

การสำรวจผลงานวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของการสื่อสาร
เพื่อการประชาสัมพันธ์

The Survey of Research on the Image of Public Relations



อภิษฐ์ พุกสวัสดิ์

การวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
ปีการศึกษา 2552

ชื่อเรื่อง การสำรวจผลงานวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์
ผู้วิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิชาต พุกสวัสดิ์
สถาบัน มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
ปีที่พิมพ์ 2553
สถานที่พิมพ์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
แหล่งที่เก็บรายงานฉบับสมบูรณ์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
จำนวนหน้างานวิจัย 64 หน้า
คำสำคัญ ภาพลักษณ์ ภาพพจน์ การประชาสัมพันธ์
ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การสำรวจผลงานวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาภาพลักษณ์ของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2531 ถึงปี พ.ศ.2550 โดยเลือกศึกษา คุณลักษณะงานวิจัย ประเภทของการวิจัย รูปแบบการวิจัย ขอบข่ายการวิจัย แนวคิด ทฤษฎีการสื่อสาร แนวคิดการประชาสัมพันธ์ และแนวคิดภาพลักษณ์ที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และใช้แบบฟอร์มลงรหัส (Coding Sheet) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ประชากรเป้าหมายทั้งหมดคือ งานวิจัยภาพลักษณ์ของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ตีพิมพ์เป็นภาษาไทยเฉพาะที่เป็นวิทยานิพนธ์ หรืองานวิจัยทั่วไปของอาจารย์ นักวิชาการ ที่เผยแพร่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 ถึงปี พ.ศ. 2550 กระทำโดยใช้วิธีการสืบค้นผ่านเว็บไซต์ฐานข้อมูลของสำนักหอสมุดกลางในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนที่เปิดสอนทางด้านนิเทศศาสตร์ สื่อสารมวลชนวารสารศาสตร์ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารการตลาดในระดับบัณฑิตศึกษารวมทั้งหมด 134 เรื่อง การวิเคราะห์ข้อมูลกระทำโดยใช้สถิติร้อยละ ผู้วิจัยได้ประมวลผลข้อมูลทั้งหมดโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+

ผลการศึกษาพบว่า

1. คุณลักษณะของงานวิจัยภาพลักษณ์ของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ พบว่าสัดส่วนของงานวิจัยไม่คงที่ มีเพิ่มจำนวนขึ้น และลดจำนวนลง ปีที่มีงานวิจัยภาพลักษณ์ของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์มากที่สุดคือ ปีพุทธศักราช พ.ศ. 2539 ส่วนใหญ่เป็นงานวิทยานิพนธ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ หากพิจารณาในส่วน of สาขาวิชา

พบว่า สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ และสาขาวิชาสื่อสารมวลชนเป็นสาขาที่มีงานวิจัยภาพลักษณ์ของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์มากที่สุด

2. ประเภทของการวิจัยในงานวิจัยภาพลักษณ์ของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ

3. รูปแบบของการวิจัยในงานวิจัยภาพลักษณ์ของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ใช้การวิจัยเชิงพรรณนามากที่สุด

4. ขอบข่ายการวิจัยในงานวิจัยภาพลักษณ์ของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ศึกษาวิจัยมากที่สุด คือ ภาพลักษณ์สถาบันหรือภาพลักษณ์องค์กร

5. แนวคิด ทฤษฎีการสื่อสารที่ใช้มากที่สุด คือ ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร และทฤษฎี แบบจำลองการสื่อสารการประชาสัมพันธ์

6. แนวคิดภาพลักษณ์ที่ใช้มากที่สุด คือ แนวคิดประเภทของภาพลักษณ์ และความหมายของภาพลักษณ์



Research Title	The Survey of Research on the Image of Public Relations
Research	Assistant Professor Apichat Puksawadde
Institution	Huachiew Chalermprakiet University
Year of Publication	2010
Publisher	Huachiew Chalermprakiet University
Sources	Huachiew Chalermprakiet University
No.of Pages	64 Pages
Keywords	Image, Research, Public Relations
Copyright	Huachiew Chalermprakiet University

ABSTRACT

“The Survey of Research on the Image of Public Relations” is to study the quality, types, forms and scopes of Research on the Image of Public Relations as well as examine communication concepts and theories, Public Relations concepts, Image concepts employed in Research.

The research is quantitative in nature using a content analysis approach and coding sheets as a data gathering technique. The research population includes all Thai-written Research on the Image of Public Relations and academic research reports published during 1988-2007. The survey was conducted by collecting 134 copies of Research on the Image of Public Relations from on-line database of both state and private universities that offer graduate programs in Communication Arts, Mass Communication, Journalism, Advertising, Public Relations, Marketing Communication. The data was analyzed by using descriptive statistics which was computerized by SPSS/PC+.

The results are as follows :

1. There is no consistent increase in the number of research. The largest number of the research was found in 1996 and most of them are theses belonging to Chulalongkorn University and Thammasat University.
2. The most popular types of research are quantitative. In terms of its form, it mostly employs descriptive research approach.
3. Most research is focus on the study of Institutional Image

4. The concept and communication theories that are used the most are receptive theory, agenda setting and model of public relations theory.

5. The most frequent applied conceptual framework is types of image, image concepts and definitions



กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ประจักษ์ พุ่มวิเศษ อธิการบดีมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ รวมทั้ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุไรพรรณ เจนวาณิชยานนท์ รองอธิการบดี ตลอดจนสำนักพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติให้การสนับสนุนในการดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้สามารถเกิดขึ้นและสำเร็จผลลุล่วงลงได้ ทั้งนี้เป็นเพราะความเสียสละเวลาและความคิด ความกรุณาจากหลาย ๆ ท่าน ขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.พนา ทองมีอาคม อดีตคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ที่ให้การสนับสนุน และช่วยเหลือทุกอย่างเสมอมา

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณ อาจารย์นันทวัน ยันตะดิลก และ อาจารย์ ดร.วรรณรัตน์ รัตนวรางค์ อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ได้กรุณาร่วมลงรหัสในการทดสอบหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

นอกจากนี้ อาจารย์ ดร.วรรณรัตน์ รัตนวรางค์ ให้ความอนุเคราะห์ในการประมวลผลข้อมูล จนกระทั่งผู้วิจัยได้รายงานผลเป็นงานวิจัยฉบับสมบูรณ์