

การวิเคราะห์ภาพลักษณ์กิจการไปรษณีย์ของการสื่อสารแห่งประเทศไทย
ที่นำเสนอผ่านสื่อหนังสือพิมพ์

นางสาวชมพูนุท สรรคบุรานุรักษ์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2541
ISBN 974-639-793-1
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**AN ANALYSIS OF THE COMMUNICATIONS AUTHORITY OF THAILAND'S
POSTAL IMAGES REFLECTED IN THE NEWSPAPERS**

Miss Chomphoonut Sankaburanurak

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Mass Communication**

Department of Mass Communication

Graduate School


Chulalongkorn University

Academic Year 1998


ISBN 974-639-793-1


หัวข้อวิทยานิพนธ์ การวิเคราะห์ภาพลักษณ์กิจการไปรษณีย์ของการสื่อสารแห่งประเทศไทย
ที่นำเสนอผ่านสื่อหนังสือพิมพ์
โดย นางสาวชมพูนุท สรรคบุรานุรักษ์
ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา แก้วเทพ

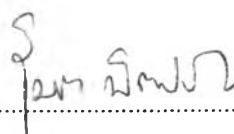
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการ
ศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต


..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ นายแพทย์ สุวัฒน์ ชูติวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา แก้วเทพ)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ รุ่งนภา พิตรปรีชา)

ชมพูนุท สรรคบุรานุรักษ์: การวิเคราะห์ภาพลักษณ์กิจการไปรษณีย์ของการสื่อสารแห่งประเทศไทยที่นำเสนอผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ (AN ANALYSIS OF THE COMMUNICATIONS AUTHORITY OF THAILAND'S POSTAL IMAGES REFLECTED IN THE NEWSPAPERS)

อ.ที่ปรึกษา : รศ. ดร. กาญจนา แก้วเทพ , 111 หน้า. ISBN 974-639-793-1

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาข่าวตัดที่ให้ภาพลักษณ์กิจการไปรษณีย์ของ กสท. ที่นำเสนอผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ และเพื่อศึกษาการดำเนินงานของบุคลากร กสท. ในการเผยแพร่ ตอบโต้ ชี้แจง ต่อเนื้อหาที่ให้ภาพลักษณ์กิจการไปรษณีย์ที่สะท้อนผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ รูปแบบการวิจัยจะเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวตัดในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ประกอบการสัมภาษณ์บุคลากรผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารภาพลักษณ์ โดยใช้แนวคิดเรื่องภาพลักษณ์ การกำหนดวาระ และการสร้างวาระ

ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์กิจการไปรษณีย์ที่หนังสือพิมพ์นำเสนอเป็นไปในทิศทางบวกถึงร้อยละ 57.63 ทั้งนี้สามารถจัดลำดับการนำเสนอตามองค์ประกอบขององค์กรจากมากไปหาน้อย ซึ่งปรากฏภาพลักษณ์ในมิติต่างๆดังนี้

1. สินค้าและบริการ ปรากฏภาพลักษณ์เชิงบวกมากกว่าลบ ในด้านของสินค้าที่มีคุณค่าได้มาตรฐาน บริการหลากหลาย สะดวกรวดเร็ว ภาพลักษณ์เชิงลบได้แก่ ความล่าช้า ความไม่ปลอดภัย
2. ตัวองค์กร พบภาพลักษณ์เชิงบวกมากกว่าลบในเรื่องการพัฒนาระบบงานให้ก้าวหน้าทันสมัย คักยภาพของบริการ พัฒนาการด้านธุรกิจ ภาพลักษณ์เชิงลบได้แก่ การเป็นกิจการที่ไม่ทำกำไร
3. กิจกรรม ปรากฏภาพลักษณ์เชิงบวกมากที่สุดในการเป็นผู้บอกกล่าววาระสำคัญของชาติ การส่งเสริมสร้างสรรค์สังคม การให้ความรู้ การคืนกำไรแก่สังคม
4. บุคลากร พบภาพลักษณ์ในทางลบมากกว่าทางบวก คือ การสื่อสารในองค์กรมีน้อย ผู้บริหารไม่ค่อยให้ข่าวการประหวังเรียกร้อง ภาพด้านบวกที่พบคือ บุคลากรทั้งผู้บริหารและพนักงานมีความรู้ความสามารถ พนักงานขยัน รับผิดชอบ และจงรักภักดีต่อองค์กร

