

## บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2552) **แผนการตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.**

(เอกสารอัดสำเนา).

กัญญา ศิริกุล.(2546) **หลักการประชาสัมพันธ์.** กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

กุลวี พิโรจน์รัตน์.(2545) **การเปิดรับการสื่อสารที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าอาหารแปรรูปในกลุ่มผู้บริโภคสิงคโปร์.** วิทยานิพนธ์ วส.ม.(สาขาวิชาสื่อสารมวลชน) กรุงเทพมหานคร:

**บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.**

จอย ทองกลุ่มสี.(2550) **กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การรับรู้ข่าวสารและภาพลักษณ์ของ**

**คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.** วิทยานิพนธ์ปริญญา นศ.ม.(สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร:บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จิตลาวัดณ์ บุนนาค.(2539) **ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนชั้น**

**มัธยมศึกษาตอนปลาย.** วิทยานิพนธ์ปริญญา นศ.ม.(สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์) กรุงเทพมหานคร:บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดวงสมร จักรพันธ์.(2549) **กลยุทธ์การบริหารภาพลักษณ์ศิลปินนักร้องไทยกับการรับรู้ของ**

**กลุ่มเป้าหมาย.** วิทยานิพนธ์ปริญญา นศ.ม.(สาขาวิชาการโฆษณา)กรุงเทพมหานคร:บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทองศิริ พันธุเสรี.(2540) **การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหางานโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์**

**ประเภทส่งเสริมสังคมทางสื่อวิทยุโทรทัศน์.** วิทยานิพนธ์ปริญญา นศ.ม.(สาขาวิชาการโฆษณา)กรุงเทพมหานคร:บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นาทฤดี จุลประยูร.(2538) **เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของนายกรัฐมนตรีไทยในหน้าหนังสือพิมพ์**

**รายวันภาษาไทย.** วิทยานิพนธ์ปริญญา นศ.ม.(สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์) กรุงเทพมหานคร:บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประทุม ฤกษ์กลาง.(2552) **ยุทธศาสตร์การวางแผนการประชาสัมพันธ์.** กรุงเทพมหานคร : แผนก

ตำราและคำสอน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ประจวบ อินอืด.(2548) **การวางแผนงานประชาสัมพันธ์. หน่วยที่ 12. นนทบุรี :**

**สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.**

.....(2551) การวางแผนงานประชาสัมพันธ์. หน่วยที่ 9. นนทบุรี :

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ปัทมาพร ประทุมถิ่น.(2549) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และ  
สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7. วิทยานิพนธ์ปริญญา นศ.ม.

สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์) กรุงเทพมหานคร:บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปราณี มานะรังสรรค์.(2537) การวางแผนประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ของโครงการพัฒนาที่ดินเพื่อที่  
อยู่อาศัยในช่วงปี 2534-2535 : ศึกษาในแนวความคิดด้านเหตุการณ์เทียม. วิทยานิพนธ์

ปริญญา นศ.ม.(สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์) กรุงเทพมหานคร:บัณฑิตวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรทิพย์ วรกิจโกศาธร และ พงษ์เทพ วรกิจโกศาธร. (2536) ภาพพจน์นี้สำคัญยิ่ง : การ

ประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พรทิพย์ พิมลสินธุ์.(2542) แนวทางการติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร:

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

.....(2543) เอกสารประกอบการฝึกอบรม “การประชาสัมพันธ์องค์การสมัยใหม่”

กรุงเทพมหานคร:สำนักส่งเสริมศึกษาและบริการสังคม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

.....(2551) การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร:บริษัท ไพร์พรีนติ้ง

จำกัด.

พัชรภรณ์ เอี่ยมสุทธา.(2541) การวางแผนงานประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร:

โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

รัชณี วงศ์สุมิตร.(2547) หลักการประชาสัมพันธ์. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ชลบุรี:

มหาวิทยาลัยบูรพา.

รัตนาวดี ศิริทองถาวร.(2546) การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

รุ่งนภา พิตรปรีชา.(มกราคม-ธันวาคม 2551) “แนวคิดการจัดการชื่อเสียงขององค์กรเพื่อการยอมรับที่

ยั่งยืน” วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา. 1 (1) หน้า 32-37.

รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ.(มกราคม-ธันวาคม 2543) “กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของ

ธุรกิจ”. วารสารนิเทศศาสตร์การตลาด. 1 (1) หน้า 34-44.

