

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ (2) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ และ (3) การรับรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ของประชาชนกรุงเทพมหานคร (4) ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ (5) ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้กับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ (6) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ (7) สื่อที่สามารถอธิบายภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชนกรุงเทพมหานครได้มากที่สุด

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าไคสแควร์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับกลาง (2) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ของประชาชนกรุงเทพมหานครในภาพรวมอยู่ในระดับต่ำมาก และ (3) การรับรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ของประชาชนกรุงเทพมหานครในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย (4) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ของประชาชนกรุงเทพมหานครจากสื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (5) การรับรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (6) อาชีพ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในด้านนโยบาย ภารกิจ บทบาทและหน้าที่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากรและด้านการบริการข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (7) สื่อที่สามารถอธิบายภาพลักษณ์ได้มากที่สุด ได้แก่ สื่อมวลชน

The objectives of this study were to study (a) the image of the Public Relations Department among the research participants, (b) their exposure to news about the Public Relations Department, (c) the relationship between their exposure to news and the image of the department, (d) the relationship between their perceptions and the image of the department (e) the relationship between their demographics and the image of the department and (f) the media that could contribute to the department's image.

This study was a survey conducted through a questionnaire. The sample consisted of 400 residents of Bangkok aged 18 and over, chosen through multi-stage sampling. The data were analyzed using a percentage, a mean, standard deviation, Chi Square, and multiple regression analysis.

The study revealed seven major findings. First, the image of the Public Relations Department was generally fair. Second, most of the sample was exposed to a very low level of news about the Public Relations Department. Third, the research participants' perceptions of the Public Relations Department were quite low. Fourth, the research participants' exposure to news about the Public Relations Department from such sources as personal media, mass media and ad hoc media was statistically correlated with the image of the Public Relations Department. Fifth, there was a statistically significant correlation between the research participants' perceptions of the Public Relations Department and the image of the Public Relations Department. Sixth, there was a statistically significant correlation between the research participants' profession and the image of the Public Relations Department in terms of policy, mission, roles and responsibilities, management, personnel and news services. Finally, the research participants viewed that mass media could best explain or result in the department's image