ภาพลักษณ์กิจการไปรษณีย์ที่สะท้อนผ่านสื่อหนังสือพิมพ์นั้นเกิดการกำหนดวาระโดยสื่อหนังสือพิมพ์มากกว่าการสร้างวาระของ กสท.

ในเรื่องการกำหนดวาระจากหนังสือพิมพ์พบว่า หนังสือพิมพ์ทั่วไปนำเสนอเนื้อหาเชิงปริมาณความถี่และเนื้อที่มากกว่าหนังสือพิมพ์ธุรกิจ

ในส่วนของการสร้างวาระโดยองค์กรพบว่า กสท. ได้จัดส่งข่าวแจกที่เนื้อหาแสดงจุดยืนและแนวนโยบายของกิจการไปรษณีย์ไปให้หนังสือพิมพ์ประมาณเดือนละ 7-8 รายเรื่อง ส่วนการตอบชี้แจงนั้นเน้นการชี้แจงกับผู้ร้องเรียนโดยตรงมากกว่าตอบชี้แจงผ่านสื่อ ประเด็นที่เลือกตอบผ่านสื่อคือเรื่องที่มีผลกระทบร้ายแรงต่อองค์กร

นอกจากนี้ยังพบว่า สัมพันธภาพระหว่าง กสท. กับหนังสือพิมพ์ มีผลต่อปริมาณความถี่และเนื้อที่ในการตีพิมพ์ข่าวที่เกี่ยวกับ กสท.

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน

สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน

ปีการศึกษา 2541

ลายมือชื่อนิสิต 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

##C3970380628MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD:

IMAGE / AGENDA SETTING / AGENDA BUILDING / PRESS CLIPPINGS / PRESS RELEASES
CHOMPHOONUT SANKABURANURAK: AN ANALYSIS OF THE COMMUNICATIONS AUTHORITY OF
THAILAND 'S POSTAL IMAGES REFLECTED IN THE NEWSPAPERS.
ASSO.PROF. KANJANA KAEWTHEP Ph.D. 111 pp. ISBN 974-639-793-1

The objectives of the research are to find the postal images of The Communications Authority of Thailand (CAT) reflected in newspapers and to study the procedure of image-building publicity and image-restoring clarification to complaints appeared in image-reflected news content.

The research methodologies concerned are the content analysis of press clippings in criteria of quantity(space and frequency) and quality(content and direction) and the interview with CAT staff involved in image projection, framing the concept of image, agenda setting and agenda building.

The result proves that the postal image of CAT reflected in newspaper appears to be positive up to 57.63% .However, the dimension of the image diverges when studying organizational compositions separately as shown here according to the quality of content from high to low.

1. Product and Service carries positive image as product of standard and fast and convenient deverse services whereas delay and liability to damage bring about the negative image.

2. Organization tends to have positive image in respect of modern working scheme development, service potentiality and development in business aspect. The reverse image, caused by being the unprofitable public enterprise.

3. Activity holds the most positive image with regard to being the announcer of national occasions and knowledge provider as well as taking part in social enhancement and contribution.

4. Human Resource is found to have negative image concerning protest and the administrative personnel being unlikely to volunteer information. Nevertheless, the positive point of view is dawn from qualified staff with the operational personnel being hard working, responsible and loyal to organization.

