

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมา.....	1
ปัญหานำวิจัย.....	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ประโยชน์ของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ทฤษฎีการจัดการ.....	9
ความสำคัญของแนวความคิดและทฤษฎีทางการจัดการ.....	12
ทฤษฎีการสื่อสาร.....	15
ความหมายของการสื่อสาร.....	15
ประเภทของการสื่อสาร.....	16
ความสำคัญของการสื่อสาร.....	17
ทฤษฎี SMCR ของเบอร์โล.....	18
การสื่อสารทางเดียวเชิงเส้นตรงของเชนนันและวีเวอร์.....	20
การสื่อสารเชิงวงกลมของออสกู๊ดและชแรมม์.....	21
ขอบข่ายประสบการณ์ในทฤษฎีการสื่อสารของชแรมม์.....	22
แนวคิดการจัดการการสื่อสาร.....	24
การจัดการการสื่อสารภายในองค์กร.....	24
การสื่อสารภายนอกองค์กร.....	28
แนวคิดและทฤษฎีกลยุทธ์การสื่อสาร.....	29
กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุก.....	30
กลยุทธ์การสื่อสารเชิงรับ.....	35

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2 (ต่อ)	
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์.....	39
ความหมายของภาพลักษณ์องค์กร.....	39
ความสำคัญของภาพลักษณ์องค์กร.....	40
หน้าที่ของผู้สร้างภาพลักษณ์.....	41
การสร้างภาพลักษณ์.....	42
กระบวนการเกิดภาพลักษณ์องค์กร.....	43
เป้าหมาย นโยบาย วิสัยทัศน์ของ ผศ.ไวคุณท์ ทองอร่าม กับนโยบายการบริหารงานเป้าหมายระยะ 4 ปี 2562 - 2565.....	44
พันธกิจ.....	44
ยุทธศาสตร์.....	47
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	50
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	54
การวิจัยเชิงคุณภาพ	55
กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....	56
ประเด็นที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	56
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	56
การเก็บรวมข้อมูล.....	57
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
การวิจัยเชิงปริมาณ.....	58
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	59
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	59
การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	60
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	61
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	62

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 (ต่อ)	
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	63
ผลการวิจัยเชิงปริมาณ.....	88
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	98
สรุปผลการวิจัย.....	99
อภิปรายผล.....	110
ข้อเสนอแนะ.....	113
บรรณานุกรม.....	115
ภาคผนวก.....	120
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ.....	121
ภาคผนวก ข หนังสือขอความร่วมมือในการวิจัย.....	123
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	132

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 โครงสร้างวัตถุประสงค์และความสัมพันธ์ของแนวคิด ทฤษฎี และวิธีการดำเนินการ	54
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จำแนกตามเพศ.....	89
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จำแนกตามภูมิถิ่นอาศัย.....	90
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จำแนกตามสถานะภาพ...	90
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จำแนกตามการเปิดรับสื่อออนไลน์.....	91
6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี โดยรวมและรายด้าน.....	91
7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ด้านผลิตภัณฑ์.....	92
8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ด้านงานวิจัย.....	93
9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ด้านการบริการวิชาการ.....	94
10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม.....	95

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการ การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ด้านบริหาร.....	96
12 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และอันดับที่ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการ การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ด้านระดมทุนทรัพยากร.....	97

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
2 แบบจำลอง SMCR ของเบอร์โล.....	19

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี