

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

การสื่อสารและการรับรู้ของประชาชนในจังหวัด

เชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์ “มหาวิทยาลัยแห่งความเป็นเลิศ” ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้เขียน

นายคมกฤษณ์ วังตระกูล

ปริญญา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสารศึกษา)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ธีรภัทร วรรณฤมล

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การสื่อสารและการรับรู้ของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ต่อภาพลักษณ์ “มหาวิทยาลัยแห่งความเป็นเลิศ” ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ของประชากรในจังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาถึง ผลของการสื่อสารเพื่อการสร้างการรับรู้และการยอมรับของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อ ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยแห่งความเป็นเลิศ ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่า การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชนที่มากที่สุดคือ สื่ออินเทอร์เน็ต ส่วนสื่อมวลชนที่มีการเปิดรับน้อยที่สุดคือ สื่อวิทยุกระจายเสียง ระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีระดับการเปิดรับข่าวสารมากที่สุดคือ สื่อป้ายผ้า ส่วนการเปิดรับผ่านสื่อของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่มีระดับการเปิดรับน้อยที่สุดคือ สื่อวารสารรอบสัปดาห์และสื่อวารสารทองกวาว ระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคลมีระดับการเปิดรับมากที่สุดคือ การรับข่าวสารจากนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ส่วนสื่อบุคคลที่มีระดับการเปิดรับน้อยที่สุดคือ การรับข่าวสารจากผู้นำชุมชน สำหรับระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ของข่าวประชาสัมพันธ์ในด้านต่างๆ ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่ประชาชนได้รับรู้มากที่สุดคือ การทำนุบำรุงศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีไทยท้องถิ่นล้านนาและกลุ่มชาติพันธุ์ และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ส่วนระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ที่ประชาชนได้รับรู้น้อยที่สุดคือการบริหารจัดการที่ดีและมีประสิทธิภาพของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผลของการสื่อสารเพื่อการสร้างการรับรู้และการยอมรับของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อ ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยแห่งความเป็นเลิศ ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สรุปได้ว่าประชาชน

ยอมรับในภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยแห่งความเป็นเลิศของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยประชาชนใน
จังหวัดเชียงใหม่ยอมรับว่ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นมหาวิทยาลัยที่มีความเป็นเลิศด้านการทำ
นุบำรุงศาสนา ศิลปวัฒนธรรมด้านนา ประเพณีไทย และสิ่งแวดล้อมมากที่สุด และประชาชนยอมรับ
ว่ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นมหาวิทยาลัยมีความเป็นเลิศด้านการบริหารจัดการ ของ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้รับการยอมรับน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับทั้ง 6 ยุทธศาสตร์ของ
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และสอดคล้องกับการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์
ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีความสัมพันธ์ต่อการยอมรับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยแห่งความเป็นเลิศ
ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Independent Study Title Communication and Perception of People in Chiang Mai Province Towards the Image of Chiang Mai University as “University of Excellence”

Author Mister Khomkrit Wangtragool

Degree Master of Arts (Communication Study)

Independent Study Advisor Assoc.Prof.Teerapat Wannaruemon

ABSTRACT

The objective of this research was to study the communication and perception of people in Chiang Mai towards the image of Chiang Mai University “University of Excellence” in the following aspects: 1) the media exposure toward the University from people in Chiang Mai, 2) the communication and perception of people in Chiang Mai towards the image of Chiang Mai University.

The findings were as follow: 1)the most media exposure for the image of Chiang Mai University as perceived by Chiang Mai people was from internets. The fewest particular media exposure was radios. 2) The most media exposure for Chiang Mai University was vinyl banners. The fewest information exposure was public relation news of Chiang Mai University in weekly magazines or even Thong Gwao magazines. 3) The most personal media exposure was Chiang Mai students and the fewest was the communities. The most public relations media exposure for Chiang Mai University was maintaining the culture, Thai tradition and environment. The fewest public relations media exposure for Chiang mai University was the good and efficiency management.

The Result of the studying of the communication and perception among people in Chiang Mai towards the image of Chiang Mai University “University of Excellence” is an acceptation from people in Chiang Mai. Most of the people accepted with maintaining the culture, Thai tradition and environment in Chiang Mai University, the Strategy concerning administration of Chiang Mai University is accepted the least compare to the others 6 strategies. Moreover, Chiang Mai University adopt several information which relation with an image acceptation for an excellence university.