The postal image reflected by newspapers tends to occur from agenda setting of newspapers rather than agenda building of CAT. Moreover, comparing between 2 types of newspapers, image-reflected in general newspaper appears higher in quantity than that in business newspaper.

As regards agenda building, CAT sends press releases concerning its standpoint and policy to newspapers 7-8 articles a month.


Most complaints, however are directly replied to persons who launch them. Only issues that give rise to strong negative impact on organization are likely to be responded through newspaper.

The study finds that the relationship between CAT and newspapers have an influence on frequency and space of CAT's news printed in newspaper.

ภาควิชา.....การสื่อสารมวลชน.....

สาขาวิชา.....การสื่อสารมวลชน.....

ปีการศึกษา.....2541.....

ลายมือชื่อนิสิต..........

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..........

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากผู้มีพระคุณหลายท่าน ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้ รองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา แก้วเทพ ซึ่งท่านได้กรุณารับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ได้คอยให้คำแนะนำ คำปรึกษา ชี้แนะ กระตุ้นเตือนให้ผู้วิจัยมุ่งมั่น ตลอดจนตรวจแก้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ รองศาสตราจารย์ ดร. อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ รุ่งนภา พิตรปรีชา กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาแนะนำ และให้ข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัย รองศาสตราจารย์ ดร. นันทวัน สุชาติ ที่กรุณาให้คำแนะนำในการพัฒนาหัวข้อวิจัยในเบื้องต้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณหัวหน้างาน พี่และเพื่อนร่วมงานที่แสนดีทุกคน ขอขอบคุณบุคลากรทุกๆ ท่าน ที่ได้กรุณาสละเวลาให้ข้อมูลที่มีคุณค่า ตลอดจนได้ให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆจนทำให้วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอขอบคุณ คุณจักรสิน บัณฑิตวิทยาลัย ที่ให้ความกรุณา และคอยช่วยอธิบายให้ความกระจ่างระหว่างการจัดส่งวิทยานิพนธ์ ขอขอบคุณ ป่วย งาม แอ้ พิช และเพื่อนๆ MC.6 ทุกคน ตลอดจนเจ้าหน้าที่ประจำภาควิชาการสื่อสารมวลชนทุกท่านที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานด้านต่างๆกับทางคณะ และบัณฑิตวิทยาลัย

ท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และทุกๆ คนในครอบครัวที่คอยให้กำลังใจ และให้สิ่งที่ดีกับผู้วิจัยมาโดยตลอด ขอขอบคุณ คุณอนุพงศ์ ที่ได้คอยให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และไมตรีจิตของทุกๆ ท่านเป็นอย่างมาก และขอจดจำความรู้สึกที่ดีนี้ไว้ในใจตลอดไป

ชมพูนุท สรรคบุรานุรักษ์

ตุลาคม 2541

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ซ
บทที่	
1 บทนำ	1
1 1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1 2 ปัญหาที่วิจัย	11
1 3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	11
1 4 ขอบเขตของการวิจัย	11
1 5 นิยามศัพท์	12
1 6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	14
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
2.1 แนวคิดเรื่องภาพลักษณ์	16
2.2 แนวคิดเรื่องการทำหนดวาระ และการสร้างวาระ.....	19
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
3 ระเบียบวิธีวิจัย	29
3.1 รูปแบบการวิจัย	29
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	30
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	34
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	35
3.5 การนำเสนอข้อมูล	36
4 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับกิจการไปรษณีย์ และงานประชาสัมพันธ์ของการสื่อสารแห่งประเทศไทย	37