- วิจิตร อาวะกุล.(2541) **เทคนิคการประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิทย์ เทียงบุญธรรม.(2546) **พจนานุกรมอังกฤษ-ไทย**.(ม.ป.ท.)
- วรุฒ ศรีสมัย.(2547) **ภาพลักษณ์ตราสินค้าของสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญา นศ.ม.(สาขาวิชาการโฆษณา) กรุงเทพมหานคร:บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช ภิริชต์กุล. (2549) **การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์**. กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิริวิมล ปันณราช.(2547) **รายงานการวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนมุมมองของ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและนักเรียนสายอาชีวศึกษา**. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- สุนิสา ประวิชัย. (กรกฎาคม-ธันวาคม 2545) “การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า” *BU Academic Review*. 1 (1) หน้า 106.
- \_\_\_\_\_. (2551) **รายงานการวิจัย เรื่อง ภาพลักษณ์ประเทศไทยในมุมมองสาธารณชน**. กรุงเทพมหานคร:สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุมาลี เล็กประยูร.(2551) **หลักการตลาดสำหรับนักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม. (2548) **กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. หน่วยที่ 5. นนทบุรี:** สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เสรี วงษ์มณฑา.(2542) **การประชาสัมพันธ์ : ทฤษฎีและปฏิบัติ**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ธีระฟิล์มและแท็กซี่ จำกัด.
- \_\_\_\_\_. (2546) **108 การประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ A.N. การพิมพ์.
- อรสา ปานขาว. (2543) **ภาพลักษณ์องค์การ**. เอกสารประกอบการฝึกอบรมการเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ยุคใหม่. (วันที่ 27-29 มีนาคม 2543) นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (เอกสารอัดสำเนา).
- อภิชาจ พุกสวัสดิ์. (มกราคม-ธันวาคม 2546) “นักบริหารกับการประชาสัมพันธ์” **วารสารเซนต์จอห์น**. 6 (6) หน้า 97-111.

\_\_\_\_\_ . (มกราคม-ธันวาคม 2547) “การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรยุคใหม่”

**วารสารเซนต์จอห์น.** 6 (6) หน้า 97-111.

อภิสิทธิ์ ด้ตรทนานนท์ และจิระเสกข์ ตริเมธสุนทร. (มกราคม-ธันวาคม 2548). “การบริหารภาพลักษณ์บริษัท” **วารสารพัฒนบริหารศาสตร์.** 45 (2) หน้า 127-149.

อำนาจ วีรวรรณ(2536). **ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

แอนนา จุมพลเสถียรและพัชนี เสงยจรรยา.(2550) **เอกสารการสอนชุดวิชาการวิจัยนิเทศศาสตร์.**

หน่วยที่ 13 นนทบุรี:สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ และคณะ. (มกราคม-ธันวาคม 2552). “การศึกษากระบวนการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรภาครัฐและเอกชนในประเทศไทย” **วารสารโฆษณาและการประชาสัมพันธ์.** 2 (2) หน้า 1-10.

Burgoon, M. Pfau, M. and Brik, T.S. (1995) “An inoculation theory explanation for effects of corporate issue/ advocacy advertising campaigns” **Communication Research.** 22 Page 4.

Cameron, Wilcox and others. (2008) **Public Relations Today:Managing Corpetition and Conflict.** U.S.A. : Pearson Allyh and Bacon.

Don E. Schultz, Beth E. Barnes. (1999) **Strategic Brand Communication Campaigns.** Lincolnwood, Illinois: NTC Business Books.

Donbni, D., Zinkhan. G.M. (1990) **In search of brand image : a foundation analysis.** In M. Goldberg and R. Pollay. (Eds). **Advances in Consumer Research.**

Dowling, Grahame. (2001) **Creating Corporate Reputations : Identity, Images, and Performnce.** New York : U.S.A. : Oxford University Press.

Fomburn, Charles J. (1996) **Reputation Realizing Value from the Corporate Image.** U.S.A. : Harvard Business School Press.

James E. Gruning. (1984) **Managing Public Relations.** New York : Holt, Rinehart and Winston.

Jefkins, Frank. (1993) **Public Relations.** London : London Publishing.

Kotler, Philip. (2000) **Marketing Management.** New Jersey : Prenctice – Hall. Inc.

Marconi, Joe. (1996) *Image Marketing : using Public Relations to attain business objectives.*

Illinio : U.S.A. American Marketing Association.

Morley. (1998) *How to manage your global reputation : a guide to the dynamics of international*

*Public Relations.* Hamshire and London : Macmillan Press Ltd.

Roth, M.S. (1994) *Innovations in defining and measuring brand image.* Inc Allen D.R. John

(Eds.) *Advances in Consumer Research.*



แบบสอบถาม

การสำรวจภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ : ศึกษาเฉพาะกรณี  
24 โรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรปราการ

คำชี้แจง จงกาเครื่องหมาย ✓ ลงหน้า  ที่ตรงกับข้อเท็จจริงของท่าน

A ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

เฉพาะเจ้าหน้าที่

A1 เพศ

1. ชาย

2. หญิง

A2 อายุ

1. 16 ปี

2. 17 ปี

3. 18 ปี

4. 19 ปี

A3 คะแนนเฉลี่ยปัจจุบัน

1. ต่ำกว่า 1.50

2. 1.50 – 2.00

3. 2.01 - 2.50

4. 2.51 – 3.00

5. 3.01 – 3.50

6. 3.50 ขึ้นไป

A4 อาชีพของผู้ปกครอง

1. พนักงานบริษัทเอกชน

4. รับจ้าง

2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ

5. ประกอบธุรกิจส่วนตัว

3. รับราชการ

6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

เฉพาะเจ้าหน้าที่

A5 รายได้ของครอบครัวต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 5,000 บาท       5. 30,001 – 40,000 บาท
2. 5,001 – 10,000 บาท       6. 40,001 – 50,000 บาท
3. 10,001 – 20,000 บาท       7. 50,000 บาทขึ้นไป
4. 20,001 – 30,000 บาท

**B ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ**

B1 ท่านเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชนประเภทใดบ้าง

เฉพาะเจ้าหน้าที่

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. โทรทัศน์
2. วิทยุกระจายเสียง
3. หนังสือพิมพ์
4. สื่อบุคคล
5. ภาพยนตร์
6. นิตยสาร/วารสาร
7. อินเทอร์เน็ต

B2 ท่านได้รับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติจากสื่อมวลชนประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. โทรทัศน์
2. วิทยุกระจายเสียง
3. หนังสือพิมพ์
4. สื่อบุคคล
5. ภาพยนตร์
6. นิตยสาร/วารสาร
7. อินเทอร์เน็ต

B3 ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติจาก

การจัดกิจกรรมประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. การแนะนำการเข้าศึกษาต่อตามโรงเรียน
- 2. การออกบุญฉัตรศการตามสถานที่ต่าง ๆ
- 3. การจัดโครงการต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย
- 4. การจัดกิจกรรมเพื่อช่วยเหลือสังคมของมหาวิทยาลัย

B4 ท่านเคยได้รับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติหรือไม่

- 1. เคย
- 2. ไม่เคย (ข้ามไปตอบแบบสอบถามตอนที่ 3)

**C ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการเคยหรือไม่เคยได้รับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ**

C1 ท่านเคยได้รับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติหรือไม่

- 1. เคย เฉพาะเจ้าหน้าที่
- 2. ไม่เคย (ข้ามไปตอบแบบสอบถามตอนที่ 3)

**D ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุผลและความสนใจเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติค่าชี้แจง จงกาเครื่องหมาย ✓ ลงหน้า  ที่ตรงกับข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด** เฉพาะเจ้าหน้าที่

D1 หากท่านจะต้องเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

เหตุผลใดที่จะเข้าศึกษาต่อมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ความชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย
- 2. ผู้ปกครองต้องการให้เข้าศึกษา
- 3. สอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐไม่ได้
- 4. มีคณะที่สนใจจะเข้าศึกษา
- 5. สามารถเลือกคณะได้ตามความต้องการ
- 6. มีหลักสูตรนานาชาติ
- 7. สะดวกในการเดินทาง



8. ได้รับการยอมรับเทียบเท่ากับมหาวิทยาลัยของรัฐ
9. มีการให้ทุนการศึกษา
10. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

D2 ความสนใจของท่านที่จะเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

1. มาแน่นอน
2. อาจจะมา
3. มีแนวโน้มที่จะมา
4. ไม่มาแน่นอน

E ตอนที่ 5 ความคิดเห็นที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ตั้งแต่คำถามข้อ E1 ถึง E30 มีคำตอบให้ท่านเลือก 5 ระดับ คือ

5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

4 หมายถึง เห็นด้วย

3 หมายถึง ไม่แน่ใจ

2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ลำดับ ข้อ	ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ	ระดับความคิดเห็น					เฉพาะ เจ้าหน้าที่
		5	4	3	2	1	
E1	<b>ชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย</b> มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติเป็น ผู้นำทางด้านการศึกษา						<input type="checkbox"/>
E2	ความเป็นเลิศทางวิชาการของมหาวิทยาลัย หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ						<input type="checkbox"/>
E3	คณะและสาขาวิชาที่เปิดสอนของ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติมี คุณภาพมาตรฐาน						<input type="checkbox"/>
E4	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติมี ระบบการสอบคัดเลือกนักศึกษาที่มี มาตรฐาน						<input type="checkbox"/>

