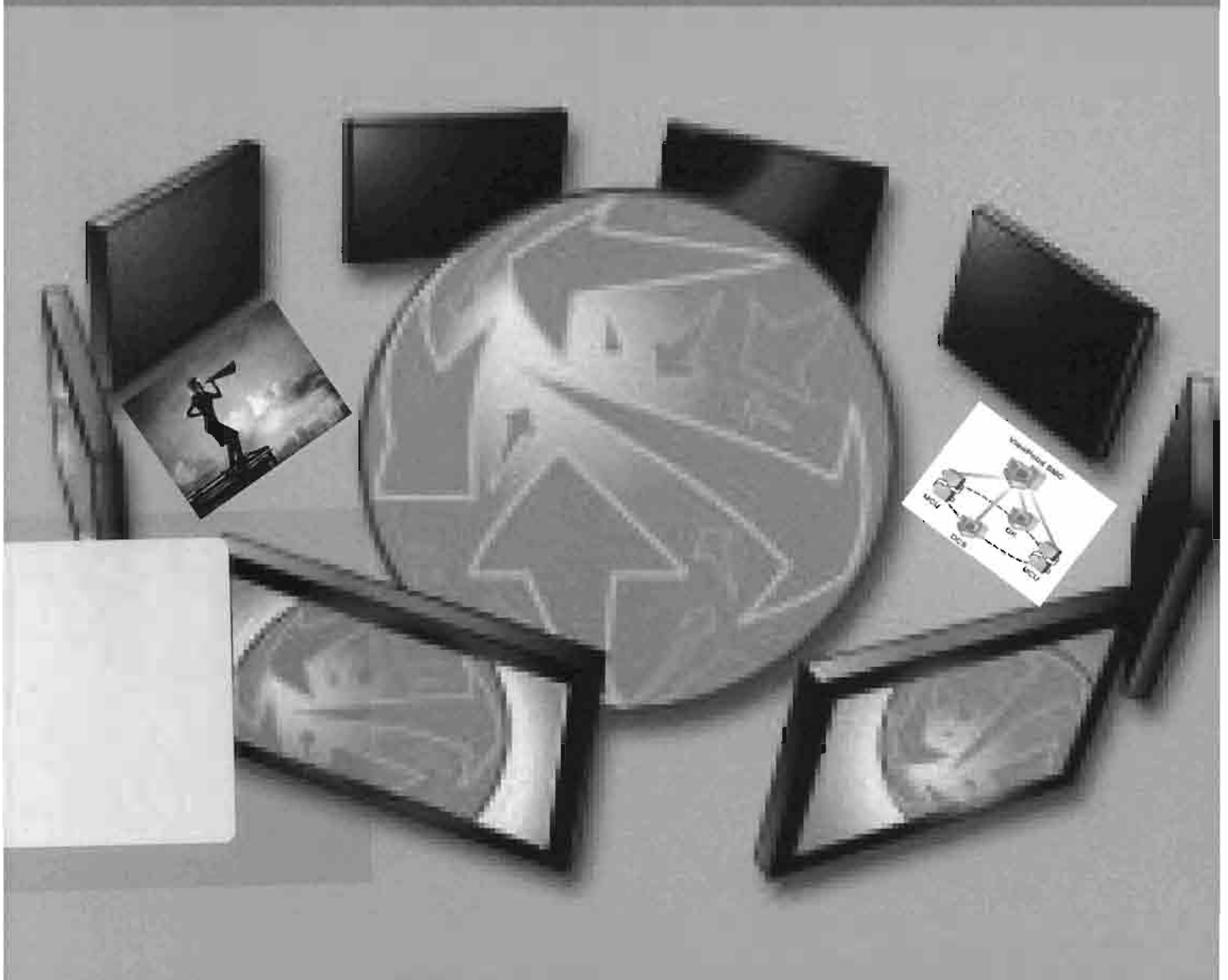


สถานภาพองค์ความรู้ ของการจัดการทางการสื่อสารในประเทศไทย

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร

อรรถพร กงวิไล



โครงการ หลักและแนวทางการบริหารการสื่อสาร: มิติทั้งสามใน
ด้านการสื่อสารเพื่อการจัดการ การจัดการทางการสื่อสาร และ
การบริหารงานสื่อสารมวลชน

ระยะที่ 2

สถานภาพองค์ความรู้ของการจัดการทางการสื่อสาร
ในประเทศไทย

โดย

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร

อรรถพร กงวิไล



สารจาก สกว.

โครงการหลักและแนวทางการบริหารการสื่อสาร: มิติทั้งสามในด้านการจัดการทางการสื่อสาร การจัดการทางการสื่อสาร และการบริหารงานสื่อสารมวลชน เป็นโครงการวิจัยเพื่อค้นหาพรหมแดนขององค์ความรู้ดังกล่าว โดยงานวิจัยในระยะที่ 2 เพื่อศึกษาถึงมิติของการจัดการทางการสื่อสารเป็นการเฉพาะ โดยแสวงหาคำตอบต่อการจัดการทางการสื่อสารทั้งในความหมายแคบและความหมายกว้าง รวมถึงความแตกต่างในการนำการจัดการทางการสื่อสารมาใช้ในองค์กรต่างๆ

เนื่องจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) มีแนวคิดที่จะให้เมธีวิจัยอาวุโส สกว. มาช่วยกันสร้างนักวิจัย และพัฒนาทีมงานวิจัยเพื่อสร้างศักยภาพเชิงปัญญา ซึ่งเป็นที่ยอมรับทั่วไปว่า ความรู้เป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน การสร้างความรู้จึงเป็นภารกิจที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการวิจัยจะเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความรู้ที่ยั่งยืนได้ด้วยเหตุผลข้างต้น ศ.ดร.สุพงษ์ โสธนะเสถียร ในฐานะเมธีวิจัยอาวุโส สกว. ได้ดำเนินการตามแนวทางของ สกว. ในการพัฒนาเครือข่ายนักวิจัยภายใต้โครงการดังกล่าว ทั้งทำการวิจัยในพื้นที่ที่แตกต่างกันไม่ว่าในองค์กรแบบธุรกิจ หน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และสถาบันทางการศึกษา เพื่อให้สาระัตถะของการวิจัยมีความครอบคลุม ดกผลึก และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างกว้างขวาง รวมทั้งนำผลงานที่ได้แพร่ขยายออกไปทั้งในฐานะวิชาการ การจัดการเรียนการสอน และการนำไปใช้ในการจัดการทางการสื่อสารขององค์กรต่างๆในทางปฏิบัติ สมตามเจตนารมณ์ของ สกว. ที่ได้วางแนวทางไว้

ศาสตราจารย์ ดร.ปิยะวัติ บุญ-หลง

ผู้อำนวยการสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

คำนำ

งานวิจัยเรื่อง "สถานภาพองค์ความรู้ของการจัดการทางการสื่อสารในประเทศไทย" นี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์ทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ซึ่งผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณมา ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ดร.พีระ จิรโสภณ ที่ได้ร่วมแสดงความคิดเห็น วิวิจารณ์ และให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย ในการประชุมทางวิชาการเพื่อนำเสนอผลงานวิจัยในเรื่อง "การจัดการทางการสื่อสาร" วันที่ 7 ตุลาคม 2549 ณ ห้องเจ้าสามพระยา โรงแรมเดอะแกรนด์ ด.รัชดาภิเษก กรุงเทพมหานคร

นอกจากนั้นผู้วิจัยขอขอบคุณนักวิจัยทางด้านการจัดการทางการสื่อสารทุกท่าน ซึ่งได้ผลิตผลงานวิจัยอันเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร

อรรถพร กงวิไล

1 พฤศจิกายน 2549

สารบัญ

บทที่	หน้า
1. บทนำ.....	1
ความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
2. กรอบความคิด ทฤษฎี และการสำรวจเอกสาร.....	4
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการทางการสื่อสาร.....	4
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการจัดการ.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารสื่อสารมวลชน.....	11
ขอบข่ายของการวิจัยการจัดการทางการสื่อสาร.....	11
ประเภทของการวิจัยการจัดการทางการสื่อสาร.....	16
แนวคิดเกี่ยวกับการสังเคราะห์งานวิจัย.....	20
การสำรวจเอกสาร.....	24
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	25
รูปแบบของการวิจัย.....	25
แหล่งข้อมูลของการวิจัย.....	25
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	26
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	26
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	27
4. ภาพรวมของงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสาร.....	29
ปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่.....	29
สถาบันที่สังกัด.....	30
ขอบข่ายของการวิจัย.....	32
ประเภทของการวิจัย.....	40

5. ภาพรวมของงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชน.....	46
ปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่.....	46
สถาบันที่สังกัด.....	47
ขอบข่ายของการวิจัย.....	50
ประเภทของการวิจัย.....	57
6. ผลการสังเคราะห์งานวิจัยการจัดการทางการสื่อสาร.....	62
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์.....	62
ตัวแปรที่ศึกษาในงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์.....	64
ผลการสังเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม.....	68
ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม	
จำแนกตามคุณลักษณะของงานวิจัย และกลุ่มของตัวแปร.....	79
7. บทสรุป การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	84
บทสรุป.....	84
การอภิปรายผล.....	86
ข้อเสนอแนะ.....	88
บรรณานุกรม.....	89

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

การจัดการทางการสื่อสาร (Communication Management) แม้ว่าเป็นสาขาวิชาที่มีการกล่าวถึงอย่างมากในวงการศึกษไทยในช่วง 5-6 ปีที่ผ่านมา แต่ก่อนหน้านั้นก็มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการจัดการทางการสื่อสารมาแล้วบ้างพอสมควร แต่อาจจะทำภายใต้ชื่อ การสื่อสารองค์การ (Organizational Communication) อย่างไรก็ตามแนวคิดหลักในการศึกษาวิจัยดังกล่าวก็สะท้อนให้เห็นถึงสหวิชาที่เกี่ยวเนื่องกัน (Trans-disciplinary) ของสาขาวิชานิเทศศาสตร์และบริหารธุรกิจได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ความเกี่ยวเนื่องดังกล่าวยังพบได้ในสาขาวิชา การสื่อสารเพื่อการจัดการ (Management Communication) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับกิจกรรมทางการสื่อสารที่ใช้ประโยชน์เพื่อการจัดการ หรือที่เรียกกันอีกชื่อหนึ่งว่า การสื่อสารธุรกิจ (Business Communication) อันถือว่าเป็นรากฐานที่นำมาสู่การจัดการทางการสื่อสารนั่นเอง ตลอดจนในระยะเวลาถัดมาที่สื่อมวลชนได้เข้ามามีบทบาทในสังคมมากยิ่งขึ้น แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการทางการสื่อสารจึงได้ขยายบริบทออกไปเป็นการบริหารสื่อสารมวลชน (Mass Communication Administration) ซึ่งถือเป็นการจัดการทางการสื่อสารในองค์กรที่มีลักษณะพิเศษ คือ เป็นองค์กรที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการขายความคิด ข่าวสาร และวัฒนธรรม ต่างจากองค์กรทั่วไปที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการขายสินค้าและบริการต่าง ๆ

ในด้านการเรียนการสอนนั้น แม้ว่าคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จะเปิดสอนสาขาวิชาบริหารการสื่อสาร ในระดับปริญญาตรีเป็นแห่งแรกมาตั้งแต่ปลายทศวรรษที่ 80 แต่ก็ยังไม่ได้รับการกล่าวถึงมากนัก จนกระทั่งในอีกทศวรรษหนึ่ง คือ ปลายทศวรรษที่ 90 ได้เปิดสอนสาขาวิชาการบริหารงานสื่อสารมวลชนขึ้นในระดับปริญญาโท หลังจากที่มีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตได้เปิดสอนสาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจในระดับปริญญาโท เช่นเดียวกันก่อนหน้านี้เพียงเล็กน้อย จึงทำให้สาขาวิชาทางด้านการจัดการทาง การสื่อสารได้รับการกล่าวถึง และมีการเปิดสาขาวิชาดังกล่าวในอีกหลายสถาบัน เช่น มหาวิทยาลัยเกริก และมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต เป็นต้น

ผลพวงจากการขยายตัวในการเรียนการสอนเกี่ยวกับการจัดการทางการสื่อสารในระดับปริญญาโท ทำให้เริ่มมีผลงานการศึกษาวิจัยทางด้านนี้มากยิ่งขึ้น ซึ่งเมื่อรวมกับงานวิจัยในนามของการสื่อสารองค์การ ในช่วงก่อนหน้านี้ ยิ่งจะพบว่า มีปริมาณมากพอสมควร อย่างไรก็ตามปริมาณงานวิจัยมีใช้ตัวบ่งชี้ถึงความเป็นเอกภาพและเอกลักษณ์ขององค์ความรู้ หากงานวิจัยเหล่านั้นยังขาดทิศทางที่ชัดเจน และผลการวิจัยมิได้นำมาใช้ประโยชน์ให้เต็มที่ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องกลับมาทบทวนสถานภาพองค์ความรู้ (State of the Art) ของการจัดการทางการสื่อสารในประเทศไทยว่า ได้มีการสังสมองค์ความรู้ทางด้านนี้ไว้อย่างไร และองค์ความรู้ที่อยู่กระจัดกระจายนั้น หากมีการรวบรวมขึ้นมาจะทำให้ได้องค์ความรู้ใหม่อย่างไร รวมทั้งองค์ความรู้เหล่านั้นยังขาดตกบกพร่อง ณ จุดใด หรือควรจะมีการศึกษาต่อยอดองค์ความรู้เหล่านั้นอย่างไรในอนาคต เพื่อให้การจัดการทางการสื่อสารเป็นสาขาวิชาที่มีความเข้มแข็ง ชัดเจน และได้รับการยอมรับจากประชาคมวิชาการต่อไป

ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จึงได้รวบรวมงานวิจัยทางด้านการจัดการทางการสื่อสารเหล่านั้น โดยนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้เห็นปริมาณงานวิจัยในมิติต่าง ๆ อันทำให้เห็นถึงภาพรวมและ

พัฒนาการของศาสตร์ทางด้านการจัดการทางการสื่อสาร ทั้งนี้เนื่องด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาในวรรณกรรมของสาขาวิชาต่าง ๆ ไม่เพียงแต่จะอธิบายพัฒนาการของสาขาวิชาใดวิชาหนึ่งเท่านั้น หากแต่ยังสะท้อนให้เห็นขอบข่าย และลักษณะของเนื้อหา หรือเรื่องที่กำลังศึกษาในแต่ละช่วงเวลา นอกจากนั้นยังสามารถวัดอัตราการเจริญเติบโตของสาขาวิชาต่าง ๆ ได้ด้วย (Berelson, 1971)

สำหรับในประเด็นของการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์นั้น ปัจจุบันนักวิชาการได้มีการพัฒนาระเบียบวิธีในการรวบรวมองค์ความรู้แต่ละเรื่อง ให้เกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ ที่เรียกว่า การสังเคราะห์งานวิจัย (Research Synthesis) ให้ได้ข้อค้นพบที่ครอบคลุม ชัดเจน และมีความเป็นปรนัย (Objectivity) มากยิ่งขึ้น นอกเหนือไปจากการสำรวจเอกสาร (Literature Review) ซึ่งเป็นการสังเคราะห์งานวิจัยในลักษณะการบรรยาย (Narration) อันเป็นกิจกรรมหนึ่งที่คุณวิจัยต้องทำเป็นขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการวิจัยอยู่แล้ว

การสังเคราะห์งานวิจัยที่เป็นระบบ มีความเป็นปรนัย และเป็นการวิจัยเต็มรูปแบบที่มีใช้เพียงเพียงเทคนิคการสำรวจเอกสารนี้ เรียกว่า Meta-Analysis ซึ่งเป็นระเบียบวิธีที่เกิดขึ้นในศตวรรษที่ 20 โดย Glass (1976) ได้พัฒนาและค้นพบเทคนิคการวิเคราะห์ทางสถิติในการหาข้อสรุปที่เป็นคำตอบของงานวิจัยหลาย ๆ เรื่องในประเด็นปัญหาเดียวกัน ด้วยวิธีการที่ทำให้ผลการวิจัยแต่ละเรื่องนั้นมีหน่วยมาตรฐานเดียวกันที่เรียกว่า ดัชนีมาตรฐาน (Standard Index) เพื่อให้สามารถสังเคราะห์ร่วมกันได้ และยังสามารถอธิบายความแปรปรวนของดัชนีมาตรฐานได้ด้วยว่า มาจากคุณลักษณะของงานวิจัยในด้านใด ทั้งนี้ต่อมาก็ได้มีการนำ Meta-Analysis มาประยุกต์ใช้ในการสังเคราะห์งานวิจัยในสาขาวิชาต่าง ๆ ซึ่งประกอบไปด้วยหลากหลายประเด็นปัญหา เช่น สาขาวิชาทางด้านการศึกษา พฤติกรรมศาสตร์และสาธารณสุข เป็นต้น ซึ่งน่าจะถึงเวลาแล้วที่นวัตกรรมของการสังเคราะห์งานวิจัยนี้ จะได้แพร่ขยายมายังสาขาวิชาทางด้านนิเทศศาสตร์ ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงนำวิธี Meta-Analysis มาใช้ในการสังเคราะห์งานวิจัยทางด้านการจัดการทางการสื่อสาร เพื่อให้ได้ทราบถึงสถานภาพองค์ความรู้ของการจัดการทางการสื่อสารในส่วนของงานวิจัย อันจะทำให้ได้ข้อค้นพบที่เป็นระบบ และมีความเป็นปรนัยมากขึ้นนั่นเอง

ทั้งนี้ ผลการวิจัยที่ได้แต่ละส่วน จะเป็นเหมือนภาพประกอบ (Jigsaw Puzzle) ที่เมื่อนำมาต่อกันทั้งหมด จะทำให้เห็นถึงสถานภาพองค์ความรู้ของการจัดการทางการสื่อสารในประเทศไทยได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และจะทำให้สาขาวิชาการจัดการทางการสื่อสารมีพัฒนาการอย่างรวดเร็ว มั่นคง และมีทิศทาง อันจะส่งผลให้สาขาวิชานี้เทศศาสตร์ หรือแม้กระทั่งสังคมศาสตร์ซึ่งเป็นศาสตร์ในลำดับขั้นที่กว้างกว่าเป็นศาสตร์ที่แข็งแกร่งเคียงคู่วิทยาศาสตร์ในโลกแห่งการแสวงหาความรู้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์เนื้อหางานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการทางการสื่อสาร ซึ่งจะทำให้เห็นภาพรวมและพัฒนาการขององค์ความรู้ของการจัดการทางการสื่อสารในประเทศไทย
2. เพื่อสังเคราะห์ผลการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการทางการสื่อสาร ซึ่งจะทำให้ได้ข้อสรุปทั่วไปที่ชัดเจนเกี่ยวกับการจัดการทางการสื่อสารในประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาสภาพองค์ความรู้ของการจัดการทางการสื่อสารในประเทศไทย เฉพาะในส่วนที่เป็นงานวิจัยเท่านั้น

2. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการทางการสื่อสารที่เป็นวิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ หรือโครงการเฉพาะบุคคลในระดับบัณฑิตศึกษาจากมหาวิทยาลัยของรัฐ 2 แห่ง ซึ่งเปิดสอนหลักสูตรเกี่ยวกับวารสารศาสตร์/นิเทศศาสตร์ในระดับบัณฑิตศึกษา ได้แก่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และจากมหาวิทยาลัยเอกชน 2 แห่ง ซึ่งเปิดสอนหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทางการสื่อสารและมีมหาบัณฑิตจบการศึกษาแล้ว ได้แก่ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และมหาวิทยาลัยเกริก โดยจะศึกษาจากงานวิจัยที่เผยแพร่ ณ สำนักหอสมุดของแต่ละมหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ. 2538 ถึง พ.ศ. 2547 เท่านั้น

3. งานวิจัยในส่วนที่เป็นการจัดการทางการสื่อสารขององค์กรทั่วไปนั้น จะไม่รวมถึงองค์การทางการเมือง เนื่องจากจะไปซ้ำซ้อนกับสาขาวิชาการสื่อสารทางการเมือง และงานวิจัยที่เป็นการจัดการทางการสื่อสารขององค์กรทางด้านสื่อสารมวลชน ซึ่งในที่นี้จะเรียกว่า การบริหารสื่อสารมวลชนนั้น จะศึกษาเฉพาะสื่อมวลชนหลัก ๆ 4 ประเภท ได้แก่ สิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์และนิตยสาร) วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ เท่านั้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้เห็นภาพรวมขององค์ความรู้ทางด้านการจัดการทางการสื่อสารในประเทศไทยอย่างเป็นระบบระเบียบ

2. ทำให้ได้ข้อสรุปทั่วไปเกี่ยวกับผลการวิจัยด้านการจัดการทางการสื่อสารในประเทศไทย อันจะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

3. ผลการวิจัยที่ได้จะช่วยชี้แนะแนวทางการวิจัยด้านการจัดการทางการสื่อสารของประเทศไทยในอนาคตได้

4. เป็นแนวทางให้กับหน่วยงานหรือองค์กรที่จะให้ทุนวิจัยได้ทราบถึงประเด็นปัญหาด้านการจัดการทางการสื่อสารที่ควรจะได้รับ การสนับสนุน

5. นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการกำหนดหรือพัฒนาหลักสูตรการศึกษาด้านการจัดการทางการสื่อสารต่อไป

บทที่ 2

กรอบความคิด ทฤษฎี และการสำรวจเอกสาร

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการทางการสื่อสาร

การจัดการทางการสื่อสาร (Communication Management) หมายถึง การวางแผน การดำเนินงาน การติดตามผล และการปรับปรุงการสื่อสารทุก ๆ รูปแบบ อย่างเป็นระบบ ซึ่งการสื่อสารดังกล่าวเป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นภายในองค์กร และระหว่างองค์กร การจัดการทางการสื่อสาร เป็นการจัดโครงสร้าง และการเผยแพร่กิจกรรมการสื่อสารใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับองค์กร เครือข่าย หรือเทคโนโลยีการสื่อสาร

กิจกรรมของการจัดการทางการสื่อสารประกอบไปด้วยการวางกลยุทธ์การสื่อสารขององค์กร การออกแบบกิจกรรมการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร การควบคุมการไหลของข่าวสาร และยังรวมถึงการสื่อสารแบบออนไลน์ผ่านระบบคอมพิวเตอร์อีกด้วย ผู้บริหารการสื่อสาร ต้องเผชิญกับความท้าทายใหม่ ๆ ที่เกิดจากการพัฒนาของเทคโนโลยีอยู่ตลอดเวลา

การสื่อสารองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เป็นปัจจัยเบื้องต้นหรือเงื่อนไขที่สำคัญของการบริหารงานที่ดี มีประสิทธิภาพ องค์กรที่มีระดับการบริหารงานมากกว่าหนึ่งระดับขึ้นไป มักต้องประสบปัญหาด้านการสื่อสารที่อาจจะมีผลต่อองค์กรในด้านใดด้านหนึ่งได้ รวมทั้งอาจมีผลกระทบต่อการแก้ปัญหาต่าง ๆ ขององค์กรนั้น ๆ ด้วย

วัตถุประสงค์ของการจัดการทางการสื่อสาร คือ เพื่อทำให้มั่นใจได้ว่า ทั้งผู้บริหารองค์กร และพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ขององค์กร สามารถที่จะเข้าถึงข้อมูลข่าวสารชุดเดียวกันได้ ซึ่งในทางทฤษฎี สิ่งนี้จะช่วยให้ผู้บริหารและพนักงาน สามารถบรรลุข้อตกลง หรือมีความเข้าใจที่ตรงกันในการปฏิบัติงานเพื่อปรับปรุงองค์กรให้ดีขึ้น ช่วยให้สมาชิกทุก ๆ คนในองค์กร จะสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างประสานกลมกลืนกันมากขึ้น ในทางปฏิบัติผู้บริหารและพนักงาน จะต้องได้รับรางวัลใจเหมือน ๆ กัน มิฉะนั้น อาจทำให้คนสองกลุ่มนี้ มีเป้าหมายในการทำงานที่ต่างกัน ส่งผลให้ไม่สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารร่วมกันหรือมีความเข้าใจที่ตรงกันได้

วิธีการที่ง่ายที่สุดในการดำเนินการจัดการทางการสื่อสาร ก็คือ ใช้วิธีการสื่อสารที่ง่าย ๆ ไม่สลับซับซ้อน แต่เป็นการสื่อสารที่มีการจัดระดับชั้น มีทิศทางสื่อสารแบบสองทาง รวมทั้งการให้รางวัลหรือสิ่งจูงใจที่ง่าย ๆ ไม่สลับซับซ้อน

บทบาทของนักจัดการการสื่อสาร ได้แก่

- ออกแบบโครงสร้างการสื่อสารขององค์กร
- กำหนดหลักการและมาตรฐานในการสื่อสารขององค์กร
- วางเป้าหมายในการสื่อสารขององค์กร
- บริหารจัดการ และตรวจสอบติดตามการไหลเวียนของข่าวสาร
- วางระบบการสื่อสารในภาวะวิกฤติ
- นำกลยุทธ์การสื่อสารไปสู่การปฏิบัติ
- วิจัยสภาพแวดล้อมและบริบทของการสื่อสาร

- วิเคราะห์ประสิทธิภาพของการประสานงานภายในเครือข่ายขององค์กร
- จัดการอบรมการสื่อสารให้แก่พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ขององค์กร
- นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรให้แก่สาธารณชน สื่อมวลชน และในชุมชนออนไลน์

(http://encyclopedia.laborlawtalk.com/Communications_management)

Will กล่าวว่า การจัดการทางการสื่อสารก็คือ แนวคิดแบบองค์รวมที่ใช้สำหรับการจัดการทางการสื่อสารขององค์กรกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกตามที่องค์กรต้องการ ทั้งนี้การสื่อสารของบริษัท (Corporate Communication) ก็คือ แนวคิดของการจัดการทางการสื่อสารนั่นเอง เนื่องจากเป็นเรื่องของการสื่อสารเพื่อการปฏิบัติงาน รวมถึงการสื่อสารทุกรูปแบบเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายและผู้ที่เป็นกลาง (Intermediaries)

(http://www.knowledgemedia.org/modules/glossary/view_def.php?id=communicationmgt-2)

นักวิชาการบางท่านให้นิยามการจัดการทางการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ไว้ด้วยกันว่า หมายถึง กระบวนการวางแผนการสื่อสาร การนำแผนการสื่อสารไปปฏิบัติ รวมถึงการประเมินผลการสื่อสารขององค์กร ทั้งนี้เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร และสาธารณชน เนื่องจากความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กรมักขึ้นอยู่กับ การเจรจาต่อรอง การจัดการความขัดแย้ง การสร้างความนิยมชมชอบ และการมีความสัมพันธ์ในเชิงผลประโยชน์ที่แน่นแฟ้นเป็นสำคัญ

จากนิยามข้างต้นทำให้เห็นได้ชัดเจนว่า คำว่าการจัดการทางการสื่อสาร ถูกนำมาใช้ปะปนกับคำว่า การประชาสัมพันธ์อย่างเห็นได้ชัด J. Grunig (1995 อ้างใน Grunig, Grunig และ Dozier, 2002) ให้นิยามคำว่า การจัดการทางการสื่อสารไว้ในงานวิจัยเรื่อง "Excellent Public Relations and Effective Organizations: A Study of Communication Management in Three Countries" โดยกล่าวว่า การประชาสัมพันธ์หรือการจัดการทางการสื่อสารมีความหมายกว้างกว่าเทคนิคการสื่อสารและกว้างกว่าโครงการเฉพาะกิจด้านการประชาสัมพันธ์ เช่น สื่อมวลชนสัมพันธ์ หรือการเผยแพร่ข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ และการจัดการทางการสื่อสารอธิบายถึงงานในภาพรวม ได้แก่ การวางแผน การดำเนินงานตามแผน และการประเมินผลการสื่อสารขององค์กรไปสู่สาธารณชนทั้งภายในและภายนอก ซึ่งหมายถึงกลุ่มต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อความสามารถขององค์กรในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

Ruler (2000) ทำวิจัย เรื่อง "Communication Management in the Netherlands" ระบุว่า การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในเนเธอร์แลนด์ปัจจุบันนี้มักเรียกว่า การจัดการทางการสื่อสาร ซึ่ง CERP (1998, อ้างใน Ruler, 2000) ระบุว่าคำนี้ได้นำมาใช้ในหลายประเทศตั้งแต่ทศวรรษที่ผ่านมาแล้ว นอกจากนั้น Ruler, Nillesen และ Evers (1994 อ้างใน Ruler, 2000) ได้เก็บข้อมูลจากผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ด้วยเทคนิคเดลฟาย และพบว่าผู้ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์เลือกที่จะใช้คำว่า ผู้จัดการด้านการสื่อสาร (Communication Manager) เนื่องจากคำนี้มีความเหมาะสมกับตำแหน่งงานที่สุด

ดังนั้นอาจสรุปในที่นี้ได้ว่า การจัดการทางการสื่อสาร หมายถึง การวางแผนขององค์กรทั่วไปภายใต้บริบทของแนวคิดทางการสื่อสาร หรือการจัดระเบียบขององค์กรทั่วไปโดยอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือตนเอง

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการจัดการ

การสื่อสารเพื่อการจัดการ (Management Communication) ประกอบขึ้นจากคำสำคัญ 2 คำ คือ การสื่อสาร (Communication) และการจัดการ (Management) โดยคำทั้งสองนี้ มักถูกใช้แยกกัน ทั้ง ๆ ในความเป็นจริงแล้ว คำสองคำนี้มีความเกี่ยวข้องกันอย่างมาก

ความสำคัญของการสื่อสารเพื่อการจัดการเป็นเรื่องที่ได้รับการยืนยันมายาวนานในสาขาวิชาการสื่อสารธุรกิจ (Business Communication) นักวิชาการทางด้านการจัดการส่วนใหญ่ระบุว่า การสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จในการจัดการ และแนวคิดนี้ก็ยังสืบทอดมาถึงปัจจุบัน ซึ่งจะเห็นได้จากการให้ความสำคัญของการสื่อสารที่ปรากฏในทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ นับตั้งแต่ยุคเริ่มต้นถึงปัจจุบัน ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1
ความสำคัญของการสื่อสารที่ปรากฏในทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ

ปี ค.ศ.	นักวิชาการ	ข้อสังเกต
1916	Fayol	งานเกี่ยวกับการจัดการ คือ ชุดของบทบาทหน้าที่หลายด้านรวมกัน ซึ่งรวมถึงการสื่อสารด้วย
1930s	Gullick	การจัดการมีบทบาทหน้าที่ด้วยกัน 7 ด้าน รวมถึงการสั่งการและการรายงาน (ซึ่งรวมถึงการสื่อสารด้วย)
1938	Barnard	บทบาทหน้าที่ของผู้บริหารระดับสูง ก็คือ การจัดระบบการสื่อสาร
1957	Simon	กระบวนการจัดการไม่อาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของบุคคลได้ หากไร้ซึ่งการสื่อสาร
1966	Katz & Kahn	การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและการถ่ายทอดความหมายถือเป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับองค์การ
1973	Mintzberg	งานด้านการจัดการประกอบด้วยบทบาทการทำงานด้วยกัน 10 ด้าน ซึ่ง 1 ใน 3 บทบาทที่มักพบว่า การสื่อสารและการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
1974	Drucker	การสื่อสารนับเป็น 1 ใน 5 ของบทบาทพื้นฐานของการจัดการ
1982	Peters and Waterman	การสื่อสารที่เปิดเผยและไม่เป็นทางการ นับเป็น 1 ใน 8 คุณลักษณะขององค์การอเมริกันที่ประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานมากที่สุด
1983	Kanter	สิ่งที่สกัดกั้นเส้นทางสู่ความสำเร็จของผู้บริหารมากที่สุด ก็คือการสื่อสารที่อ่อนแอ (Poor Communication)
1991	Blanchard	การสื่อสารนับเป็นทักษะพื้นฐานสำหรับการเป็นผู้บริหารที่ประสบความสำเร็จได้ในเสี้ยวนาที

Ewing บรรณาธิการของวารสาร Harvard Business Review กล่าวถึง ความสำคัญในการนำ การสื่อสารและการจัดการมารวมกันว่า การสื่อสารเพื่อการจัดการนับเป็นปัญหาสำคัญอันดับแรกของธุรกิจยุค

ปัจจุบัน ขณะที่เทคโนโลยีที่ช่วยสนับสนุนการสื่อสารเพื่อการจัดการพัฒนาไปอย่างก้าวกระโดด แต่กลับไม่มีความเข้าใจของผู้บริหารและนักวิชาการเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการจัดการ

Fayol (1949 อ้างใน Riel, 1995) ให้นิยามการจัดการว่า เป็นการทำให้บุคคลอื่นปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วง ซึ่งโดยปกติแล้วมักประกอบด้วยบทบาทสำคัญ คือ การวางแผน การจัดองค์การ การสั่งงาน การประสานงานและการควบคุม ซึ่งการจัดการให้บุคคลอื่นทำสิ่งใดนั้น ต้องการการยินยอมจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง ด้วยเหตุนี้การสื่อสารจึงเข้ามามีส่วนสำคัญต่อการสร้างความร่วมมือให้เกิดขึ้นในองค์การ นอกเหนือจากการสั่งการตามสายการบังคับบัญชาเท่านั้น (Timm, 1986 อ้างใน Riel, 1995)

ทั้งนี้ผู้บังคับบัญชาทุกระดับชั้น ตั้งแต่ระดับสูง ระดับกลางและระดับล่าง จึงต้องรับผิดชอบต่อบทบาทด้านการสื่อสารในหลายลักษณะและใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการ อาทิ พัฒนาวิสัยทัศน์ขององค์การให้เกิดขึ้นแก่บุคลากรภายใน สร้างและรักษาบรรยากาศความเชื่อถือไว้วางใจต่อผู้นำ ริเริ่มและจัดการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่างๆ และมอบอำนาจและกระตุ้นใจบุคลากร (Pincus, Robert, Rafield และ DeBonis, 1991 อ้างใน Riel, 1995)

ส่วนการจัดการภายนอกโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผู้บริหารระดับสูงแล้ว ก็คือ การสื่อสารวิสัยทัศน์ขององค์การเพื่อสร้างความยอมรับและสนับสนุนจากกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายนอกองค์การ (Riel, 1995) ด้วยเหตุนี้ ความสำเร็จขององค์การจึงขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพการสื่อสารของผู้บริหารเป็นสำคัญนั่นเอง

การสื่อสารเพื่อการจัดการนับเป็นทักษะที่สำคัญสำหรับองค์การในยุคศตวรรษที่ 21 โดยความเข้าใจในภาษาและอำนาจ (Inherent Powers) รวมทั้งทักษะการพูด การเขียน การฟัง และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลนับเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของผู้บริหาร (Rourke, 2001) ทั้งนี้ Mintzberg (อ้างใน Raspberry และ Lindsay, 1993) ระบุถึงบทบาทด้านการสื่อสารของผู้บริหารไว้ด้วยกัน 10 ประการ คือ

1. บทบาทในการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Roles) ประกอบด้วยบทบาทย่อย ดังนี้

- 1.1 ผู้เป็นประธานในการประกอบพิธีต่าง ๆ (Figure Head)
- 1.2 ผู้ประสาน (Liaison) หรือผู้สร้างเครือข่ายข้อมูลข่าวสารทั้งภายในและภายนอกองค์การ
- 1.3 การเป็นผู้นำ (Leader) หรือผู้สั่งงานและประสานให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ

2. บทบาทในการให้ข้อมูลข่าวสาร (Informational Roles) ประกอบด้วยบทบาทย่อย ดังนี้

- 2.1 ผู้ตรวจสอบ (Monitor) หรือผู้ค้นหา ผู้รับและผู้เก็บข้อมูลข่าวสาร (Sift)
- 2.2 ผู้แพร่กระจายข้อมูลข่าวสาร (Disseminator) หรือผู้ถ่ายทอดข่าว
- 2.3 โฆษก (Spokesperson) ซึ่งหมายถึง ผู้ให้ข้อมูลข่าวสารแก่หน่วยงานต่าง ๆ ภายนอก

องค์การในรูปของสุนทรพจน์ การรายงาน และการนำเสนอทางวิทยุโทรทัศน์

3. บทบาทในการตัดสินใจ (Decisional Roles) ประกอบด้วยบทบาทย่อย คือ

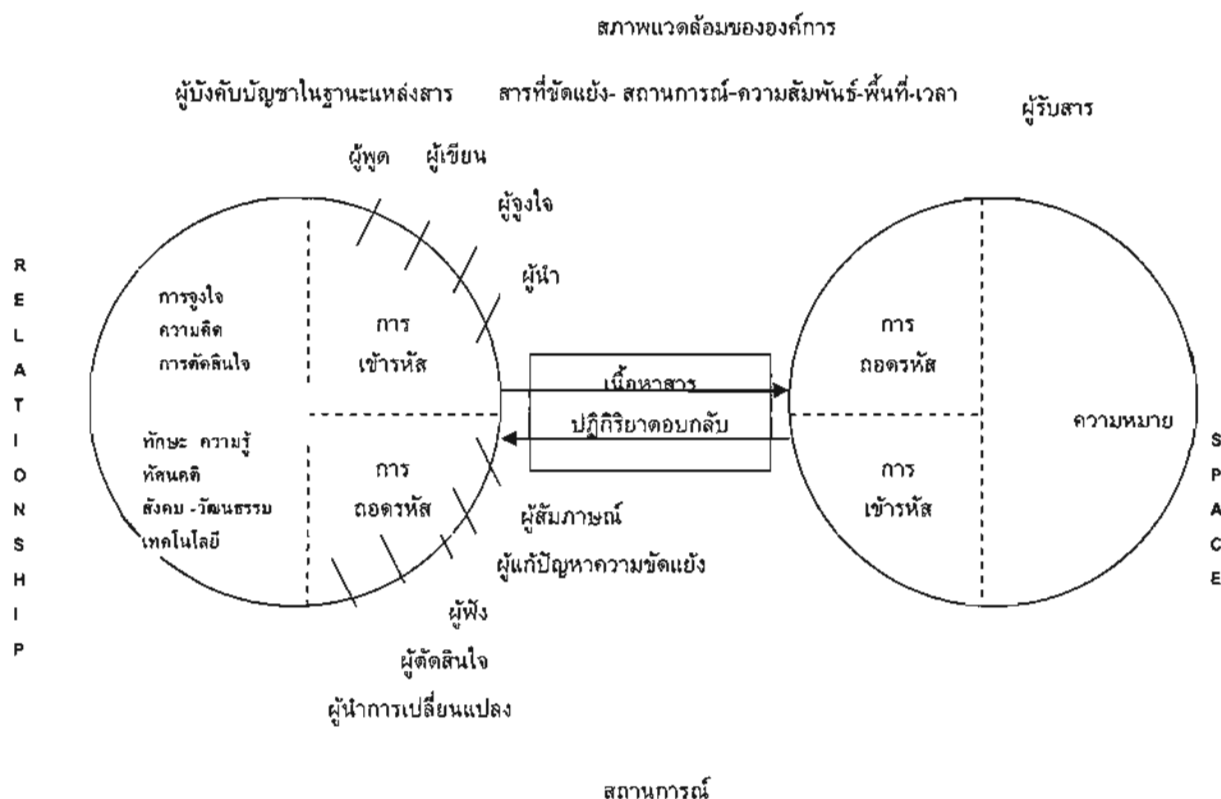
- 3.1 ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) ซึ่งก็คือ การระบุหรือริเริ่มโครงการและรายการที่จะปฏิบัติ
- 3.2 ผู้จัดการกับปัญหายุ่งยากต่าง ๆ (Disturbance Handler) เช่น การแก้ปัญหาขัดแย้งระหว่างบุคคล และปัญหาระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ในองค์การ

3.3 ผู้เจรจาต่อรอง (Negotiator) ซึ่งหมายถึง การทำหน้าที่ต่อรองในนามขององค์การหรือหน่วยงานที่สังกัด

3.4 ผู้จัดการทรัพยากร (Resource Allocator) หรือผู้ตัดสินใจว่าใครหรือหน่วยงานใดควรจะได้รับ การจัดสรรทรัพยากรบ้างและมากน้อยเพียงใด

Rasberry และ Lindsay (1993) นำเสนอแบบจำลองการสื่อสารเพื่อการจัดการ ซึ่งเหมาะสมสำหรับการสื่อสารระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาในสภาพแวดล้อมขององค์กร ดังภาพที่ 2.1

ภาพที่ 2.1
แบบจำลองการสื่อสารเพื่อการจัดการ



แบบจำลองนี้อธิบายให้เห็นองค์ประกอบสำคัญของกระบวนการสื่อสาร 4 ประการ คือ เหตุการณ์ ความสัมพันธ์ เวลา และสถานการณ์ ทั้งนี้แบบจำลองจะชี้ว่าบุคคลสามารถเป็นผู้รับสารในขณะที่กำลังส่งสารออกไปด้วย โดยผู้บังคับบัญชาสามารถเป็นทั้งผู้พูด ผู้เขียน ผู้จูงใจ ผู้นำ ผู้สัมภาษณ์ ผู้แก้ปัญหาความขัดแย้ง ผู้ฟัง ผู้ตัดสินใจ และผู้นำการเปลี่ยนแปลง การเคลื่อนที่ของลูกศรแสดงให้เห็นการเลือก การถอดรหัสสาร และการตีความสิ่งเร้าจากสภาพแวดล้อม นั่นคือสิ่งเร้าจะเปลี่ยนแปลงหรือเกิดขวางสารได้ ขณะที่สภาพแวดล้อม ผู้ส่งสารและผู้รับสารก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนา นอกจากนั้นเวลา พื้นที่และผู้รับสาร ก็สามารถกำหนดรูปแบบการสื่อสารและมีผลต่อปฏิสัมพันธ์ได้ในหลายลักษณะ ซึ่งในฐานะของผู้ส่งสารและผู้รับสารแล้ว มีปัจจัยหลายประการที่อาจส่งผลกระทบต่อความถูกต้องของสาร ได้แก่ ทักษะ ความรู้ ทักษะที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ตลอดจนถึงตำแหน่งหรือสถานภาพในระบบสังคมและวัฒนธรรมที่ดำรงอยู่นั้น

จากขอบข่ายความรับผิดชอบและบทบาทของผู้บริหารต่อการสื่อสารเพื่อการจัดการดังกล่าว มีความเชื่อมโยงกับกรอบแนวคิดในการอธิบายรูปแบบการสื่อสารทางการจัดการของผู้บริหาร (Management Communication Styles: MCS) ซึ่งนำเสนอโดย Richmond และ McCroskey ใน 4 ลักษณะ คือ รูปแบบการบอก (Tell) รูปแบบการขาย (Sell) รูปแบบการให้คำปรึกษา (Consultation) และรูปแบบการมีส่วนร่วม

(Join) ทั้งนี้รูปแบบการสื่อสารทั้ง 4 รูปแบบจะมีลักษณะต่อเนื่อง (Continuum) เริ่มจากการบอก ไปสู่การขาย การให้คำปรึกษาและการสร้างการมีส่วนร่วม ตามลำดับ โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

1. การบอก หมายถึง การที่ผู้บริหารมีการตัดสินใจเอง (หรือได้รับคำสั่งจากผู้บริหารระดับสูงกว่า) และประกาศหรือบอกให้ผู้ใต้บังคับบัญชาทราบ เพื่อการปฏิบัติตามโดยไม่ขัดแย้ง ทั้งนี้การสื่อสารที่ใช้มักเป็นการถ่ายทอดคำสั่งจากบนลงล่างตามสายการบังคับบัญชา โดยเป็นแบบทิศทางเดียวและไม่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน การตั้งคำถามมักใช้ในกรณีของการต้องการความชัดเจนในการปฏิบัติงานมากขึ้นเท่านั้น ส่วนการเรียกร้องขอมีส่วนร่วมในการตัดสินใจจะไม่เป็นที่ยอมรับหรือเป็นข้อห้าม และผู้นำมักไม่ค่อยแสดงความสนใจต่อความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานต่อมติของฝ่ายบริหาร

2. การขาย หมายถึง การที่ผู้บริหารเป็นผู้ตัดสินใจ (หรือได้รับคำสั่งจากผู้บริหารระดับสูงกว่า) และพยายามแจ้งให้ผู้ใต้บังคับบัญชาทราบ โดยมีการโน้มน้าวใจให้ปฏิบัติตาม การสื่อสารที่ใช้ มักยึดที่ผู้นำตายตัว เป็นการสื่อสารจากบนลงล่าง หากแต่บางครั้งมีการสื่อสารแบบสองทาง และมักมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน มักกระตุ้นและเปิดโอกาสให้มีการตั้งคำถามในขณะของการโน้มน้าว เพื่อให้ข้อโต้แย้งแสดงเหตุผลโดยผู้บริหาร และมักมีการแสดงความสนใจต่อความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานต่อมติของฝ่ายบริหาร

3. การให้คำปรึกษา หมายถึง การที่ผู้บริหารยังคงเป็นผู้ตัดสินใจในขั้นสุดท้ายในกรณีที่เกิดปัญหา โดยผู้บริหารจะให้คำแนะนำ ข้อมูลและข้อเสนอแนะ การสื่อสารจะเป็นแบบล่างขึ้นบน การสื่อสารสองทาง และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ผู้ปฏิบัติงานมีการสื่อสารกับผู้บริหารเพื่อช่วยให้ตนตัดสินใจได้ดีที่สุด มีการสำรวจข้อโต้แย้ง เปรียบเทียบของทางเลือกต่าง ๆ ตามความต้องการของทั้งผู้ปฏิบัติงานและองค์กร ทั้งนี้โดยใช้เรื่องของความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้ปฏิบัติงานเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา

4. การมีส่วนร่วม หมายถึง ผู้บริหารที่มีรูปแบบแบบนี้จะไม่ตัดสินใจใด ๆ แต่ให้อำนาจในการตัดสินใจกับผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งอาจจะเป็นในรูปของการร่วมกันตัดสินใจระหว่างผู้ปฏิบัติงานและผู้บริหาร หรือการตัดสินใจในกลุ่มผู้ปฏิบัติงานเอง ทั้งนี้ผู้บริหารจะชี้ให้เห็นปัญหาและข้อจำกัดที่เกิดจากการตัดสินใจนั้น โดยปกติแล้วการตัดสินใจจะยึดหลักของเสียงส่วนใหญ่และเกิดขึ้นภายหลังการอภิปรายข้อโต้แย้ง การสื่อสารที่ใช้จะเป็นในแนวนอน เป็นแบบสองทางในบางครั้ง และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันสูง ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานมีการสื่อสารที่เสมอภาคหรือเทียบเคียงกัน ทั้งนี้การตัดสินใจและการอภิปรายจะยึดที่ความต้องการของผู้ปฏิบัติงานเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา

นอกจากนั้น ในที่ได้ศึกษาความหมายของคำว่า "การสื่อสารเพื่อการจัดการ" จากรายวิชาในหลักสูตรการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยหลายแห่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนี้

University of Waikato อธิบายสาระสำคัญของการศึกษาด้านวิชาการเอกทางด้านการสื่อสารเพื่อการจัดการ ว่าจะเน้นศึกษาทักษะ ทฤษฎี และการดำเนินงานด้านการสื่อสาร โดยโครงสร้างของหลักสูตรสาขานี้มี 2 องค์ประกอบ คือ การพัฒนาทักษะการพูดและการเขียนของนักศึกษา และการเน้นทักษะการปฏิสัมพันธ์ ซึ่งครอบคลุมถึงการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม และความสามารถในการสื่อสารเชิงกลยุทธ์สำหรับองค์กร

(<http://wms-soros.mngt.waikato.ac.nz/education/subjects/subjects.asp?...>)

มหาวิทยาลัยนิวยอร์ก (New York University) จำแนกรายวิชาการศึกษาเพื่อการจัดการออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับพื้นฐานและระดับสูง โดยในรายวิชาขั้นพื้นฐานนั้น คำอธิบายรายวิชาจะเน้นไปที่ทักษะการเขียนและการพูดโน้มน้าวใจ หรือเน้นฝึกปฏิบัติเทคนิคการสื่อสารทางธุรกิจที่จำเป็นสำหรับความสำเร็จใน

การบริหารจัดการ นักศึกษาจะได้เรียนรู้วิธีการนำเสนอแบบมืออาชีพและวิธีการสร้างความมั่นใจในความสามารถทางการสื่อสารในบริบทขององค์การธุรกิจประเภทต่าง ๆ รวมทั้งได้ฝึกเขียนเอกสารและบทความที่แสดงให้เห็นวัตถุประสงค์ที่เด่นชัด ถูกต้องและมีการจัดระเบียบเนื้อหาเป็นอย่างดี

สำหรับรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อการจัดการในระดับสูงนั้น จะแบ่งเป็นประเด็นปัญหาในระดับสูง (Advanced Topics in Management Communication) ในด้านต่าง ๆ 4 รายวิชา ดังนี้

1. การสื่อสารเพื่อเศรษฐกิจระดับโลก (Communication for the Global Economy) โดยจะเน้นที่ประเด็นการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม เพื่อเตรียมความพร้อมรับความท้าทายที่เกิดขึ้นในอนาคต และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษา วัฒนธรรมและการสื่อสารในบริบทของธุรกิจรวมทั้งการอภิปรายในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ พลวัตระหว่างวัฒนธรรมภายในบริษัท โครงสร้างธุรกิจและวัฒนธรรมองค์การ การสื่อสารแบบอวัจนภาษา การจัดระเบียบเนื้อหาสารในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม เป็นต้น

2. การแสดงบทบาทในฐานะผู้บริหาร (The Performing Manager) จะเน้นที่การศึกษาวិธีการจูงใจและสร้างแรงบันดาลใจให้บุคคลอื่นปฏิบัติตาม โดยรายวิชาจะเน้นถึงการสร้างบารมีส่วนบุคคลของผู้หน้าที่จะต้องใช้การสื่อสารที่มีพลัง โดยสร้างให้ผู้เรียนรักและนับถือที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการทำงานได้ไม่ใช่แค่การสั่งงานที่ชัดเจนเท่านั้น

3. การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ-การขายแนวคิดและผลิตภัณฑ์ (Persuasive Communication Selling Ideas and Products) จะเน้นที่กลยุทธ์การสื่อสารทั้งในด้านการเงิน การตลาด การจ้างงาน รวมทั้งการออกจากองค์กรหรือการลงทุนในธุรกิจใหม่ โดยผู้เรียนจะถูกฝึกให้เป็นผู้สื่อสารที่สามารถหลอมรวมกลยุทธ์การโน้มน้าวใจที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารการลงทุนในธุรกิจ และแนวคิดใหม่ๆ

4. การสื่อสารในภาวะวิกฤติ (Crisis Management) จะเน้นความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจและสื่อ รวมถึงตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการเกิดวิกฤติขององค์กร ผู้เรียนจะได้ฝึกปฏิบัติและพัฒนาวิธีการสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกลุ่มต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งลูกค้า ผู้ถือหุ้น และสื่อ รวมถึงประเด็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ วิธีการโต้ตอบ การสื่อสารและการจัดการในขณะเกิดภาวะวิกฤติ เป็นต้น

(http://w4.stern.nyu.edu/mc/academic.cfm?doc_id=1695)

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ให้คำอธิบายรายวิชาการสื่อสารจัดการว่า เป็นการศึกษาหลักและทฤษฎีต่าง ๆ เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการบริหารและพัฒนา เน้นการสื่อสารเพื่อการบริหารและการจัดการ ซึ่งรวมถึงการสื่อสารระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาในบริบทและจุดมุ่งหมายต่าง ๆ ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างขององค์กร การเป็นผู้นำ ลักษณะบุคลากร และรูปแบบการสื่อสาร (คู่มือการศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิตและหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ปีการศึกษา 2545-2546, 2546)

ดังนั้นหากพิจารณาในแง่ของขอบข่ายวิชาหรือองค์ความรู้ที่คาบเกี่ยวระหว่างนิเทศศาสตร์และบริหารธุรกิจ ก็จะเรียกมันว่าศาสตร์ที่เกี่ยวกับการใช้กิจกรรมและ/หรือยุทธศาสตร์ในการสื่อสารทุกระดับ ตั้งแต่การสื่อสารภายในบุคคลจนถึงการสื่อสารมวลชน เพื่อนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการหรือการบริหาร เช่น การสนทนา ข่าวลือ การจัดประชุม และกระดานข่าวอิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ว่า "การสื่อสารเพื่อการจัดการ" นั้นเอง

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานสื่อสารมวลชน

ในที่นี้ได้ศึกษาความหมายของคำว่า "การบริหารงานสื่อสารมวลชน" (Mass Communication Administration) จากรายวิชาในหลักสูตรการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยหลายแห่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนี้

หลักสูตรการจัดการดุชฎิบัณฑิต สาขาการจัดการสื่อสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ให้คำอธิบายรายวิชา การบริหารธุรกิจสื่อ (Media Business Management) ว่าเป็นการศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจสื่อสารมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุโทรทัศน์ การวางแผนธุรกิจ การวางแผนยุทธวิธีทางการตลาด เพื่อสร้างความนิยมให้สื่อ การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การบริหารการเงินและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการดำเนินธุรกิจสื่อ (คู่มือการศึกษาหลักสูตรการจัดการดุชฎิบัณฑิต, มปป.)

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้กำหนดให้มีรายวิชาสัมมนาการบริหารองค์การสื่อสารมวลชน (Seminar in Mass Media Organization Administration) โดยคำอธิบายรายวิชามุ่งเน้นการศึกษาปัญหาและแสวงหาข้อดีในการบริหารงานขององค์การสื่อสารมวลชนประเภทต่าง ๆ (คู่มือการศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรดุชฎิบัณฑิตและหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ปีการศึกษา 2545-2546, 2546)

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ได้กำหนดรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานสื่อสารมวลชน โดยจำแนกออกตามประเภทของสื่อเป็นสำคัญ เช่น การบริหารงานหนังสือพิมพ์ (Newspaper Administration) การบริหารงานวิทยุกระจายเสียง (Radio Administration) การบริหารงานวิทยุโทรทัศน์ (Television Administration) การบริหารธุรกิจภาพยนตร์ (Film Business Administration) เป็นต้น ทั้งนี้ เนื้อหาสาระของรายวิชาครอบคลุมถึงการจัดโครงสร้างองค์การและการจัดการทางธุรกิจ การกำหนดนโยบายและแผนการดำเนินงาน การบริหารงานบุคคล การวางแผนงบประมาณ การคำนวณต้นทุนและกำไร การจัดผังรายการ การบริหารการผลิต การบริหารการตลาดและการจัดจำหน่ายหรือกระจายเนื้อหาสาระ การประเมินผลและวิจัยเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน การศึกษาปัญหาการทำงานและแนวทางการแก้ไข รวมถึงการจัดสร้างศูนย์ข้อมูลโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจหนังสือพิมพ์ด้วย (http://www.stou.ac.th/Eng/Courses/course_ca.asp)

ดังนั้นอาจสรุปในที่นี้ได้ว่า การบริหารงานสื่อสารมวลชน หมายถึง การวางแผนขององค์การทางด้านสื่อสารมวลชนภายใต้บริบทของแนวคิดทางการสื่อสาร หรือการจัดระเบียบขององค์การทางด้านสื่อสารมวลชนที่อาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือ หรืออาจกล่าวว่า เป็นการจัดการทางการสื่อสารที่เกิดขึ้นในองค์การสื่อสารมวลชนนั่นเอง ทั้งนี้การบริหารงานสื่อสารมวลชนอาจเป็นการบริหารการผลิตงานเพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชนผ่านสื่อมวลชน หรือเป็นการบริหารงานทั่วไปในองค์การสื่อสารมวลชนก็ได้

ขอบข่ายการวิจัยการจัดการทางการสื่อสาร

การกำหนดขอบข่ายการวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในที่นี้ จะใช้แนวทางการกำหนดขอบข่ายการวิจัยการสื่อสารองค์การมาเป็นกรอบในการศึกษา ดังนี้

Gotcher และ Seibert (1993) ศึกษาขอบข่ายการวิจัยการสื่อสารองค์การที่ปรากฏในดัชนีอ้างอิง หายบทความจำนวน 889 เรื่องที่นำเสนอในวารสารวิชาการ 61 เล่ม ในช่วงปี ค.ศ. 1980-1991 พบว่า สามารถจัดแบ่งขอบข่ายการวิจัยได้เป็น 18 กลุ่ม ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Relations) ประกอบด้วย ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา การสื่อสารระหว่างบุคคล ความขัดแย้ง ความเครียด เชื้อชาติและเพศสภาพ และการสัมภาษณ์งาน

2. ทักษะและกลยุทธ์การสื่อสาร (Communication Skill and Strategies) ประกอบด้วย การโน้มน้าว ชักจูงใจ กลยุทธ์ที่มีอิทธิพล การนำเสนอตนเอง (Self-Presentation) ทักษะการฟัง การแสวงหาและการแสดง ปฏิกริยาตอบกลับ ทักษะการสื่อสารของผู้บังคับบัญชา ทักษะการสัมภาษณ์ และความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการสื่อสารและผลการปฏิบัติงาน

3. วัฒนธรรมและสัญลักษณ์ขององค์การ (Organizational Culture and Symbolism) ประกอบด้วย ประเพณีและพิธีกรรม (Rites and Rituals) กฎเกณฑ์และบรรทัดฐานการสื่อสาร สิ่งที่ใช้อุปมาอุปมัยหรือให้ความหมายบางอย่างเกี่ยวกับองค์การ (Metaphors) เนื้อหาสารที่องค์การผลิตขึ้น (Organizational Texts) เรื่องราวและเรื่องเล่า (Stories/Tales) ภาพลักษณ์ (Images) และมายาคติ (Myths) ขององค์การ

4. การไหลของข่าวสารและช่องทางการสื่อสาร (Information Flow and Channels) ประกอบด้วย ปัจจัยที่มีผลต่อการไหลของข่าวสาร กระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ทิศทางการสื่อสารสื่อที่ใช้ในการสื่อสาร และนวัตกรรมเกี่ยวกับการสื่อสาร

5. อำนาจและอิทธิพลของการสื่อสาร (Power and Influence) ประกอบด้วย เทคนิคการใช้อำนาจ และสร้างอิทธิพล (Power and Influence Tactics) การสร้างอำนาจทางสังคม (Social Construction of Power) การเมืองและเกม (Politics and Games) ภาษาที่ใช้ (Language Use) การเจรจาต่อรอง (Negotiation) การต่อรองความหมาย (Bargaining) และการโต้แย้งแสดงเหตุผล (Argumentation)

6. ผลในเชิงบวกของการสื่อสาร (Positive Outcomes Associated with Communication) เป็น การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารและผลลัพธ์ที่ปรากฏ ประกอบด้วย ความรู้สึกผูกพันกับองค์การ (Commitment) ผลการปฏิบัติการ (Performance) ความพึงพอใจ (Satisfaction) การเพิ่มผลผลิต (Productivity) และความรู้สึกเหนื่อยล้า (Burn Out)

7. การสื่อสารที่ใช้ในการตัดสินใจและการแก้ปัญหา (Decision Making and Problem Solving) ประกอบด้วย การตัดสินใจแบบมีส่วนร่วม ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่เกิดขึ้น และข้อจำกัดของการตัดสินใจ

8. เครือข่ายการสื่อสาร (Communication Networks) ประกอบด้วย เหตุปัจจัยและผลลัพธ์อันเกิดจากการสื่อสารระหว่างสมาชิกในเครือข่าย การวัดประสิทธิภาพของเครือข่าย (Network Measurement) บทบาทของเครือข่าย (Network Roles) และเครือข่ายการสื่อสารระหว่างองค์การ (Interorganizational Network)

9. ความรู้ การสื่อสาร และรูปแบบการจัดการ (Cognitive, Communication and Management Styles) ประกอบด้วย ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจัดการส่วนบุคคลและผลการปฏิบัติงาน หรือ ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการจัดการและพฤติกรรมสื่อสาร

10. การสื่อสารระหว่างองค์การกับสภาพแวดล้อม (Organization-Environment Communication Interface) ประกอบด้วย การสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ (Image-Related Communication) การตรวจสอบสภาพแวดล้อม (Boundary Spanning) การไหลของข้อมูลข่าวสาร (Information Flow) และ วาทกรรมองค์การ (Corporate Discourse)

11. เทคโนโลยี (Technology)

12. โครงสร้าง (Structure)

13. ภาษาและเนื้อหาสาร (Language and Message Content)

14. ประสิทธิภาพของกลุ่มและองค์การ (Groups and Organizational Effectiveness)

15. ความไม่แน่ใจและความพอเพียงของข้อมูลข่าวสาร (Uncertainty and Information Adequacy)

16. จริยธรรมการสื่อสาร (Ethics)

17. การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (Cross-Cultural)

18. บรรยากาศการสื่อสาร (Climate)

ทั้งนี้ขอบข่ายที่ได้รับความสนใจศึกษาวิจัยมากที่สุด ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นของความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและใต้บังคับบัญชา รองลงมาได้แก่ ทักษะการสื่อสารและวัฒนธรรมและสัญลักษณ์ขององค์การตามลำดับ

Greenbaum, Hellweg และ Walter (1985) ได้ศึกษาสถานภาพองค์ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารองค์การ โดยการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารองค์การทั้งที่เป็นตำรา งานวิจัยวิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัยของหน่วยงานราชการ บทความงานวิจัยและหนังสือในสาขาจิตวิทยา ฐานข้อมูลการวิจัย ERIC และ บทความงานวิจัยและหนังสือในสาขาสื่อสาร communication abstracts ที่ตีพิมพ์ในปี ค.ศ. 1983 จำนวน 1200 ชิ้น โดยนำเสนอขอบข่ายการวิจัยการสื่อสารองค์การเป็น 7 ขอบข่าย ดังนี้

1. การสื่อสารระหว่างบุคคลในองค์การ (Interpersonal Communication in Organization) หมายถึง งานวิจัยที่วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารระหว่างบุคคลที่เกิดขึ้นในองค์การ โดยปัจจัยที่ถูกนำมาวิเคราะห์ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ สถานภาพ การสื่อสารด้วยอวัจนภาษา ความรู้ ความคล้อยคลึงของความรู้ บทบาท การสื่อสารที่เกินความจำเป็น (Redundancy) ปฏิกริยาตอบกลับ การฟัง ความหมาย เป็นต้น ทั้งนี้ประเด็นการศึกษาที่อยู่ในขอบข่ายนี้ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา การวิเคราะห์การสลับบทบาทที่เกิดขึ้นในขณะของการสื่อสาร (Transactional Analysis) การให้คำปรึกษา ความขัดแย้ง พฤติกรรมการสื่อสาร การรับรู้ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รูปแบบการบริหาร คุณลักษณะส่วนตัวของผู้บริหาร และการบริหารงานโดยเน้นเป้าหมาย เป็นต้น

2. การสื่อสารภายในกลุ่มที่เกิดขึ้นในองค์การ (Intragroup Communication in Organization) หมายถึง งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นของสมาชิกในกลุ่ม โดยกลุ่มที่ศึกษา ได้แก่ กลุ่มผู้ปฏิบัติงานในส่วนงานต่าง ๆ (Functional Staffs) กลุ่มผู้ปฏิบัติงานในสายงานหลัก (Line) กลุ่มผู้ปฏิบัติงานในสายงานสนับสนุน (Staffs) กลุ่มผู้ใช้งาน (Labors) กลุ่มผู้บริหาร (Management) กลุ่มผู้บริโภค (Consumers) กลุ่มรัฐบาล (Government) เป็นต้น ทั้งนี้ประเด็นการศึกษาที่อยู่ในขอบข่ายนี้ได้แก่ การมีส่วนร่วมในกลุ่ม (Participation) ความขัดแย้งในกลุ่ม ขนาดของกลุ่ม พฤติกรรมของสมาชิกแต่ละคนในกลุ่ม และผลงานของกลุ่ม (Group Productivity)

3. การสื่อสารระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ในองค์การ (Intergroup Communication in Organization) หมายถึง วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มต่าง ๆ โดยกลุ่มที่ศึกษา ได้แก่ กลุ่มงานต่าง ๆ ที่อยู่ในองค์การเดียวกัน กลุ่มผู้ปฏิบัติงานสายงานหลักและสายงานสนับสนุน กลุ่มผู้ใช้งานหรือคนงานและกลุ่มผู้บริหาร กลุ่มผู้ปฏิบัติงานในองค์การและกลุ่มลูกค้า กลุ่มข้าราชการและกลุ่มเสียภาษี รวมถึงศึกษาการสื่อสารระหว่างองค์การ (Interorganizational Communication) เป็นต้น ทั้งนี้ประเด็นการศึกษาที่อยู่ในขอบข่ายนี้ ได้แก่ การประสานงานระหว่างกลุ่ม (Coordination) การร่วมมือกันปฏิบัติงาน (Collaboration) ความขัดแย้งระหว่างองค์การ การเจรจาต่อรอง อิทธิพลของการควบคุมตามสายการบังคับบัญชา อิทธิพลของกลุ่มผลประโยชน์ และการสื่อสารภายนอกองค์การ (External Communication)

4. ปัจจัยการสื่อสารและเป้าหมายองค์การ (Communication Factors and Organization Goals) หมายถึง งานวิจัยที่วิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยการสื่อสารต่อการแทรกแซงการปฏิบัติงานในองค์การต่อผลลัพธ์หรือประสิทธิผลองค์การ (End-Results and Effectiveness) โดยปัจจัยที่ศึกษามักเน้นที่ทัศนคติของการสื่อสาร ความพึงพอใจในการสื่อสาร การวางแผนการสื่อสาร การจูงใจและการสื่อสาร โดยตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการแทรกแซงหรือผลของการสื่อสาร ได้แก่ ผลการปฏิบัติงานขององค์การ (Organizational Performance)ขวัญกำลังใจ (Morale) ความยินยอมหรือความเห็นพ้องต้องกัน (Conformity) ความสามารถในการปรับตัว รวมถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในองค์การ (Organizational Change) การสร้างผลผลิต (Productivity) และประสิทธิผลขององค์การ ทั้งนี้ประเด็นการศึกษาในขอบข่ายนี้ ได้แก่ บรรยากาศการสื่อสาร ความพึงพอใจในงาน การสื่อสารที่เกิดขึ้นในการตัดสินใจ การแก้ปัญหา การบริหารตามวัตถุประสงค์ การมีส่วนร่วม ภาวะผู้นำ การจูงใจ การสื่อสารเพื่อสร้างความยอมรับในนวัตกรรม และการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในองค์การ การสื่อสารและการปรับตัว และการสื่อสารและการสร้างผลผลิต เป็นต้น

5. การพัฒนาทักษะการสื่อสารและการฝึกอบรมเกี่ยวกับการสื่อสารองค์การ (Skill Improvement and Training in Organizational Communication) หมายถึง งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะการสื่อสาร ได้แก่ ทักษะการเขียน การพูด ทักษะการสื่อสารที่ใช้ข้อวัจนภาษา ทักษะการพูดในที่สาธารณะ การประชุม กระบวนการกลุ่ม ทักษะการเขียน ทักษะการฟัง ทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคล ที่เกิดขึ้นในขณะของการขาย การสัมภาษณ์ และการให้คำปรึกษา รวมถึงทักษะการจัดฝึกอบรม ความต้องการการฝึกอบรม วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการฝึกอบรม เทคนิคที่ใช้ในการฝึกอบรม หลักการเรียนรู้ คำอธิบายเนื้อหาและโปรแกรมการฝึกอบรม โดยประเด็นที่ศึกษาในขอบข่ายนี้ ได้แก่ การปฏิบัติการฝึกอบรม (Training Laboratories) เกม บทบาทสมมุติ โปรแกรมการสอน เทคนิคการอภิปราย และการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรม เป็นต้น

6. สื่อที่ใช้ในการสื่อสารในองค์การ (Communication Media in Organization: Software and Hardware) หมายถึง งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาสื่อ โดยเน้นที่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการสื่อสารและประสิทธิผลการสื่อสารที่เกิดขึ้น โดยสื่อที่ใช้ในการสื่อสารหมายรวมทั้งตัวเนื้อหา (Software) และอุปกรณ์ (Hardware) หมายถึงตั้งแต่สื่อคำพูด (Oral) การเขียน การสื่อสารทางโทรศัพท์ (Telephonic) การใช้สื่อโสตทัศน สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อข้อวัจนภาษา โดยประเด็นการศึกษาในขอบข่ายนี้ ได้แก่ ระบบการดึงข้อมูล (Document Retrieval System) ระบบสารสนเทศ (Information Systems) สมรรถนะของเครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer Capacities) และสื่อที่ใช้สำหรับเทคนิคการบริหารงานตามวัตถุประสงค์

7. การวิเคราะห์ระบบการสื่อสารในองค์การ (Communication System Analysis in Organization) หมายถึง งานวิจัยที่ศึกษาองค์การในภาพรวมโดยศึกษาในลักษณะของกรณีศึกษาทั้งนี้เพื่อประเมินผลการสื่อสาร การตรวจสอบการสื่อสารหรือการตรวจสอบประสิทธิผลที่เกิดขึ้น เครือข่ายการสื่อสาร

