

บทคัดย่อ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	แผนการดำเนินงานใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของการรถไฟแห่งประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน	นางสาวรุจิเรจ ชูอรุณ
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2562

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาแผนด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของกิจการรถไฟแห่งประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาวิธีการดำเนินงานใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของกิจการรถไฟแห่งประเทศไทย 3) เพื่อการศึกษาวิธีการสร้างภาพลักษณ์ของกิจการรถไฟแห่งประเทศไทย โดยผู้วิจัยศึกษาผ่านการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งใช้การวิจัยโดยการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสืบค้นจากแหล่งข้อมูลสารสนเทศและการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการรถไฟแห่งประเทศไทย จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ รองผู้ว่าการกลุ่มงานยุทธศาสตร์ ผู้อำนวยการศูนย์ประชาสัมพันธ์ และหัวหน้ากองประชาสัมพันธ์

ผลการศึกษาพบว่า การรถไฟแห่งประเทศไทยมีการจัดทำแผนงานองค์กรประจำปีเพื่อใช้สำหรับการดำเนินงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ขององค์กรทั้งนี้ครอบคลุมทั้งการสื่อสารภายในและภายนอก ผ่านการกำกับดูแลโดยคณะกรรมการโฆษณาประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์การรถไฟฯ โดยการดำเนินการด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของกิจการรถไฟไทยนั้น ได้มุ่งเน้นไปที่การสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดแก่ตัวองค์กร

สรุปผลการศึกษาวิจัยโดยภาพรวมคือ การรถไฟแห่งประเทศไทยนั้น มุ่งเน้นการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ ผ่านกรอบแผนงานองค์กรประจำปี แบ่งเป็นสองส่วนคือการสื่อสารภายในองค์กร และการสื่อสารภายนอกองค์กร โดยการสื่อสารภายในองค์กรนั้นมุ่งสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีให้เกิดกับบุคลากรภายในองค์กร รวมถึงการสร้างค่านิยมองค์กรให้เกิดขึ้นผ่านการสื่อสาร โดยเชื่อว่าหากการสื่อสารภายในองค์กรมีประสิทธิภาพ บุคลากรได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร นโยบายความเคลื่อนไหวต่างๆขององค์กร รวมถึงมีพื้นที่ให้ได้แสดงความคิดเห็นก็จะสามารถช่วยขจัดปัญหาต่างๆได้ ด้านการสื่อสารภายนอกองค์กรในปี 2562 นี้การรถไฟฯมุ่งเน้นการสื่อสารภายนอกองค์กรเชิงรุก โดยกำหนดประเด็นในการสื่อสารให้เชื่อมโยง และ

ครอบคลุมยุทธศาสตร์ประเทศที่เกี่ยวข้อง ยุทธศาสตร์ทางด้านคมนาคม แผนฟื้นฟูกิจการ และนโยบายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อแสดงให้เห็นภาพลักษณ์ของการรถไฟฟ้า ที่มีต่อประชาชน สังคม และประเทศชาติ การสร้างภาพลักษณ์และสร้างความรู้ ความเข้าใจ ให้เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มเป้าหมายหลักคือประชาชนกับองค์กร มุ่งเน้นการสร้างกิจกรรมและการบริการเป็นไปในเรื่องของการสร้างภาพจำที่ดี ซึ่งจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ตลอดจนเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและการเข้ามามีส่วนร่วมต่อกิจกรรมต่างๆภายนอกองค์กร

แผนการดำเนินการใช้สื่อประชาสัมพันธ์และการสร้างภาพลักษณ์นั้นจะต้องผ่านการสร้างปฏิสัมพันธ์กันในทุกฝ่าย เนื่องด้วยในปัจจุบันการรถไฟฟ้า กำลังอยู่ในช่วงทำแผนฟื้นฟูองค์กรและมีการเปลี่ยนแปลงองค์กรครั้งยิ่งใหญ่ หน่วยงานที่ดูแลเรื่องการสื่อสาร ได้อาศัยการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้การสื่อสารด้วยสื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่ ทั้งนี้เพื่อสร้างการรับรู้และเข้าใจในสิ่งที่องค์กรกำลังดำเนินกิจการ ให้กับบุคลากรการรถไฟฟ้า และกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กรนั้นได้รับทราบถึงสถานการณ์และทิศทางความเคลื่อนไหวต่างๆ ในการดำเนินกิจการในปัจจุบันของการรถไฟฟ้า โดยมีความมุ่งหวังให้บุคลากรการรถไฟฟ้าและกลุ่มผู้ใช้บริการของการรถไฟฟ้าที่มีความเชื่อมั่นและเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรเพื่อ เพื่อก้าวไปสู่เป้าหมายทิศทางเดียวกัน