ลำดับ ข้อ	ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ	ระดับความคิดเห็น					เฉพาะ เจ้าหน้าที่
		5	4	3	2	1	
E5	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติเป็น สถาบันการศึกษาที่สร้างคามภูมิใจให้แก่ ชุมชนและท้องถิ่น						<input type="checkbox"/>
E6	<b>ความมั่นคง</b> มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติเป็นที่ รู้จักของคนทั่วไป						<input type="checkbox"/>
E7	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติมี ประวัติการก่อตั้งมาเป็นเวลาหลายปีและมี ความมั่นคง						<input type="checkbox"/>
E8	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติมี ทุนการศึกษาประเภทต่าง ๆ ที่จะรองรับผู้เข้า ศึกษา (ทุนกู้ยืม, ทุนเรียนดี, ทุนกิจกรรม, ทุนนักกีฬา ฯลฯ)						<input type="checkbox"/>
E9	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติมี ระบบการประกันคุณภาพการศึกษาและ ได้รับการรับรองจากองค์กรภายนอก						<input type="checkbox"/>
E10	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติมี งบประมาณสูงในการดำเนินงาน						<input type="checkbox"/>
E11	<b>การจัดการเรียนการสอน</b> การจัดการเรียนการสอนของคณะต่างๆใน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติมี ความน่าสนใจที่จะเข้าศึกษาต่อ						<input type="checkbox"/>
E12	หลักสูตรของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิม พระเกียรติได้รับการรับรองจากสำนักงาน คณะกรรมการอุดมศึกษา						<input type="checkbox"/>

ลำดับ ข้อ	ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ	ระดับความคิดเห็น					เฉพาะ เจ้าหน้าที่
		5	4	3	2	1	
E13	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติมี คณะวิชาให้เลือกเรียนจำนวนมาก						<input type="checkbox"/>
E14	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติมี คณาจารย์ที่มีความรู้ ความสามารถสูง						<input type="checkbox"/>
E15	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติมี อุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย มี อาคารสถานที่ส่งเสริมบรรยากาศทาง วิชาการ						<input type="checkbox"/>
E16	<b>ความเป็นสากล</b> มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติมี ภาพลักษณ์ความทันสมัยแบบคนรุ่นใหม่						<input type="checkbox"/>
E17	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ร่วมมือทางด้านวิชาการกับมหาวิทยาลัย ต่างประเทศที่มีชื่อเสียง						<input type="checkbox"/>
E18	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติเป็นที่ ยอมรับทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ						<input type="checkbox"/>
E19	บัณฑิตของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระ เกียรติมีศักดิ์และสิทธิเทียบเท่ากับ มหาวิทยาลัยของรัฐ						<input type="checkbox"/>
E20	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติมีการ พัฒนาอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากต้องมีการจัด อันดับคุณภาพของสถาบัน						<input type="checkbox"/>
E21	<b>การบริการวิชาการแก่สังคม</b> มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ให้บริการวิชาการแก่สังคมและชุมชน						<input type="checkbox"/>

ลำดับ ข้อ	ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย หัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ	ระดับความคิดเห็น					เฉพาะ เจ้าหน้าที่
		5	4	3	2	1	
E22	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติมีส่วน สำคัญในการพัฒนาสังคมและชุมชน						<input type="checkbox"/>
E23	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติเปิด โอกาสให้ผู้สนใจเข้าร่วมรับบริการทาง วิชาการจากสถาบันอย่างเต็มที่						<input type="checkbox"/>
E24	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรตินำ ผลงานวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม						<input type="checkbox"/>
E25	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ เผยแพร่ความรู้ทางวิชาการสู่สังคมและ ชุมชน						<input type="checkbox"/>
E26	<b>การประชาสัมพันธ์</b> มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติมี การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน						<input type="checkbox"/>
E27	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติมีการ ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ อย่าง สม่ำเสมอ						<input type="checkbox"/>
E28	ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัว เฉียวเฉลิมพระเกียรติเข้าใจง่าย ชัดเจน						<input type="checkbox"/>
E29	ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัว เฉียวเฉลิมพระเกียรติมีข้อมูลที่ดึงดูดใจ						<input type="checkbox"/>
E30	การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัว เฉียวเฉลิมพระเกียรติเข้าถึงกลุ่มนักเรียนได้ เป็นอย่างดี						<input type="checkbox"/>

## ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล

อภิชาต์ พุกสวัสดิ์

ประวัติการศึกษา

ศิลปศาสตรบัณฑิต(ภาษาฝรั่งเศส) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ศิลปศาสตรบัณฑิต(สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต(การประชาสัมพันธ์)มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

### ประกาศนียบัตร

#### 1.Improving Training Concepts

International Institute for Journalism of the German Foundation for International Development. Berlin Germany.

#### 2.Teaching Skills Development Communication for

Communication Educators in the Mekong Sub-region.

ASEAN Mass Communication Studies and Research Center (AMSAR) and The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. UNESCO.

สถานที่ติดต่อ

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

โทรศัพท์ 02136300 ต่อ 1173



ภาคผนวก