ทิศทางการสื่อสาร ประกอบด้วยการสื่อสารในแนวดิ่ง ได้แก่ การสื่อสารตามสายการบังคับบัญชาจากด้านล่างขึ้นสู่ด้านบน และการสื่อสารจากผู้ปฏิบัติงานสู่บังคับบัญชา และการสื่อสารในแนวนอน การแพร่กระจายสาร เช่น เรื่องร้องทุกข์ ศึกษาเสียงสะท้อนจากผู้ปฏิบัติงาน หรือศึกษาการสื่อสารเพื่อการพัฒนาองค์กร โดยประเด็นที่ศึกษาในขอบข่ายนี้ได้แก่ โครงสร้างของเครือข่ายการสื่อสาร การวิเคราะห์ความต้องการข้อมูลข่าวสาร การวิเคราะห์ฐานข้อมูล การวิเคราะห์การสื่อสารที่ใช้ในการบริหารจัดการ การศึกษาบทบาทของการสื่อสารในฐานะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent) บรรยากาศขององค์กร เป็นต้น

Neher (1997) นำเสนอขอบข่ายการวิจัยการสื่อสารองค์กร ไว้ 5 ขอบข่าย ดังนี้

1. บริบท (Context) ประเด็นการศึกษาองค์กรในส่วนของบริบท ประกอบด้วย
 - 1.1 สภาพแวดล้อม (Environment) ประวัติศาสตร์ (เวลา) และนิเวศ (Ecology)
 - 1.2 วัฒนธรรม (Culture)
 - 1.3 เทคโนโลยี (Technology)
 - 1.4 วัตถุดิบและเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ (Material and Economic Conditions)
 - 1.5 วัตถุประสงค์และเป้าหมาย (Purposes and Goals)
 - 1.6 สมาชิกขององค์กร (People or Members)
2. รูปร่างและรูปแบบ (Shape and Form)
 - 2.1 วัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture)
 - 2.2 แบบแผนปฏิสัมพันธ์ (Patterns of Interaction)
 - 2.3 ความสัมพันธ์ภายในองค์กร (Relationships within Organization)
 - 2.4 เครือข่ายการสื่อสารในองค์กร (Networks for Organizational Communication)
3. สาร (Message)
 - 3.1 เนื้อหาสาร (Content)
 - 3.2 สัญลักษณ์ (Symbols)
 - 3.3 รหัส วัจนภาษา และอวัจนภาษา (Codes/Verbal and Nonverbal)
4. วิธีการและเครื่องมือในการสื่อสาร (Methods and Modalities of Communication)
 - 4.1 ช่องทางการสื่อสาร (Channels)
 - 4.2 สื่อและเทคโนโลยีการสื่อสาร (Media and Technologies of Communication)
5. กิจกรรมการสื่อสาร (Communication Activities)
 - 5.1 การสื่อสารเพื่อการบริหารองค์กร (Organizing) การประสานงาน (Coordinating) และการควบคุม (Controlling)
 - 5.2 การสื่อสารของผู้นำ (Leading) หรือการจูงใจ (Motivating)
 - 5.3 การสื่อสารเพื่อการแก้ปัญหา (Problem Solving) และการตัดสินใจ (Decision Making)
 - 5.4 การจัดการความขัดแย้ง (Conflict Management) การเจรจาต่อรอง (Negotiating and Bargaining)
 - 5.5 การสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาองค์กร (Influencing Organizational Change and Development)

สำหรับในประเทศไทยนั้น พรพรรณ เชยจิตร (2542) ได้ศึกษาสถานภาพการศึกษาวิจัยการสื่อสารในองค์กรไทยในวิทยานิพนธ์ปี 2524-2541 โดยแบ่งขอบข่ายการวิจัยการสื่อสารองค์การออกเป็น 4 ขอบข่าย ได้แก่

1. บริบทของการสื่อสารในองค์กร (Context) โดยศึกษาในระดับของการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารภายในกลุ่ม การสื่อสารภายในองค์กร และระหว่างองค์กร และการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม

2. ผลของการสื่อสารในองค์กร (Communication Outcomes) เป็นศึกษาผลในเชิง การสื่อสาร ประกอบด้วย ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร บรรยากาศการสื่อสารในองค์กร เครือข่ายการสื่อสาร ความสามารถในการสื่อสาร และวัฒนธรรมการสื่อสาร

3. รูปแบบและเนื้อหาของการสื่อสารในองค์กร (Communication Patterns) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของการสื่อสาร เช่น การศึกษาช่องทาง และทิศทางการไหลของข่าวสาร ภาษาและเนื้อหาสาร ความเพียงพอของข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจในรูปแบบการสื่อสารและรูปแบบการบริหารงานในองค์กร เป็นต้น

4. ผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงการสื่อสารในองค์กร (Impacts on Communication Changes) ประเด็นการศึกษาเป็นเรื่องของอำนาจ จรรยาบรรณ เทคโนโลยี และโครงสร้างองค์กร เป็นต้น

ในการวิจัยครั้งนี้จะใช้การกำหนดขอบข่ายการวิจัยข้างต้น เป็นแนวทางในการจัดแบ่งขอบข่ายการจัดการทางการสื่อสาร โดยจะปรับให้เหมาะสมในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงอีกครั้งหนึ่ง

ประเภทของการวิจัยการจัดการทางการสื่อสาร

การวิจัยการจัดการทางการสื่อสาร อาจจัดแบ่งได้เป็น 3 ประเภทตามการวิจัยทางสังคมศาสตร์ทั่วไป ซึ่งก็สอดคล้องกับการวิจัยการสื่อสารองค์การ ซึ่งมีนักวิชาการได้กล่าวไว้ดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ โดย Miller (2000) ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารองค์การที่ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ และพบว่า รูปแบบการวิจัยที่นักวิจัยนิยมใช้ในการศึกษาการสื่อสารองค์การมี 3 ประเภท คือ การวิจัยเชิงทดลอง การวิจัยเชิงสำรวจ และการสังเกตพฤติกรรม (Behavioral Observation) ทั้งนี้รูปแบบวิจัยทั้ง 3 ประเภทข้างต้นไม่ได้มีความสมบูรณ์และจำแนกออกจากกันโดยสิ้นเชิง (Mutually Exclusive) จึงมีงานวิจัยจำนวนมากที่ใช้เทคนิควิธีวิจัยเหล่านี้ควบคู่ผสมผสานกันเพื่อการค้ำยันผลการวิจัย (Triangulate) ทั้งนี้เพื่อให้ได้มาซึ่งความเข้าใจและคำอธิบายในปรากฏการณ์ของการสื่อสารองค์การที่มีความซับซ้อนได้สมบูรณ์มากขึ้น (Albrecht & Ropp, 1982 อ้างใน Miller, 2000) ซึ่งรายละเอียดมีดังต่อไปนี้

1.1 การวิจัยเชิงทดลอง เป็นกรวิจัยที่แตกต่างจากการวิจัยประเภทอื่นอย่างชัดเจนตรงที่มีการควบคุม หรือจัดกระทำกับตัวแปรอิสระ โดยอาจจำแนกเป็นการวิจัยเชิงทดลองเต็มรูปแบบ (True Experiment) การวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi-Experiment) ซึ่งการวิจัยเชิงทดลองเต็มรูปแบบจะต่างจากการวิจัยกึ่งทดลองตรงที่ใช้การสุ่มตัวอย่าง เพื่อจัดเข้าสู่กลุ่มทดลองหรือกลุ่มที่ได้รับเงื่อนไขที่ผู้วิจัยจัดกระทำขึ้น (Random Assignment) โดยเป้าหมายของการวิจัยประเภทนี้ก็คือ เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถที่จะสรุปปรากฏการณ์ของความสัมพันธ์ในเชิงสาเหตุและผล หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามให้ได้มากที่สุด โดยการควบคุมหรือจัดกระทำกับตัวแปรอิสระ ซึ่งนับเป็นขั้นตอนสำคัญที่ทำให้ผู้วิจัยได้มาซึ่งข้อสรุปเชิงสาเหตุและผลดังกล่าวนั่นเอง

นอกจากนั้นการวิจัยเชิงทดลองสามารถใช้ในการศึกษาวิจัยได้หลายสถานที่ โดยการวิจัยเชิงทดลองเต็มรูปแบบที่ต้องการมีการสุ่มตัวอย่างเพื่อจัดเข้าสู่กลุ่มทดลอง และมีกระบวนการวิจัยที่รัดกุมนั้น มักศึกษาในห้องทดลองหรือห้องปฏิบัติการ ขณะที่การวิจัยแบบกึ่งทดลอง มักมีรูปแบบของการทดลองในภาคสนามหรือในองค์การจริง โดยจัดกระทำกับตัวแปรอิสระซึ่งอาจเป็นสถานการณ์ต่าง ๆ (Scenarios) โปรแกรมต่าง ๆ ที่องค์การจัดขึ้น หรือกลุ่มย่อย อาจใช้ศึกษาผลที่อาจจะเกิดขึ้น เมื่อระยะเวลาผ่านไป โดยใช้วิธีการทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบผลที่เกิดขึ้นกับตัวแปรตามซึ่งเป็นสถิติในกลุ่มการวิเคราะห์ความแปรปรวน ได้แก่ ANOVA MANOVA และ ANCOVA รวมถึงอาจใช้การวิเคราะห์ด้วยสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Model) ได้ด้วย

1.2 การวิจัยเชิงสำรวจ เป็นลักษณะของการให้กลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลของตนเอง (Self-Reports) เพื่อใช้สรุปอ้างอิงถึงกระบวนการสื่อสารขององค์การที่เกิดขึ้น ทั้งนี้โดยการให้ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจะเป็นการวัดทัศนคติที่มีต่อปรากฏการณ์ทางการสื่อสารหรือความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น รวมทั้งเพื่อวัดแนวโน้มของพฤติกรรมสื่อสาร (Predisposition for Particular Communication Behavior) หรือในฐานะที่เป็นตัวเน้น (Marker) ของพฤติกรรมสื่อสารองค์การ ทั้งนี้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่มักเป็นแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ หรือการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face-to-Face Interview) โดยผู้วิจัยจะใช้เครื่องมือที่สร้างขึ้นแบบมีโครงสร้างประกอบด้วยข้อคำถามแบบให้เลือกตอบ (Forced-Choice Items) หรือคำถามแบบปลายเปิด

ทั้งนี้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงสำรวจ จะดำเนินการตามขั้นตอน โดยการทดสอบเครื่องมือวัด เริ่มจากตรวจสอบความถูกต้องแม่นยำแบบซึ่งหน้า (Face Validity) ซึ่งเป็นขั้นพื้นฐาน และตรวจสอบความน่าเชื่อถือ เช่น Cronbach Alpha ทั้งนี้เพื่อการพัฒนาคุณภาพของเครื่องมือ รวมทั้งยังอาจจะใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อช่วยในการจำแนกมิติของการวัด (Nunnally, 1978 อ้างใน Miller, 2001) ขณะที่นักวิจัยบางท่านก็อาจจะใช้สถิติการยืนยันองค์ประกอบ (Confirmatory Factor Analysis) ในการวิเคราะห์ความถูกต้องแม่นยำของเครื่องมือวัด ซึ่งหลังจากการที่ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือเสร็จสิ้นแล้ว นักวิจัยเชิงสำรวจจะใช้สถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์หรือสถิติวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุในการอธิบายความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตามในระยะหลังเนื่องจากนักวิจัยด้านการสื่อสารองค์การให้ความสนใจในปรากฏการณ์ของความสัมพันธ์ที่มีระบบซับซ้อนมากขึ้น ดังนั้นจึงมีหลายคนที่น่าสนใจเทคนิคการวิเคราะห์เส้นทางหรือการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างมาใช้ โดยตัวอย่างงานวิจัยที่ใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ ได้แก่ การศึกษาการมีส่วนร่วมในเครือข่ายการสื่อสาร การรับรู้ถึงความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ การเสริมพลังให้พนักงาน และการวัดความพึงพอใจ เป็นต้น

1.3 การสังเกตพฤติกรรมและแบบแผนการสื่อสาร (Coding of Communication Behaviors and Archives) การสังเกตพฤติกรรมและแบบแผนการสื่อสารอาจจะเป็นการสังเกตพฤติกรรมสื่อสารของกลุ่มตัวอย่างหรือการสังเกตพฤติกรรมที่สร้างขึ้น (Communication Artifacts) การวิจัยประเภทนี้จะแตกต่างจากการวิจัยแบบอื่นตรงที่พยายามที่จะดูปฏิสัมพันธ์หรือ แบบแผนของตัวอย่างแต่ละคนและท่าทางที่น่าเชื่อถือหรือใช้วิธีการค้นหาคำอธิบายเกี่ยวกับปรากฏการณ์ของการสื่อสารที่เป็นระบบ

ทั้งนี้ การวิจัยรูปแบบนี้เน้นที่การรวบรวมชุดข้อมูลที่มีลักษณะของความเป็นตัวแทนของปรากฏการณ์การสื่อสารที่ต้องการศึกษาและนำมาวิเคราะห์ โดยขั้นตอนมีดังนี้

ก. ผู้วิจัยต้องพัฒนาแบบบันทึกข้อมูลในรูปของตารางรหัส หรือแบบลงรหัสข้อมูล (Coding Scheme) ก่อน โดยวิธีการจัดทำแบบลงรหัสข้อมูลดังกล่าวมี 2 แนวทาง (Poole และ McPhee, 1995 อ้างใน

Miller, 2001) คือ ใช้การจัดทำตามหลักเหตุผลที่เป็นแบบแผนชัดเจน (Rules of Formal Logic) หรือใช้การจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่ (Categories) โดยใช้แนวคิดทฤษฎีเป็นฐานในการจัดแบ่ง ซึ่งเป็นวิธีที่ดีกว่าและเหมาะสมกับธรรมชาติข้อมูลได้มากกว่าแบบแรก อย่างไรก็ตามก็มีข้อด้อยตรงที่มีความชัดเจนน้อยกว่า (Less Clean) และยากที่จะไปประยุกต์ใช้ได้ทั่วไป

ข. ลงรหัสข้อมูล โดยการลงรหัสข้อมูลจะใช้ผู้ลงรหัสหลายคน (Multiple Independent Coders) เพื่อตรวจสอบว่ามีการจัดแบ่งกลุ่มของข้อมูลเพื่อการลงรหัสและการประยุกต์ใช้แบบลงรหัสข้อมูลสำหรับข้อมูลแต่ละกลุ่ม ทั้งนี้ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือในการจัดแบ่งประเภทข้อมูลมี 2 วิธี คือ ความน่าเชื่อถือในการจัดแบ่งหน่วยวิเคราะห์ (Unitizing Reliability) นั่นคือ ผู้ลงรหัสแต่ละคนมีความเห็นสอดคล้องกันในการจัดแบ่งข้อมูลออกเป็นหน่วยวิเคราะห์ดังกล่าว และ ความน่าเชื่อถือในการจัดแบ่งประเภทข้อมูล (Classificatory Reliability) ซึ่งเป็นการที่ผู้ลงรหัสแต่ละคนมีความเห็นสอดคล้องกันในการจัดข้อมูลแต่ละหน่วยเข้าสู่กลุ่ม (Classification of Units into Categories)

ค. ใช้เทคนิคทางสถิติในการวิเคราะห์แบบแผนของข้อมูลแต่ละกลุ่มที่เหมาะสมกับระดับข้อมูล เช่น ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) หรือการถดถอยแบบพหุ (Regression Analysis) สำหรับข้อมูลระดับนามบัญญัติ ซึ่งแนวโน้มในปัจจุบันสำหรับการวิจัยด้านการสื่อสารองค์การนิยมใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสูงมากขึ้น เช่น ใช้การวิเคราะห์ Log-Linear หรือการวิเคราะห์ข้อมูลหลายขั้นตอน (Analysis of Sequential Categorical Data) หรือ โมเดลมาร์คอฟ (Markov Modeling) เป็นต้น

ตัวอย่างของงานวิจัยที่ใช้การวิจัยรูปแบบนี้ เช่น การวิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ การศึกษาขั้นตอนการตัดสินใจ กระบวนการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มที่เกิดขึ้นในขณะที่เกิดการตัดสินใจ ธรรมชาติของการตัดสินใจโดยใช้สื่อตัวกลาง ได้แก่ คอมพิวเตอร์ในการจัดการกับปัญหาความขัดแย้ง และความแตกต่างของการตัดสินใจที่เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มที่ใช้สื่อตัวกลาง ได้แก่ คอมพิวเตอร์ และการสื่อสารแบบเผชิญหน้า เป็นต้น

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการวิจัยที่ถูกนำมาใช้อันเนื่องจากข้อจำกัดของการศึกษาแบบปฏิฐานนิยมหรือการวิจัยเชิงปริมาณ และการยอมรับให้มีการใช้แนวทางการศึกษาที่หลากหลายในการศึกษาองค์การ โดยพัฒนาการของการนำการวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้ในการสื่อสารองค์การนั้น Taylor และ Trujillo (2001) แบ่งออกเป็น 5 ยุคโดยเน้นนำเสนอในพัฒนาการตามแนวประวัติศาสตร์ โดยประยุกต์มาจากพัฒนาการของการนำการวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้ในการศึกษาด้านสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาตามที่ Denzin และ Lincoln เสนอไว้ (1994 อ้างใน Taylor และ Trujillo, 2001) โดยใจความสำคัญสรุปได้ ดังนี้

2.1 ยุคเริ่มต้น (Era of Preparation) เริ่มจาก ปี ค.ศ.1900-1940 เป็นยุคของการศึกษาหลากหลายสาขา เช่น ศึกษาการกล่าวสุนทรพจน์ทางธุรกิจ การสื่อสารทางด้านอุตสาหกรรม ความสัมพันธ์ระหว่างหัวหน้ากับพนักงาน การศึกษาหลักสูตรฝึกอบรมของเดล คาร์เนกี ซึ่งมีทั้งสุนทรพจน์แบบพื้นฐานและแบบวาทศิลป์ รวมทั้งศึกษาดำรงที่มีการนำเสนอกรณีศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารองค์การด้วย

2.2 ยุคสมัยใหม่ (Modernist) เริ่มจากช่วง 1940-1970 เป็นยุคที่งานวิจัยให้ความสำคัญกับการทำให้การสื่อสารองค์การมีความหมายและเป็นสาขาที่ได้รับการยอมรับ ซึ่ง Tompkins และ Redding (1988 อ้างใน Taylor และ Trujillo, 2001) กล่าวว่าในช่วงเริ่มต้นเรียกว่า ยุคของการสร้างความเป็นหนึ่งเดียวและความเป็นปึกแผ่นโดยพยายามค้นหาอัตลักษณ์ของศาสตร์ใหม่นี้ โดยในยุคนี้ยังคงมีการใช้การวิจัยเชิงปริมาณในการศึกษาการสื่อสารองค์การเป็นส่วนใหญ่ โดยใช้แนวคิดเชิงโครงสร้าง (Mechanistic Approach)

แนวคิดทางจิตวิทยา (Psychological Approach) และแนวคิดเชิงระบบ (Systems Approach) ขณะที่นักวิชาการบางส่วนก็นำการวิจัยเชิงคุณภาพมาใช้

ในช่วงเริ่มต้นของยุคนี้ ปรากฏว่ามีงานวิจัยในลักษณะของวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาเอกของมหาวิทยาลัย North-western Ohio State และมหาวิทยาลัย Purdue หลายเรื่องที่ศึกษาด้วยรูปแบบการวิจัยแบบกรณีศึกษา (Case Study) จนถึงหลังยุคสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่แนวทางการศึกษาแบบกรณีศึกษาได้นำมาใช้ในการวิจัยเชิงทดลองและเชิงสำรวจจำนวนมากด้วย ในยุคต่อมา นักวิชาการ เช่น Ernest Bormann, Philip Tompkins และนักวิชาการคนอื่น ๆ ได้นำการวิเคราะห์วิจารณ์วาทศิลป์ (Rhetorical Criticism) มาใช้ในการศึกษาการสื่อสารองค์การด้วย นับเป็นจุดเริ่มต้นนำมาสู่การวิเคราะห์การสื่อสารองค์การในเชิงวาทะและวาทกรรมองค์การและยุคสุดท้าย นักวิจัยมองว่าแนวทางการวิจัยแบบวัฒนธรรมพรรณนา (Ethno Methodology) นับเป็นการเชิงคุณภาพที่มีประโยชน์ (Garfinkel, 1967 อ้างใน Taylor และ Trujillo, 2001) สำหรับนำมาใช้ศึกษาการผลิตซ้ำของปฏิสัมพันธ์ในสังคมในองค์การนำมาสู่การวิเคราะห์บทสนทนา (Conversational Analysis) ซึ่งนับเป็นสาขาที่โดดเด่น และมีการนำมาใช้ในการศึกษาวาทกรรมขององค์การ

2.3 ยุคความเคลื่อนไหวที่ 3 (Third Moment) ซึ่งเริ่มจากปี 1970-1980 เป็นยุคที่มีการศึกษาองค์การในแง่ของวัฒนธรรม ด้วยการศึกษามิติการแสดงออกหรือมิติของสัญลักษณ์ (Expressive and Symbolic Dimension) ในปี ค.ศ. 1981 ได้มีการจัดประชุมเชิงวิชาการว่าด้วยการนำเอาแนวคิดการตีความ (Interpretive Approach) มาใช้ในการศึกษาการสื่อสารองค์การที่ Alta Utah ด้วย ซึ่งภายหลังการประชุมเชิงวิชาการมีการนำเสนองานวิจัยและหนังสือเกี่ยวกับวัฒนธรรมและสัญลักษณ์ขององค์การตามมาหลายเรื่อง นับแต่นั้นเป็นต้นมาการวิจัยในสองประเด็นได้รับความนิยมจากนักวิชาการด้านนี้มากจน Allen Gotcher และ Seibert (1993 อ้างใน Taylor และ Trujillo, 2001) กล่าวว่า การศึกษาวัฒนธรรมและสัญลักษณ์ขององค์การนับเป็นหัวข้อที่มีการศึกษามากที่สุดสำหรับงานวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารองค์การในช่วงปี 1980-1991 และที่สำคัญก็คือ นักวิชาการด้านนี้เริ่มนำการเชิงคุณภาพแนวใหม่ตามแบบมานุษยวิทยามาใช้ นั่นคือ การเข้าศึกษาในภาคสนามหรือในองค์การจริงมากขึ้นทำให้มีการนำวิธีวิจัยในภาคสนามมาใช้จนถึงปัจจุบันนี้

2.4 ยุควิกฤติของการสร้างความชอบธรรมหรือการสร้างภาพ (Crises of Legitimation and Representation) ซึ่งแท้จริงแล้วเริ่มมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1960 แต่เข้าสู่ยุคนี้เต็มตัวในปี ค.ศ. 1980-1990 โดยนักวิจัยมีการศึกษาในเชิงวิพากษ์เหตุผล ลัทธิทุนนิยมและการบริโภคนิยม การบังคับบัญชา (Militarism) เชื้อชาติ (Racism) การครอบงำ (Imperialism) เพศ (Sexism) โดยในประเด็นของวิกฤติของการสร้างความชอบธรรมนั้น ได้มีการนำแนวคิดทฤษฎีเชิงวิพากษ์มาใช้ในการศึกษาการสื่อสารองค์การ และเน้นศึกษาวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับอำนาจและการควบคุมที่เกิดขึ้นในขณะทีประเด็นของวิกฤติของการสร้างภาพ เป็นเรื่องของทางเลือกในการนำเสนอรายงานข้อมูลเกี่ยวกับองค์การด้วยรูปแบบต่างๆ ที่ใช้อยู่ รวมถึงรูปแบบของเรื่องแต่ง และ รูปแบบของอัตชีวประวัติ (Autobiographical Form) ด้วย

2.5 ยุคปัจจุบัน ซึ่งอาจเรียกว่าเป็นยุคของการจัดการ (Coping) หรือยุคที่การวิจัยการสื่อสารองค์การมีความท้าทายด้วยแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ได้แก่ ทฤษฎีวิพากษ์ สตรีนิยม การวิจัยเกี่ยวกับเชื้อชาติและทฤษฎียุคหลังสมัยใหม่ โดยยุคนี้ให้ความสำคัญกับการนำแนวคิดทฤษฎีและระเบียบวิธีวิจัยที่หลากหลาย (Pluralism) มาใช้ในการศึกษา เนื่องจากแต่ละแนวคิดล้วนมีจุดอ่อนและจุดแข็งต่างกันไป จึงเป็นยุคสมัยที่นักวิชาการยอมรับให้มีการนำแนวคิดที่หลากหลาย (Different Perspectives) และเทคนิควิธีการแสวงหาข้อมูล (Style of Inquiry) ต่าง ๆ มาใช้เพื่อให้เกิดความเข้าใจในปรากฏการณ์การสื่อสารองค์การที่ซับซ้อนได้สมบูรณ์มากขึ้น

3. การวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ในยุคใหม่นักวิชาการหลายท่านมีความเห็นว่า แม้การวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพจะมีความต่างกัน แต่ก็มีความสัมพันธ์ระหว่างกันและสามารถนำมาใช้ร่วมกันหรือใช้ในการตรวจสอบคำยืนยันซึ่งกันและกัน (Triangulation) ในการศึกษาวิจัยเรื่องใดเรื่องหนึ่งได้เป็นอย่างดี โดย Taylor และ Trujillo (2000) กล่าวว่า "อาจจะเชื่อและดูใจแคบ หากจะสรุปว่าการวิจัยประเภทใดประเภทหนึ่งหรือแนวคิดใดแนวคิดหนึ่งสามารถทำให้เราเข้าใจปรากฏการณ์ที่ซับซ้อนของการสื่อสารองค์การที่เกิดขึ้นได้อย่างต้องแท้" นอกจากนี้ ยังมีความเห็นสอดคล้องกับ Miles และ Huberman (1994 อ้างใน Taylor และ Trujillo, 2000) ว่าปัญหาของการใช้การวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพควบคู่กันไม่ได้อยู่ที่การมีข้อมูล 2 ประเภท หรือวิธีที่จะนำการวิจัยทั้ง 2 แบบมาเชื่อมประสานในขั้นตอนของการออกแบบการวิจัยอย่างไร แต่ประเด็นคำถามสำคัญ ก็คือ ควรใช้การวิจัยทั้ง 2 ประเภทผสมผสานกันหรือไม่ ถ้าใช้ควรใช้อย่างไร และด้วยวัตถุประสงค์ใด

ทั้งนี้ Miles และ Huberman (1994 อ้างใน Taylor และ Trujillo, 2000) ให้ข้อเสนอแนะว่า การวิจัยแต่ละประเภทสามารถช่วยเสริมซึ่งกันและกันได้ ตั้งแต่ขั้นตอนของการออกแบบการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล โดยที่การวิจัยเชิงปริมาณสามารถเสริมการวิจัยเชิงคุณภาพได้ในขั้นตอนของการออกแบบการวิจัย ตั้งแต่ในขั้นการเลือกตัวอย่างที่มีลักษณะของความเป็นตัวแทนและคัดทั้งตัวอย่างที่เบี่ยงเบนจากกลุ่มออกไป ในขั้นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการให้ข้อมูลพื้นฐานและช่วยจัดจลนคิดในการเก็บข้อมูลออกไป และในขั้นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการช่วยให้สามารถสรุปรวมปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้ รวมทั้งตรวจสอบความถูกต้องของข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพ ขณะที่การวิจัยเชิงคุณภาพสามารถเสริมการวิจัยเชิงปริมาณได้ในขั้นตอนของการออกแบบการวิจัย ตั้งแต่ช่วยพัฒนากรอบแนวคิดทฤษฎีและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยการทำให้สามารถเข้าถึงและเก็บข้อมูลได้ง่ายขึ้น และในขั้นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการช่วยตรวจสอบความถูกต้องแม่นยำ การตีความ การทำให้เกิดความชัดเจนและข้อค้นพบหรือข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้มามีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น ซึ่งนักวิชาการหลายท่าน ได้นำวิธีการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในองค์การ บางท่านใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร การวิเคราะห์เนื้อหาและวิธีอื่น ๆ ผสมผสานกัน บางท่านใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์แบบปลายเปิดในการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำการวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์เชิงอุปมาอุปมัย (Metaphor Analysis) มาใช้ในขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นต้น

ในการวิจัยครั้งนี้ที่จะมีการศึกษาภาพรวมของงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในประเด็นประเภทของการวิจัย โดยจะใช้เกณฑ์ในการจัดแบ่งประเภทของการวิจัยการสื่อสารองค์การข้างต้นเป็นแนวทาง

แนวคิดเกี่ยวกับการสังเคราะห์งานวิจัย

ความหมายของการสังเคราะห์งานวิจัย

ที่ผ่านมาเน้นการสังเคราะห์งานวิจัย (Research Synthesis) ถือว่า เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการวิจัยโดยทั่วไป ในขั้นตอนที่เรียกว่า การทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Literature Review) โดยผู้วิจัยต้องทบทวนแนวคิดและทฤษฎี (Theoretical Review) เพื่อให้ได้กรอบความคิดของการวิจัย (Research Framework) ผู้วิจัยต้องทบทวนระเบียบวิธีวิจัย (Methodological Review) เพื่อหาระเบียบวิธีวิจัยที่เหมาะสม

กับงานวิจัยของตน และผู้วิจัยต้องทบทวนและ บูรณาการผลการวิจัยในอดีต (Research Integration Review) เพื่อให้สามารถคาดคะเนคำตอบของปัญหาในการวิจัย หรือเป็น แนวทางในการตั้งสมมติฐาน

อย่างไรก็ตาม การทบทวนและบูรณาการผลการวิจัยในลักษณะดังกล่าวนั้นจะเป็นการทบทวนในเชิงบรรยาย (Narrative Literature Review) ซึ่งยังมีข้อบกพร่องและข้อจำกัดอยู่ในหลายประการ (จะกล่าวถึงในหัวข้อต่อไป) จึงทำให้มีนักวิชาการหลาย ๆ ท่านได้พยายามพัฒนาวิธีการสังเคราะห์งานวิจัย และค้นพบวิธีการสังเคราะห์งานวิจัยที่ให้ผลการสังเคราะห์ที่มีความลุ่มลึกมากยิ่งขึ้น จนทำให้การสังเคราะห์งานวิจัยไม่ได้เป็นเพียงขั้นตอนหนึ่งของการวิจัยเท่านั้น แต่การสังเคราะห์งานวิจัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสังเคราะห์งานวิจัยในเชิงปริมาณนั้น ถือเป็นการวิจัย เพราะอาศัยวิธีการของศาสตร์ (Scientific Method) เช่นเดียวกับการวิจัยในรูปแบบอื่น ๆ กล่าวคือ ต้องมีการกำหนดปัญหาในการวิจัย การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การแปลความหมายและนำเสนอผล รวมทั้งการสังเคราะห์งานวิจัยยังทำให้ได้ความรู้ใหม่อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของการวิจัยโดยทั่วไป (อุทุมพร จามรมาน, 2531) นอกจากนั้นนักวิชาการบางท่านยังถือว่า การสังเคราะห์งานวิจัยในเชิงปริมาณที่เรียกว่า Meta-Analysis นั้น ถือเป็นหนึ่งในนวัตกรรมของระเบียบวิธีวิจัยในปัจจุบันอีกด้วย (กรรณิการ์ สุขเกษม และ สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544)

ดังนั้นในปัจจุบันนักวิชาการจึงได้มีการให้ความหมายของการสังเคราะห์งานวิจัย (Research Synthesis) ไว้ว่า เป็นระเบียบวิธีศึกษาตามวิธีการของศาสตร์ เพื่อตอบปัญหาวิจัยเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยการรวบรวมงานวิจัยเกี่ยวกับปัญหานั้น ๆ มาศึกษาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ หรือวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และนำเสนอข้อสรุปอย่างมีระบบให้ได้คำตอบปัญหาวิจัยที่ต้องการ (Glass, McGaw and Smith, 1981; Light and Pillemer, 1984; Mullen, 1989) หรือ การสังเคราะห์งานวิจัยเน้นระเบียบวิธีการศึกษาหาข้อเท็จจริง เพื่อตอบปัญหาใดปัญหาหนึ่ง โดยการรวบรวมงานวิจัยเกี่ยวกับปัญหานั้น ๆ หลาย ๆ เรื่องมาศึกษาวิเคราะห์ และนำเสนอข้อสรุปอย่างมีระบบ ให้ได้คำตอบของปัญหาที่เป็นข้อยุติ วิธีการดำเนินการสังเคราะห์งานวิจัยทำได้ใน 2 ลักษณะ ลักษณะแรก เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เพื่อเป็นพื้นฐานในการออกแบบการวิจัย และกำหนดสมมติฐาน ลักษณะที่สอง เป็นการวิจัยเพื่อแสวงหาความรู้ใหม่ และนำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อมวลมนุษยและสังคม ดังนั้นการสังเคราะห์งานวิจัยจึงมีความสำคัญต่อนักวิจัยทั้งในฐานะที่เป็นเทคนิคในการตรวจสอบเอกสาร และในฐานะการวิจัยเต็มรูป (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2529)

นอกจากนั้น ยังมีการเรียกการสังเคราะห์งานวิจัยในลักษณะอื่น ๆ เช่น วิธีการบูรณาการงานวิจัย (Method of Integrating Research) วิธีการของการรวบรวมงานวิจัย (Method of Combining Research) การวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์ (Analysis of Analyses) หรือการวิจัยงานวิจัย (Research of Research) เป็นต้น

การสังเคราะห์งานวิจัยด้วยวิธี Meta-Analysis

ในระยะแรกการสังเคราะห์งานวิจัยในเชิงปริมาณนั้นจะถูกนำมาใช้ในสาขาวิชาทางวิทยาศาสตร์ เช่น วิทยาศาสตร์การเกษตร จนกระทั่งในปี ค.ศ. 1933 R.L.Torndike จึงได้ใช้วิธีการดังกล่าวในสาขาวิชาทางสังคมศาสตร์ โดยสังเคราะห์งานวิจัยทางด้านการศึกษา (Hunter and Schmidt, 1990) และในช่วงทศวรรษที่ 1960 นักวิจัยก็ได้พัฒนาวิธีการสังเคราะห์โดยใช้ ค่าขนาดอิทธิพลขึ้น โดยคำว่า Meta-Analysis นั้นปรากฏขึ้นในปี ค.ศ. 1976 จากการกล่าวสุนทรพจน์ของ G.V.Glass ในการประชุมประจำปีของสมาคมวิจัยการศึกษาอเมริกัน (American Educational Research Association) และจากบทความวิชาการในปี