จากผลการวิจัยทำให้ได้ข้อเสนอแนะบางประการคือ การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยนั้นมีบุคลากรจำนวนมากและกระจายอยู่ทุกภูมิภาคทั่วประเทศเป็น จึงเรื่องยากในการสื่อสารให้ถึงพร้อมกัน จึง ควรนำเอาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารมาใช้เป็นเครื่องมือ เช่น การสร้าง Line @ ของการรถไฟฟ้า เพราะมีความสามารถในการรองรับจำนวนสมาชิกได้เป็นจำนวนมาก สามารถส่งข้อความถึงผู้คนจำนวนมากได้ในการส่งเพียงครั้งเดียว และสามารถดึงสถิติการใช้งานเพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาการสื่อสารได้ ช่วยให้ง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ และสามารถนำไปใช้เป็นช่องทางสื่อสารภายนอกองค์กรได้อีกด้วย ถือเป็นความช่วยเหลือเสริมประสิทธิภาพให้การสื่อสารขององค์กรการรถไฟฟ้า

ABSTRACT

Title of Independent Study Action plans using public relations media

To create the image of the State Railway of Thailand

Author Ms. Rujireth Chuarund

Degree Master of Arts (Communication Arts and Innovation)

Year 2019

The objective of this study is 1) to study the public relations communication plan of The State Railway of Thailand 2) to study the operation methods of using public relations media of The State Railway of Thailand 3) to study how to create the image of The State Railway of Thailand. In which the researcher studied through qualitative research, using research by analysing the content from the search from the information source and interviewing the 3 persons involved with The State Railway of Thailand, Namely Deputy Governor, Strategy Group. Public Relations Center Director. And the chief of public relations.

The study found that The State Railway of Thailand has established an annual organization plan for use in the organization's public relations activities, covering both internal and external communications. Through supervision by the advertising committee, public relations and promote the image of the train. By implementing communication and public relations of The railway business Has focused on creating an image for the organization

The conclusion of the research as a whole is The State Railway of Thailand Focusing on communication for image building Through the framework of the annual organization plan Divided into two parts: internal communication And external communication The communication within the organization aims to create understanding and good relationships with personnel within the organization. Including creating corporate values through communication by believing that if

Communication within the organization is effective Personnel are informed Policy for the organization movements Including a space to give feedback, it will be able to help eliminate problems. For external communication in the year 2019, The State Railway of Thailand focuses on proactive external communication. By specifying communication issues to connect And covering the relevant country strategies Strategic transportation Rehabilitation plan And other policies Related To show the image of the train For the people, society and the nation. Creating an image and creating knowledge and understanding between the main target groups, people and organizations. Focusing on creating activities and services as well as creating good images. Which will affect the image of the organization as well as showing responsibility and participation in activities outside the organization.

The action plan for the use of public relations media and image creation must go through interaction among all parties. Due to the current train is in the process of making a rehabilitation plan and there is a big change of organization. Agency responsible for communication relies on public relations operations through the use of public relations media By using traditional media and new media. This is to create awareness and understanding of what the organization is doing. For railway personnel And the target group outside the organization is aware of various situations and directions of movement In the current operation of The State Railway With the intention of the railway personnel and the users of the railway service to have confidence and create a good image for the organization to In order to reach the goal in the same direction.

The study helps us to get some suggestion as follows The State Railway of Thailand has a large number of employees and is spread throughout all regions throughout the country. Therefore, communication technology should be used as a tool such as the construction of Line @ of the State Railway of Thailand because of its ability to support a large number of members. Can send messages to many people in a single delivery. And can retrieve usage statistics to bring data to improve communication Allows easy access to information And can be used as a communication channel outside the organization as well Considered to help enhance the communication of The State Railway of Thailand organization.