

การสำรวจภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ  
:ศึกษาเฉพาะกรณี 25 โรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย  
ในจังหวัดสมุทรปราการ

The Corporate Image Survey of Huachiew Chalermprakiet University  
:a case study of 25 upper secondary schools in Samutprakarn province



การวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ  
ปีการศึกษา 2553

**ชื่อเรื่อง** การสำรวจภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ:ศึกษาเฉพาะกรณี  
25 โรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรปราการ

**ผู้วิจัย** ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิชาต พุกสวัสดิ์

**สถาบัน** มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

**ปีที่พิมพ์** 2555

**สถานที่พิมพ์** มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

**แหล่งที่เก็บรายงานฉบับสมบูรณ์** มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

**จำนวนหน้างานวิจัย** 89 หน้า

**คำสำคัญ** การสำรวจ ภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์

**ลิขสิทธิ์** มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการสำรวจภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ:ศึกษาเฉพาะกรณี 25 โรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรปราการมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชนและข่าวประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อสำรวจการเคยหรือไม่เคยได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการ รวมทั้งเพื่อสำรวจเหตุผลและความสนใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการที่เข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ตลอดจนเพื่อสำรวจภาพลักษณ์ปัจจุบันของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติตามความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการ

การศึกษาในครั้งนี้ได้ทำการวิจัยในเชิงปริมาณโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจและใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดสมุทรปราการ 19 โรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการและ 6 โรงเรียนในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสัดส่วน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 375 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลกระทำโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ one sample t-test, chi square ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ผลการศึกษาพบว่า

1.กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 17 ปีและมีคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.01-3.50 มากที่สุด ผู้ปกครองของกลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพรับจ้างมากที่สุด ครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือนมากที่สุด

2.กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยผ่านกิจกรรมการแนะแนวการศึกษาของมหาวิทยาลัยมากที่สุด

3.กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หรือร้อยละ 67.2 เคยได้รับข่าวประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย

4.เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างสนใจศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติมากที่สุด คือ คณะวิชาต่าง ๆ ที่มหาวิทยาลัยเปิดสอน

5.กลุ่มตัวอย่างให้คำตอบว่า อาจจะมาศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติมากที่สุด

ภาพลักษณ์ความมีชื่อเสียง ความมั่นคง การจัดการเรียนการสอน การบริการวิชาการแก่สังคม และการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเฉลิมพระเกียรติในภาพรวมทั้งหมด กล่าวคือ ความมีชื่อเสียง ความมั่นคงของมหาวิทยาลัย การจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย ความเป็นสากลของมหาวิทยาลัย รวมทั้งการบริการวิชาการแก่สังคมตลอดจนการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก

|                            |   |
|----------------------------|---|
| <b>Research Title</b>      | The Corporate Survey Image of Huachiew Chalermprakiet University<br>:a case study of 25 upper secondary schools in Samutprakarn<br>Province |
| <b>Research</b>            | Assistant Professor Apichat Puksawadde  |
| <b>Institution</b>         | Huachiew Chalermprakiet University  |
| <b>Year of Publication</b> | 2012  |
| <b>Publisher</b>           | Huachiew Chalermprakiet University  |
| <b>Sources</b>             | Huachiew Chalermprakiet University  |
| <b>No.of Pages</b>         | 89 Pages  |
| <b>Keywords</b>            | Image, Research, Public Relations   |
| <b>Copyright</b>           | Huachiew Chalermprakiet University  |

#### ABSTRACT

This research entitled “The Corporate Image Survey of Huachiew Chalermprakiet University: a Case Study of 25 Upper Secondary Schools in Samutprakarn Province” focuses on studying demographics 25 Upper Secondary Schools Students. Their general and Huachiew Chalermprakiet public relations news and information consumption behavior. The research surveys whether 25 Upper Secondary Schools Students have ever received the university public relations news and information. The research also examines their reasons and interests in pursuing their study at Huachiew Chalermprakiet university as well as their perceived image towards the university.

The research employed a quantitative approach using survey design and questionnaires as a data-collection technique to gather information from 375 Matthayom 6 students in 19 upper secondary schools under the Office of the Basic Education Commission and 6 upper secondary schools under the Office of the Private Education Commission in Samutprakarn province.

The sampling techniques used quota sampling. Descriptive statistics (percentage, mean and standard deviation) and inferential statistics (one sample t-test and chi square) were used for data analysis and hypothesis testing, all of which were done through SPSS PC for window.

The results are as follows:

1. There were more female than male respondents. Most of them were 17 years of age and earned grade point average between 3.01-3.50. Most of their parents were employees with family income between 10,001-20,000 baht per month.

2. Most of the sample were exposed to general news and information through the internet.

3. Most (or 67.2 percent) sample obtained the university public relations news and information through the internet and the university's education counseling activities.

4. The reason the sample were interested in pursuing their study at Huachiew Chalermprakiet university was that the university offers various undergraduate degrees.

5. The sample also expressed the possibility to pursue their study at Huachiew Chalermprakiet university.

The perceived image of the reputation, the stability, the study management, the internationality, the academic service for the public and the public relations activity of Huachiew Chalermprakiet university in general was geared towards a positive image.

In short, the results have shown that the 6 dimensions of Huachiew Chalermprakiet university images, which were reputation, stability, study management, internationalization, public relations activities were perceived as positive.

## กิตติกรรมประกาศ

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

งานวิจัยฉบับนี้สามารถเกิดขึ้นและสำเร็จผลลุล่วงลงได้ ทั้งนี้เป็นเพราะความเสียสละเวลาและความคิด ความกรุณาจากหลาย ๆ ท่าน

ขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ปิยกุล เลาว์ฉัตรศิริ คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ที่ให้การสนับสนุน และช่วยเหลือทุกอย่างเสมอมา

ผู้วิจัยขอขอบคุณ อาจารย์แนะแนวโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดสมุทรปราการทั้ง 25 โรงเรียนที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

นอกจากนี้ ขอขอบคุณ อาจารย์สมศักดิ์ นิลลาจารย์ อาจารย์ประจำคณะสังคมสงเคราะห์และสวัสดิการสังคม ให้ความอนุเคราะห์ในการประมวลผลข้อมูลและคุณกันต์ฤทัย เมฆสุนทร นักวิชาการศึกษา สำนักทะเบียนและประมวลผล เป็นผู้ช่วยนักวิจัย จนกระทั่งผู้วิจัยได้รายงานผลเป็นงานวิจัยฉบับสมบูรณ์