เดียวกัน (Glass, 1976) โดยในช่วงนั้นเขาได้นิยามว่า Meta-Analysis หมายถึง การวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ทางสถิติของการเก็บรวบรวมผลการวิเคราะห์จำนวนมากจากการศึกษาในแต่ละครั้ง โดยมีจุดประสงค์เพื่อบูรณาการสิ่งที่ค้นพบเหล่านั้น (Glass, 1976) ต่อมาในปี ค.ศ. 1981 ก็ได้มีการขยายขอบเขตของคำนิยามไปอีก กล่าวคือ วิธีการบูรณาการวิจัยที่เรียกว่า Meta-Analysis นั้นเป็นวิธีการวิเคราะห์ ข้อมูลที่ใช้สรุปเชิงปริมาณจากการทดลองแต่ละเรื่อง ด้วยการจดบันทึกคุณลักษณะของงานวิจัย และผลการวิจัยในเชิงปริมาณ ทั้งนี้ Meta-Analysis จะช่วยให้นักวิจัยสามารถบูรณาการผลการวิจัยที่มีอยู่มากมายและหลากหลาย โดยใช้วิธีการทางสถิติในการวิเคราะห์ ดังนั้น Meta-Analysis ไม่ใช่เป็นเพียงเทคนิคหนึ่งเท่านั้น หากแต่เป็นการใช้เทคนิคหลาย ๆ อย่างของการวัดและการวิเคราะห์ทางสถิติ (Glass, McGaw and Smith, 1981)

นอกจากนั้น นักวิชาการในระยะต่อมาอีกหลายท่าน ได้ให้กล่าวถึง Meta-Analysis ไว้ พอสรุปได้ดังนี้ (Hedges and Olkin, 1985; Wolf, 1986; Rosenthal, 1990; Mullen, 1989 และนงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542)

Meta-Analysis เป็นการสังเคราะห์งานวิจัยในเชิงปริมาณวิธีหนึ่งที่ผู้วิจัยหรือผู้สังเคราะห์นำผลการวิจัยจากงานวิจัยที่ศึกษาปัญหาเดียวกันจำนวนหลาย ๆ เรื่องมาวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อให้ได้ข้อสรุปหรือผลการสังเคราะห์ที่กว้างและลึกมากกว่าผลการวิจัยในแต่ละเรื่อง โดยข้อมูลที่ใช้ในการสังเคราะห์จะประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

1. ดัชนีมาตรฐาน ได้แก่ ขนาดอิทธิพล และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากผลการวิจัยแต่ละเรื่อง

2. คุณลักษณะต่าง ๆ ของงานวิจัย หรือที่เรียกว่า ตัวแปรปรับ (Moderator Variable) ซึ่งจะนำมาใช้เป็นตัวแปรอิสระในการทดสอบว่าดัชนีมาตรฐานที่ค้นพบนั้นมีความแปรปรวนแตกต่างกันหรือไม่ เพื่อให้ผลการสังเคราะห์ซึ่งมาจากการวิจัยที่มีคุณลักษณะหลากหลายนั้นมีความเชื่อถือได้มากขึ้น

ทั้งนี้ ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้การวิเคราะห์ทางสถิติมาช่วย โดยนำเสนอผลใน 3 ประเด็นต่อไปนี้

1. สรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา โดยใช้ดัชนีมาตรฐาน
2. ทดสอบว่า ดัชนีมาตรฐานที่ได้จากงานวิจัยแต่ละเรื่องนั้นมีความแตกต่างกันหรือไม่ ถ้าแตกต่างกันเป็นเพราะตัวแปรปรับตัวใด
3. หากค่าเฉลี่ยดัชนีมาตรฐานแยกตามกลุ่มตัวแปรในปัญหาของการวิจัยแล้วพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างค่าเฉลี่ยดัชนีมาตรฐานกับตัวแปรเหล่านั้น

ทั้งนี้ อาจสรุปให้เห็นภาพของการสังเคราะห์งานวิจัยด้วยวิธี Meta-Analysis ได้ชัดเจนขึ้น ในประเด็นที่แตกต่างจากการวิจัยโดยทั่วไป ดังนี้ (Glass, McGaw and Smith, 1981; Hedges and Olkin, 1985; Johnson, Mullen and Salas, 1995; Rosenthal, 1991 และนงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542)

1. การสังเคราะห์งานวิจัยด้วยวิธี Meta-Analysis นั้น โดยทั่วไปจะถือว่าหน่วยของการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ก็คือ งานวิจัยแต่ละเรื่อง อย่างไรก็ตามในงานวิจัยแต่ละเรื่องอาจจะมีการทดสอบสมมติฐานหลายข้อ หรือมีคู่ตัวแปรที่หาความสัมพันธ์ระหว่างกันหลายคู่ ดังนั้นอาจกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า สมมติฐานของการวิจัยแต่ละข้อหรือคู่ตัวแปรเป็นหน่วยของการวิเคราะห์

2. ข้อมูลในการสังเคราะห์งานวิจัยด้วยวิธี Meta-Analysis นั้น จะประกอบไปด้วยผลการวิจัยหรือผลการทดสอบสมมติฐาน และข้อมูลคุณลักษณะของงานวิจัย ซึ่งจะต้องมีการกำหนดนิยามตัวแปรสำหรับ

สังเคราะห์ และนิยามคุณลักษณะของงานวิจัยอย่างชัดเจน เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและสรุปผลการสังเคราะห์

3. การสังเคราะห์งานวิจัยด้วยวิธี Meta-Analysis นั้น จะต้องสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบบันทึกข้อมูล และแบบลงรหัสข้อมูล ซึ่งต้องมีการตรวจสอบคุณภาพ และในกรณีที่มีผู้เก็บรวบรวมข้อมูลหลายคน ต้องมีการตรวจสอบความสอดคล้องกันระหว่างผู้เก็บรวบรวมข้อมูลแต่ละคนด้วย

4. ในการสังเคราะห์งานวิจัยด้วยวิธี Meta-Analysis นั้น หลังจากรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผลการวิจัยมาแล้ว จะต้องนำผลการวิจัยเหล่านั้นมาทำให้เป็นดัชนีมาตรฐาน เพราะงานวิจัยแต่ละเรื่อง หรือ สมมติฐานของการวิจัยแต่ละข้อ จะใช้ค่าสถิติในการทดสอบแตกต่างกัน เช่น t-test, F-test และ Chi-Square เป็นต้น โดยในการวิจัยเชิงทดลองจะใช้ดัชนีมาตรฐานที่เรียกว่า ขนาดอิทธิพล กล่าวคือ เป็นค่าสถิติที่บอกถึงปริมาณผลของตัวแปรจัดกระทำที่มีต่อตัวแปรตาม และในการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์จะดัชนีมาตรฐานที่เรียกว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ กล่าวคือ เป็นค่าสถิติที่บ่งบอกขนาดความแปรผันร่วมกันของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนั้นดัชนีมาตรฐานทั้งสองชนิดนี้ใช้วัดขนาดหรือปริมาณความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เช่นเดียวกัน จึงสามารถแปลงค่ากลับไปมาซึ่งกันและกันได้ รวมทั้งยังสามารถนำผลการวิจัยทั้งจากการวิจัยเชิงทดลองและการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์มาสังเคราะห์ร่วมกันได้ด้วย

5. ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลในการสังเคราะห์งานวิจัยด้วยวิธี Meta-Analysis นั้น ตัวแปรอิสระคือ คุณลักษณะของการวิจัย ซึ่งเรียกว่าเป็นตัวแปรปรับ ส่วนตัวแปรตามก็คือ ดัชนีมาตรฐาน ทั้งนี้เพราะการสังเคราะห์ต้องการเปรียบเทียบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สนใจศึกษานั้นขึ้นอยู่กับเงื่อนไขที่เป็นตัวแปรปรับตัวใดหรือไม่ อย่างไร ซึ่งข้อสรุปที่ได้ไม่สามารถสรุปได้จากการวิจัยโดยทั่วไป

นอกจากนั้น ในปัจจุบันได้เริ่มมีการขยายขอบเขตของการสังเคราะห์งานวิจัยด้วยวิธี Meta-Analysis จากเดิมที่ใช้ศึกษาปัญหาของการวิจัยเพียงปัญหาเดียว โดยระบุตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ชัดเจน หรือโดยระบุตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งชัดเจน ส่วนอีกตัวแปรหนึ่งให้มีความหลากหลายมาให้ใช้ศึกษาปัญหาของการวิจัยที่หลากหลายขึ้น โดยประยุกต์ใช้ในการสังเคราะห์งานวิจัยในสาขาวิชาเดียวกัน เพื่อให้เห็นสถานภาพของสาขานั้นชัดเจนขึ้น เช่น การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับองค์ความรู้ด้านการเรียนรู้ โดย Wang, Haertel and Walberg ในปี ค.ศ. 1993 และการสังเคราะห์งานวิจัยในสาขาวิชาการศึกษา โดย Kulik and Kulik ในปี ค.ศ. 1989 เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม คำว่า Meta-Analysis นั้น มีนักวิชาการในประเทศไทยได้ใช้ภาษาไทยแทนหรือแปลไว้เป็นหลายคำ ได้แก่ การวิเคราะห์เมตต้า (อุทุมพร จามรมาน, 2531) การวิเคราะห์เมทต้า (สุวัฒนา สุวรรณเขตนิคม, 2527) การวิเคราะห์เมต้า (ดุขฎิ โยเหลา, 2535) การวิเคราะห์อภิมาน (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2529) การวิเคราะห์รวมผล (สุรศักดิ์ ทราบมาลา, 2532) และการอภิวเคราะห์ (สุพัฒน์ สุกมลสันต์, 2530; กรรณิการ์ สุขเกษม และ สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544) ซึ่งยังไม่ได้มีการบัญญัติศัพท์ทางวิชาการอย่างเป็นทางการ ดังนั้นในที่นี้จึงใช้ทับศัพท์เป็นคำภาษาอังกฤษไปก่อน

ในการวิจัยนี้ได้นำงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารเชิงปริมาณที่ใช้การวิจัยเชิงทดลองและการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์มาสังเคราะห์ด้วยวิธี Meta-Analysis โดยจะหาขนาดอิทธิพลหรือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ในงานวิจัย และนำมาหาความสัมพันธ์กับคุณลักษณะของงานวิจัย กลุ่มของตัวแปรทั้งตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เพื่อให้ได้ทราบถึง สถานภาพองค์ความรู้ของการจัดการทางการสื่อสารในประเทศไทยจากงานวิจัยเหล่านั้น

การสำรวจเอกสาร

การวิจัยในลักษณะที่เป็นการศึกษาสถานภาพองค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการทางการสื่อสารในประเทศไทยนั้น พบว่า มีงานวิจัยของพรพรรณ เขยจิตร (2542) ที่สำรวจประเด็นการศึกษาวิจัย กรอบแนวคิด และทฤษฎี ระเบียบวิธีวิจัย และข้อค้นพบที่เกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กรไทยจากวิทยานิพนธ์ของ 4 สถาบัน ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร และมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ในปี พ.ศ. 2524-2541 จำนวน 67 เล่ม มีข้อค้นพบที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. ประเด็นที่มีการศึกษาวิจัยมากที่สุด คือ รูปแบบและเนื้อหาของการสื่อสารในองค์กร รองลงมา คือ ผลของการสื่อสารในองค์กร บริบทของการสื่อสารในองค์กร และผลกระทบที่มีต่อการเปลี่ยนแปลง การสื่อสารในองค์กร

2. รูปแบบของการวิจัยที่มีการใช้มากที่สุด คือ การวิจัยเชิงสำรวจ

3. ข้อค้นพบที่นำไปสู่องค์ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กรของไทยจะเน้นประสิทธิภาพของการสื่อสารสองทาง และการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการสื่อสาร รูปแบบการสื่อสารระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชาที่มีผลต่อความพึงพอใจในการสื่อสารและการทำงาน การเลือกใช้สื่อภายในองค์กร และการสร้างการยอมรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเทคโนโลยีการสื่อสารในองค์กร

ในการวิจัยครั้งนี้จะเป็นการต่อยอดและขยายองค์ความรู้จากที่ค้นพบมา เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้จะศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการทางการสื่อสารที่เป็นวิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ หรือโครงการเฉพาะบุคคลในระดับบัณฑิตศึกษาจากมหาวิทยาลัยของรัฐ 2 แห่ง ซึ่งเปิดสอนหลักสูตรเกี่ยวกับวารสารศาสตร์/นิเทศศาสตร์ ในระดับบัณฑิตศึกษา ได้แก่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และจากมหาวิทยาลัยเอกชน 2 แห่ง ซึ่งเปิดสอนหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทางการสื่อสารและมีมหาบัณฑิตจบการศึกษาแล้ว ได้แก่ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และมหาวิทยาลัยเกริก โดยจะศึกษาจากงานวิจัยที่เผยแพร่ใน สำนักหอสมุดของแต่ละมหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ. 2538 ถึง พ.ศ. 2547 รวมทั้งยังเป็นการศึกษาการจัดการทางการสื่อสารที่เป็นการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งรวมถึงการบริหารงานสื่อสารมวลชน และที่สำคัญการวิจัยครั้งนี้จะใช้เทคนิคการสังเคราะห์ผลการวิจัยมาช่วยสร้างข้อสรุปทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการทางการสื่อสารด้วย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้ใช้การวิจัย 2 รูปแบบ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) กล่าวคือ ผู้วิจัยได้นำงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารทั้งหมด มาแยกแยะจัดหมวดหมู่ในประเด็นต่าง ๆ ต่อไปนี้

1.1 คุณลักษณะของงานวิจัย ได้แก่

- ปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่
- สถาบันที่สังกัด

1.2 ขอบข่ายของการวิจัย

1.3 ประเภทของการวิจัย

ทั้งนี้ เพื่อให้เห็นภาพรวมทั้งหมดของงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสาร โดยยังจะมีได้พิจารณาถึงรายละเอียดของข้อค้นพบหรือผลการวิจัย

2. การสังเคราะห์งานวิจัย (Research Synthesis) ด้วยเทคนิควิธี Meta-Analysis กล่าวคือ ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในเชิงปริมาณที่ใช้การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์หรือมีการเปรียบเทียบความแตกต่างหรือหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม จากคู่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในสมมติฐานแต่ละข้อมาคำนวณเป็นดัชนีมาตรฐาน และนำมาวิเคราะห์ความแปรปรวน โดยจำแนกตามตัวแปรปรับหรือคุณลักษณะของงานวิจัย และกลุ่มของตัวแปร

แหล่งข้อมูลของการวิจัย

แหล่งข้อมูลของการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย 3 แหล่ง ตามรูปแบบของการวิจัย คือ

1. ในส่วนการวิเคราะห์เนื้อหา ประชากรเป้าหมายทั้งหมด คือ งานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่เป็นวิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ หรือโครงการเฉพาะบุคคลในระดับบัณฑิตศึกษาจากมหาวิทยาลัยของรัฐ 2 แห่ง ซึ่งเปิดสอนหลักสูตรเกี่ยวกับวารสารศาสตร์/นิเทศศาสตร์ในระดับบัณฑิตศึกษา ได้แก่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และจากมหาวิทยาลัยเอกชน 2 แห่ง ซึ่งเปิดสอนหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทางการสื่อสารและมีมหาบัณฑิตจบการศึกษาแล้ว ได้แก่ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และมหาวิทยาลัยเกริก โดยจะศึกษาจากงานวิจัยที่เผยแพร่ ณ สำนักหอสมุดของแต่ละมหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ. 2538 ถึง พ.ศ. 2547 เท่านั้น

ทั้งนี้ งานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารทั้งหมดนั้น จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การจัดการทางการสื่อสารขององค์กรทั่วไป ซึ่งไม่รวมถึงองค์กรทางการเมือง เนื่องจากจะไปซ้ำซ้อนกับสาขาวิชาการสื่อสารทางการเมือง และอีกส่วนหนึ่งนั้นจะเป็นการจัดการทางการสื่อสารขององค์กรทางด้านสื่อสารมวลชน ซึ่งในที่นี้จะเรียกว่า การบริหารสื่อสารมวลชน โดยในส่วนหลังนี้จะศึกษาเฉพาะสื่อมวลชนหลัก ๆ 4 ประเภท ได้แก่ สิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์และนิตยสาร) วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์เท่านั้น

2. ในการสังเคราะห์งานวิจัย ประชากรเป้าหมาย คือ งานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารจากการวิเคราะห์เนื้อหาข้างต้น เฉพาะงานวิจัยเชิงปริมาณที่เป็นการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์หรือมีการเปรียบเทียบความแตกต่างหรือหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยได้มีการคัดเลือกงานวิจัยที่มีการรายงานข้อมูลสำหรับการสังเคราะห์ครบถ้วนมาเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 เรื่อง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบบันทึกข้อมูล สำหรับกรอกข้อมูลจากงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารตามประเด็นต่าง ๆ ที่ได้วางแนวทางไว้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองเป็นหลัก แต่ในช่วงแรกได้มีการตรวจสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ของการลงรหัส โดยผู้วิจัยได้สุ่มเลือกงานวิจัยในการวิเคราะห์เนื้อหา 25 เรื่องและในการสังเคราะห์งานวิจัยด้วยวิธีการ Meta-Analysis 5 เรื่อง แล้วให้ผู้ช่วยวิจัยซึ่งมีคุณสมบัติในระดับปริญญาโทบันทึกข้อมูลแยกกับผู้วิจัย หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้ในแต่ละประเด็นมาเปรียบเทียบกัน โดยใช้สูตรการคำนวณค่าความเชื่อถือได้ในการลงรหัส (Intercoder Reliability Coefficient) ของ Holsti (1969) ดังนี้

$$R = \frac{2M}{N_i + N_j}$$

R คือ ค่าความเชื่อถือได้

M คือ จำนวนหน่วยของเนื้อหาที่ผู้ลงรหัสวินิจฉัยสอดคล้องกัน

N_i คือ จำนวนหน่วยของเนื้อหาที่ผู้ลงรหัสคนที่ i วินิจฉัย

N_j คือ จำนวนหน่วยของเนื้อหาที่ผู้ลงรหัสคนที่ j วินิจฉัย

ผลการทดสอบในตัวแปรที่จำเป็นต้องใช้การวินิจฉัยจากผู้ลงรหัสพบว่า ได้ค่าความเชื่อถือได้อยู่ในระดับสูง ดังนั้นผู้วิจัยจึงลงรหัสต่อไปจนครบทุกเรื่อง (ดูตารางที่ 3.1)

ตารางที่ 3.1

ค่าความเชื่อถือได้ในการลงรหัส

ตัวแปร	ค่าความเชื่อถือได้ (R)
ขอบข่ายของการวิจัย	0.88
ประเภทของงานวิจัย	0.98
ตัวแปรอิสระ	0.86
ตัวแปรตาม	0.88

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ได้แบ่งใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิเคราะห์เนื้อหา นั้น ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ในการอธิบายคุณลักษณะของงานวิจัย ขอบข่ายของการวิจัย และประเภทของการวิจัย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณนั้น ได้แปลงค่าสถิติต่าง ๆ ของคู่ความสัมพันธ์ทั้งหมดให้เป็นดัชนีมาตรฐานอาจเป็นในรูปของขนาดอิทธิพล หรือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จากสูตรคำนวณของ Glass, McGaw and Smith (1981) ดังนี้

2.1 การหาดัชนีมาตรฐานจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วย t-test

$$d = t \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}$$

2.2 การหาดัชนีมาตรฐานจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วย F-test

$$d = 2f \sqrt{\frac{3(k-1)}{(k+1)}}$$

เมื่อ $f = \frac{\eta^2}{1 - \eta^2}$ และ

$$\eta^2 = \frac{F(k-1)}{F(k-1) + (N-k)}$$

2.3 การหาดัชนีมาตรฐานจากทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วย Chi-square

$$r = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + N}}$$

อย่างไรก็ตาม ในการวิจัยครั้งนี้จะใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นดัชนีมาตรฐานในการสังเคราะห์ผลการวิจัย เนื่องจากหากพิจารณาที่ขนาดความสัมพันธ์จะพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 เท่านั้น ทำให้ง่ายต่อการตีความ ดังนั้นหากผลการคำนวณข้างต้นได้เป็นขนาดอิทธิพล จะนำมาแปลงเป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อีกครั้งหนึ่ง ดังนี้

$$r = d \sqrt{\frac{N}{Nd^2 + 4N - 8}}$$

- โดย d คือ ขนาดอิทธิพล
 r คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
 t คือ ค่าสถิติ t
 F คือ ค่าสถิติ F
 χ^2 คือ ค่าสถิติ Chi-square
 n_1 คือ จำนวนตัวอย่างในกลุ่มที่ 1
 n_2 คือ จำนวนตัวอย่างในกลุ่มที่ 2
 k คือ จำนวนกลุ่ม
 N คือ จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

ทั้งนี้เพื่อให้การตีความค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สื่อความหมายได้ตรงกัน ในที่นี้จึงยึดความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเดวิส (Davis' Descriptors) ในการตีความ (ผ่องพรรณ ตรียมงคลกุล และสุภาพ ฉัตรภรณ์, 2543) (ดูตารางที่ 3.2)

ตารางที่ 3.2
ความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเดวิส

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	ความหมาย
0.70 หรือสูงกว่า	มีความสัมพันธ์กันสูงมาก
0.50-0.69	มีความสัมพันธ์กันสูง
0.30-0.49	มีความสัมพันธ์กันปานกลาง
0.10-0.29	มีความสัมพันธ์กันต่ำ
0.01-0.09	แทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

หลังจากนั้นจึงนำดัชนีมาตรฐานในรูปของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มาวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance) โดยจำแนกตามตัวแปรปรับ หรือคุณลักษณะของงานวิจัย และกลุ่มของตัวแปร ซึ่งใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window ในการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 4

ภาพรวมของงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสาร

งานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในประเทศไทยที่รวบรวมมาได้มีทั้งหมด 414 เรื่อง โดยแต่ละเรื่องเปรียบเสมือนเป็นชิ้นส่วนที่จะทำให้นักวิจัยการจัดการทางการสื่อสารมองเห็นภาพรวมของสถานภาพองค์ความรู้ได้ อย่างไรก็ตาม ภาพรวมดังกล่าวนั้นอาจมองได้หลายมิติ ดังนั้นในที่นี้จึงได้นำงานวิจัยทั้งหมดนั้นมาวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อแจกแจงงานวิจัยในแต่ละมิติ รวมทั้งมีการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างมิติต่าง ๆ ด้วย โดยมิติที่ศึกษานั้น ได้แก่ ปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่ สถาบันที่สังกัด ขอบข่ายของการวิจัย และประเภทของการวิจัย

ปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่

ในรอบทศวรรษก่อนหน้านี้งานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารมีกระจายอยู่ทั่วทุกปีในสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก แม้ว่าในช่วงแรกยังไม่มีการเปิดการเรียนการสอนสาขาวิชางานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในระดับบัณฑิตศึกษาก็ตาม นั้นแสดงว่า งานวิจัยที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดการทางการสื่อสารได้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยทางการสื่อสารมาโดยตลอด และค่อนข้างคงเส้นคงวาในแต่ละปี อย่างไรก็ตามใน 3 ปีหลัง (พ.ศ. 2545-2547) พบว่า มีงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารของแต่ละปีมีจำนวนมากที่สุด โดยสูงสุดที่ปี พ.ศ. 2545 ซึ่งนอกจากน่าจะเป็นเพราะนักศึกษาทางการสื่อสารให้ความสนใจในประเด็นที่เกี่ยวกับการจัดการทางการสื่อสารเพิ่มมากขึ้นแล้วก็น่าจะเป็นเพราะมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เริ่มมีมหาบัณฑิตที่จบการศึกษาทางด้านจัดการการสื่อสาร ซึ่งเปิดมาก่อนหน้านั้น 2-3 ปี ทั้งนี้โดยภาพรวมมีแนวโน้มว่างานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารจะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต แต่อาจจะมิได้เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด แต่ก็น่าจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ดูตารางที่ 4.1)

ตารางที่ 4.1

จำนวนและร้อยละของปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่

ปี พ.ศ. ที่เผยแพร่	จำนวน (เรื่อง)	ร้อยละ
2538	19	4.6
2539	39	9.4
2540	35	8.5
2541	42	10.1
2542	32	7.7
2543	25	6.0
2544	46	11.1
2545	64	15.5
2546	53	12.8
2547	59	14.3
รวม	414	100.0

ยิ่งไปกว่านั้น หากนำช่วงปี พ.ศ. ที่งานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารเผยแพร่มาแบ่งเป็น 2 ช่วง เป็นช่วงทศวรรษแรก (พ.ศ. 2538-2542) และช่วงทศวรรษหลัง (พ.ศ. 2543-2547) เพื่อเปรียบเทียบปริมาณงานวิจัยในแต่ละทศวรรษ ซึ่งพบว่า งานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในทศวรรษหลังมีมากกว่างานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในทศวรรษแรกถึงเกือบร้อยละ 20 อันส่งผลให้การจัดการทางการสื่อสารมีรากฐานขององค์ความรู้เพิ่มพูนขึ้น และจะช่วยให้เป็นศาสตร์ที่แข็งแกร่งขึ้น หากงานวิจัยเหล่านั้นมีคุณภาพเพียงพอ (ดูตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2

จำนวนและร้อยละของช่วงปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่

ช่วงปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่	จำนวน (เรื่อง)	ร้อยละ
2538 – 2542	167	40.3
2543 – 2547	247	59.7
รวม	414	100.0

สถาบันที่สังกัด

งานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารเกือบทั้งหมดเป็นของมหาวิทยาลัยของรัฐสองแห่งที่เปิดการเรียนการสอนในระดับบัณฑิตศึกษาทางด้านการสื่อสารมาก่อนนับสิบปี ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งทั้งสองแห่งนี้มีจำนวนงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารมากกว่ามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ไม่ถึงร้อยละ 5 ส่วนมหาวิทยาลัยเอกชนสองแห่งที่มีการเปิดการเรียนการสอนทางด้านที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทางการสื่อสาร พบว่า มีงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารรวมกันไม่ถึงร้อยละ 10 อย่างไรก็ตามมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตมีมากกว่ามหาวิทยาลัยเกริก (ดูตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3

จำนวนและร้อยละของสถาบันที่สังกัด

สถาบันที่สังกัด	จำนวน (เรื่อง)	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	182	44.0
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	204	49.3
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	21	5.1
มหาวิทยาลัยเกริก	7	1.7
รวม	414	100.0

หากพิจารณาสถาบันที่สังกัด จำแนกตามปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่ จะพบว่า มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มีงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในสัดส่วนมากที่สุดในปี พ.ศ. 2543 รองลงมา คือ ปี พ.ศ. 2547 และปี พ.ศ. 2546 ตามลำดับ โดยสามปีดังกล่าวมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มีงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในสัดส่วนที่มากกว่า 3 ใน 5 ส่วนจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยนั้น พบว่า มีงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในสัดส่วนมากที่สุดในปี พ.ศ. 2542 รองลงมา คือ ปี พ.ศ. 2540 โดยสองปีดังกล่าว จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในสัดส่วนถึง 4 ใน 5 สำหรับมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตนั้นเริ่มมีงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในปี พ.ศ. 2544 และมหาวิทยาลัยเกริกเริ่มมีงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในปี พ.ศ. 2546 (ดูตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4

จำนวนและร้อยละของสถาบันที่สังกัด จำแนกตามปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่

ปี พ.ศ. ที่เผยแพร่	สถาบันที่สังกัด				รวม
	มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์	จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัย ธุรกิจบัณฑิต	มหาวิทยาลัย เกริก	
2538	7 (36.8)	12 (63.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	19 (100.0)
2539	10 (25.6)	29 (74.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	39 (100.0)
2540	7 (20.0)	28 (80.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	35 (100.0)
2541	17 (40.5)	22 (52.4)	3 (7.1)	0 (0.0)	42 (100.0)
2542	5 (15.6)	27 (84.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	32 (100.0)
2543	17 (68.0)	8 (32.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	25 (100.0)
2544	16 (34.8)	25 (54.3)	5 (10.9)	0 (0.0)	46 (100.0)
2545	35 (54.7)	22 (34.4)	7 (10.9)	0 (0.0)	64 (100.0)
2546	32 (60.4)	16 (30.2)	1 (1.9)	4 (7.5)	53 (100.0)
2547	36 (61.0)	15 (25.4)	5 (8.5)	3 (5.1)	59 (100.0)

ทั้งนี้หากพิจารณาสถาบันที่สังกัด จำแนกตามช่วงปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่จะทำให้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น กล่าวคือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในช่วงครึ่งทศวรรษแรกมากกว่าช่วงครึ่งทศวรรษหลัง เช่นเดียวกับมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตและมหาวิทยาลัยเกริก ขณะที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์จะมีงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในช่วงครึ่งทศวรรษหลังมากกว่าช่วงครึ่งทศวรรษแรก (ดูตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5

จำนวนและร้อยละของสถาบันที่สังกัด จำแนกตามช่วงปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่

ปี พ.ศ. ที่เผยแพร่	สถาบันที่สังกัด				รวม
	มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์	จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัย ธุรกิจบัณฑิต	มหาวิทยาลัย เกริก	
2538 – 2542	46 (27.5)	118 (70.7)	3 (1.8)	0 (0.0)	167 (100.0)
2543 – 2547	136 (55.1)	86 (34.8)	18 (7.3)	7 (2.8)	247 (100.0)

ขอบข่ายของงานวิจัย

ขอบข่ายของการวิจัยการจัดการทางการสื่อสารนั้น สามารถแบ่งเป็นมิติการมองได้ 2 มิติ คือ มิติของกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร และมิติที่เป็นจุดเน้นของการวิจัย ดังนี้

กลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร

หากแบ่งงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารตามกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสารจะแบ่งได้เป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร และกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กร ซึ่งพบว่า สัดส่วนระหว่างงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่เน้นกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรต่องานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่เน้นกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กรนั้น คือ 2:3 หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า งานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่เน้นกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กรมีมากกว่างานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่เน้นกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรนั่นเอง (ดูตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6

จำนวนและร้อยละของกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร

กลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร	จำนวน (เรื่อง)	ร้อยละ
ภายในองค์กร	169	40.8
ภายนอกองค์กร	245	59.2
รวม	414	100.0

เมื่อจำแนกกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสารการจัดการทางการสื่อสารตามปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่ พบว่า เกือบทุกปีมีงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่เน้นกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กรมากกว่างานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่เน้นกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร ยกเว้นปี พ.ศ. 2545 และปี พ.ศ. 2547 เท่านั้นที่พบงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่เน้นกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กรน้อยกว่างานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่เน้นกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร อย่างไรก็ตามเป็นสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก (ดูตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7

จำนวนและร้อยละของกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร จำแนกตามปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่

ปี พ.ศ. ที่เผยแพร่	กลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร		รวม
	ภายในองค์กร	ภายนอกองค์กร	
2538	8 (42.1)	11 (57.9)	19 (100.0)
2539	14 (35.9)	25 (64.1)	39 (100.0)
2540	13 (37.1)	22 (62.9)	35 (100.0)
2541	13 (31.0)	29 (69.0)	42 (100.0)
2542	15 (46.9)	17 (53.1)	32 (100.0)
2543	9 (36.0)	16 (64.0)	25 (100.0)
2544	10 (21.7)	36 (78.3)	46 (100.0)
2545	33 (51.6)	31 (48.4)	64 (100.0)
2546	23 (43.4)	30 (56.6)	53 (100.0)
2547	31 (52.5)	28 (47.5)	59 (100.0)

อย่างไรก็ตามหากพิจารณาเปรียบเทียบในช่วงครึ่งทศวรรษแรกกับครึ่งทศวรรษหลังพบว่า ทั้งสองช่วงเวลามีงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่เน้นกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กรมากกว่างานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่เป็นงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่เน้นกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร แต่หากพิจารณาเปรียบเทียบในสัดส่วนที่เท่ากันแล้ว จะพบว่า ในช่วงครึ่งทศวรรษหลังจะมีงานวิจัยการจัดการ

ทางการสื่อสารที่เน้นกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรมากกว่าช่วงครึ่งทศวรรษแรก ขณะที่ในช่วงครึ่งทศวรรษแรกจะมีงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่เน้นกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กรมากกว่าช่วงครึ่งทศวรรษหลัง (ดูตารางที่ 4.8)

ตารางที่ 4.8

จำนวนและร้อยละของกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร จำแนกตามช่วงปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่

ช่วงปี พ.ศ. ที่เผยแพร่	กลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร		รวม
	ภายในองค์กร	ภายนอกองค์กร	
2538-2542	63 (37.7)	104 (62.3)	167 (100.0)
2543-2547	106 (42.9)	141 (57.1)	247 (100.0)

เมื่อพิจารณากลุ่มเป้าหมายของการสื่อสารการจัดการทางการสื่อสาร จำแนกตามสถาบันที่สังกัด พบว่า มหาวิทยาลัยมีงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่เน้นกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กรมากกว่างานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่เน้นกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร และหากพิจารณาเปรียบเทียบในสัดส่วนที่เท่ากันแล้ว จะพบว่า กลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรมีการวิจัยที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตในสัดส่วนที่มากที่สุด แต่ก็ใกล้เคียงกับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในขณะที่กลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กรมีการวิจัยที่มหาวิทยาลัยเกริกในสัดส่วนที่มากที่สุด รองลงมา คือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต แต่ก็ไม่แตกต่างกันมากนัก (ดูตารางที่ 4.9)

ตารางที่ 4.9

จำนวนและร้อยละของกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร จำแนกตามสถาบันที่สังกัด

สถาบันที่สังกัด	กลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร		รวม
	ภายในองค์กร	ภายนอกองค์กร	
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	77 (42.3)	105 (57.7)	182 (100.0)
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	81 (39.7)	123 (60.3)	204 (100.0)
มหาวิทยาลัย ธุรกิจบัณฑิต	9 (42.9)	12 (57.1)	21 (100.0)
มหาวิทยาลัยเกริก	2 (28.6)	5 (71.4)	7 (100.0)

จุดเน้นของการวิจัย

ขอบข่ายของการวิจัยของการจัดการทางการสื่อสารในมิติที่เป็นจุดเน้นของการวิจัยนี้ จะพิจารณาแยกตามกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสารที่จำแนกไว้ข้างต้น คือ กลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรและกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กร ซึ่งพบว่า ในส่วนงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่เน้นกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรนั้น เกือบครึ่งหนึ่งเป็นการศึกษาผลกระทบของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อขององค์กร รองลงมาเกือบ 1 ใน 3 เป็นการศึกษาเรื่องการใช้สื่อขององค์กร และประมาณ 1 ใน 5 เป็นการศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารจากสื่อขององค์กร โดยมีเพียงเล็กน้อยเท่านั้นที่ศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการสื่อสารของตนในองค์กร และปัญหาของการสื่อสารในองค์กร สำหรับงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่เน้นกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กร แบ่งได้เป็นสองขอบข่าย คือ เป็นการศึกษาเรื่องนโยบาย แผน หรือกลยุทธ์ในการสื่อสาร และการประเมินผล การสื่อสาร โดยเป็นการศึกษาในขอบข่ายแรกมากกว่าอีกขอบข่ายเพียงเล็กน้อย (ดูตารางที่ 4.10)

ตารางที่ 4.10

จำนวนและร้อยละของจุดเน้นของการวิจัย

จุดเน้นของการวิจัย	จำนวน (เรื่อง)	ร้อยละ
<u>กลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร</u>		
การใช้สื่อขององค์กร	50	29.6
การเปิดรับข่าวสารจากสื่อขององค์กร	35	20.7
ผลกระทบจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อขององค์กร	77	45.6
ปัญหาของการสื่อสารในองค์กร	2	1.2
ความสามารถในการสื่อสารของคนในองค์กร	5	3.0
รวม	169	100.0
<u>กลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กร</u>		
นโยบาย แผน หรือกลยุทธ์ในการสื่อสาร	144	58.8
การประเมินผลการสื่อสาร	101	41.2
รวม	245	100.0

เมื่อพิจารณาจุดเน้นของการวิจัยที่มีกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร จำแนกตามปี พ.ศ. ที่เผยแพร่พบว่า ประเด็นผลกระทบจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อขององค์กรมีการวิจัยกันมากที่สุดในเกือบทุกปี ยกเว้นปี พ.ศ. 2544 ปี พ.ศ. 2546 และปี พ.ศ. 2547 เท่านั้นที่มีการวิจัยในประเด็นการใช้สื่อขององค์กรมากที่สุด หากพิจารณาเปรียบเทียบในสัดส่วนที่เท่ากันแล้ว จะพบว่า ประเด็นการใช้สื่อขององค์กรมีการวิจัยมากที่สุดในปี พ.ศ. 2547 ประเด็นการเปิดรับข่าวสารจากสื่อขององค์กรมีการวิจัยมากที่สุดในปี พ.ศ. 2538 ประเด็นผลกระทบจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อขององค์กรมีการวิจัยมากที่สุดในปี พ.ศ. 2539 ประเด็นปัญหาของการสื่อสารในองค์กรมีการวิจัยมากที่สุดในปี พ.ศ. 2547 และประเด็นความสามารถในการสื่อสารของคนในองค์กรมีการวิจัยมากที่สุดในปี พ.ศ. 2544 (ดูตารางที่ 4.11)

ตารางที่ 4.11
จำนวนและร้อยละของจุดเน้นของการวิจัยที่มีกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร
จำแนกตามปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่

ปี พ.ศ. ที่เผยแพร่	ขอบข่ายของการวิจัย					รวม
	การใช้สื่อ ขององค์กร	การเปิดรับข่าวสาร จากสื่อขององค์กร	ผลกระทบจาก การเปิดรับข่าวสาร จากสื่อขององค์กร	ปัญหาของการ สื่อสารใน องค์กร	ความสามารถใน การสื่อสารของ คนในองค์กร	
2538	1 (12.5)	3 (37.5)	4 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (100.0)
2539	1 (7.1)	3 (21.4)	10 (71.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	14 (100.0)
2540	3 (23.1)	1 (7.7)	9 (69.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	13 (100.0)
2541	1 (7.7)	3 (23.1)	9 (69.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	13 (100.0)
2542	4 (26.7)	1 (6.7)	9 (60.0)	0 (0.0)	1 (6.7)	15 (100.0)
2543	3 (33.3)	2 (22.2)	4 (44.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	9 (100.0)
2544	4 (40.0)	1 (10.0)	3 (30.0)	0 (0.0)	2 (20.0)	10 (100.0)
2545	11 (33.3)	6 (18.2)	13 (39.4)	1 (3.0)	2 (6.1)	33 (100.0)
2546	9 (39.1)	8 (34.8)	6 (26.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	23 (100.0)
2547	13 (41.9)	7 (22.6)	10 (32.3)	1 (3.2)	0 (0.0)	31 (100.0)

หากพิจารณาจุดเน้นของการวิจัยที่มีกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร จำแนกตามช่วงปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่ พบว่า ในช่วงครึ่งทศวรรษแรกมีการวิจัยในประเด็นผลกระทบจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อขององค์กรมากที่สุด ในขณะที่ในช่วงครึ่งทศวรรษหลังการใช้สื่อขององค์กรมากที่สุด หากพิจารณาเปรียบเทียบในสัดส่วนที่เท่ากันแล้ว จะพบว่า ในประเด็นผลกระทบจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อขององค์กร มีการวิจัยในครึ่งทศวรรษแรกในสัดส่วนที่มากกว่าครึ่งทศวรรษหลัง ส่วนประเด็นอื่น ๆ ที่เหลือทั้งหมดมีการวิจัยในครึ่งทศวรรษหลังในสัดส่วนที่มากกว่าครึ่งทศวรรษแรก (ดูตารางที่ 4.12)

ตารางที่ 4.12
จำนวนและร้อยละของจุดเน้นของการวิจัยที่มีกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร
จำแนกตามช่วงปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่

ช่วงปี พ.ศ. ที่เผยแพร่	จุดเน้นของการวิจัย					รวม
	การใช้สื่อ ขององค์กร	การเปิดรับข่าวสาร จากสื่อขององค์กร	ผลกระทบจาก การเปิดรับข่าวสาร จากสื่อขององค์กร	ปัญหาของการ สื่อสารใน องค์กร	ความสามารถใน การสื่อสารของ คนในองค์กร	
2538-2542	10 (15.9)	11 (17.5)	41 (65.1)	0 (0.0)	1 (1.6)	63 (100.0)
2543-2547	40 (37.7)	24 (22.6)	36 (34.0)	2 (1.9)	4 (3.8)	106 (100.0)

เมื่อพิจารณาจุดเน้นของการวิจัยที่มีกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กร จำแนกตามปี พ.ศ. ที่เผยแพร่ พบว่า ประเด็นนโยบาย แผน หรือกลยุทธ์ในการสื่อสารมีการทำวิจัยกันมาที่สูงสุดในเกือบทุกปี ยกเว้นปี พ.ศ. 2539 และปี พ.ศ. 2540 เท่านั้นที่มีการศึกษาในประเด็นการประเมินผลการสื่อสารมากที่สุด หากพิจารณาเปรียบเทียบในสัดส่วนที่เท่ากันแล้ว จะพบว่า ประเด็นนโยบาย แผน หรือกลยุทธ์ในการสื่อสารมีการวิจัยมากที่สุดในปี พ.ศ. 2547 ส่วนประเด็นการประเมินผลการสื่อสารมีการวิจัยมากที่สุดในปี พ.ศ. 2540 ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับปี พ.ศ. 2539 (ดูตารางที่ 4.13)

ตารางที่ 4.13
จำนวนและร้อยละของจุดเน้นของการวิจัยที่มีกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กร
จำแนกตามปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่

ปี พ.ศ. ที่เผยแพร่	จุดเน้นของงานวิจัย		รวม
	นโยบาย แผน หรือ กลยุทธ์ในการสื่อสาร	การประเมินผล การสื่อสาร	
2538	6 (54.5)	5 (45.5)	11 (100.0)
2539	8 (32.0)	17 (68.0)	25 (100.0)
2540	7 (31.8)	15 (68.2)	22 (100.0)
2541	16 (55.2)	13 (44.8)	29 (100.0)
2542	10 (58.8)	7 (41.2)	17 (100.0)
2543	12 (75.0)	4 (25.0)	16 (100.0)
2544	22 (61.1)	14 (38.9)	36 (100.0)
2545	21 (67.7)	10 (32.3)	31 (100.0)
2546	17 (56.7)	13 (43.3)	30 (100.0)
2547	25 (89.3)	3 (10.7)	28 (100.0)

ทั้งนี้หากพิจารณาจุดเน้นของการวิจัยที่มีกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กร จำแนกตามช่วงปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่ พบว่า ประเด็นนโยบาย แผน หรือกลยุทธ์ในการสื่อสาร จะมีการวิจัยในครั้งทศวรรษหลังมากกว่าครั้งทศวรรษแรก ในทางตรงกันข้ามประเด็นการประเมินผลการสื่อสารจะมีการวิจัยในครั้งทศวรรษแรกมากกว่าครั้งทศวรรษหลัง (ดูตารางที่ 4.14)

ตารางที่ 4.14

จำนวนและร้อยละของจุดเน้นของการวิจัยที่มีกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กร
จำแนกตามช่วงปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่

ช่วงปี พ.ศ. ที่เผยแพร่	จุดเน้นของงานวิจัย		รวม
	นโยบาย แผน หรือ กลยุทธ์ในการสื่อสาร	การประเมินผล การสื่อสาร	
2538-2542	47 (45.2)	57 (54.8)	104 (100.0)
2543-2547	97 (68.8)	44 (31.2)	141 (100.0)

เมื่อพิจารณาจุดเน้นของการวิจัยที่มีกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร จำแนกตามสถาบันที่สังกัด พบว่า ทุกมหาวิทยาลัยมีการวิจัยในประเด็นผลกระทบจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อขององค์กรมากที่สุด โดยเกือบทุกมหาวิทยาลัยมีการวิจัยในประเด็นดังกล่าวไม่ต่ำกว่าครึ่งหนึ่งของงานวิจัยการจัดการทาง การสื่อสารทั้งหมด ยกเว้นเพียงมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ที่มีอยู่ราว 1 ใน 3 หากพิจารณาเปรียบเทียบใน สัดส่วนที่เท่ากันแล้ว จะพบว่า ในประเด็นการใช้สื่อขององค์กรมีการวิจัยที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์มาก ที่สุด ประเด็นการเปิดรับข่าวสารจากสื่อขององค์กรมีการวิจัยที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มากที่สุด ส่วน ประเด็นผลกระทบจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อขององค์กรมีการวิจัยที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์มากที่สุด เช่นกัน สำหรับประเด็นปัญหาของการสื่อสารในองค์กรมีการวิจัยที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มากที่สุด และ ความสามารถในการสื่อสารของคนในองค์กรมีการวิจัยที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมากที่สุด (ดูตารางที่ 4.15)

ตารางที่ 4.15

จำนวนและร้อยละของจุดเน้นของการวิจัยที่มีกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร
จำแนกตามสถาบันที่สังกัด

สถาบันที่ สังกัด	จุดเน้นของการวิจัย					รวม
	การใช้สื่อ ขององค์กร	การเปิดรับข่าวสาร จากสื่อขององค์กร	ผลกระทบจาก การเปิดรับข่าวสาร จากสื่อขององค์กร	ปัญหาของการ สื่อสารใน องค์กร	ความสามารถใน การสื่อสารของ คนในองค์กร	
มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์	23 (29.9)	24 (31.2)	28 (36.4)	2 (2.6)	0 (0.0)	77 (100.0)
จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	24 (29.6)	9 (11.1)	43 (53.1)	0 (0.0)	5 (6.2)	81 (100.0)
มหาวิทยาลัย ธุรกิจบัณฑิตย์	3 (33.3)	1 (11.1)	5 (55.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	9 (100.0)
มหาวิทยาลัย เกริก	0 (0.0)	1 (50.0)	1 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (100.0)

เมื่อพิจารณาจุดเน้นของการวิจัยที่มีกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กร จำแนกตามสถาบันที่สังกัด พบว่า มหาวิทยาลัยของรัฐทั้งสองแห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีการวิจัยในประเด็นนโยบาย แผน หรือกลยุทธ์ในการสื่อสารมากกว่าประเด็นการประเมินผลการสื่อสาร ในขณะที่มหาวิทยาลัยเอกชนทั้งสองแห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และมหาวิทยาลัยเกริกมีการวิจัยในประเด็นการประเมินผลการสื่อสารมากกว่าประเด็นนโยบาย แผน หรือกลยุทธ์ในการสื่อสาร หากพิจารณาเปรียบเทียบในสัดส่วนที่เท่ากันแล้ว จะพบว่า ในประเด็นนโยบาย แผน หรือกลยุทธ์ในการสื่อสารมีการวิจัยที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มากที่สุด ส่วนประเด็นการประเมินผลการสื่อสารมีการวิจัยที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตมากที่สุด (ดูตารางที่ 4.16)

ตารางที่ 4.16

จำนวนและร้อยละของจุดเน้นของการวิจัยที่มีกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กร
จำแนกตามสถาบันที่สังกัด

สถาบันที่สังกัด	จุดเน้นของงานวิจัย		รวม
	นโยบาย แผน หรือ กลยุทธ์ในการสื่อสาร	การประเมินผล การสื่อสาร	
มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์	75 (70.8)	30 (28.6)	105 (100.0)
จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	66 (53.7)	57 (46.3)	123 (100.0)
มหาวิทยาลัย ธุรกิจบัณฑิต	2 (16.7)	10 (83.3)	12 (100.0)
มหาวิทยาลัย เกริก	1 (20.0)	4 (80.0)	5 (100.0)

ประเภทของการวิจัย

แม้ว่าแนวทางการวิจัยที่ให้ความสำคัญกับความเป็นมนุษย์ เน้นการค้นหาคำความจริงด้วยอัตวิสัย (Subjectivity) ผ่านการวิจัยเชิงคุณภาพ จะได้รับความนิยมในปลายศตวรรษที่ 20 แต่แนวทางการวิจัยแบบ ศาสตร์ ซึ่งใช้คตินิทัศน์ (Paradigm) แบบปฏิฐานนิยม (Positivism) ซึ่งทรงอิทธิพลในศตวรรษที่ 18 ถึง กลางศตวรรษที่ 20 ยังมีผลมาถึงการวิจัยในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้พบงานวิจัยการจัดการ การสื่อสารที่ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยมีการวิจัยเชิง ปริมาณมากกว่าการวิจัยเชิงคุณภาพเพียงเล็กน้อย ทั้งนี้พบว่า มีงานวิจัยอยู่ส่วนหนึ่งที่ใช้ทั้งการวิจัยเชิง ปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ อย่างไรก็ตามเมื่อศึกษาในรายละเอียดมักพบว่า เป็นการใช้ในลักษณะที่เป็น การส่งต่อข้อมูลจากการวิจัยประเภทหนึ่งไปยังการวิจัยอีกประเภทหนึ่งมากกว่าที่จะใช้เพื่อให้ผลการวิจัยมี ความแม่นยำ เชื่อถือได้ (ดูตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17
จำนวนและร้อยละของประเภทของการวิจัย

ประเภทของการวิจัย	จำนวน (เรื่อง)	ร้อยละ
การวิจัยเชิงปริมาณ	191	46.1
การวิจัยเชิงคุณภาพ	185	44.7
การวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ	38	9.2
รวม	414	100.0

ถ้าพิจารณาประเภทของการวิจัย จำแนกตามปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่ในสัดส่วนที่เท่ากันแล้ว พบว่า งานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารจะใช้การวิจัยเชิงปริมาณมากที่สุดในปี พ.ศ. 2539 และใช้การวิจัยเชิงคุณภาพมากที่สุดในปี พ.ศ. 2547 โดยการใช้ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพพบมากที่สุดในปี พ.ศ. 2540 (ดูตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18

จำนวนและร้อยละของประเภทของงานวิจัย จำแนกตามปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่

ปี พ.ศ. ที่เผยแพร่	ประเภทของงานวิจัย			รวม
	การวิจัยเชิง ปริมาณ	การวิจัยเชิง คุณภาพ	การวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ	
2538	9 (47.4)	9 (47.4)	1 (5.3)	19 (100.0)
2539	26 (66.7)	8 (20.5)	5 (12.8)	39 (100.0)
2540	20 (57.1)	10 (28.6)	5 (14.3)	35 (100.0)
2541	21 (50.0)	17 (40.5)	4 (9.5)	42 (100.0)
2542	17 (53.1)	13 (40.6)	2 (6.3)	32 (100.0)
2543	8 (32.0)	14 (56.0)	3 (12.0)	25 (100.0)
2544	22 (47.8)	19 (41.3)	5 (10.9)	46 (100.0)
2545	27 (42.2)	34 (53.1)	3 (4.7)	64 (100.0)
2546	24 (45.3)	24 (45.3)	5 (9.4)	53 (100.0)
2547	17 (28.8)	37 (62.7)	5 (8.5)	59 (100.0)

หากพิจารณาประเภทของการวิจัย จำแนกตามช่วงปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่ จะทำให้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น กล่าวคือ ในครึ่งทศวรรษแรกนั้นงานวิจัยส่วนใหญ่เป็นเชิงปริมาณ แต่ในครึ่ง ทศวรรษหลังกลับพบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่เป็นเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นลำดับที่สอดคล้องกับกระแสแนวทางการวิจัยที่กล่าวไว้ข้างต้น แม้ว่าจะเกิดขึ้นในประเทศไทยช้ากว่าก็ตาม ส่วนการวิจัยแบบผสมทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ แม้ว่าจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นตามช่วงเวลา แต่กลับมีสัดส่วนลดลงในช่วงทศวรรษหลัง โดยน้ำหนักจะไปตกอยู่กับการวิจัยประเภทใดประเภทหนึ่งเพียงประเภทเดียวมากกว่า ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นว่า มีการยอมรับแนวทางการวิจัยทั้งสองแนวทางว่า สามารถสร้างองค์ความรู้ได้ เพียงแต่มีสมมติคติ (Assumption) ในการมองความจริงต่างกัน และไม่จำเป็นต้องใช้ทั้งสองแนวทางผสมกัน (ดูตารางที่ 4.19)

ตารางที่ 4.19

จำนวนและร้อยละของกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร จำแนกตามช่วงปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่

ช่วงปี พ.ศ. ที่เผยแพร่	ประเภทของงานวิจัย			รวม
	การวิจัยเชิง ปริมาณ	การวิจัยเชิง คุณภาพ	การวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ	
2538-2542	93 (55.7)	57 (34.1)	17 (10.2)	167 (100.0)
2543-2547	98 (39.7)	128 (51.8)	21 (8.5)	247 (100.0)

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาประเภทของงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสาร จำแนกตามสถาบันที่สังกัด พบว่า มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จะใช้การวิจัยเชิงคุณภาพมากที่สุด ในขณะที่สามมหาวิทยาลัยที่เหลือ ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และมหาวิทยาลัยเกริก จะใช้การวิจัยเชิงปริมาณมากที่สุด แต่ในส่วนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีสัดส่วนการใช้ประเภทการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพไม่แตกต่างกันมากนัก ทั้งนี้หากพิจารณาเปรียบเทียบในสัดส่วนที่เท่ากันแล้ว จะพบว่า การวิจัยเชิงปริมาณพบที่มหาวิทยาลัยเกริกมากที่สุด การวิจัยเชิงคุณภาพพบที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มากที่สุด และการวิจัยที่ใช้ทั้งสองรูปแบบพบที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมากที่สุด (ดูตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 4.20

จำนวนและร้อยละของประเภทของงานวิจัย จำแนกตามสถาบันที่สังกัด

สถาบันที่สังกัด	ประเภทของงานวิจัย			รวม
	การวิจัยเชิง ปริมาณ	การวิจัยเชิง คุณภาพ	การวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ	
มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์	78 (42.9)	88 (48.4)	16 (8.8)	182 (100.0)
จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	92 (45.1)	90 (44.1)	22 (10.8)	204 (100.0)
มหาวิทยาลัย ธุรกิจบัณฑิตย์	15 (71.4)	6 (28.6)	0 (0.0)	21 (100.0)
มหาวิทยาลัย เกริก	6 (85.7)	1 (14.3)	0 (0.0)	7 (100.0)

หากพิจารณาประเภทของงานวิจัย จำแนกตามกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร พบว่า งานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่เน้นกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรนิยมใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ในขณะที่งานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่เน้นกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กรนิยมใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ และหากพิจารณาเปรียบเทียบในสัดส่วนที่เท่ากันแล้ว จะพบว่า การวิจัยแบบผสมนั้นพบในงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่เน้นกลุ่มเป้าหมายภายนอกองค์กรมากกว่างานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่เน้นกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร (ดูตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.21

จำนวนและร้อยละของประเภทของงานวิจัย จำแนกตามกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร

กลุ่มเป้าหมายของ การสื่อสาร	ประเภทของงานวิจัย			รวม
	การวิจัยเชิง ปริมาณ	การวิจัยเชิง คุณภาพ	การวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ	
ภายในองค์กร	108 (63.9)	55 (32.5)	6 (3.6)	169 (100.0)
ภายนอกองค์กร	83 (33.9)	130 (53.1)	32 (13.1)	245 (100.0)

เมื่อพิจารณาประเภทของงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่มีกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร จำแนกตามขอบข่ายของการวิจัย พบว่า ประเด็นที่ใช้การวิจัยเชิงปริมาณมากกว่าการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อขององค์กร ผลกระทบจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อขององค์กร และความสามารถในการสื่อสารของคนในองค์กร ส่วนประเด็นที่ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพมากกว่าการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ การใช้สื่อขององค์กร และปัญหาของการสื่อสารในองค์กร และหากพิจารณาเปรียบเทียบในสัดส่วนที่เท่ากันแล้ว จะพบว่า การวิจัยเชิงปริมาณถูกนำมาใช้ในประเด็นผลกระทบจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อขององค์กรมากที่สุด ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพถูกนำมาใช้ในประเด็นปัญหาของการสื่อสารในองค์กรมากที่สุด และการวิจัยที่ใช้ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพถูกนำมาใช้ในประเด็นความสามารถในการสื่อสารของคนในองค์กรมากที่สุด (ดูตารางที่ 4.22)

ตารางที่ 4.22
จำนวนและร้อยละของประเภทของงานวิจัยที่มีกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร
จำแนกตามจุดเน้นของการวิจัย

จุดเน้นของการวิจัย	ประเภทของงานวิจัย			รวม
	การวิจัยเชิงปริมาณ	การวิจัยเชิงคุณภาพ	การวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ	
การใช้สื่อขององค์กร	4 (8.0)	43 (86.0)	3 (6.0)	50 (100.0)
การเปิดรับข่าวสารจากสื่อ ขององค์กร	27 (77.1)	6 (17.1)	2 (5.7)	35 (100.0)
ผลกระทบจากการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อขององค์กร	74 (96.1)	3 (3.9)	0 (0.0)	77 (100.0)
ปัญหาของการสื่อสารใน องค์กร	0 (0.0)	2 (100.0)	0 (0.0)	2 (100.0)
ความสามารถในการ สื่อสารของคนในองค์กร	3 (60.0)	1 (20.0)	1 (20.0)	5 (100.0)

สำหรับงานวิจัยที่มีกลุ่มเป้าหมายนอกองค์กรนั้น ถ้าจำแนกประเภทของการวิจัยตามจุดเน้นของการวิจัยแล้ว จะพบว่า การวิจัยในประเด็นนโยบาย แผน หรือกลยุทธ์ในการสื่อสารจะใช้การวิจัยเชิงคุณภาพมากที่สุด ส่วนการวิจัยในประเด็นการประเมินผลการสื่อสารจะใช้การวิจัยเชิงปริมาณมากที่สุด ทั้งนี้ หากพิจารณาเปรียบเทียบในสัดส่วนที่เท่ากันแล้ว จะพบว่า การวิจัยแบบผสมที่ใช้ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพใช้ในประเด็นการประเมินผลการสื่อสารมากกว่านโยบาย แผน หรือกลยุทธ์ในการสื่อสารเพียงเล็กน้อย (ดูตารางที่ 4.23)

ตารางที่ 4.23
จำนวนและร้อยละของประเภทของงานวิจัยที่มีกลุ่มเป้าหมายนอกองค์กร
จำแนกตามจุดเน้นของการวิจัย

จุดเน้นของการวิจัย	ประเภทของงานวิจัย			รวม
	การวิจัยเชิงปริมาณ	การวิจัยเชิงคุณภาพ	การวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ	
นโยบาย แผน หรือ กลยุทธ์ในการสื่อสาร	7 (4.9)	121 (84.0)	16 (11.1)	144 (100.0)
การประเมินผล การสื่อสาร	76 (75.2)	9 (8.9)	16 (15.8)	101 (100.0)

บทที่ 5

ภาพรวมของงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชน

งานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนของประเทศไทยในรอบทศวรรษที่ผ่านมาซึ่งรวบรวมมาได้มีทั้งหมด 152 เรื่อง โดยในที่นี้ได้ดำเนินงานวิจัยทั้งหมดนั้นมาวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อแจกแจงงานวิจัยในแต่ละมิติ รวมทั้งมีการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างมิติต่าง ๆ ด้วย ทั้งนี้มิติที่ศึกษานั้น ได้แก่ ปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่ สถาบันที่สังกัด ขอบข่ายของการวิจัย และประเภทของการวิจัย เพื่อให้สามารถสะท้อนภาพรวมของสถานภาพองค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารสื่อสารมวลชนได้อย่างชัดเจน

ปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่

ในรอบทศวรรษก่อนหน้านี้งานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนมีกระจายอยู่ทั่วทุกปี และโดยเฉลี่ยแล้วจะพบปีละประมาณ 15-16 เรื่อง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการบริหารสื่อสารมวลชนได้รับความสนใจนำมาศึกษาวิจัยอย่างสม่ำเสมอ แต่อาจจะมีจำนวนไม่มากนัก หากเทียบกับจำนวนงานวิจัยทางการสื่อสารหรือแม้กระทั่งงานวิจัยทางการสื่อสารมวลชนทั้งหมดที่มีในแต่ละปี ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2538-2542 นั้น จะพบงานวิจัยต่ำกว่า 15 เรื่อง แต่ในปี พ.ศ. 2543 เป็นต้นไปพบงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามเป็นการเพิ่มขึ้นในลักษณะค่อนข้างคงที่เรื่อยมาถึงปี พ.ศ. 2547 (ดูตารางที่ 5.1)

ตารางที่ 5.1

จำนวนและร้อยละของปี พ.ศ. ที่งานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนเผยแพร่

ปี พ.ศ. ที่เผยแพร่	จำนวน (เรื่อง)	ร้อยละ
2538	7	4.6
2539	7	4.6
2540	13	8.6
2541	10	6.6
2542	8	5.3
2543	15	9.9
2544	21	13.8
2545	25	16.4
2546	23	15.1
2547	23	15.1
รวม	152	100.0

ยิ่งไปกว่านั้น หากนำช่วงปี พ.ศ. ที่งานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนเผยแพร่มาแบ่งเป็น 2 ช่วง เป็นช่วงทศวรรษแรก (พ.ศ. 2538-2542) และช่วงทศวรรษหลัง (พ.ศ. 2543-2547) เพื่อเปรียบเทียบปริมาณงานวิจัยในแต่ละครึ่งทศวรรษ จะพบว่า งานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนในครึ่งทศวรรษหลังมีมากกว่างานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนในครึ่งทศวรรษแรกถึงเกือบร้อยละ 40 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ในช่วง 5-6 ปีหลังนี้ ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการบริหารสื่อสารมวลชนได้รับความสนใจนำมาศึกษาวิจัยกันมากขึ้น (ดูตารางที่ 5.2)

ตารางที่ 5.2

จำนวนและร้อยละของช่วงปี พ.ศ. ที่งานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนเผยแพร่

ช่วงปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่	จำนวน (เรื่อง)	ร้อยละ
2538 – 2542	45	29.6
2543 – 2547	107	70.4
รวม	152	100.0

สถาบันที่สังกัด

งานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนเกือบทั้งหมดเป็นของมหาวิทยาลัยของรัฐสองแห่งที่เปิดการเรียนการสอนในระดับบัณฑิตศึกษาทางด้านการสื่อสารมาก่อนนับสิบปี ได้แก่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนพบที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ถึงเกือบ 2 ใน 3 ของทั้งหมด และที่เหลือเกือบทั้งหมดพบที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทั้งนี้ในส่วนของมหาวิทยาลัยเอกชนที่ได้เก็บข้อมูลมา พบเพียงที่มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตเท่านั้น ซึ่งมีงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนเพียง 1 เรื่อง ส่วนที่มหาวิทยาลัยเกริกไม่พบงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนเลย (ดูตารางที่ 5.3)

ตารางที่ 5.3

จำนวนและร้อยละของสถาบันที่สังกัด

สถาบันที่สังกัด	จำนวน (เรื่อง)	ร้อยละ
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	91	59.9
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	60	39.5
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต	1	0.7
มหาวิทยาลัยเกริก	0	0
รวม	152	100.0

หากพิจารณาสถาบันที่สังกัด จำแนกตามปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่ จะพบว่า ในปี พ.ศ. 2538 ถึงปี พ.ศ. 2542 นั้น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนมากกว่ามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ อย่างไรก็ตามตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2543 เป็นต้น ซึ่งเป็นปีการศึกษาที่เริ่มมีมหابัณฑิต ทางด้านการบริหารสื่อสารมวลชนจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ พบว่า มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มีงานวิจัย การบริหารสื่อสารมวลชนมากกว่าจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทั้งนี้ในส่วนของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์นั้น พบในปี พ.ศ. 2547 แต่หากพิจารณาเปรียบเทียบในสัดส่วนที่เท่ากันแล้ว มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มีงานวิจัย การบริหารสื่อสารมวลชนมากที่สุดในปี พ.ศ. 2546-2547 และมีงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนน้อยที่สุดใน ปี พ.ศ. 2539-2540 ซึ่งไม่มีงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนเลย โดยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา มี งานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนสูงกว่าร้อยละ 60 ของงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนที่มีทั้งหมดในแต่ละ ปี สำหรับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยนั้น มีงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนมากที่สุดในปี พ.ศ. 2539-2540 ถึง ร้อยละ 100 ของงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนที่มีทั้งหมดในแต่ละปีนั้น ๆ แต่ในปี พ.ศ. หลัง ๆ จะมี น้อยลงตามลำดับ (ดูตารางที่ 5.4)

ตารางที่ 5.4
จำนวนและร้อยละของสถาบันที่สังกัด
จำแนกตามปี พ.ศ. ที่งานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนเผยแพร่

ปี พ.ศ. ที่เผยแพร่	สถาบันที่สังกัด				รวม
	มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์	จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัย ธุรกิจบัณฑิต	มหาวิทยาลัย เกริก	
2538	1 (14.3)	6 (85.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (100.0)
2539	0 (0.0)	7 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (100.0)
2540	0 (0.0)	13 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	13 (100.0)
2541	1 (10.0)	9 (90.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	10 (100.0)
2542	2 (25.0)	6 (75.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (100.0)
2543	10 (66.7)	5 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	15 (100.0)
2544	15 (71.4)	6 (28.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	21 (100.0)
2545	22 (88.0)	3 (12.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	25 (100.0)
2546	20 (87.0)	3 (13.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	23 (100.0)
2547	20 (87.0)	2 (8.7)	1 (4.3)	0 (0.0)	23 (100.0)

ทั้งนี้หากพิจารณาสถาบันที่สังกัด จำแนกตามช่วงปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่จะให้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น กล่าวคือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนในช่วงครึ่งทศวรรษแรกมากกว่าช่วงครึ่งทศวรรษหลังมากถึงประมาณร้อยละ 75 ในทางกลับกันมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์จะมีงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนในช่วงครึ่งทศวรรษหลังมากกว่าช่วงครึ่งทศวรรษแรกมากถึงประมาณร้อยละ 75 (ดูตารางที่ 5.5)

ตารางที่ 5.5
จำนวนและร้อยละของสถาบันที่สังกัด
จำแนกตามช่วงปี พ.ศ. ที่งานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนเผยแพร่

ปี พ.ศ. ที่เผยแพร่	สถาบันที่สังกัด				รวม
	มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์	จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัย ธุรกิจบัณฑิต	มหาวิทยาลัย เกริก	
2538 – 2542	4 (8.9)	41 (91.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	45 (100.0)
2543 – 2547	87 (81.3)	19 (17.8)	1 (0.9)	0 (0.0)	107 (100.0)

ขอบข่ายของงานวิจัย

ขอบข่ายของการวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนนั้น สามารถแบ่งเป็นมิติการมองได้ 2 มิติ คือ มิติของประเภทของสื่อมวลชน และมิติที่เป็นจุดเน้นของการวิจัย ดังนี้

ประเภทของสื่อมวลชน

หากแบ่งงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนตามประเภทของสื่อมวลชนที่งานวิจัยเรื่องนั้น ๆ ศึกษา พบว่า ประมาณกว่าครึ่งหนึ่งวิจัยเกี่ยวกับสื่อวิทยุหรือโทรทัศน์ ซึ่งหมายรวมถึงเคเบิลทีวีด้วย และอีกเกือบ 1 ใน 3 วิจัยเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ส่วนอีกประมาณร้อยละ 8 วิจัยเกี่ยวกับสื่อภาพยนตร์ ส่วนที่เหลืออีกประมาณร้อยละ 5 วิจัยเกี่ยวกับกลุ่มธุรกิจสื่อที่มีทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ (ดูตารางที่ 5.6)

ตารางที่ 5.6
จำนวนและร้อยละของประเภทของสื่อมวลชนในงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชน

ประเภทของสื่อมวลชน	จำนวน (เรื่อง)	ร้อยละ
วิทยุและโทรทัศน์	86	56.6
สิ่งพิมพ์	47	30.9
ภาพยนตร์	12	7.9
กลุ่มสื่อ	7	4.6
รวม	152	100.0

เมื่อจำแนกประเภทของสื่อมวลชนตามปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่ พบว่า โดยภาพรวมเกือบทุกปี จะมีการวิจัยเกี่ยวกับสื่อวิทยุหรือโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น ๆ ยกเว้นเพียงปี พ.ศ. 2539-2540 ที่มีการวิจัยเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่ออื่น ๆ และในปี พ.ศ. 2542 มีการวิจัยเกี่ยวกับสื่อวิทยุหรือโทรทัศน์และสื่อสิ่งพิมพ์เท่ากัน ทั้งนี้หากพิจารณาเปรียบเทียบในสัดส่วนที่เท่ากันแล้ว พบว่า สามปีที่มีการวิจัยเกี่ยวกับสื่อวิทยุหรือโทรทัศน์สูงสุด ได้แก่ ปี พ.ศ. 2543 ปี พ.ศ. 2546 และ ปี พ.ศ. 2547 ตามลำดับ โดยสามปีที่มีการวิจัยเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์สูงสุด ได้แก่ ปี พ.ศ. 2540 ปี พ.ศ. 2539 และปี พ.ศ. 2542 ตามลำดับ ในขณะที่การวิจัยเกี่ยวกับสื่อภาพยนตร์พบสูงสุดในปี พ.ศ. 2545 และการวิจัยเกี่ยวกับกลุ่มธุรกิจสื่อมวลชนพบสูงสุดในปี พ.ศ. 2538 (ดูตารางที่ 5.7)