บทที่		หน้า
5	ผลการวิจัย	45
	ส่วนที่ 1 ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสาร	
	ผลการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสด.....	45
	5.1 ความถี่ในการนำเสนอเนื้อหาที่ให้ภาพลักษณ์กิจการไปรษณีย์.....	46
	5.2 เนื้อหาในการนำเสนอเนื้อหาที่ให้ภาพลักษณ์กิจการไปรษณีย์.....	50
	5.3 ภาพลักษณ์กิจการไปรษณีย์ที่ปรากฏโดยแยกตาม	
	องค์ประกอบขององค์กร.....	54
	5.4 รูปแบบการนำเสนอเนื้อหากิจการไปรษณีย์ของหนังสือพิมพ์	58
	5.5 ที่มาและการเกิดของเนื้อหา.....	62
	5.6 ทิศทางในการเสนอเนื้อหาที่ให้ภาพลักษณ์กิจการไปรษณีย์.....	63
	ผลการวิเคราะห์รายงานและเอกสารของหน่วยงาน.....	71
	ส่วนที่ 2 ผลการสัมภาษณ์บุคลากร.....	74
6	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	86
	6.1 สรุปผลการวิจัย.....	87
	6.2 อภิปรายผล.....	90
	6.3 ข้อเสนอแนะ.....	92
	รายการอ้างอิง	94
	ภาคผนวก	97
	ประวัติผู้วิจัย	111

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. ความดีในการนำเสนอเนื้อหาที่ให้ภาพลักษณ์กิจการไปรษณีย์ ของหนังสือพิมพ์ทั่วไปและหนังสือพิมพ์ธุรกิจ	46
2. ความดีในการนำเสนอเนื้อหาที่ให้ภาพลักษณ์กิจการไปรษณีย์ ของหนังสือพิมพ์ทั่วไป	47
3. ความดีในการนำเสนอเนื้อหาที่ให้ภาพลักษณ์กิจการไปรษณีย์ ของหนังสือพิมพ์ธุรกิจ	49
4. เปรียบเทียบความดีและเนื้อหาของการนำเสนอเนื้อหาที่ให้ภาพลักษณ์ กิจการไปรษณีย์ของหนังสือพิมพ์ทั้ง 2 ประเภท	50
5. ปริมาณเนื้อที่ (Space) ของการนำเสนอเนื้อหาที่ให้ภาพลักษณ์ กิจการไปรษณีย์ของกลุ่มหนังสือพิมพ์ทั่วไป	52
6. ปริมาณเนื้อที่ (Space) ของการนำเสนอเนื้อหาที่ให้ภาพลักษณ์ กิจการไปรษณีย์ของกลุ่มหนังสือพิมพ์ธุรกิจ	53
7. แสดงภาพลักษณ์กิจการไปรษณีย์ที่ปรากฏ โดยแยกตามองค์ประกอบขององค์กร	55
8. แสดงรูปแบบของการนำเสนอเนื้อหาที่ให้ภาพลักษณ์กิจการไปรษณีย์	58
9. แสดงลักษณะการเกิดของเนื้อหาที่ให้ภาพลักษณ์กิจการไปรษณีย์ ที่หนังสือพิมพ์นำเสนอ.....	63
10. แสดงทิศทางของเนื้อหากิจการไปรษณีย์โดย แบ่งตามองค์ประกอบขององค์กร	64
11. เปรียบเทียบทิศทางในการนำเสนอเนื้อหากิจการไปรษณีย์ ของหนังสือพิมพ์ทั่วไปกับหนังสือพิมพ์ธุรกิจ.....	65
12. แสดงภาพลักษณ์ในด้านต่างๆของเนื้อหาเกี่ยวกับ ตัวองค์กรที่หนังสือพิมพ์นำเสนอ.....	66
13. แสดงภาพลักษณ์ในด้านต่างๆของเนื้อหาเกี่ยวกับ บุคลากรที่หนังสือพิมพ์นำเสนอ.....	68
14. แสดงภาพลักษณ์ในด้านต่างๆของเนื้อหาเกี่ยวกับ สินค้าและบริการที่หนังสือพิมพ์นำเสนอ.....	69
15. แสดงภาพลักษณ์ในด้านต่างๆของเนื้อหาเกี่ยวกับ กิจกรรมที่หนังสือพิมพ์นำเสนอ.....	70