

## T 154268

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ การเปิดรับข่าวสาร และทัศนคติของประชาชนเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ซึ่งประมวลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window

ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เด่นในด้านการเป็นสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง เก่ง มีความพร้อมด้านการเรียนการสอน เป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกของประเทศ เป็นสถาบันที่ประชาชนยอมรับในฐานะเป็นผู้นำทางการศึกษา ภาพลักษณ์อีกด้านหนึ่งของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คือเป็นมหาวิทยาลัยที่มีแต่คนร่ำรวย มีสังคมที่เลิศหรู ในด้านการบำเพ็ญประโยชน์และรับใช้สังคมมีน้อย

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยภาพรวมแล้วมีการเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย สื่อที่เปิดรับมากที่สุดคือ หนังสือพิมพ์ รองลงมาคือ สื่อบุคคลและโทรทัศน์ ทางด้านทัศนคติของประชาชนต่อจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยโดยภาพรวมแล้วเป็นกลาง การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์กับทัศนคติและภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก

## TE 154268

The objectives of this research are : to study the image of the Chulalongkorn University as perceived by the people living in Bangkok metropolitan, and to study their media exposure and attitude toward Chulalongkorn University. Questionnaires were used to collect data from 400 samples, from people living in the metropolitan Bangkok. Percentage, mean, standard deviation, T-test, one-way analysis of variance and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient were used for an analysis of the data. SPSS Program was used for data processing.

The findings were as follows : the distinguished image of the Chulalongkorn University as perceived by the people living in the metropolitan Bangkok is proficient, splendid and highly qualified in teaching and learning. Besides, it is the first and leading university among others Thai universities. Whereas, the other image of Chulalongkorn University is the university for the rich and the luxury. The graduates are less in helping and donated to the public.

Media exposure about Chulalongkorn University was at the low level. The most media exposure was newspaper, personal media and television respectively. The attitude toward Chulalongkorn University was moderate. Media exposure positively correlated with the attitudes and the image.