ตารางที่ 5.7

จำนวนและร้อยละของประเภทของสื่อมวลชน
จำแนกตามปี พ.ศ. ที่งานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนเผยแพร่

ปี พ.ศ. ที่เผยแพร่	ประเภทของสื่อมวลชน				รวม
	วิทยุและ โทรทัศน์	สิ่งพิมพ์	ภาพยนตร์	กลุ่มสื่อ	
2538	4 (57.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (42.9)	7 (100.0)
2539	2 (28.6)	4 (57.1)	1 (14.3)	0 (0.0)	7 (100.0)
2540	4 (30.8)	8 (61.5)	0 (0.0)	1 (7.7)	13 (100.0)
2541	5 (50.0)	3 (30.0)	1 (10.0X)	1 (10.0)	10 (100.0)
2542	4 (50.0)	4 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (100.0)
2543	12 (80.0)	2 (13.3)	1 (6.7)	0 (0.0)	15 (100.0)
2544	11 (52.4)	8 (38.1)	2 (9.5)	0 (0.0)	21 (100.0)
2545	11 (44.0)	9 (36.0)	4 (16.0)	1 (4.0)	25 (100.0)
2546	18 (78.3)	3 (13.0)	2 (8.7)	0 (0.0)	23 (100.0)
2547	15 (65.2)	6 (26.1)	1 (4.3)	1 (4.3)	23 (100.0)

อย่างไรก็ตามหากพิจารณาเป็นช่วงครึ่งทศวรรษ พบว่า ในช่วงครึ่งทศวรรษแรกมีการวิจัยเกี่ยวกับสื่อวิทยุหรือโทรทัศน์และสื่อสิ่งพิมพ์เท่า ๆ กัน ขณะที่ช่วงครึ่งทศวรรษหลังมีการวิจัยเกี่ยวกับสื่อวิทยุหรือโทรทัศน์มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์กว่าร้อยละ 30 และหากพิจารณาเปรียบเทียบในสัดส่วนที่เท่ากันแล้ว พบว่าการวิจัยเกี่ยวกับสื่อวิทยุหรือโทรทัศน์พบในครึ่งทศวรรษหลังมากกว่าครึ่งทศวรรษแรกเช่นเดียวกับสื่อภาพยนตร์ ขณะที่การวิจัยเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์พบในครึ่งทศวรรษแรกมากกว่าครึ่งทศวรรษหลังเช่นเดียวกับกลุ่มธุรกิจสื่อมวลชน (ดูตารางที่ 5.8)

ตารางที่ 5.8

จำนวนและร้อยละของประเภทของสื่อมวลชน
จำแนกตามช่วงปี พ.ศ. ที่งานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนเผยแพร่

ช่วงปี พ.ศ. ที่เผยแพร่	ประเภทของสื่อมวลชน				รวม
	วิทยุและ โทรทัศน์	สิ่งพิมพ์	ภาพยนตร์	กลุ่มสื่อ	
2538-2542	19 (42.2)	19 (42.2)	2 (4.4)	5 (11.1)	45 (100.0)
2543-2547	67 (62.6)	28 (26.2)	10 (9.3)	2 (1.9)	107 (100.0)

เมื่อพิจารณาประเภทของสื่อมวลชน จำแนกตามสถาบันที่สังกัด พบว่า ทั้งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มีงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับสื่อวิทยุหรือโทรทัศน์มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งนี้หากพิจารณาเปรียบเทียบในสัดส่วนที่เท่ากันแล้ว พบว่า จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีการวิจัยเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่ามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในขณะที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มีการวิจัยเกี่ยวกับสื่อวิทยุหรือโทรทัศน์มากกว่าจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ดูตารางที่ 5.9)

ตารางที่ 5.9
จำนวนและร้อยละของประเภทของสื่อมวลชน จำแนกตามสถาบันที่สังกัด

สถาบัน ที่สังกัด	ประเภทของสื่อมวลชน				รวม
	วิทยุและ โทรทัศน์	สิ่งพิมพ์	ภาพยนตร์	กลุ่มสื่อ	
มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์	60 (65.9)	24 (26.4)	6 (6.6)	1 (1.1)	91 (100.0)
จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	25 (43.3)	23 (38.3)	5 (8.3)	6 (10.0)	60 (100.0)
มหาวิทยาลัย ธุรกิจบัณฑิต	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
มหาวิทยาลัย เกริก	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)

จุดเน้นของการวิจัย

จุดเน้นของการวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนนี้ สามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ การบริหารองค์การ การบริหารงาน/การทำงาน การสื่อสารองค์การ และวัฒนธรรมองค์การ ทั้งนี้จากงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนทั้งหมด 152 เรื่อง พบว่า เกือบครึ่งหนึ่งเป็นการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารองค์การสื่อสารมวลชน และอีกเกือบร้อยละ 40 เป็นการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารงานหรือการทำงานด้านสื่อสารมวลชน ส่วนที่เหลือเป็นการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารองค์การสื่อสารมวลชน และการวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมขององค์การสื่อสารมวลชน ตามลำดับ (ดูตารางที่ 5.10)

ตารางที่ 5.10
จำนวนและร้อยละของจุดเน้นของการวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชน

จุดเน้นของการวิจัย	จำนวน (เรื่อง)	ร้อยละ
การบริหารองค์การ	75	49.3
การบริหารงาน/การทำงาน	60	39.5
การสื่อสารองค์การ	13	8.6
วัฒนธรรมองค์การ	4	2.6
รวม	152	100.0

เมื่อพิจารณาจุดเน้นของการวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชน จำแนกตามปี พ.ศ. ที่เผยแพร่ พบว่าประเด็นเกี่ยวกับการบริหารองค์การสื่อสารมวลชนมีการวิจัยมากกว่าประเด็นอื่น ๆ ในเกือบทุกปี ยกเว้นปี พ.ศ. 2543-2545 และปี พ.ศ. 2546 เท่านั้น ที่ประเด็นเกี่ยวกับการบริหารงานหรือการทำงานด้าน

สื่อสารมวลชนมีการวิจัยมากกว่าประเด็นอื่น ๆ โดยจุดเน้นของการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารองค์การสื่อสารมวลชนพบครั้งแรกในปี พ.ศ. 2540 และมาพบอีกครั้งในปี พ.ศ. 2544-2546 ส่วนจุดเน้นของการวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมขององค์การสื่อสารมวลชนนั้น พบครั้งแรกในปี พ.ศ. 2539 พ.ศ. 2543 พ.ศ. 2544 และ พ.ศ. 25476 เพียงปีละ 1 เล่มเท่านั้น อย่างไรก็ตามหากพิจารณาเปรียบเทียบในสัดส่วนที่เท่ากันแล้ว จะพบว่า การวิจัยเกี่ยวกับการบริหารองค์การสื่อสารมวลชนพบมากที่สุดในปี พ.ศ. 2542 ส่วนการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารงานหรือการทำงานด้านสื่อสารมวลชนพบมากที่สุดในปี พ.ศ. 2543 และการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารองค์การสื่อสารมวลชนพบมากที่สุดในปี พ.ศ. 2546 (ดูตารางที่ 5.11)

ตารางที่ 5.11

จำนวนและร้อยละของจุดเน้นของการวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชน
จำแนกตามปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่

ปี พ.ศ. ที่เผยแพร่	จุดเน้นของการวิจัย				รวม
	การบริหาร องค์การ	การบริหารงาน/ การทำงาน	การสื่อสาร องค์การ	วัฒนธรรม องค์การ	
2538	5 (71.4)	2 (28.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (100.0)
2539	5 (71.4)	1 (14.3)	0 (0.0)	1 (14.3)	7 (100.0)
2540	9 (69.2)	2 (15.4)	2 (15.4)	0 (0.0)	13 (100.0)
2541	7 (70.0)	3 (30.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	10 (100.0)
2542	7 (87.5)	1 (12.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (100.0)
2543	4 (26.7)	10 (66.7)	0 (0.0)	1 (6.7)	15 (100.0)
2544	7 (33.3)	10 (47.6)	3 (14.3)	1 (4.8)	21 (100.0)
2545	9 (36.0)	12 (48.0)	4 (16.0)	0 (0.0)	25 (100.0)
2546	12 (52.2)	6 (26.1)	4 (17.4)	1 (4.3)	23 (100.0)
2547	10 (43.5)	13 (56.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	23 (100.0)

หากพิจารณาจุดเน้นของการวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชน จำแนกตามช่วงปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่ พบว่า ในช่วงครึ่งทศวรรษแรกมีการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารองค์การสื่อสารมวลชนมากกว่าการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารงานหรือการทำงานด้านสื่อสารมวลชนถึงกว่าร้อยละ 50 ส่วนในช่วงครึ่งทศวรรษหลังมีการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารงานหรือการทำงานด้านสื่อสารมวลชนมากกว่าการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารองค์การสื่อสารมวลชน แต่จำนวนไม่ต่างกันมากนัก หากพิจารณาเปรียบเทียบในสัดส่วนที่เท่ากันแล้ว จะพบว่า จุดเน้นของการวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับการบริหารองค์การสื่อสารมวลชนจะมีการวิจัยในครึ่งทศวรรษแรกมากกว่าครึ่งทศวรรษหลัง ในขณะที่การวิจัยเกี่ยวกับการบริหารงานหรือการทำงานด้านสื่อสารมวลชน และการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารองค์การสื่อสารมวลชนพบในครึ่งทศวรรษหลังมากกว่าครึ่งทศวรรษแรก ส่วนการวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมขององค์การสื่อสารมวลชนพบในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันทั้งครึ่งทศวรรษแรกและครึ่งทศวรรษหลัง (ดูตารางที่ 5.12)

ตารางที่ 5.12

จำนวนและร้อยละของจุดเน้นของการวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชน
จำแนกตามช่วงปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่

ช่วงปี พ.ศ. ที่เผยแพร่	จุดเน้นของการวิจัย				รวม
	การบริหาร องค์การ	การบริหารงาน/ การทำงาน	การสื่อสาร องค์การ	วัฒนธรรม องค์การ	
2538-2542	33 (73.3)	9 (20.0)	2 (4.4)	1 (2.2)	45 (100.0)
2543-2547	42 (39.3)	49 (47.7)	11 (10.3)	3 (2.8)	107 (100.0)

เมื่อพิจารณาจุดเน้นของการวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชน จำแนกตามปี พ.ศ. ที่เผยแพร่ พบว่า จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารองค์การสื่อสารมวลชนมากกว่าจุดเน้นอื่น ๆ แต่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์กลับมีการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารงานหรือการทำงานด้านสื่อสารมวลชนมากกว่าจุดเน้นอื่น ๆ อย่างไรก็ตามหากพิจารณาเปรียบเทียบในสัดส่วนที่เท่ากันเฉพาะจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์แล้ว จะพบว่า การวิจัยเกี่ยวกับการบริหารองค์การสื่อสารมวลชนพบที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมากกว่ามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในขณะที่การวิจัยเกี่ยวกับการบริหารงานหรือการทำงานด้านสื่อสารมวลชนพบที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มากกว่าจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ดูตารางที่ 5.13)

ตารางที่ 5.13
จำนวนและร้อยละของจุดเน้นของการวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชน
จำแนกตามสถาบันที่สังกัด

สถาบัน ที่สังกัด	จุดเน้นของการวิจัย				รวม
	การบริหาร องค์กร	การบริหารงาน/ การทำงาน	การสื่อสาร องค์กร	วัฒนธรรม องค์กร	
มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์	36 (39.6)	45 (49.5)	10 (11.0)	0 (0.0)	91 (100.0)
จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	38 (63.3)	15 (25.0)	3 (5.0)	4 (6.7)	60 (100.0)
มหาวิทยาลัย ธุรกิจบัณฑิต	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
มหาวิทยาลัย เกริก	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)

เมื่อพิจารณาจุดเน้นของการวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชน จำแนกตามประเภทของสื่อมวลชน พบว่า ในสื่อประเภทวิทยุและโทรทัศน์พบการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารงานหรือการทำงานด้านสื่อสารมวลชนมากที่สุด ส่วนสื่อประเภทสิ่งพิมพ์และกลุ่มสื่อมวลชนพบการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารองค์กรสื่อสารมวลชนมากที่สุด สำหรับสื่อประเภทภาพยนตร์กลับพบการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารองค์กรสื่อสารมวลชนมากที่สุด ทั้งนี้หากพิจารณาเปรียบเทียบในสัดส่วนที่เท่ากันแล้ว จะพบว่า การวิจัยเกี่ยวกับการบริหารองค์กรสื่อสารมวลชนพบในกลุ่มสื่อมวลชนมากที่สุด ส่วนการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารงานหรือการทำงานด้านสื่อสารมวลชนพบในสื่อวิทยุและโทรทัศน์มากที่สุด สำหรับการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารองค์กรสื่อสารมวลชนพบในสื่อภาพยนตร์มากที่สุด และการวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมขององค์กรสื่อสารมวลชนพบในสื่อสิ่งพิมพ์มากที่สุด (ดูตารางที่ 5.14)

ตารางที่ 5.14
จำนวนและร้อยละของจุดเน้นของการวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชน
จำแนกตามประเภทของสื่อมวลชน

ประเภทของ สื่อมวลชน	จุดเน้นของการวิจัย				รวม
	การบริหาร องค์กร	การบริหารงาน/ การทำงาน	การสื่อสาร องค์กร	วัฒนธรรม องค์กร	
วิทยุและ โทรทัศน์	37 (43.0)	43 (50.0)	5 (5.8)	1 (1.2)	86 (100.0)
สิ่งพิมพ์	28 (59.6)	14 (29.8)	2 (4.3)	3 (6.4)	47 (100.0)
ภาพยนตร์	4 (33.3)	2 (16.7)	6 (50.0)	0 (0.0)	12 (100.0)
กลุ่มสื่อ	6 (85.7)	1 (14.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (100.0)

ประเภทของการวิจัย

เมื่อศึกษาถึงประเภทของการวิจัยในงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนที่รวบรวมมาทั้งหมด 152 เรื่องนั้น พบว่า ส่วนใหญ่เกือบร้อยละ 90 ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยรองลงมาประมาณร้อยละ 7 ใช้ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณในงานวิจัยเรื่องเดียวกัน และอีกที่เหลือเพียงไม่ถึงร้อยละ 4 เท่านั้นที่ใช้การวิจัยเชิงปริมาณเป็นแนวทางในการแสวงหาความจริงเกี่ยวกับการบริหารสื่อสารมวลชน (ดูตารางที่ 5.15)

ตารางที่ 5.15
จำนวนและร้อยละของประเภทของการวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชน

ประเภทของการวิจัย	จำนวน (เรื่อง)	ร้อยละ
การวิจัยเชิงคุณภาพ	135	88.8
การวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ	11	7.2
การวิจัยเชิงปริมาณ	6	3.9
รวม	152	100.0

ถ้าพิจารณาประเภทของการวิจัย จำแนกตามปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่ พบว่า ทุกปีงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนจะใช้การวิจัยเชิงคุณภาพมากกว่าการวิจัยเชิงปริมาณหรือ การวิจัยรูปแบบผสม ทั้งนี้หากพิจารณาเปรียบเทียบในสัดส่วนที่เท่ากันแล้ว จะพบว่า การวิจัยเชิงคุณภาพพบใช้ในงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนมากที่สุดในปี พ.ศ. 2539 และปี พ.ศ. 2541 อย่างไรก็ตามในปี พ.ศ. อื่น ๆ ก็มีการใช้การวิจัยเชิงคุณภาพมากกว่า 2 ใน 3 ของงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนทั้งหมดในปีนั้น ๆ ส่วนการวิจัยรูปแบบผสมทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพนั้น พบในปี พ.ศ. 2545 มากที่สุด ในขณะที่การวิจัยเชิงปริมาณพบในปี พ.ศ. 2540 มากที่สุด (ดูตารางที่ 5.16)

ตารางที่ 5.16
จำนวนและร้อยละของประเภทของงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชน
จำแนกตามปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่

ปี พ.ศ. ที่เผยแพร่	ประเภทของงานวิจัย			รวม
	การวิจัยเชิง คุณภาพ	การวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ	การวิจัยเชิง ปริมาณ	
2538	6 (85.7)	1 (14.3)	0 (0.0)	7 (100.0)
2539	7 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (100.0)
2540	9 (69.2)	2 (15.4)	2 (15.4)	13 (100.0)
2541	10 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	10 (100.0)
2542	7 (87.5)	1 (12.5)	0 (0.0)	8 (100.0)
2543	14 (93.3)	1 (6.7)	0 (0.0)	15 (100.0)
2544	18 (85.7)	0 (0.0)	3 (14.3)	21 (100.0)
2545	20 (80.0)	5 (20.0)	0 (0.0)	25 (100.0)
2546	22 (95.7)	1 (4.3)	0 (0.0)	23 (100.0)
2547	22 (95.7)	0 (0.0)	1 (4.3)	23 (100.0)

หากพิจารณาประเภทของการวิจัย จำแนกตามช่วงปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่ จะทำให้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น กล่าวคือ ไม่ว่าจะเป็นช่วงครึ่งทศวรรษแรกหรือช่วงครึ่งทศวรรษหลังเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ มีงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนที่ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพสูงถึงกว่า 4 ใน 5 ของทั้งหมด รองลงมา คือ การวิจัยรูปแบบผสมและการวิจัยเชิงปริมาณ ตามลำดับ ทั้งนี้หากพิจารณาเปรียบเทียบในสัดส่วนที่เท่ากันแล้ว จะพบว่า การวิจัยเชิงคุณภาพพบในงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนทั้งสองช่วงเวลาในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยในช่วงครึ่งทศวรรษหลังมีมากกว่าช่วงครึ่งทศวรรษแรกเพียงเล็กน้อย ในขณะที่การวิจัยรูปแบบผสมและการวิจัยเชิงปริมาณพบในช่วงครึ่งทศวรรษแรกมากกว่าช่วงครึ่งทศวรรษหลังเพียงเล็กน้อยเช่นกัน (ดูตารางที่ 5.17)

ตารางที่ 5.17
จำนวนและร้อยละของประเภทของงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชน
จำแนกตามช่วงปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่

ช่วงปี พ.ศ. ที่เผยแพร่	ประเภทของงานวิจัย			รวม
	การวิจัยเชิง คุณภาพ	การวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ	การวิจัยเชิง ปริมาณ	
2538-2542	39 (86.7)	4 (8.9)	2 (4.4)	45 (100.0)
2543-2547	96 (89.7)	7 (6.5)	4 (3.7)	107 (100.0)

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาประเภทของงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชน จำแนกตามสถาบันที่สังกัด พบว่า ทั้งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพมากที่สุดถึงกว่า 4 ใน 5 ของงานวิจัยทั้งหมด ทั้งนี้หากพิจารณาเปรียบเทียบในสัดส่วนที่เท่ากันเฉพาะจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์แล้ว จะพบว่า การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยรูปแบบผสมพบที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมากกว่ามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในขณะที่การวิจัยเชิงคุณภาพกลับพบที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์มากกว่าจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยแต่ก็ไม่แตกต่างกันมากนัก (ดูตารางที่ 5.18)

ตารางที่ 5.18
จำนวนและร้อยละของประเภทของงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชน
จำแนกตามสถาบันที่สังกัด

สถาบันที่สังกัด	ประเภทของงานวิจัย			รวม
	การวิจัยเชิง คุณภาพ	การวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ	การวิจัยเชิง ปริมาณ	
มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์	85 (93.4)	4 (4.4)	2 (2.2)	91 (100.0)
จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	49 (81.7)	7 (11.7)	4 (6.7)	60 (100.0)
มหาวิทยาลัย ธุรกิจบัณฑิต	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (100.0)
มหาวิทยาลัย เกริก	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)

หากพิจารณาประเภทของงานวิจัย จำแนกตามประเภทของสื่อมวลชน พบว่า งานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนที่เกี่ยวกับทุกประเภทของสื่อจะนิยมใช้การวิจัยเชิงคุณภาพมากที่สุด รองลงมา คือ การวิจัยรูปแบบผสม และการวิจัยเชิงปริมาณ ตามลำดับ หากพิจารณาเปรียบเทียบในสัดส่วนที่เท่ากันแล้ว จะพบว่าการวิจัยเชิงคุณภาพพบในสื่อภาพยนตร์มากที่สุด แต่ก็มีสัดส่วนไม่แตกต่างกับสื่อประเภทอื่นมากนัก การวิจัยที่ใช้ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพพบในกลุ่มสื่อมวลชนมากที่สุด ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณพบในสื่อสิ่งพิมพ์มากที่สุด (ดูตารางที่ 5.19)

ตารางที่ 5.19

จำนวนและร้อยละของประเภทของงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชน
จำแนกตามประเภทของสื่อมวลชน

ประเภทของ สื่อมวลชน	ประเภทของงานวิจัย			รวม
	การวิจัยเชิง คุณภาพ	การวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ	การวิจัยเชิง ปริมาณ	
วิทยุและโทรทัศน์	78 (90.7)	5 (5.8)	3 (3.5)	86 (100.0)
สิ่งพิมพ์	40 (85.1)	4 (8.5)	3 (6.4)	47 (100.0)
ภาพยนตร์	11 (91.7)	1 (8.3)	0 (0.0)	12 (100.0)
กลุ่มสื่อ	6 (85.7)	1 (16.7)	0 (0.0)	7 (100.0)

เมื่อพิจารณาประเภทของงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชน จำแนกตามจุดเน้นของการวิจัย พบว่า ทุกจุดเน้นของการวิจัยไม่ว่าจะเป็นการบริหารองค์การสื่อสารมวลชน การบริหารงานหรือการทำงานด้านสื่อสารมวลชน การสื่อสารองค์การสื่อสารมวลชน และวัฒนธรรมขององค์การสื่อสารมวลชน ล้วนแต่ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นส่วนใหญ่ ทั้งหากพิจารณาเปรียบเทียบในสัดส่วนที่เท่ากันในทุกจุดเน้นของการวิจัยแล้ว จะพบว่าการวิจัยเชิงคุณภาพพบในการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารงานหรือการทำงานด้านสื่อสารมวลชนมากที่สุด การวิจัยรูปแบบผสมพบในการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารองค์การสื่อสารมวลชนมากที่สุด และการวิจัยเชิงปริมาณพบในการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารองค์การสื่อสารมวลชนมากที่สุด (ดูตารางที่ 5.20)

ตารางที่ 5.20
 จำนวนและร้อยละของประเภทของงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชน
 จำแนกตามจุดเน้นของการวิจัย

จุดเน้นของการวิจัย	ประเภทของงานวิจัย			รวม
	การวิจัยเชิง คุณภาพ	การวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ	การวิจัยเชิง ปริมาณ	
การบริหารองค์การ	67 (89.3)	7 (9.3)	1 (1.3)	75 (100.0)
การบริหารงาน/ การทำงาน	57 (95.0)	3 (5.0)	0 (0.0)	60 (100.0)
การสื่อสารขององค์การ	8 (61.5)	1 (7.7)	4 (30.8)	13 (100.0)
วัฒนธรรมองค์การ	3 (75.0)	0 (0.0)	1 (25.0)	4 (100.0)

บทที่ 6

ผลการสังเคราะห์งานวิจัยการจัดการทางการสื่อสาร

อนุสนธิจากผลการศึกษาในบทที่ 4 พบว่า มีงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในเชิงปริมาณ รวมทั้งงานวิจัยที่ใช้ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ จำนวนรวมทั้งสิ้น 230 เรื่อง ซึ่งไม่สามารถนำงานวิจัยเหล่านั้นมาสังเคราะห์ได้ด้วยวิธีการ Meta-Analysis ได้ทั้งหมด เนื่องจากมีงานวิจัยจำนวนหนึ่งที่ไม่ได้มีการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เป็นเพียงการพรรณนาตัวแปร ในลักษณะของการวิจัยเชิงพรรณนาเท่านั้น กอปรกับมีงานวิจัยอีกส่วนหนึ่งแม้จะมีการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม แต่มิได้รายงานข้อมูลที่ครบถ้วนเพียงพอ ดังนั้นในที่นี้ผู้วิจัยจึงเลือกงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารมาสังเคราะห์ได้ด้วยวิธีการ Meta-Analysis จำนวน 60 เรื่อง อย่างไรก็ตามหน่วยวิเคราะห์ในการสังเคราะห์ดังกล่าวนี้ คือ คู่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ซึ่งมีจำนวนมากกว่างานวิจัยหลายสิบเท่า เนื่องจากสมมติฐานในแต่ละงานวิจัยมักจะมีสมมติฐานย่อยหลายข้อ หรือมักจะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหลาย ๆ คู่ ซึ่งทำให้พบว่า มีความสัมพันธ์ที่จะนำมาสังเคราะห์ได้ด้วยวิธีการ Meta-Analysis ในที่นี้ถึง 993 คู่ หรือเฉลี่ยแล้วงานวิจัยแต่ละเรื่องมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามประมาณ 17 คู่ ดังนั้นในส่วนแรกของบทนี้ จึงจะเป็นการแจกแจงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับงานวิจัยที่ถูกเลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในประเด็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของงานวิจัย ค่าสถิติที่นำมาสังเคราะห์ และจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย เพื่อให้เห็นภาพรวมของงานวิจัยที่ถูกเลือกมาสังเคราะห์ หลังจากนั้นจะกล่าวถึงตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ถูกนำมาใช้ในงานวิจัย เพื่อชี้ให้เห็นว่า งานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในเชิงปริมาณนี้มีการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรอะไรบ้าง รวมทั้งสามารถจัดเป็นหมวดหมู่ได้อย่างไร ก่อนที่จะนำเสนอผลการสังเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรและตัวแปรเหล่านั้นในรูปของดัชนีมาตรฐานในตอนถัดไป อันจะเป็นการแสดงให้เห็นว่า งานวิจัยในอดีตนั้นค้นพบขนาดอิทธิพลหรือความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรและตัวแปรต่าง ๆ มากน้อยเพียงใด และตอนต่อมาน่าดัชนีมาตรฐานเหล่านั้นมาวิเคราะห์ความแปรปรวน จำแนกตามตัวแปรปรับหรือคุณลักษณะของงานวิจัย เพื่อควาดัชนีมาตรฐานซึ่งได้จากงานวิจัยที่มีคุณลักษณะที่หลากหลายนั้นมีความแตกต่างกันหรือไม่ ถ้าแตกต่างกันเพราะคุณลักษณะใด อันจะช่วยให้ผลการสังเคราะห์มีความเชื่อถือได้มากขึ้น ส่วนตอนท้ายสุดจะนำดัชนีมาตรฐานมาวิเคราะห์ความแปรปรวน จำแนกตามกลุ่มตัวแปรอิสระและกลุ่มตัวแปรตาม เพื่อจะได้ทราบว่า ตัวแปรกลุ่มต่าง ๆ จากงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในอดีตนั้น มีขนาดอิทธิพลหรือความสัมพันธ์ระหว่างกันมากหรือน้อยเพียงใด อันจะเป็นข้อมูลใน การเลือกใช้กลุ่มตัวแปรสำหรับการวิจัยในอนาคตต่อไป

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์

คู่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่นำมาสังเคราะห์ทั้งหมดนั้น ส่วนใหญ่ถึงเกือบ 3 ใน 4 มาจากงานวิจัยการจัดการการสื่อสารที่เผยแพร่ในช่วงครึ่งทศวรรษแรก (พ.ศ. 2538-2542) ส่วนที่เหลือมาจากงานวิจัยการจัดการการสื่อสารที่เผยแพร่ในช่วงครึ่งทศวรรษหลัง (พ.ศ. 2543-2547) ซึ่งก็สอดคล้องกับงานวิจัยการจัดการการสื่อสารในเชิงปริมาณที่พบในช่วงครึ่งทศวรรษแรกในสัดส่วนที่มากกว่าในช่วงครึ่งทศวรรษหลัง ดังที่กล่าวมาแล้วในบทที่ 4

หากพิจารณาที่สถาบันการศึกษา พบว่า คู่ความสัมพันธ์ที่นำมาสังเคราะห์มาจากงานวิจัยของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็มีสัดส่วนไม่แตกต่างกันมากนักเมื่อเทียบกับคู่ความสัมพันธ์ที่มาจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เช่นเดียวกันคู่ความสัมพันธ์ที่นำมาสังเคราะห์ ซึ่งมาจากงานวิจัยการจัดการสื่อสารที่เป็นสื่อสารภายในองค์กรนั้น มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับงานวิจัยการจัดการสื่อสารที่เป็นสื่อสารภายนอกองค์กร (ดูตารางที่ 6.1)

ตารางที่ 6.1
จำนวนและร้อยละของคู่ลักษณะของงานวิจัย

คุณลักษณะของงานวิจัย	จำนวน (คู่)	ร้อยละ
<u>ปี พ.ศ. ที่เผยแพร่</u>		
2538-2542	709	71.4
2543-2547	284	28.6
<u>รวม</u>	<u>993</u>	<u>100.0</u>
<u>สถาบันที่สังกัด</u>		
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	558	56.2
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	435	43.8
<u>รวม</u>	<u>993</u>	<u>100.0</u>
<u>กลุ่มของงานวิจัย</u>		
การสื่อสารภายในองค์กร	566	57.0
การสื่อสารภายนอกองค์กร	427	43.0
<u>รวม</u>	<u>993</u>	<u>100.0</u>

ค่าสถิติที่นำมาแปลงให้เป็นดัชนีมาตรฐานจากคู่ความสัมพันธ์ทั้งหมด พบว่า เกือบ 1 ใน 3 คือ F-test รองลงมา ประมาณ 1 ใน 4 คือ Chi-square ส่วนที่เหลือในสัดส่วนที่ไม่ต่างกันมากนัก คือ Pearson Correlation และ t-test ตามลำดับ (ดูตารางที่ 6.2)

ตารางที่ 6.2
จำนวนและร้อยละของค่าสถิติที่นำมาสังเคราะห์

ค่าสถิติที่นำมาสังเคราะห์	จำนวน (คู่)	ร้อยละ
F-test	321	32.3
Chi-square	264	26.6
Pearson Correlation	215	21.7
t-test	193	19.4
<u>รวม</u>	<u>993</u>	<u>100.0</u>

จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยจากคู่ตัวแปรที่นำมาสังเคราะห์ทั้งหมดนั้น พบว่า มีขนาดตั้งแต่ 24 ถึง 785 คน โดยงานวิจัยที่ใช้ขนาดตัวอย่างน้อยนั้นเนื่องจากเป็นงานวิจัยการจัดการการสื่อสารที่ศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรขนาดเล็กที่มีบุคลากรในหน่วยงานจำนวนน้อย ส่วนงานวิจัยที่มีขนาดตัวอย่างมากนั้นจะเป็นงานวิจัยการจัดการการสื่อสารที่ศึกษาการสื่อสารภายในองค์กรขนาดใหญ่ที่มีบุคลากรในหน่วยงานจำนวนมาก หรือเป็นการศึกษาการจัดการการสื่อสารภายนอกองค์กรที่มีกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากนั่นเอง อย่างไรก็ตามโดยเฉลี่ยคู่ตัวแปรที่สังเคราะห์ใช้จำนวนตัวอย่างประมาณ 394 คน ซึ่งก็ใกล้เคียงกับจำนวน 400 คน ที่นักวิจัยทางสังคมศาสตร์นิยมคำนวณมาใช้ในการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ เมื่อประชากรมีจำนวนมากกว่า 100,000 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % และความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ (ดูตารางที่ 6.3)

ตารางที่ 6.3

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด และค่าสูงสุดของจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

จำนวน สมมติฐาน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด
993	393.7	111.45	24	785

ตัวแปรที่ศึกษาในงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์

ตัวแปรที่ศึกษาในงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสาร สามารถจำแนกได้เป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวแปรภูมิหลัง กลุ่มตัวแปรการเปิดรับสื่อ กลุ่มตัวแปรบริบทของการเปิดรับสื่อ กลุ่มตัวแปรการรับรู้ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมทั่วไป และกลุ่มตัวแปรความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์กร ซึ่งกลุ่มตัวแปรแรกเป็นตัวแปรที่แนวทางการศึกษาในเชิงพฤติกรรมศาสตร์มักจะนำมาศึกษาร่วมในงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์อยู่เสมอ ส่วนกลุ่มตัวแปรที่สองและสามถือได้ว่าเป็นตัวแปรจากสาขาวิชาทางด้านวารสารศาสตร์/นิเทศศาสตร์ และกลุ่มตัวแปรที่สี่ถือได้ว่าเป็นกลุ่มตัวแปรทางสังคมศาสตร์ทั่วไป สำหรับกลุ่มตัวแปรสุดท้ายอาจถือว่า เป็นกลุ่มตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการมากที่สุด

ในงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารนั้น พบว่า ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรที่เกิดก่อนหรือตัวแปรที่เป็นเป็นสาเหตุที่มีการศึกษาไว้มากที่สุดเกือบร้อยละ 60 เป็นตัวแปรในกลุ่มภูมิหลัง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความเชื่อในทฤษฎีเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) และทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ยังคงมีอยู่ และยังไม่จางหายไปจากงานวิจัยในสาขาวิชาทางด้านวารสารศาสตร์/นิเทศศาสตร์ รวมถึงการจัดการทางการสื่อสารด้วย อย่างไรก็ตามหากพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่า ตัวแปรในกลุ่มภูมิหลังอาจแบ่งได้เป็นภูมิหลังทั่วไป เช่น เพศ อายุ ภูมิฐานะ สถานภาพสมรส เป็นต้น และภูมิหลังที่เกี่ยวกับการทำงาน เช่น ตำแหน่ง ระยะเวลาที่ทำงานในหน่วยงาน สังกัด เป็นต้น โดยพบว่าเป็นการศึกษาที่ภูมิหลังทั่วไปมากกว่าภูมิหลังที่เกี่ยวกับการทำงาน

กลุ่มตัวแปรที่มีการศึกษาในฐานะที่เป็นตัวแปรอิสระในอันดับที่สอง ประมาณ 1 ใน 5 คือ การเปิดรับสื่อ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวแปรของสาขาวิชาทางด้านวารสารศาสตร์/นิเทศศาสตร์ โดยผู้วิจัยในอดีตสนใจศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจมากที่สุด แต่ก็ใกล้เคียงกับสื่อมวลชน รองลงมา คือ สื่อบุคคล และมีการศึกษาสื่อใหม่ เช่น อินทราเน็ต อินเทอร์เน็ต อยู่บ้าง

