หัวข้อวิจัย	:	ประสิทธิผลของการใช้สื่อบุคคลในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน
ผู้วิจัย	:	ดร. จินตวีร์ เกษมศุข
หน่วยงาน	:	คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ปีที่พิมพ์	:	พ.ศ. 2551

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ประสิทธิผลของการใช้สื่อบุคคลในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน” นี้ มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาถึงประเภทของสื่อบุคคลที่สามารถนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และ 2) เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการเลือกใช้สื่อบุคคลในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์กร ซึ่งในที่นี้จำแนกประเภทของสื่อบุคคลออกเป็น 2 ประเภท คือ สื่อบุคคลภายในองค์กร และสื่อบุคคลภายนอกองค์กร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้ ประชากรในการวิจัย คือ กลุ่มเป้าหมายหลักของมหาวิทยาลัยศรีปทุม ได้แก่ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายของโรงเรียนที่มีศูนย์รับสมัครของมหาวิทยาลัยศรีปทุมในเขตภูมิภาคทั้ง 4 ภูมิภาคๆ ละ 100 คน ซึ่งได้แก่ ภาคเหนือ คือ โรงเรียนยุพราชวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่ และโรงเรียนพุทธชินราชพิทยา จังหวัดพิษณุโลก ภาคกลาง คือ โรงเรียนราชโบริกานุเคราะห์ จังหวัดราชบุรี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ โรงเรียนสุรนารีวิทยา จังหวัดนครราชสีมา และโรงเรียนขอนแก่นวิทยายน จังหวัดขอนแก่น และภาคใต้ คือ โรงเรียนสภาราชินี จังหวัดตรัง และโรงเรียนกัลยาณีศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช รวมจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

ผลการวิจัยเกี่ยวกับประเภทของสื่อบุคคลที่สามารถนำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนนั้นปรากฏว่า ประเภทของสื่อบุคคลที่มีความเหมาะสมในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยได้นั้น ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นบุคคลภายในองค์กรมากกว่าบุคคลภายนอกองค์กร ซึ่งได้แก่ คณาจารย์ นักศึกษา รวมถึงศิษย์เก่าด้วย

นอกจากนี้ จากผลการวิจัยความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนั้นปรากฏว่า ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในแต่ละด้านทั้งด้านบุคลากร ด้านองค์กร และด้านการใช้สื่อบุคคลในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ แต่ละประเด็นนั้นอยู่ในระดับดี

SPU CHONBURI

(3.51-4.50) ทั้งนี้พบว่า ในด้านบุคลากรนั้น ประเด็นเกี่ยวกับผู้บริหารมีวิสัยทัศน์และมีประสบการณ์ทางด้านการศึกษา มีคะแนนค่าเฉลี่ยสูงสุด (3.86) ส่วนในด้านองค์กรนั้น ประเด็นเกี่ยวกับการเป็นมหาวิทยาลัยที่มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย มีคะแนนค่าเฉลี่ยสูงสุด (4.30) และสำหรับด้านวิธีการใช้สื่อบุคคลในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์นั้น การใช้วิธีการสัมภาษณ์ลูกค้าหรือผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ เช่น นักศึกษาทุนที่ได้รับโอกาสทางการศึกษา เป็นประเด็นที่มีคะแนนค่าเฉลี่ยสูงสุด (4.07)

SPU CHONBURI
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
SRIPATUM UNIVERSITY

คำสำคัญ : สื่อบุคคล การประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน

Research Title	:	The Effectiveness of Interpersonal Channels for Creating Image of Private University
Name of Researcher	:	Dr. Chintawee Kasemsuk
Name of Institution	:	Communication Arts, Sripatum University
Year of Publication	:	B.E. 2551

ABSTRACT

The primary objectives of this research are 1) to study the types of personal media that are classified into 2 groups; internal personal media and external personal media, using for creating image of private university and 2) to find out the guidelines for the selection of personal media for creating the corporate image. The process of this study is to discover the personal media exposure behaviors of the secondary students that can be influenced the interpersonal communication process among them.

Survey research was conducted to acquire data by using the questionnaires. The samples consisted of 400 secondary students from the secondary schools in the 4 main provincial parts as the target groups of Sripatum University; Northern – Yupparaj Wittayalai School in Chiang Mai province and Buddhachinaraj Phittaya School in Phitsanulok province, Central – Ratchaborikanukroh School in Ratchaburi province, Northeasthern – Suranari Wittaya School in Nakhon Ratchasima province and KhonKaen Wittayayon in KhonKaen province, and Southern – Saparachinee School in Trang province and Kanlayanee Sithammarat School in Nakhon Sithammarat province.

As a result of the study, it was found that most of secondary students expressed more favorable toward the internal personal media such as the faculties, university students and alumni. Most of them agreed that these internal personal media had more effective to promote the university image more than the external personal media.

Additionally, the findings indicated that the mean score of the opinions toward the university image in each issue such as persons, organization and personal media usage were good (range 3.51 – 4.50). In the persons' issue, the mean score of the item "the administrator has vision and educational experience" was highest (3.86). For the

SPU CHONBURI

organization issue, the item “using the modern information technology” got the highest mean score (4.30). In the personal media usage, the item “the usage of interview technique with the persons such as the university students and alumni who had been got the scholarship” had the highest mean score (4.07).

SPU CHONBURI
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
SRIPATUM UNIVERSITY

Keywords: Personal Media, Public Relations, Image, Private University