

ชื่อเรื่อง	ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ในทรรณะของประชาชน จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นางสาวคุณากร สีสด
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.อุดมลักษณ์ ธรรมปัญญา

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมหาวิทยาลัย 2) เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยพายัพ และ 3) สื่อที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 119 คน โดยใช้แบบสอบถาม และจากกลุ่มตัวอย่างครูแนะแนวและผู้ปกครองนักเรียน กลุ่มละ 4 คน โดยการสัมภาษณ์ ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 53.8 เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 17-18 ปี ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่แผนการเรียนวิทย์ เกรดเฉลี่ยสะสม 2.51-3.50 มหาวิทยาลัยในจังหวัดเชียงใหม่ที่นักเรียนอยากเข้าศึกษาต่อมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รองลงมาคือมหาวิทยาลัยแม่โจ้และมหาวิทยาลัยพายัพ นักเรียนแผนการเรียนวิทย์สนใจที่จะเลือกเรียนต่อคณะวิศวกรรมศาสตร์ เป็นอันดับ 1 ส่วนนักเรียนแผนการเรียนศิลป์สนใจที่จะเลือกเรียนต่อ คณะมนุษยศาสตร์/สังคมศาสตร์ เป็นอันดับ 1

สื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยมากที่สุด ได้แก่ เพื่อน ครูแนะแนว และเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย เนื้อหาที่เปิดรับมากที่สุด ได้แก่ หลักสูตรที่เปิดสอน ค่าใช้จ่ายในการศึกษาและสถานที่ตั้งของสถาบัน วิธีการนำเสนอของสื่อที่เปิดรับ ได้แก่ ข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับมหาวิทยาลัย การเปรียบเทียบข้อดี ข้อด้อย และการเยี่ยมชมมหาวิทยาลัย

การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของทั้ง 3 มหาวิทยาลัยในด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษา คุณภาพบัณฑิต การวิจัยและนวัตกรรม การบริการวิชาการ การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและภาพรวม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มหาวิทยาลัยแม่โจ้มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดีทุกด้าน โดย การวิจัยและนวัตกรรมเป็นด้านที่มีภาพลักษณ์ดีที่สุด ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ส่วนใหญ่อยู่ในระดับดีมากยกเว้นด้านการบริการวิชาการที่อยู่ในระดับดี ด้านที่มีภาพลักษณ์ดีที่สุดคือ

ด้านภาพรวม มหาวิทยาลัยพายัพมีภาพลักษณ์ในระดับดีทุกด้าน โดยด้านหลักสูตรและการจัดการศึกษามีภาพลักษณ์ดีที่สุด

ภาพลักษณ์ย่อย 5 อันดับแรกของมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่มีภาพลักษณ์ในระดับดีมาก ได้แก่ มีความโดดเด่นด้านการส่งเสริมวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น และการให้โอกาสทางการศึกษาแก่คนในท้องถิ่น และภาพลักษณ์ในระดับดีได้แก่ การมีวัฒนธรรมองค์กร ผลงานวิจัยสามารถนำไปใช้ในการแก้ปัญหา และมีผลงานวิจัยที่เพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุในท้องถิ่น

สื่อที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้มากที่สุดตามลำดับ ได้แก่ เว็บไซต์ การจัดนิทรรศการ ร่มพี่ และครูแนะแนว เนื้อหาของสื่อที่มีผลต่อภาพลักษณ์ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับ วัฒนธรรมองค์กร การให้บริการแก่สังคมและผลงานของนักศึกษาและอาจารย์ วิธีการนำเสนอที่มีผลต่อภาพลักษณ์ ได้แก่ การสาริต การใช้ผู้นำเสนอและการนำเสนอเรื่องราวของมหาวิทยาลัยในอดีต

<b>Title</b>	Image of Maejo University as Perceived by People in Chiang Mai Province
<b>Author</b>	Miss Kunakorn Seesoad
<b>Degree of</b>	Master of Arts in Communications
<b>Advisory Committee Chairperson</b>	Dr. Udomluck Thampanya

### ABSTRACT

The objectives of this study were to: 1) explore Maejo University news perception of Chiang Mai people; 2) compare images of Maejo University, Chiang Mai University, and Payap University; and 3) explore media having an effect on images of Maejo University. A set of questionnaire was used for data collection administered with 119 sixth year secondary school students in Chiang Mai. Interviews were conducted with 4 guidance teachers and 4 students' guardians.

Results of the study revealed that more than one-half of the informants (53.8%) were female and 17 -18 years old. Most of the informants were 2.51-3.50. It was found that the informants wanted to pursue their study at Chiang Mai University, Maejo University, and Payap University, respectively. Those who were Mathematics-Science program students wanted to take engineering courses as the priority where as Arts program students wanted to take humanities social science courses. The top three media which the informants perceived about Maejo University news were friends, guidance teachers, and the university website, respectively. The contents that they perceived were curricular programs, educational expenses, location of Maejo University, convenience in transportation, academic services for societies and communities, research papers and innovations, respectively. The presentation methods of the media about the three universities were: general news about the universities; comparison of the advantage and disadvantage points; and university visiting.

With regards to images of the three universities, as a whole, it was found that Maejo University and Payap University had good images whereas Chiang Mai University had very good images. The good images of Maejo University had been found as follows: research papers, arts and culture promotion, the whole images, curricular program and educational

management, academic services, and quality of Maejo University graduates, respectively. The very good images of Chiang Mai University were found as follows: the whole images arts and culture promotion, quality of Chiang Mai University graduates, research papers, curricular programs and educational management, and a good image in academic services, respectively. The good images of Payap University were found as follows: curricular programs and educational management, the whole images, arts and culture promotion, research papers, quality of Payap University graduates, and academic services, respectively.

The following were sub-very good images of Maejo University: Prominent local culture and tradition promotion, provision of educational opportunities for local people. This was followed by sub-good images: organizational culture, e.g. initiation ceremony and application of research to problem solving and local material value adding, respectively.

Top five of media having an effect on the image of Maejo University were website, exhibition, senior students, guidance teachers, and the university journal. Top five contents of the media having an effect on the images of Maejo University were: organizational culture, social services, working performance of students and teachers, academic activity announcement, and dissemination of research papers and agricultural innovation, respectively. The presentation methods having an effect of the image of Maejo University were: demonstration (e.g. agricultural learning), presenter (various fields of specialists), and presentation of Maejo University historical background.