กลุ่มตัวแปรที่มีการศึกษาในฐานะตัวแปรอิสระเป็นอันดับที่สาม คือ บริบทของการเปิดรับสื่อ ได้แก่ รูปแบบการสื่อสาร ความพึงพอใจในการสื่อสาร ความเชื่อถือข่าวสาร ความคาดหวังเกี่ยวกับการสื่อสาร ทศนคติเกี่ยวกับการสื่อสาร ความสนใจข่าวสาร การแสวงหาข่าวสาร และการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร ซึ่งเหตุผลที่ผู้วิจัยนำตัวแปรเหล่านี้มาศึกษานั้น น่าจะมาจากอิทธิพลของทฤษฎีทางการสื่อสารนั่นเอง

กลุ่มตัวแปรที่มีการศึกษาในฐานะตัวแปรอิสระเป็นอันดับที่สี่ คือ ความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การ ซึ่งมีเพียงจำนวนน้อย หรือคิดเป็นร้อยละ 2.2 เท่านั้น ซึ่งอาจเป็นภาพสะท้อนได้ว่า ตัวแปรทางการจัดการมักไม่ค่อยได้ถูกศึกษาในฐานะตัวแปรอิสระ

กลุ่มตัวแปรที่มีการศึกษาในฐานะตัวแปรอิสระเป็นอันดับสุดท้าย คือ การรับรู้ ความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมทั่วไป ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกับกลุ่มตัวแปรในอันดับที่สี่ แต่น้อยมากเมื่อเทียบกับกลุ่มตัวแปรในอันดับที่หนึ่ง สอง และสาม (ดูตารางที่ 6.4)

ตารางที่ 6.4

จำนวนและร้อยละของตัวแปรอิสระที่ใช้ในงานวิจัย

ตัวแปรอิสระ	จำนวน (คู่)	ร้อยละ
<u>ภูมิหลัง</u>	<u>588</u>	<u>59.2</u>
ภูมิหลังทั่วไป	376	37.9
ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงาน	212	21.3
<u>การเปิดรับสื่อ</u>	<u>212</u>	<u>21.3</u>
สื่อเฉพาะกิจ	81	8.2
สื่อบุคคล	43	4.3
สื่อมวลชน	79	8.0
สื่อใหม่	9	0.9
<u>บริบทของการเปิดรับสื่อ</u>	<u>153</u>	<u>15.4</u>
รูปแบบการสื่อสาร	86	8.7
ความสนใจข่าวสาร	2	0.2
การแสวงหาข่าวสาร	2	0.2
ความเชื่อถือข่าวสาร	10	1.0
การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร	1	0.1
ความคาดหวังเกี่ยวกับการสื่อสาร	6	0.6
ความพึงพอใจในการสื่อสาร	41	4.1
ทัศนคติเกี่ยวกับการสื่อสาร	5	0.5
<u>การรับรู้ ความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมทั่วไป</u>	<u>18</u>	<u>1.8</u>
การรับรู้	4	0.4
ความรู้	10	1.0
ทัศนคติ	4	0.4
<u>ความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การ</u>	<u>22</u>	<u>2.2</u>
ความพึงพอใจในการทำงานหรือองค์การ	19	1.9
ภาพลักษณ์	3	0.3
รวม	993	100.0

สำหรับตัวแปรตามหรือตัวแปรที่เป็นผลหรือตัวแปรที่เกิดขึ้นภายหลังนั้น พบว่า งานวิจัยทางด้านการจัดการทางการสื่อสารมีการศึกษาใน 4 กลุ่มตัวแปร โดยประมาณ 2 ใน 5 เป็นการศึกษาตัวแปรในกลุ่มบริบทของการเปิดรับสื่อ อีกเกือบ 1 ใน 3 เป็นการศึกษาตัวแปรในกลุ่มความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การ โดยอีก 1 ใน 5 ศึกษาตัวแปรในกลุ่มการรับรู้ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมทั่วไป และประมาณ 1 ใน 10 ศึกษาตัวแปรในกลุ่มการเปิดรับสื่อ

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณารายละเอียดในกลุ่มบริบทของการเปิดรับสื่อ พบว่า ตัวแปรที่มีการศึกษามากที่สุด ได้แก่ ความพึงพอใจในการสื่อสาร รองลงมา คือ ทัศนคติเกี่ยวกับการสื่อสาร การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร ความคาดหวังเกี่ยวกับการสื่อสาร ความเชื่อถือข่าวสาร ความสนใจข่าวสาร รูปแบบการสื่อสาร การแสวงหาข่าวสาร และบรรยากาศในการสื่อสาร ตามลำดับ

ส่วนตัวแปรในกลุ่มความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การนั้น ส่วนใหญ่ศึกษาที่ตัวแปรความพึงพอใจในการทำงานหรือองค์การ รองลงมา คือ ภาพลักษณ์ ความผูกพันต่อองค์การ ขวัญกำลังใจในการทำงาน และความคาดหวังในการทำงาน ตามลำดับ

ในขณะที่กลุ่มการรับรู้ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมทั่วไปนั้น พบว่า ตัวแปรที่มีการศึกษามากที่สุด ได้แก่ พฤติกรรม รองลงมา คือ ความรู้ ทัศนคติ และการรับรู้ ตามลำดับ สำหรับในกลุ่มการเปิดรับสื่อ พบว่า ตัวแปรที่มีการศึกษามากที่สุด ได้แก่ สื่อเฉพาะกิจ รองลงมา คือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อใหม่ ตามลำดับ (ดูตารางที่ 6.5)

ตารางที่ 6.5
จำนวนและร้อยละของตัวแปรตามที่ใช้ในงานวิจัย

ตัวแปรอิสระ	จำนวน (คู่)	ร้อยละ
<u>การเปิดรับสื่อ</u>	<u>112</u>	<u>11.3</u>
สื่อเฉพาะกิจ	46	4.6
สื่อบุคคล	21	2.1
สื่อมวลชน	32	3.2
สื่อใหม่	13	1.3
<u>บริบทของการเปิดรับสื่อ</u>	<u>400</u>	<u>40.3</u>
รูปแบบการสื่อสาร	7	0.7
ความสนใจข่าวสาร	10	1.0
การแสวงหาข่าวสาร	6	0.6
ความเชื่อถือข่าวสาร	17	1.7
การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร	67	6.7
ความคาดหวังเกี่ยวกับการสื่อสาร	21	2.1
ความพึงพอใจในการสื่อสาร	154	15.5
ทัศนคติเกี่ยวกับการสื่อสาร	115	11.6
บรรยากาศในการสื่อสาร	3	0.3
<u>การรับรู้ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมทั่วไป</u>	<u>199</u>	<u>20.0</u>
การรับรู้	18	1.8
ความรู้	69	6.9
ทัศนคติ	27	2.7
พฤติกรรม	85	8.6
<u>ความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การ</u>	<u>282</u>	<u>28.4</u>
ความคาดหวังในการทำงาน	6	0.6
ความพึงพอใจในการทำงานหรือองค์การ	169	17.0
ความผูกพันต่อองค์การ	30	3.0
ขวัญกำลังใจ	12	1.2
ภาพลักษณ์	65	6.5
รวม	993	100.0

ผลการสังเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

ผลการสังเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามด้วยวิธีการ Meta-Analysis นั้น จะทำให้ได้ดัชนีมาตรฐาน (Standard Index) ซึ่งแสดงขนาดหรือปริมาณความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามแต่ละคู่ โดยสามารถนำเสนอได้ 2 รูปแบบ คือ ขนาดอิทธิพล (Effect Size) หรือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ซึ่งในการสังเคราะห์ครั้งนี้จะนำเสนอด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เพราะง่ายในการตีความ เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีตัวเลขอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 เท่านั้น ถ้าคู่ตัวแปรใดมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็น 0 แสดงว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย และถ้าคู่ตัวแปรใดมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็น 1 แสดงว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์ ทั้งนี้เพื่อให้การตีความสื่อความหมายได้ตรงกัน ในที่นี้จึงยึดความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเดวิส (Davis' Descriptors) (รายละเอียดอยู่ในบทที่ 3)

ในตอนต้นจะเป็นการนำเสนอผลการสังเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระและกลุ่มตัวแปรตาม เพื่อให้เห็นภาพรวมของขนาดความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวแปรต่าง ๆ ก่อน หลังจากนั้นจึงจะนำเสนอผลการสังเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เพื่อให้ได้ภาพในรายละเอียดต่อไป ทั้งนี้ไม่ว่าจะพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในระดับมหภาค (ระหว่างกลุ่มตัวแปร) หรือจุลภาค (ระหว่างตัวแปร) พบว่า โดยเฉลี่ยขนาดความสัมพันธ์หรือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์นั้น จะอยู่ในระดับต่ำถึงแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กันเลย ทั้งนี้น่าจะเป็นเนื่องจากว่า คู่ความสัมพันธ์ที่นำมาศึกษาทั้งหมดนั้นมาจากงานวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งศึกษาตามสภาพการณ์ที่เป็นอยู่จริง มิได้มีการจัดกระทำกับตัวแปรอิสระเพื่อวัดผลตัวแปรตามเช่นการวิจัยเชิงทดลองแต่อย่างใด ทำให้การสรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรไม่ชัดเจนนัก หรือได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ค่อนข้างต่ำ เนื่องจากอาจจะมีตัวแปรอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องอีกมากมาย อย่างไรก็ตามด้วยเทคนิควิธีวิจัยดังกล่าวก็ช่วยให้ผลการวิจัยการจัดการทางการสื่อสารมีความเที่ยงตรงภายนอก (External Validity) หรืออำนาจในการสรุปอ้างผลการวิจัย (Generalizability) สูง (อ่านรายละเอียดใน Bracht and Glass, 1968) อันจะนำไปใช้การอธิบายปรากฏการณ์ทางการจัดการทางการสื่อสารในสังคมได้ดีกว่าที่จะใช้การวิจัยเชิงทดลอง

เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวแปรการเปิดรับสื่อในฐานะตัวแปรตาม พบว่า มีกลุ่มตัวแปรอิสระที่ผู้วิจัยในอดีตนำมาศึกษาหาความสัมพันธ์เพียงสองกลุ่ม คือ ภูมิหลัง และบริบทของการเปิดรับสื่อ โดยกลุ่มตัวแปรอิสระที่มีขนาดความสัมพันธ์มากที่สุด คือ บริบทของการเปิดรับสื่อ รองลงมา คือ ภูมิหลัง ทั้งนี้ขนาดความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวแปรบริบทของการเปิดรับสื่อนั้นอยู่ในระดับต่ำ ส่วนกลุ่มตัวแปรภูมิหลังนั้นถือว่าแทบไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

ส่วนกลุ่มตัวแปรตามบริบทของการเปิดรับสื่อนั้น พบว่า กลุ่มตัวแปรอิสระที่มีขนาดความสัมพันธ์มากที่สุด คือ การรับรู้ ความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมทั่วไป รองลงมา คือ บริบทของการเปิดรับสื่อ การเปิดรับสื่อ และภูมิหลัง ตามลำดับ โดยขนาดความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวแปรอิสระสองกลุ่มแรกนั้นถือว่า อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนกลุ่มตัวแปรการเปิดรับสื่อนั้นอยู่ในระดับต่ำ และกลุ่มตัวแปรภูมิหลังนั้นถือว่า แทบไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

สำหรับกลุ่มตัวแปรการรับรู้ ความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมทั่วไปเมื่อพิจารณาในฐานะตัวแปรตามนั้น พบว่า กลุ่มตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด คือ บริบทของการเปิดรับสื่อ รองลงมา คือ การรับรู้ ความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมทั่วไป การเปิดรับสื่อ ความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงาน

หรือองค์การ และภูมิหลัง ตามลำดับ โดยทุกกลุ่มตัวแปรยกเว้นภูมิหลังถือว่า มีขนาดความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ในขณะที่กลุ่มตัวแปรภูมิหลังนั้นถือว่า แทบไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

กลุ่มตัวแปรตามกลุ่มสุดท้ายที่มีการศึกษาวิจัยกันในอดีต คือ ความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การ โดยกลุ่มตัวแปรอิสระที่มีขนาดความสัมพันธ์มากที่สุด ก็คือ ตัวแปรในกลุ่มความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การด้วยตนเอง รองลงมา คือ การรับรู้ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมทั่วไป ซึ่งมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ส่วนกลุ่มตัวแปรบริบทของการเปิดรับสื่อและการเปิดรับสื่อนั้นมีขนาดความสัมพันธ์ในลำดับถัดมา โดยมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และเช่นเดียวกันกับกลุ่มตัวแปรตามอื่น ๆ ที่กลุ่มตัวแปรภูมิหลังนั้นมีขนาดความสัมพันธ์ต่ำที่สุด และอยู่ในระดับที่ถือว่า แทบไม่มีความสัมพันธ์กันเลย (ดูตารางที่ 6.6)

ตารางที่ 6.6

ดัชนีมาตรฐานระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระและกลุ่มตัวแปรตาม

กลุ่มตัวแปรตาม	กลุ่มตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	จำนวน (คู่)
- การเปิดรับสื่อ	- ภูมิหลัง	.109299	110
	- บริบทของการเปิดรับสื่อ	.278500	2
- บริบทของการเปิดรับสื่อ	- ภูมิหลัง	.081478	246
	- การเปิดรับสื่อ	.168681	98
	- บริบทของการเปิดรับสื่อ	.302876	49
	- การรับรู้ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมทั่วไป	.373433	7
- การรับรู้ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมทั่วไป	- ภูมิหลัง	.068921	82
	- การเปิดรับสื่อ	.152166	92
	- บริบทของการเปิดรับสื่อ	.221355	19
	- การรับรู้ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมทั่วไป	.202956	5
	- ความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การ	.113000	1
- ความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การ	- ภูมิหลัง	.060994	150
	- การเปิดรับสื่อ	.181093	22
	- บริบทของการเปิดรับสื่อ	.260613	83
	- การรับรู้ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมทั่วไป	.310817	6
	- ความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การ	.313714	21

เมื่อพิจารณารายละเอียดของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในแต่ละกลุ่ม พบว่า ในกลุ่มการเปิดรับสื่อการศึกษาตัวแปรอิสระที่ใช้อธิบายสื่อเฉพาะกิจอยู่ 2 กลุ่ม ได้แก่ ภูมิหลัง และบริบทของการเปิดรับสื่อ โดยในกลุ่มภูมิหลังนี้ พบว่า ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงานมีขนาดความสัมพันธ์มากกว่าภูมิหลังทั่วไป สำหรับในกลุ่มบริบทของการเปิดรับสื่อพบการศึกษาเพียงตัวแปรเดียว คือ ความคาดหวังเกี่ยวกับการสื่อสาร ซึ่งมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ส่วนตัวแปรตามที่เป็นสื่อบุคคลนั้นกลับพบตรงกันข้ามกับสื่อเฉพาะกิจ กล่าวคือ ภูมิหลังทั่วไปมีขนาดความสัมพันธ์มากกว่าภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงาน โดยภูมิหลังทั่วไปมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ส่วนภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงานมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับที่แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย หากพิจารณาที่สื่อมวลชนพบว่า ทั้งภูมิหลังทั่วไปและภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงานนั้นแทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย แต่ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงานมีขนาดความสัมพันธ์สูงกว่าภูมิหลังทั่วไปอยู่เล็กน้อย สำหรับสื่อใหม่นั้นภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงานมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับต่ำซึ่งสูงกว่าภูมิหลังทั่วไปที่มีขนาดความสัมพันธ์ในระดับที่แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย โดยในส่วนสื่อใหม่นี้ยังพบว่า มีการนำตัวแปรอิสระในกลุ่มบริบทของการเปิดรับสื่อมาศึกษาด้วย ซึ่งก็คือ ความคาดหวังเกี่ยวกับการสื่อสาร ซึ่งมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

ในกลุ่มตัวแปรตามบริบทของการเปิดรับสื่อนั้น พบว่า ตัวแปรรูปแบบการสื่อสารนั้นตัวแปรที่เป็นภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงานอธิบายได้ดีกว่าภูมิหลังทั่วไป ส่วนตัวแปรความสนใจข่าวสารนั้นภูมิหลังทั่วไปมีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ แต่การเปิดรับสื่อมวลชนมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง สำหรับการแสวงหาข่าวสารนั้นทั้งแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กับภูมิหลังทั่วไปและภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงานเลย ในขณะที่ภูมิหลังทั้งสองนั้นมีความสัมพันธ์กับความเชื่อถือข่าวสารในระดับต่ำ แต่ความพึงพอใจในการสื่อสารนั้นถือว่า มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก หากพิจารณาตัวแปรการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร พบว่า ภูมิหลังทั่วไปและภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงานแทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย ส่วนตัวแปรเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ ได้แก่ สื่อเฉพาะกิจ สื่อมวลชน และสื่อใหม่นั้น มีขนาดความสัมพันธ์ในระดับต่ำ โดยสื่อเฉพาะกิจมีขนาดความสัมพันธ์สูงสุด รองลงมา คือ สื่อมวลชน และสื่อใหม่ ในส่วนตัวแปรที่เป็นบริบทของการเปิดรับสื่อนั้นพบว่า ตัวแปรที่อธิบายการใช้ประโยชน์จากข่าวสารได้ดีที่สุด คือ ความพึงพอใจในการสื่อสาร ซึ่งมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับสูง รองลงมา คือ การแสวงหาข่าวสาร ซึ่งมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และทัศนคติเกี่ยวกับการสื่อสาร ซึ่งมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับต่ำ นอกจากนั้นยังมีตัวแปรความรู้ที่ใช้อธิบายการใช้ประโยชน์จากข่าวสารได้ในขนาดความสัมพันธ์ที่ถือว่าสูง

ตัวแปรตามเกี่ยวกับความคาดหวังเกี่ยวกับการสื่อสารนั้น ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงานอธิบายได้ดีกว่าภูมิหลังทั่วไป แต่ความพึงพอใจในการสื่อสารนั้นภูมิหลังทั่วไปอธิบายได้ดีกว่าภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงานเพียงเล็กน้อย แต่ก็ถือว่า ทั้งหมดนั้นมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับที่แทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย ส่วนตัวแปรเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อนั้นพบว่า ตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสื่อสารสูงสุด คือ สื่อเฉพาะกิจ ที่มีขนาดความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ สื่อใหม่ และสื่อมวลชนที่มีขนาดความสัมพันธ์ในระดับต่ำ สำหรับตัวแปรที่เป็นบริบทของการเปิดรับสื่อนั้น พบว่า การใช้ประโยชน์จากข่าวสารมีขนาดความสัมพันธ์สูงสุดในระดับสูง รองลงมา คือ การแสวงหาข่าวสารและความคาดหวังเกี่ยวกับการสื่อสาร ซึ่งมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และรูปแบบการสื่อสาร ซึ่งมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ตามลำดับ

ส่วนตัวแปรตามในเรื่องทัศนคติเกี่ยวกับการสื่อสารนั้น ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงานอธิบายได้ดีกว่าภูมิหลังทั่วไป โดยในกลุ่มการเปิดรับสื่อนั้นทุกสื่อมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับต่ำ เรียงลำดับจากมาก

ไปน้อย คือ สื่อบุคคล สื่อใหม่ สื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชน ตามลำดับ สำหรับในกลุ่มบริบทของการเปิดรับสื่อนั้น รูปแบบการสื่อสารมีขนาดความสัมพันธ์สูงสุดอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ ความเชื่อถือข่าวสาร และความพึงพอใจในการสื่อสาร ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ โดยตัวแปรความรู้นั้นก็มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการสื่อสารในระดับต่ำเช่นกัน ส่วนตัวแปรตามที่เป็นบรรยากาศการสื่อสารนั้น พบว่า ทั้งภูมิหลังทั่วไปและภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงานแทบไม่มีความสัมพันธ์ด้วยเลย

กลุ่มตัวแปรตามถัดไป คือ การรับรู้ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมทั่วไปนั้น พบว่า ตัวแปรอิสระที่ถูกนำมาศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ คือ ภูมิหลังทั่วไปที่แทบจะไม่มีความสัมพันธ์ด้วยเลย และการเปิดรับสื่อมวลชนที่มีขนาดความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ส่วนตัวแปรตามที่เป็นความรู้นั้น พบว่า ภูมิหลังทั่วไปมีขนาดความสัมพันธ์สูงกว่าภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงาน แต่ก็อยู่ในระดับแทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย ในเรื่องการเปิดรับสื่อนั้น พบว่า สื่อเฉพาะกิจมีผลต่อความรู้นมากที่สุด รองลงมา คือ สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อใหม่ ตามลำดับ โดยทั้งหมดนั้นมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และความพึงพอใจในการสื่อสารกับความคาดหวังในการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ในระดับต่ำ ในขณะที่รูปแบบการสื่อสารนั้นแทบจะไม่มีความสัมพันธ์ด้วยเลย สำหรับทัศนคตินั้น ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงานมีขนาดความสัมพันธ์สูงกว่าภูมิหลังทั่วไป แต่ก็อยู่ในระดับแทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย

ส่วนพฤติกรรมนั้น ตัวแปรอิสระที่เป็นภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงานมีขนาดความสัมพันธ์สูงกว่าภูมิหลังทั่วไปเพียงเล็กน้อย โดยขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับแทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลยเช่นกัน ในขณะที่ตัวแปรอิสระที่มาจากกลุ่มการเปิดรับสื่อนั้น พบว่า สื่อมวลชนมีขนาดความสัมพันธ์สูงสุด รองลงมา คือ สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคลและสื่อใหม่ โดยสองสื่อแรกนั้นมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ส่วนสองสื่อหลังนั้นแทบจะไม่มีความสัมพันธ์ด้วยเลย สำหรับตัวแปรอิสระที่เป็นบริบทของการเปิดรับสื่อนั้น พบว่า ทัศนคติเกี่ยวกับการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมมากที่สุด รองลงมา คือ ความสนใจข่าวสาร และรูปแบบการสื่อสาร โดยสองตัวแปรแรกมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง แต่ตัวแปรสุดท้ายมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ทั้งนี้ตัวแปรทั้งการรับรู้ ความรู้ และภาพลักษณ์ก็มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในระดับต่ำเช่นกัน

ในกลุ่มตัวแปรตามที่เป็นความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์กรนั้น หากพิจารณาไปที่ตัวแปรความคาดหวังในการทำงาน จะพบว่า ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงานมีขนาดความสัมพันธ์สูงกว่าภูมิหลังทั่วไป โดยภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงานมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ส่วนภูมิหลังทั่วไปมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับแทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย สำหรับความพึงพอใจในการทำงานหรือองค์กรนั้น ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงานมีขนาดความสัมพันธ์สูงกว่าภูมิหลังทั่วไปเพียงเล็กน้อย แต่ก็มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับแทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย หากพิจารณาที่กลุ่มตัวแปรการเปิดรับสื่อ พบว่า สื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานหรือองค์กรในระดับต่ำและสูงกว่าสื่อเฉพาะกิจที่มีขนาดความสัมพันธ์ในระดับแทบจะไม่มีความสัมพันธ์เลย สำหรับตัวแปรอิสระในกลุ่มบริบทของการเปิดรับสื่อนั้น พบว่า ทัศนคติเกี่ยวกับการสื่อสารมีขนาดความสัมพันธ์สูงสุด รองลงมา คือ ความพึงพอใจในการสื่อสาร และรูปแบบการสื่อสาร โดยตัวแปรแรกมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับสูง ตัวแปรที่สองมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และตัวแปรสุดท้ายมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับต่ำ โดยตัวแปรตามในกลุ่มกลุ่มตัวแปรนั้น พบว่า ความรู้มีขนาดความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและสูงกว่าทัศนคติที่มีขนาดความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ส่วนตัวแปรอิสระตัวสุดท้ายที่มีการศึกษาหาความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานหรือองค์กร คือ ภาพลักษณ์ ซึ่งพบว่ามีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

อย่างไรก็ตาม ตัวแปรตามที่เป็นความผูกพันต่อองค์กรนั้น พบว่า ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงานมีขนาดความสัมพันธ์สูงกว่าภูมิหลังทั่วไป แม้ว่าทั้งสองตัวแปรนั้นจะมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับแทบจะไม่มี ความสัมพันธ์เลย ส่วนความพึงพอใจในการสื่อสารมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับต่ำ เช่นเดียวกับ ความพึงพอใจในการทำงานหรือองค์กร สำหรับตัวแปรตามที่เป็นขวัญกำลังใจในการทำงานนั้น พบว่า มีกลุ่ม ตัวแปรอิสระที่ศึกษาเพียงสองกลุ่ม กลุ่มแรก คือ บริบทของการเปิดรับสื่อ พบว่า ความพึงพอใจในการสื่อสาร มีขนาดความสัมพันธ์สูงสุด รองลงมา คือ ความเชื่อถือข่าวสาร และรูปแบบการสื่อสาร ตามลำดับ โดยทั้งสาม ตัวแปร มีขนาดความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กลุ่มสอง คือ ความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงาน หรือองค์กรในเรื่องความพึงพอใจในการทำงานหรือองค์กร ซึ่งมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับสูง ทั้งนี้ตัวแปร ตามตัวสุดท้ายที่มีการศึกษา คือ ภาพลักษณ์ โดยพบว่า ทั้งภูมิหลังทั่วไปและภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงานแทบ จะไม่มีความสัมพันธ์ด้วยเลย ในขณะที่การเปิดรับสื่อมวลชนมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และการรับรู้มี ขนาดความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก (ดูตารางที่ 6.7)

ตารางที่ 6.7
ดัชนีมาตรฐานระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

ตัวแปรตาม	ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	จำนวน (คู่)
<u>การเปิดรับสื่อ</u>	<u>สื่อเฉพาะกิจ</u>	<u>ภูมิหลัง</u>	
	ภูมิหลังทั่วไป	.096394	26
	ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงาน	.152581	19
	<u>บริบทของการเปิดรับสื่อ</u>		
	ความคาดหวังเกี่ยวกับการสื่อสาร	.190000	1
	<u>สื่อบุคคล</u>	<u>ภูมิหลัง</u>	
	ภูมิหลังทั่วไป	.219827	16
	ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงาน	.050176	5
	<u>สื่อมวลชน</u>	<u>ภูมิหลัง</u>	
	ภูมิหลังทั่วไป	.046114	22
	ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงาน	.060580	10
	<u>สื่อใหม่</u>	<u>ภูมิหลัง</u>	
<u>บริบทของการเปิดรับสื่อ</u>	ภูมิหลังทั่วไป	.058733	6
	ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงาน	.146132	6
	<u>บริบทของการเปิดรับสื่อ</u>		
	ความคาดหวังเกี่ยวกับการสื่อสาร	.367000	1
<u>บริบทของการเปิดรับสื่อ</u>	<u>รูปแบบการสื่อสาร</u>	<u>ภูมิหลัง</u>	
	ภูมิหลังทั่วไป	.070700	4
	ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงาน	.15433	3
	<u>ความสนใจข่าวสาร</u>	<u>ภูมิหลัง</u>	
	ภูมิหลังทั่วไป	.190958	7
	<u>การเปิดรับสื่อ</u>		
	สื่อมวลชน	.314578	3
	<u>การแสวงหาข่าวสาร</u>	<u>ภูมิหลัง</u>	
	ภูมิหลังทั่วไป	.044875	4
	ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงาน	.016550	2

ตารางที่ 6.7 (ต่อ)

ตัวแปรตาม	ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	จำนวน (คู่)
ความเชื่อถือข่าวสาร	<u>ภูมิหลัง</u>		
	ภูมิหลังทั่วไป	.153691	7
	ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงาน	.196740	8
	<u>บริบทของการเปิดรับสื่อ</u>		
การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร	ความพึงพอใจในการสื่อสาร	.748000	2
	<u>ภูมิหลัง</u>		
	ภูมิหลังทั่วไป	.051175	18
	ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงาน	.066412	21
	<u>การเปิดรับสื่อ</u>		
	สื่อเฉพาะกิจ	.222844	9
	สื่อมวลชน	.199763	8
	สื่อใหม่	.149825	4
	<u>บริบทของการเปิดรับสื่อ</u>		
	การแสวงหาข่าวสาร	.375000	1
	ความพึงพอใจในการสื่อสาร	.542816	3
	ทัศนคติเกี่ยวกับการสื่อสาร	.178900	1
	<u>การรับรู้ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมทั่วไป</u>		
	ความรู้	.627000	2
ความคาดหวังเกี่ยวกับการสื่อสาร	<u>ภูมิหลัง</u>		
ความพึงพอใจในการสื่อสาร	ภูมิหลังทั่วไป	.039476	14
	ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงาน	.074157	7
	<u>ภูมิหลัง</u>		
	ภูมิหลังทั่วไป	.078989	60
	ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงาน	.070211	55
	<u>การเปิดรับสื่อ</u>		
	สื่อเฉพาะกิจ	.320643	7
	สื่อมวลชน	.113725	12
	สื่อใหม่	.257000	1

ตารางที่ 6.7 (ต่อ)

ตัวแปรตาม	ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	จำนวน (คู่)
ทัศนคติเกี่ยวกับการสื่อสาร	<u>บริบทของการเปิดรับสื่อ</u>		
	รูปแบบการสื่อสาร	.235486	14
	การแสวงหาข่าวสาร	.375000	1
	การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร	.650800	1
	ความคาดหวังเกี่ยวกับการสื่อสาร	.310233	3
	<u>ภูมิหลัง</u>		
	ภูมิหลังทั่วไป	.098710	26
	ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงาน	.132172	7
	<u>การเปิดรับสื่อ</u>		
	สื่อเฉพาะกิจ	.139591	22
	สื่อบุคคล	.182430	14
	สื่อมวลชน	.101180	17
	สื่อใหม่	.172721	1
บรรยากาศในการสื่อสาร	<u>บริบทของการเปิดรับสื่อ</u>		
	รูปแบบการสื่อสาร	.440000	6
	ความเชื่อถือข่าวสาร	.234192	9
	ความพึงพอใจในการสื่อสาร	.145191	8
	<u>การรับรู้ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมทั่วไป</u>		
	ความรู้	.272006	5
	<u>ภูมิหลัง</u>		
	ภูมิหลังทั่วไป	.010100	2
	ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงาน	.015000	1
<u>การรับรู้ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมทั่วไป</u> การรับรู้	<u>ภูมิหลัง</u>		
	ภูมิหลังทั่วไป	.093887	15
	<u>การเปิดรับสื่อ</u>		
	สื่อมวลชน	.154048	3

ตารางที่ 6.7 (ต่อ)

ตัวแปรตาม	ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	จำนวน (คู่)
ความรู้	<u>ภูมิหลัง</u>		
	ภูมิหลังทั่วไป	.044106	18
	ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงาน	.018980	5
	<u>การเปิดรับสื่อ</u>		
	สื่อเฉพาะกิจ	.168400	18
	สื่อบุคคล	.158194	11
	สื่อมวลชน	.157532	7
	สื่อใหม่	.113582	1
	<u>บริบทของการเปิดรับสื่อ</u>		
	รูปแบบการสื่อสาร	.090833	6
	ความคาดหวังเกี่ยวกับการสื่อสาร	.213699	1
	ความพึงพอใจในการสื่อสาร	.260325	2
ทัศนคติ	<u>ภูมิหลัง</u>		
พฤติกรรม	ภูมิหลังทั่วไป	.063550	18
	ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงาน	.081933	9
	<u>ภูมิหลัง</u>		
	ภูมิหลังทั่วไป	.083182	11
	ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงาน	.093017	6
	<u>การเปิดรับสื่อ</u>		
	สื่อเฉพาะกิจ	.157321	18
	สื่อบุคคล	.083825	14
	สื่อมวลชน	.192917	18
	สื่อใหม่	.035800	2
	<u>บริบทของการเปิดรับสื่อ</u>		
	รูปแบบการสื่อสาร	.193000	5
	ความสนใจข่าวสาร	.332604	2
	ทัศนคติเกี่ยวกับการสื่อสาร	.432060	3

ตารางที่ 6.7 (ต่อ)

ตัวแปรตาม	ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	จำนวน (คู่)
	<u>การรับรู้ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมทั่วไป</u>		
	การรับรู้	.265936	3
	ความรู้	.108486	2
	<u>ความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การ</u>		
	ภาพลักษณ์	.113000	1
<u>ความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การ</u>			
ความคาดหวังในการทำงาน	<u>ภูมิหลัง</u>		
	ภูมิหลังทั่วไป	.041020	5
	ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงาน	.131700	1
ความพึงพอใจในการทำงานหรือองค์การ	<u>ภูมิหลัง</u>		
	ภูมิหลังทั่วไป	.053194	47
	ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงาน	.065261	36
	<u>การเปิดรับสื่อ</u>		
	สื่อเฉพาะกิจ	.058814	7
	สื่อบุคคล	.273975	4
	<u>บริบทของการเปิดรับสื่อ</u>		
	รูปแบบการสื่อสาร	.147648	48
	ความพึงพอใจในการสื่อสาร	.498516	19
	ทัศนคติเกี่ยวกับการสื่อสาร	.593000	1
	<u>การรับรู้ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมทั่วไป</u>		
	ความรู้	.349000	1
	ทักษะ	.203000	4
	<u>ความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การ</u>		
	ภาพลักษณ์	.388900	2

ตารางที่ 6.7 (ต่อ)

ตัวแปรตาม	ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	จำนวน (คู่)
ความผูกพันต่อองค์กร	<u>ภูมิหลัง</u>		
	ภูมิหลังทั่วไป	.058140	5
	ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงาน	.094533	3
	<u>บริบทของการเปิดรับสื่อ</u>		
	ความพึงพอใจในการสื่อสาร	.218925	4
	<u>ความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์กร</u>		
	ความพึงพอใจในการทำงานหรือองค์กร	.287233	18
	<u>บริบทของการเปิดรับสื่อ</u>		
	รูปแบบการสื่อสาร	.302614	7
	ความเชื่อถือข่าวสาร	.322000	1
ขวัญกำลังใจ	ความพึงพอใจในการสื่อสาร	.387667	3
	<u>ความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์กร</u>		
	ความพึงพอใจในการทำงานหรือองค์กร	.640000	1
ภาพลักษณ์	<u>ภูมิหลัง</u>		
	ภูมิหลังทั่วไป	.063920	45
	ภูมิหลังเกี่ยวกับการทำงาน	.064013	8
	<u>การเปิดรับสื่อ</u>		
	สื่อมวลชน	.225132	11
	<u>การรับรู้ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมทั่วไป</u>		
	การรับรู้	.703900	1

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม
จำแนกตามคุณลักษณะของงานวิจัย และกลุ่มของตัวแปร

งานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่นำมาสังเคราะห์ในเชิงปริมาณด้วยวิธี Meta-Analysis นั้น มีคุณลักษณะที่หลากหลาย ซึ่งอาจส่งผลต่อการนำดัชนีมาตรฐานไปประยุกต์ใช้ต่อไปได้ ดังนั้นในที่นี้จึงนำดัชนีมาตรฐานในรูปค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่สังเคราะห์ได้เหล่านั้นมาวิเคราะห์ความแปรปรวน จำแนกตามคุณลักษณะงานวิจัย ได้แก่ ปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่ และสถาบันที่สังกัด ซึ่งถือว่าเป็นตัวแปรเหล่านี้เป็นตัวแปรปรับที่จะช่วยอธิบายความแตกต่างของดัชนีมาตรฐานได้

