไม่เกิดขึ้น ถ้าปราศจากการติดต่อสื่อสาร การตัดสินใจในเรื่องเหล่านี้ต้องอาศัยข่าวสารข้อมูลจากแหล่งหรือผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ แล้วจึงตัดสินใจสั่งการไปยังผู้ปฏิบัติในระดับต่าง ๆ ให้ปฏิบัติตามแผนเหล่านั้น (สุวรรณ ทองประดิษฐ์, 2521: 217)

จะเห็นได้ว่าการติดต่อสื่อสารในองค์กรนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง ทั้งการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการบริหารงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในองค์กรขนาดใหญ่ที่มีสายงานสลับซับซ้อนแตกต่างกันไป และมีบุคลากรที่ปฏิบัติงานร่วมกันจำนวนมาก จำเป็นต้องมีระบบการติดต่อสื่อสารที่ดีที่จะช่วยสร้างสัมพันธภาพและความเข้าใจอันดีระหว่างบุคลากรกับองค์กร ทำให้บรรยากาศในองค์กรมีสภาพคล่องตัวในอันที่จะดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการที่มหาวิทยาลัยรามคำแหงมีประชากรจำนวนมากในลักษณะมวลชน (Mass) และประชากรส่วนใหญ่ไม่มีโอกาสมาเรียนที่มหาวิทยาลัยอย่างสม่ำเสมอ การสื่อสารสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยกับนักศึกษาและบุคลากร จึงมีความสำคัญและเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องคำนึงถึง เพื่อให้นักศึกษาและบุคลากรทุกฝ่ายได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรม ตลอดจนนโยบายการดำเนินงานต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถาบันและกลุ่มเป้าหมายภายในหน่วยงานตามวิธีการประชาสัมพันธ์ภายใน เพื่อความสามัคคีและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสมาชิกในองค์กร ซึ่งจะทำให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนามหาวิทยาลัยให้

บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

สำหรับการประชาสัมพันธ์ เพื่อกลุ่มเป้าหมายนอกองค์กรนั้น มีบทบาทสำคัญในการที่จะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่มหาวิทยาลัย และให้ความรู้ความเข้าใจตลอดจนรายงานกิจกรรม ข่าวสาร การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในขณะที่เดียวกันการประชาสัมพันธ์ก็จะทำหน้าที่เสมือนประตูที่เปิดรับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อมหาวิทยาลัยด้วย ทำให้มหาวิทยาลัยทราบถึงความคิดเห็น ทักตนคิด รวมทั้งความต้องการและความคาดหวังที่กลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปมีต่อสถาบันของตน

มหาวิทยาลัยรามคำแหงจึงมีภารกิจสำคัญที่จะต้องประชาสัมพันธ์กับนักศึกษาและบุคลากรจำนวนมากเหล่านี้ โดยมีคณะกรรมการประชาสัมพันธ์และหน่วยงานประชาสัมพันธ์ สังกัดกองกลาง สำนักงานอธิการบดี เป็นผู้รับผิดชอบในการวางแผนและดำเนินงานประชาสัมพันธ์ทั้งภายในสำหรับบุคลากรและนักศึกษา และภายนอกสำหรับสาธารณชนทั่วไป การประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรม ความเคลื่อนไหว นโยบาย และการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยแก่นักศึกษาและบุคลากรทุกฝ่าย เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างมหาวิทยาลัยกับกลุ่มเป้าหมายภายใน ซึ่งในการดำเนินการนี้คณะกรรมการประชาสัมพันธ์ และงานประชาสัมพันธ์ ได้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรม และการสร้างความเข้าใจที่หลายสื่อด้วยกัน คือ

สื่อประชาสัมพันธ์ภายใน เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและสร้างความเข้าใจที่ดีกับกลุ่มเป้าหมายภายใน คือนักศึกษาและบุคลากร ซึ่งสามารถแยกประเภทแต่ละสื่อได้ดังนี้

1. หนังสือพิมพ์ข่าวรามคำแหง เป็นหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ของมหาวิทยาลัย ออกทุกวันจันทร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นสื่อกลางระหว่างมหาวิทยาลัยกับนักศึกษา เนื้อหาส่วนใหญ่ประกอบด้วยข่าวและประกาศของมหาวิทยาลัย ข่าวกระบวนวิชาและการเรียนการสอน กิจกรรมนักศึกษา บทความ และคอลัมน์ประจำ โดยนักศึกษาที่จะรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทนี้ต้องสมัครเป็นสมาชิกรายปี (รับด้วยตนเองหรือรับทางไปรษณีย์ก็ได้) หรือซื้อปลีกเป็นรายฉบับ ส่วนบุคลากรของมหาวิทยาลัยจะได้รับแจกตามหน่วยงานต่าง ๆ

2. เสียงตามสาย เป็นการกระจายเสียงเพื่อเผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัย และกิจกรรมต่าง ๆ ของนักศึกษา ในช่วงการเปลี่ยนคาบการบรรยายภายในมหาวิทยาลัย ทั้งที่รามคำแหง 1 (วันละ 4 ครั้ง ครั้งละ 10 นาที ในเวลา 9.20 น. 11.20 น. 13.20 น. และ 15.20 น.) และที่รามคำแหง 2 (วันละ 2 ครั้ง ครั้งละ 15 นาที ในเวลา 11.10 น. และ 14.05 น.)

3. เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ เป็นเอกสารแผ่นลิฟท์ที่เผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยโดยมุ่งเน้นที่บุคลากรของมหาวิทยาลัยเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก เนื้อหาส่วนใหญ่จะ

เป็นข่าวด้านการบริหาร ข่าวสารด้านวิชาการ และข่าวด้านสวัสดิการ โดยไม่ได้กำหนดวาระการเผยแพร่ที่แน่นอนขึ้นอยู่กับเนื้อหาของข่าว ซึ่งโดยเฉลี่ยจะมีข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่สัปดาห์ละ 2-3 ฉบับ โดยแจกจ่ายไปยังหน่วยงานต่าง ๆ

4. วิทยุการศึกษา ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย รายการ 2 ความถี่ 846 กิโลเฮิรซ โดยมีการเผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัยในรายการ "รวมคำแห่งสัมพันธ์" ทุกวันพุธและวันศุกร์ เวลา 22.00-23.00 น.

5. โทรทัศน์การศึกษา ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ โดยมีการเผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัยในรายการ "สโมสรรวมคำแห่ง" ทุกวันอังคาร เวลา 18.30-19.00 น.

สื่อประชาสัมพันธ์ภายนอก เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและสร้างความเข้าใจที่ดีกับกลุ่มเป้าหมายภายนอก เช่น ผู้ปกครอง ศิษย์เก่า โรงเรียน และสถาบันต่าง ๆ รวมทั้งประชาชน โดยทั่วไป โดยผ่านสื่อมวลชนทุกสาขาทั้งหนังสือพิมพ์ สถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีวิทยุโทรทัศน์ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

นอกจากนี้ยังมีสื่อเฉพาะกิจต่าง ๆ สำหรับการเผยแพร่ข่าวสารแก่นักศึกษา บุคลากร รวมทั้งประชาชนทั่วไปในโอกาสต่าง ๆ อาทิ แผ่นป้ายประกาศ บอร์ดติดประกาศ ไปสเตอร์ แผ่นพับ โทรทัศน์วงจรปิดในห้องบรรยาย เป็นต้น

จากระบบการศึกษาของมหาวิทยาลัยรามคำแหงซึ่งแตกต่างไปจากมหาวิทยาลัยทั่วไป ทั้งในด้านปริมาณ ความหลากหลายของนักศึกษาและบุคลากร การกระจายตัวของนักศึกษา และการจัดระบบการศึกษา ซึ่งเอื้อให้นักศึกษาส่วนใหญ่ศึกษาด้วยตนเอง โดยไม่จำเป็นต้องมาฟังการบรรยาย ทำให้นักศึกษาขาดการติดต่ออย่างใกล้ชิดกับมหาวิทยาลัยโดยตรง จึงได้อาศัยสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเพื่อติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ซึ่งเป็นภาระหนักสำหรับผู้รับผิดชอบงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหงว่าจะทำอย่างไรที่จะดำเนินการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายใน อันได้แก่ อาจารย์ ข้าราชการ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา ได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ แม้ว่ามหาวิทยาลัยรามคำแหงจะมีสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารและสร้างความเข้าใจที่ดีกับกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้อยู่หลายสื่อด้วยกัน ก็น่าจะ ได้มีการศึกษาถึงความต้องการ ความคาดหวัง และความคิดเห็นจากผู้รับสารเหล่านี้ในประเด็นต่าง ๆ ที่น่าสนใจคือ นักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยรามคำแหงได้รับข่าวสารตรงกับความต้องการหรือไม่ ทั้งกับความต้องการเพียงใด รวมทั้งได้รับข่าวสารเพียงพอกับความต้องการมากน้อยแค่ไหน และข่าวสารที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรนั้น สามารถสนองตอบความต้องการของผู้รับได้มากน้อยเพียงใด

ด้วยเหตุนี้ จึงเห็นความจำเป็นที่จะทำการศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสารจากสื่อการประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากกลุ่มเป้าหมายภายใน คือ นักศึกษาและบุคลากร เพื่อประเมินผลการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ในแง่ของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่นักศึกษาและบุคลากรได้รับ ตลอดจนความต้องการและความคาดหวังของนักศึกษาและบุคลากรที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง และเพื่อจะได้ทราบถึงความคิดเห็นและความต้องการจากผู้รับ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารและผู้รับผิดชอบการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหงนำมาเป็นแนวทางปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของผู้รับ และเพื่อให้ผู้รับได้รับประโยชน์และเกิดความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยมากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยรามคำแหง
2. เพื่อศึกษาความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของนักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยรามคำแหง
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของนักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยรามคำแหง
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจจากสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ปัญหาการวิจัย

1. นักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยรามคำแหงมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย เช่นไร
2. นักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยรามคำแหงมีความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยอย่างไรบ้าง
3. นักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยรามคำแหงมีความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเพียงใด

4. ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจ ของนักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยมีลักษณะอย่างไร

สมมติฐานการวิจัย

1. นักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยรามคำแหงมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน
2. นักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยรามคำแหงมีความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน
3. นักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยรามคำแหงมีความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกัน
4. ความคาดหวังในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหงของนักศึกษาและบุคลากรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจ

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งประกอบด้วยสื่อ 5 ชนิด คือหนังสือพิมพ์ข่าวรามคำแหง เสียงตามสาย เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสารในรายการวิทยุ การศึกษา การเผยแพร่ข่าวสารในรายการโทรทัศน์การศึกษา โดยจะสุ่มเลือกตัวอย่างเพื่อการศึกษาจากประชากรจากกลุ่มต่าง ๆ คือ กลุ่มนักศึกษา และกลุ่มบุคลากร (อาจารย์ ข้าราชการ และเจ้าหน้าที่)

นิยามศัพท์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง หมายถึง สถาบันอุดมศึกษาในสังกัดทบวงมหาวิทยาลัย ที่จัดระบบการศึกษาในลักษณะมหาวิทยาลัยเปิดแบบตลาดวิชา จัดตั้งขึ้นในปี 2514 เพื่อแก้ไขการขาดแคลนสถานที่เรียนในระดับอุดมศึกษา โดยรับนักศึกษาไม่จำกัดจำนวนและไม่มีการสอบคัดเลือก การศึกษาครั้งนี้จะศึกษาทั้งที่มหาวิทยาลัยรามคำแหง หัวหมาก และวิทยาเขตรามคำแหง

2 ถนนบางนา-ตราด

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การดำเนินการเผยแพร่ข่าวสารของหน่วยงาน เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมาย

การประชาสัมพันธ์ภายใน หมายถึง การดำเนินการเผยแพร่ข่าวสารของหน่วยงาน เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมายภายใน ในงานวิจัยนี้หมายถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักศึกษา อาจารย์ ข้าราชการ และเจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยอาศัยสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน

การประชาสัมพันธ์ภายนอก หมายถึง การดำเนินการเผยแพร่ข่าวสารของหน่วยงาน เพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมายภายนอก ในงานวิจัยนี้หมายถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ประกอบการ ศิษย์เก่า โรงเรียน และสถาบันต่าง ๆ รวมทั้งประชาชนทั่วไป โดยอาศัยสื่อประชาสัมพันธ์ภายนอก

สื่อประชาสัมพันธ์ภายใน หมายถึง ช่องทางข่าวสารภายในที่มหาวิทยาลัยใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารแก่กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่หนังสือพิมพ์ข่าวรามคำแหง เสียงตามสาย เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ วิทยุการศึกษา โทรทัศน์การศึกษา

สื่อประชาสัมพันธ์ภายนอก หมายถึง ช่องทางข่าวสารที่เป็นสื่อมวลชนซึ่งมหาวิทยาลัยได้ขอความร่วมมือในการเผยแพร่ข่าวสาร เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

นักศึกษา หมายถึง ผู้ที่มีสถานภาพเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง ในปีการศึกษา 2536

บุคลากร หมายถึง ผู้ที่มีสถานภาพเป็นอาจารย์ ข้าราชการ และเจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ในปีการศึกษา 2536

ความคาดหวัง หมายถึง ระดับของการคาดคะเนของนักศึกษาและบุคลากรมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่หวังว่าจะได้รับประโยชน์ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านเนื้อหาข่าวสาร ด้านรูปแบบข่าวสาร ด้านความรวดเร็วทันสมัยของข่าวสาร และด้านปริมาณข่าวสาร เป็นต้น

ความพึงพอใจที่ได้รับ หมายถึง ระดับของความพึงพอใจที่นักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจะได้รับจากการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยในด้านต่าง ๆ เช่น เนื้อหา รูปแบบวิธีการนำเสนอ ความรวดเร็ว และปริมาณที่เพียงพอ

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง การติดตามข่าวสารของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ซึ่งประกอบด้วย หนังสือพิมพ์ข่าวรามคำแหง เสียงตามสาย เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าวสารในรายการวิทยุการศึกษา และ

การเผยแพร่ข่าวสารในรายการโทรทัศน์การศึกษา โดยพิจารณาในแง่สื่อที่เปิดรับ ตามประเภท เนื้อหาที่เปิดรับ ความถี่ในการเปิดรับ ปริมาณการเปิดรับ เป็นต้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหงให้เป็นประโยชน์และสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับยิ่งขึ้น
2. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและวางแผนเกี่ยวกับรูปแบบเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยรามคำแหงให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
3. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจจะศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์การต่อไป