ผลการวิเคราะห์พบว่า ทั้งปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่ และสถาบันที่สังกัดไม่สามารถอธิบายความแตกต่างของดัชนีมาตรฐานได้ที่ระดับนัยสำคัญ .05 หมายความว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่พบนั้นไม่ขึ้นอยู่กับกาลและเทศะ หรือไม่ว่าจะเป็นงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่เผยแพร่ในช่วง ปี พ.ศ. ไต หรือมาจากสถาบันใดก็พบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรไม่แตกต่างกัน ซึ่งนักวิจัยสามารถนำดัชนีมาตรฐานนี้ไปประยุกต์ใช้ในอนาคตได้ โดยไม่ต้องกังวลว่า เวลาและแหล่งที่มาของงานวิจัยจะเป็นตัวแปรทำให้ดัชนีมาตรฐานเหล่านี้เปลี่ยนไป (ดูตารางที่ 6.8)

ตารางที่ 6.8

ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของดัชนีมาตรฐาน จำแนกตามคุณลักษณะของงานวิจัย

คุณลักษณะงานวิจัย	แหล่งที่มาของความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ปี พ.ศ. ที่เผยแพร่	ระหว่างกลุ่ม	.009	1	.009	.448	.504
	ภายในกลุ่ม	20.742	991	.021		
	รวม	20.752	992			
สถาบันที่สังกัด	ระหว่างกลุ่ม	.061	1	.061	2.920	.088
	ภายในกลุ่ม	20.691	991	.021		
	รวม	20.752	992			

นอกจากจะวิเคราะห์ความแปรปรวนของดัชนีมาตรฐาน จำแนกตามคุณลักษณะงานวิจัยข้างต้นแล้ว ในที่นี้ยังจะวิเคราะห์ความแปรปรวนของดัชนีมาตรฐาน จำแนกตามกลุ่มตัวแปรอิสระและกลุ่มตัวแปรตามด้วย เพื่อพิจารณาว่า กลุ่มตัวแปรอิสระหรือกลุ่มตัวแปรตามใดสามารถอธิบายความแตกต่างของดัชนีมาตรฐานได้บ้าง ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า ทั้งกลุ่มตัวแปรอิสระและกลุ่มตัวแปรตามสามารถอธิบายความแตกต่างของดัชนีมาตรฐานได้ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวแปรภูมิหลัง กลุ่มตัวแปรการเปิดรับสื่อ กลุ่มตัวแปรบริบทของการเปิดรับสื่อ กลุ่มตัวแปรการรับรู้ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมทั่วไป และกลุ่มตัวแปรความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การนั้นให้ขนาดอิทธิพลระหว่างตัวแปรแตกต่างกัน (ดูตารางที่ 6.9)

ตารางที่ 6.9
ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของดัชนีมาตรฐาน
จำแนกตามกลุ่มตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

กลุ่มตัวแปร	แหล่งที่มาของ ความแปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ตัวแปรอิสระ	ระหว่างกลุ่ม	5.883	4	1.471	97.736*	.000
	ภายในกลุ่ม	14.869	988	.015		
	รวม	20.752	992			
ตัวแปรตาม	ระหว่างกลุ่ม	.169	3	.056	2.703*	.044
	ภายในกลุ่ม	20.583	989	.021		
	รวม	20.752	992			

*Sig. < .05

ในส่วนของกลุ่มตัวแปรอิสระนั้น พบว่า กลุ่มตัวแปรภูมิหลังมีขนาดความสัมพันธ์ น้อยกว่ากลุ่มตัวแปรทั้ง 4 กลุ่มที่เหลือทั้งหมด ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ภูมิหลังอาจจะมิใช่เป็นตัวแปรสำคัญที่ต้องกล่าวถึงในประเด็นปัญหาของการวิจัยเท่าใดนัก ในขณะที่กลุ่มตัวแปรทางด้าน วารสารศาสตร์/นิเทศศาสตร์ทั้ง 2 กลุ่มนั้น พบว่า กลุ่มตัวแปรบริบทของการเปิดรับสื่อมีขนาดความสัมพันธ์สูงกว่ากลุ่มตัวแปรการเปิดรับสื่อ แต่เฉพาะกลุ่มตัวแปรการเปิดรับสื่อเท่านั้นที่พบขนาดความสัมพันธ์ดังกล่าวน้อยกว่ากลุ่มตัวแปรการรับรู้ ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมทั่วไป และกลุ่มตัวแปรความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การที่ระดับนัยสำคัญ .05 (ดูตารางที่ 6.10)

ตารางที่ 6.10
ผลการเปรียบเทียบพหุคูณของดัชนีมาตรฐานระหว่างกลุ่มตัวแปรอิสระต่าง ๆ
ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

กลุ่มตัวแปรอิสระ		ความแตกต่าง ของค่าเฉลี่ย	Sig.
ภูมิหลัง (ค่าเฉลี่ย = .079706)	- การเปิดรับสื่อ	-.083096*	.000
	- บริบทของการเปิดรับสื่อ	-.189801*	.000
	- การรับรู้ ความรู้ ทักษะ และ พฤติกรรมทั่วไป	-.225500*	.000
	- ความคิดเห็นและทัศนคติ เกี่ยวกับการทำงานหรือองค์กร	-.224885*	.000
การเปิดรับสื่อ (ค่าเฉลี่ย = .162802)	- ภูมิหลัง	.083096*	.000
	- บริบทของการเปิดรับสื่อ	-.106705*	.000
	- การรับรู้ ความรู้ ทักษะ และ พฤติกรรมทั่วไป	-.142404*	.000
	- ความคิดเห็นและทัศนคติ เกี่ยวกับการทำงานหรือองค์กร	-.141789*	.000
บริบทของการเปิดรับสื่อ (ค่าเฉลี่ย = .269507)	- ภูมิหลัง	.189801*	.000
	- การเปิดรับสื่อ	.106705*	.000
	- การรับรู้ ความรู้ ทักษะ และ พฤติกรรมทั่วไป	-.035699	.243
	- ความคิดเห็นและทัศนคติ เกี่ยวกับการทำงานหรือองค์กร	-.035084	.210
การรับรู้ ความรู้ ทักษะ และ พฤติกรรมทั่วไป (ค่าเฉลี่ย = .305206)	- ภูมิหลัง	.225500*	.000
	- การเปิดรับสื่อ	.142404*	.000
	- บริบทของการเปิดรับสื่อ	.035699	.243
	- ความคิดเห็นและทัศนคติ เกี่ยวกับการทำงานหรือองค์กร	.000615	.987
ความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับ การทำงานหรือองค์กร (ค่าเฉลี่ย = .304591)	- ภูมิหลัง	.224885*	.000
	- การเปิดรับสื่อ	.141789*	.000
	- บริบทของการเปิดรับสื่อ	.035084	.210
	- การรับรู้ ความรู้ ทักษะ และ พฤติกรรมทั่วไป	-.000615	.987

*Sig. < .05

สำหรับกลุ่มตัวแปรตามนั้น พบว่า กลุ่มตัวแปรความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การมีขนาดความสัมพันธ์สูงกว่ากลุ่มตัวแปรการเปิดรับสื่อ และกลุ่มตัวแปรการรับรู้ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมทั่วไป ส่วนกลุ่มตัวแปรคู่อื่น ๆ ไม่พบว่า มีขนาดความสัมพันธ์แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 (ดูตารางที่ 6.11)

ตารางที่ 6.11

ผลการเปรียบเทียบพหุคูณของดัชนีมาตรฐานระหว่างกลุ่มตัวแปรตามต่าง ๆ
ด้วยวิธีผลต่างนัยสำคัญ (LSD)

กลุ่มตัวแปรตาม		ความแตกต่าง ของค่าเฉลี่ย	Sig.
การเปิดรับสื่อ (ค่าเฉลี่ย = .112320)	- บริบทของการเปิดรับสื่อ	-.022753	.140
	- การรับรู้ ความรู้ ทัศนคติ และ พฤติกรรมทั่วไป	-.013229	.438
	- ความคิดเห็นและทัศนคติ เกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การ	-.040931*	.011
บริบทของการเปิดรับสื่อ (ค่าเฉลี่ย = .135073)	- การเปิดรับสื่อ	.022753	.140
	- การรับรู้ ความรู้ ทัศนคติ และ พฤติกรรมทั่วไป	.009524	.447
	- ความคิดเห็นและทัศนคติ เกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การ	-.018178	.105
การรับรู้ ความรู้ ทัศนคติ และ พฤติกรรมทั่วไป (ค่าเฉลี่ย = .125549)	- การเปิดรับสื่อ	.013229	.438
	- บริบทของการเปิดรับสื่อ	-.009524	.447
	- ความคิดเห็นและทัศนคติ เกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การ	.027703*	.038
ความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับ การทำงานหรือองค์การ (ค่าเฉลี่ย = .153252)	- การเปิดรับสื่อ	.040931*	.011
	- บริบทของการเปิดรับสื่อ	.018178	.105
	- การรับรู้ ความรู้ ทัศนคติ และ พฤติกรรมทั่วไป	.027703*	.038

*Sig. < .05

บทที่ 7

บทสรุป การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

บทสรุป

การวิจัย เรื่อง "สถานภาพองค์ความรู้ของการจัดการทางสื่อสารในประเทศไทย" นี้ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 2 ประการ ได้แก่

1. เพื่อวิเคราะห์เนื้อหางานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการทางสื่อสาร ซึ่งจะให้เห็นภาพรวมและพัฒนาการขององค์ความรู้ของการจัดการทางสื่อสารในประเทศไทย
2. เพื่อสังเคราะห์ผลการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการทางสื่อสาร ซึ่งจะให้ได้ข้อสรุปทั่วไปที่ชัดเจนเกี่ยวกับการจัดการทางสื่อสารในประเทศไทย

การวิจัยครั้งนี้ได้รวบรวมงานวิจัยการจัดการทางสื่อสารที่เป็นวิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ หรือโครงการเฉพาะบุคคลในระดับบัณฑิตศึกษาจากมหาวิทยาลัยของรัฐ 2 แห่ง ซึ่งเปิดสอนหลักสูตรเกี่ยวกับวารสารศาสตร์/นิเทศศาสตร์ในระดับบัณฑิตศึกษา ได้แก่ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และจากมหาวิทยาลัยเอกชน 2 แห่ง ซึ่งเปิดสอนหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทางสื่อสารและมีมหาบัณฑิตจบการศึกษาแล้ว ได้แก่ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ และมหาวิทยาลัยเกริก โดยศึกษาจากงานวิจัยที่เผยแพร่ ณ สำนักหอสมุดของแต่ละมหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ. 2538 ถึง พ.ศ. 2547 ซึ่งมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 566 เรื่อง เป็นงานวิจัยการจัดการทางสื่อสารขององค์กรทั่วไปจำนวน 414 เรื่อง และเป็นงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนจำนวน 152 เรื่อง

หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำงานวิจัยทั้งหมดนั้นมาวิเคราะห์เนื้อหาในประเด็นต่าง ๆ คือ คุณลักษณะของงานวิจัย (ซึ่งประกอบไปด้วยปี พ.ศ. ที่งานวิจัยเผยแพร่ และสถาบันที่สังกัด) ขอบข่ายของการวิจัย ประเภทของการวิจัย ซึ่งได้นำเสนอผลไว้ในบทที่ 4 ภาพรวมของงานวิจัยการจัดการทางสื่อสาร และบทที่ 5 ภาพรวมของงานวิจัยบริหารสื่อสารมวลชน อันเป็นการตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 ส่วนการตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 นั้น ได้นำเสนอผลไว้ในบทที่ 6 ผลการสังเคราะห์งานวิจัยการจัดการทางสื่อสาร ทั้งนี้ในส่วนผลการสังเคราะห์งานวิจัยนั้น ได้ใช้วิธีการสังเคราะห์งานวิจัยที่เรียกว่า Meta-Analysis โดยได้เลือกงานวิจัยในเชิงปริมาณที่เป็นการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์หรือมีการเปรียบเทียบความแตกต่างหรือหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม รวมทั้งมีการรายงานข้อมูลสำหรับการสังเคราะห์ครบถ้วนมา 60 เรื่อง และนำผลการวิจัยที่ศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละคู่ (ซึ่งพบว่ามีทั้งสิ้น 993 คู่) มาคำนวณเป็นดัชนีมาตรฐาน และนำดัชนีมาตรฐานนั้นมาวิเคราะห์ความแปรปรวน โดยจำแนกตามตัวแปรปรับอันได้แก่ คุณลักษณะของงานวิจัย และกลุ่มของตัวแปร

ทั้งนี้ ผลการวิจัยทั้งหมดนั้น ทำให้ได้ข้อสรุปทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพองค์ความรู้ของการจัดการทางสื่อสารในประเทศไทย รวมทั้งผลการสังเคราะห์งานวิจัยการจัดการทางสื่อสารในอดีต ดังนี้

1. โดยภาพรวมการวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทางสื่อสารในประเทศไทยนั้น ได้รับความสนใจมาเป็นระยะเวลานานนับสิบปี และมีพัฒนาการในเชิงปริมาณ กล่าวคือ มีแนวโน้มของจำนวนงานวิจัยเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป โดยหากเปรียบเทียบปริมาณงานวิจัยทางด้านการจัดการทางสื่อสารในช่วงครึ่งทศวรรษแรก (พ.ศ. 2538-2542) และช่วงครึ่งทศวรรษหลัง (พ.ศ. 2543-2547)

พบว่า มีสัดส่วน 2:3 ทั้งนี้งานวิจัยนั้นมิได้กระจายมาจากหลากหลายสถาบัน หากแต่กระจุกตัวอยู่ที่มหาวิทยาลัยของรัฐ ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ อย่างไรก็ตามในส่วนของมหาวิทยาลัยเอกชน ได้แก่ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และมหาวิทยาลัยเกริกนั้น ในช่วงครึ่งทศวรรษหลังมีแนวโน้มว่า จะมีงานวิจัยทางด้านการจัดการทางการสื่อสารเพิ่มมากขึ้นกว่าในช่วงครึ่งทศวรรษแรก

ส่วนในเรื่องขอบข่ายของการวิจัยนั้น นับว่าเป็นปัญหาสำคัญในการพัฒนาองค์ความรู้ของการจัดการทางการสื่อสารในประเทศไทย เนื่องจากว่าจุดเน้นของการวิจัยนั้นยังไม่ค่อยมีความแตกต่างหลากหลาย โดยหากเป็นการจัดการทางการสื่อสารที่มีกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรส่วนใหญ่จะมีจุดเน้นอยู่ใน 3 ประเด็น คือ การใช้สื่อขององค์กร การเปิดรับข่าวสารจากสื่อขององค์กร และผลกระทบจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อขององค์กร โดยมีการวิจัยในประเด็นที่แตกต่างออกไป ได้แก่ ปัญหาของการสื่อสารในองค์กร และความสามารถในการสื่อสารของคนในองค์กรเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ส่วนการจัดการทางการสื่อสารที่มีกลุ่มเป้าหมายนอกองค์กรนั้นจะมีจุดเน้นที่นโยบาย แผน หรือกลยุทธ์ในการสื่อสาร และการประเมินผลการสื่อสารเท่านั้น

สำหรับในเรื่องของประเภทของการวิจัยที่ใช้ในงานวิจัยทางด้านการจัดการทางการสื่อสารนั้นพบว่า ส่วนใหญ่นิยมใช้การวิจัยเชิงปริมาณในการแสวงหาความรู้ แต่มีแนวโน้มว่า ในช่วงหลัง ๆ นั้น จะมีการใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มมากขึ้น โดยการใช้การจัดการทางการสื่อสารในแต่ละขอบข่ายก็มีการใช้ประเภทของการวิจัยแตกต่างกัน กล่าวคือ หากเป็นการจัดการทางการสื่อสารที่มีกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรที่เน้นการเปิดรับข่าวสารจากสื่อขององค์กร และผลกระทบจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อขององค์กรนั้น จะใช้การวิจัยเชิงปริมาณ แต่ถ้าเน้นการใช้สื่อขององค์กรจะใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ในขณะที่การจัดการทางการสื่อสารที่มีกลุ่มเป้าหมายนอกองค์กรที่เน้นการประเมินผลการสื่อสารจะใช้การวิจัยเชิงปริมาณ แต่ถ้าเน้นที่นโยบาย แผน หรือกลยุทธ์ในการสื่อสารจะใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งหมายความว่าแต่ละขอบข่ายอาจมีความเหมาะสมกับประเภทของการวิจัยที่แตกต่างกัน

2. โดยภาพรวมของงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนนั้น พบว่า มีพัฒนาการในเชิงปริมาณเช่นกัน กล่าวคือ แต่ละปีจะมีงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วง 4-5 ปีหลัง พบว่า มีงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนเพิ่มมากขึ้นกว่าช่วงปีก่อนหน้านั้นหลายเท่าตัว หากแต่พิจารณาในแต่ละปีของช่วง 4-5 ปีหลังนั้นกลับพบว่า มีปริมาณงานวิจัยทางด้านการจัดการทางการสื่อสารใกล้เคียงกัน โดยงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนส่วนใหญ่ที่พบนั้นมาจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งมีเพิ่มขึ้นมากในช่วงครึ่งทศวรรษหลัง (พ.ศ. 2543-2547)

หากพิจารณาในเรื่องขอบข่ายของการวิจัย จะพบว่า งานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนส่วนใหญ่ นิยมศึกษาที่สื่อวิทยุและโทรทัศน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงครึ่งทศวรรษหลัง (พ.ศ. 2543-2547) ในขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์มีการวิจัยในช่วงครึ่งทศวรรษแรก (พ.ศ. 2538-2542) มากกว่า ทั้งนี้งานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์นั้นพบที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในสัดส่วนที่มากกว่ามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในขณะที่งานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนประเภทวิทยุและโทรทัศน์กลับเป็นตรงกันข้าม นอกจากนั้นจุดเน้นของการวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนก็มีความแตกต่างกันอยู่บ้าง กล่าวคือ ในภาพรวมจะเน้นการบริหารองค์กร และการบริหารงาน/การทำงาน แต่ถ้าพิจารณาจำแนกตามประเภทของสื่อ พบว่า จุดเน้นการบริหารองค์กรพบในสื่อสิ่งพิมพ์ในสัดส่วนที่สูงกว่าสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ในขณะที่การบริหารงาน/การทำงานพบในสื่อวิทยุและโทรทัศน์สูงกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ สำหรับจุดเน้นอื่น ๆ ได้แก่ การสื่อสารองค์กร และวัฒนธรรมองค์กรมีงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนที่เข้าไปศึกษาไม่มากนัก

งานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนส่วนใหญ่จะใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นแนวทางในการแสวงหาความรู้ ซึ่งไม่แตกต่างกันทั้งในแต่ละช่วงปี พ.ศ. ที่ทำวิจัย สถาบันที่สังกัด และขอบข่ายของการวิจัย

3. การวิจัยการจัดการทางการสื่อสารของประเทศไทยในเชิงปริมาณที่ผ่านมานั้นเป็นการศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 5 กลุ่ม ได้แก่ (1) ภูมิหลัง (2) การเปิดรับสื่อ (3) บริบทของการเปิดรับสื่อ (4) การรับรู้ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมทั่วไป และ (5) ความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การ โดยกลุ่มตัวแปรภูมิหลังทั้งหมดจะถูกศึกษาในฐานะตัวแปรอิสระ โดยกลุ่มตัวแปรการเปิดรับสื่อก็ถูกศึกษาในฐานะตัวแปรอิสระมากกว่าตัวแปรตาม ในขณะที่กลุ่มตัวแปรบริบทของการเปิดรับสื่อ การรับรู้ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมทั่วไป และความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การ ถูกนำมาศึกษาในฐานะตัวแปรตามมากกว่าตัวแปรอิสระ

ผลการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณทำให้ได้ข้อสรุปทั่วไปเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้

3.1 กลุ่มตัวแปรภูมิหลังนั้นแทบไม่มีความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวแปรอื่นเลย ทั้งกลุ่มตัวแปรบริบทของการเปิดรับสื่อ การรับรู้ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมทั่วไป และความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การ แต่ในกลุ่มตัวแปรการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

3.2 กลุ่มตัวแปรการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับทั้งกลุ่มตัวแปรบริบทของการเปิดรับสื่อ การรับรู้ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมทั่วไป และความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การ

3.3 กลุ่มตัวแปรบริบทของการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับทั้งกลุ่มตัวแปรการเปิดรับสื่อ การรับรู้ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมทั่วไป และความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การ ในขณะที่มีความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวแปรบริบทของการเปิดรับสื่อด้วยตนเองในระดับปานกลาง

3.4 กลุ่มตัวแปรการรับรู้ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมทั่วไปมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับกลุ่มตัวแปรบริบทของการเปิดรับสื่อ และความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การ แต่มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับกลุ่มตัวแปรการรับรู้ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมทั่วไปด้วยตนเอง

3.5 กลุ่มตัวแปรความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับกลุ่มตัวแปรการรับรู้ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมทั่วไป แต่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับกลุ่มตัวแปรความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การด้วยตนเอง

นอกจากนั้น ตัวแปรปรับในเรื่องช่วง ปี พ.ศ. ที่เผยแพร่ และสถาบันที่สังกัด ไม่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารได้ แต่กลุ่มตัวแปรอิสระและกลุ่มตัวแปรตามนั้น สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามได้ โดยในกลุ่มตัวแปรอิสระนั้นกลุ่มตัวแปรภูมิหลังมีขนาดความสัมพันธ์น้อยกว่ากลุ่มตัวแปรทั้ง 4 กลุ่มที่เหลือทั้งหมด ในขณะที่กลุ่มตัวแปรทางด้านนิเทศศาสตร์ทั้ง 2 กลุ่มนั้น พบว่า กลุ่มตัวแปรบริบทของการเปิดรับสื่อมีขนาดความสัมพันธ์สูงกว่ากลุ่มตัวแปรการเปิดรับสื่อ แต่เฉพาะกลุ่มตัวแปรการเปิดรับสื่อเท่านั้นที่พบขนาดความสัมพันธ์ดังกล่าวน้อยกว่ากลุ่มตัวแปรการรับรู้ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมทั่วไป และกลุ่มตัวแปรความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การ สำหรับกลุ่มตัวแปรตามนั้น พบว่า กลุ่มตัวแปรความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์การมีขนาดความสัมพันธ์สูงกว่ากลุ่มตัวแปรการเปิดรับสื่อ และกลุ่มตัวแปรการรับรู้ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมทั่วไป ส่วนกลุ่มตัวแปรอื่น ๆ ไม่พบว่า มีขนาดความสัมพันธ์แตกต่างกัน

การอภิปรายผล

งานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 ถึง ปี พ.ศ. 2547 นั้นได้สะท้อนสถานภาพองค์ความรู้ของการจัดการทางการสื่อสารใน 4 มิติ คือ คุณลักษณะของงานวิจัย ขอบข่ายของการวิจัย ประเภทของวิจัย และผลการวิจัย ดังนี้

คุณลักษณะของงานวิจัย

ปริมาณงานวิจัยทางด้านการจัดการทางการสื่อสารในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2538-2547 มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของพรพรรณ เชยจิตร (2542) ที่สำรวจงานวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารในองค์กรไทยในปี พ.ศ. 2524-2541 ทั้งนี้ น่าจะเป็นด้วยเหตุผลที่ว่า สถาบันการศึกษาต่าง ๆ เปิดการเรียนการสอนในระดับบัณฑิตศึกษาทางด้านนิเทศศาสตร์เพิ่มมากขึ้น ทั้งในแง่ของการรับผู้เข้าศึกษาเพิ่มมากขึ้น และการเปิดเพิ่มในสาขาวิชาต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสาขาวิชาการจัดการทางการสื่อสารและการบริหารสื่อสารมวลชน ซึ่งเห็นได้ชัด คือ ในปี พ.ศ. 2543 เป็นต้นไป ที่พบงานวิจัยการบริหารสื่อสารมวลชนเพิ่มมากขึ้นที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เนื่องจากใน 2 ปีก่อนหน้านั้นมีการเปิดสอนในสาขาวิชาการบริหารงานสื่อสารมวลชน ที่คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ขอบข่ายของการวิจัย

การแบ่งขอบข่ายของการวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในการวิจัยครั้งนี้ไม่สามารถจำแนกย่อยได้เช่นขอบข่ายของการวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นของ Gotcher และ Seibert (1993) Greenbaum, Hellweg และ Walter (1985) หรือ Neher (1997) เนื่องจากงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารของไทยแต่ละเรื่อง ยังไม่มีจุดเน้นในการวิจัยที่ชัดเจน โดยอาจจะศึกษาครอบคลุมหลากหลายตัวแปร ทำให้ไม่สามารถจัดขอบข่ายของการวิจัยให้ละเอียดได้ เพราะงานวิจัยแต่ละเรื่องจะมีจุดเน้นที่ค่อนข้างเหลื่อมกัน

อย่างไรก็ตาม การแบ่งขอบข่ายของการวิจัยในส่วนการจัดการทางการสื่อสารนี้ ได้แบ่งออกเป็น 2 มิติ คือ มิติที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร และมิติที่เป็นจุดเน้นของการวิจัย หากพิจารณาแล้วอาจมองได้ว่า งานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในอดีตนั้น หากไม่เน้นไปที่การสื่อสารขององค์กร ก็จะเน้นไปที่ผู้รับสารขององค์กร กล่าวคือ หากเน้นไปที่การสื่อสารขององค์กร ถ้าเป็นกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรก็มักจะศึกษาถึงการใช้สื่อขององค์กร ในขณะที่เป็นกลุ่มเป้าหมายภายนอกก็มักจะศึกษานโยบาย แผน หรือกลยุทธ์ในการสื่อสาร ซึ่งเป็นภาพสะท้อนว่า การจัดการการสื่อสารภายในองค์กรนั้นมักไม่ค่อยได้มีการวางแผนหรือกำหนดเป็นนโยบาย ในขณะที่การจัดการการสื่อสารภายนอกองค์กรจะมีการวางแผนและกำหนดนโยบาย ซึ่งหากเน้นไปที่ผู้รับสารขององค์กร ถ้าเป็นกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กรก็มักจะศึกษาถึงผลกระทบจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อขององค์กร ในขณะที่เป็นกลุ่มเป้าหมายภายนอกก็มักจะศึกษาการประเมินผลการสื่อสาร ซึ่งแท้จริงแล้วก็เป็นเรื่องเดียวกัน หากแต่การประเมินผลการสื่อสารนั้นเกิดจากการวางแผนหรือกำหนดนโยบาย แต่ผลกระทบจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อขององค์กรนั้นไม่ได้เกิดจากการวางแผนหรือกำหนดนโยบายนั่นเอง

อย่างไรก็ตาม อาจกล่าวได้ว่า ที่ผ่านมามีงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารของประเทศไทยเน้นศึกษาไปที่พฤติกรรมกรรมการสื่อสารของผู้รับสารหากพอสมควร ซึ่งน่าจะได้รับอิทธิพลจากแนวทางการศึกษาแบบพฤติกรรมนิยม (Behavioral Approach) ที่แทรกซึมจากสาขาวิชาทางด้านวิทยาศาสตร์เข้ามาในสาขาวิชาทางสังคมศาสตร์ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง (ลิขิต วีรเวทิน, 2520)

ประเภทของการวิจัย

งานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารในอดีตที่ผ่านมา แม้จะพบงานวิจัยเชิงปริมาณมากกว่างานเชิงคุณภาพ แต่ก็มีจำนวนไม่แตกต่างกันมากนัก โดยมีงานวิจัยที่ใช้ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพปะปนอยู่บ้าง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า การจัดการทางการสื่อสารยอมรับแนวทางการวิจัยทั้งสองแนวทางว่า สามารถสร้างองค์ความรู้ได้ เพียงแต่มีสมมติคติ (Assumption) ในการมองความจริงต่างกัน นอกจากนั้นยังแสดงให้เห็นว่า แนวทางการวิจัยแบบศาสตร์ ซึ่งใช้คตินิทัศน์ (Paradigm) แบบปฏิฐานนิยม (Positivism) ซึ่งทรงอิทธิพลในศตวรรษที่ 18 ถึงกลางศตวรรษที่ 20 ยังมีผลมาถึงการวิจัยในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจงานวิจัยการสื่อสารในองค์กร (พรพรรณ เขยจิตร, 2542) ซึ่งส่วนใหญ่ใช้การวิจัยเชิงปริมาณเช่นกัน

ผลการวิจัย

ในส่วนของการวิจัยการจัดการทางการสื่อสารเชิงปริมาณนั้น พบว่า ตัวแปรอิสระที่ผู้วิจัยการจัดการทางการสื่อสารนิยมศึกษา คือ ตัวแปรในกลุ่มภูมิหลัง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ความเชื่อในทฤษฎีเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) และทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ยังทรงอิทธิพลในงานวิจัยในสาขาวิชาทางด้านนิเทศศาสตร์ รวมถึงการจัดการทางการสื่อสารด้วย ส่วนตัวแปรตามในกลุ่มการเปิดรับสื่อนั้น ก็แสดงให้เห็นถึงการใช้นวัตกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนกลุ่มตัวแปรบริบทของการเปิดรับสื่อนั้น แสดงให้เห็นถึงการนำทฤษฎีความน่าเชื่อถือในแหล่งสาร (Source Credibility) ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking) และทฤษฎีการใช้และ ความพึงพอใจในการสื่อสาร (Uses and Gratification) มาใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ในขณะที่กลุ่มตัวแปรการรับรู้ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมทั่วไป ก็แสดงให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม (KAP) ส่วนกลุ่มตัวแปรความคิดเห็นและทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหรือองค์กรนั้น ก็เป็นกลุ่มตัวแปรทางด้านการจัดการ ซึ่งมักนำมาศึกษาหาความสัมพันธ์ร่วมกับตัวแปรภูมิหลัง ตัวแปรทางนิเทศศาสตร์ และสังคมศาสตร์ทั่วไป

อย่างไรก็ตาม การศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ เหล่านั้นส่วนใหญ่พบความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ซึ่งอาจแสดงให้เห็นว่า การใช้ทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์เพียงลำพังในการตั้งสมมติฐานอาจไม่มีพลังเพียงพอที่จะให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างปรากฏการณ์ต่าง ๆ ในการจัดการทางการสื่อสารได้อย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาสถานภาพองค์ความรู้ของการจัดการทางการสื่อสารของประเทศไทย

นักวิชาการที่มีความสนใจทางด้านการจัดการทางการสื่อสารจากหลายสาขาวิชา ควรร่วมมือกันทำวิจัย เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครอบคลุมทั้งในภาพกว้าง (General) ภาพรวม (Holistic) และภาพลึก (in-depth) อันจะทำให้ได้องค์ความรู้ของการจัดการทางการสื่อสารมีความแกร่งและ น่าเชื่อถือ ส่วนสถาบันการศึกษาควรจะมีการเปิดสอนสาขาวิชาการจัดการทางการสื่อสารทั้งในระดับปริญญาตรี และระดับบัณฑิตศึกษา เพื่อให้มีการศึกษาค้นคว้าด้านการจัดการทางการสื่อสารมากยิ่งขึ้น โดยนอกจากจะช่วยส่งเสริมในด้านวิชาการดังกล่าวแล้ว ยังช่วยทำให้การจัดการทางการสื่อสารมีความเป็นวิชาชีพที่ชัดเจนขึ้นด้วย ซึ่งหลักสูตรการเรียนการสอนนั้นอาจพิจารณาได้จากขอบข่ายของการวิจัยที่ผู้วิจัยได้นำเสนอไว้ในวิทยานิพนธ์นี้ก็ได้ นอกจากนี้สถาบันการศึกษาควรให้ทุนการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการทางการสื่อสารในประเด็นที่ยังมีการศึกษาค้นคว้ากันน้อย เพื่อให้องค์ความรู้ของการจัดการทางการสื่อสารมีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาสถานภาพองค์ความรู้ของการจัดการทางการสื่อสารครั้งต่อไป

หากจะมีการศึกษาสถานภาพองค์ความรู้ของการจัดการทางการสื่อสารในประเทศไทยในครั้งต่อไป มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. หากในอนาคตทฤษฎีทางด้านการจัดการทางการสื่อสารมีความชัดเจนเพียงพอ ผู้วิจัยอาจจะศึกษาผลการสังเคราะห์งานวิจัยจำแนกตามกลุ่มทฤษฎีที่ใช้ด้วย เพื่อที่จะสามารถอธิบายผลการสังเคราะห์ได้มากขึ้น
2. การวิจัยครั้งต่อไปอาจจะศึกษาองค์ความรู้ของการจัดการทางการสื่อสารในส่วนอื่นด้วย เช่น ตำรา บทความ หรือเอกสารการสัมมนา เป็นต้น เพื่อให้ได้ทราบถึงสถานภาพองค์ความรู้อย่างรอบด้าน
3. การวิจัยครั้งต่อไปอาจจะขยายขอบเขตการศึกษาไปยังงานวิจัยการจัดการทางการสื่อสารที่ตีพิมพ์เป็นภาษาต่างประเทศด้วย หรือศึกษาสถานภาพองค์ความรู้ของการจัดการทางการสื่อสารในต่างประเทศ เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับสถานภาพองค์ความรู้ของการจัดการการสื่อสารในประเทศไทย ซึ่งจะช่วยให้เห็นสถานภาพองค์ความรู้ของการจัดการทางการสื่อสารในประเทศไทยชัดเจนยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

กรรณิการ์ สุขเกษม และ สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. น่านวนตกรรมวิธีวิทยาการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: บริษัท
เฟื่องฟ้า พรินติ้ง จำกัด, 2544.

นางลักษณ์ วิรัชชัย. การวิเคราะห์ห่อภิมาณ. กรุงเทพมหานคร: นิชินแอตเวอร์ไทซิงกรุ๊ป, 2542.

ผ่องพรรณ ดริยมงคลกุล และสุภาพ นัฏราภรณ์. การออกแบบการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์, 2543.

อุบลรัตน์ ศิริยุตศักดิ์. การศึกษาด้านนิเทศศาสตร์[ระดับอุดมศึกษา]ในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527.

บทความ

จุมพล รอดคำดี. "จุดเริ่มต้นการศึกษาวิชาการนิเทศศาสตร์ในประเทศไทย." นิเทศศาสตร์, 7 (ภาคการศึกษาต้น 2529):
1-9.

นางลักษณ์ วิรัชชัย. "การสังเคราะห์งานวิจัย." การวัดผลการศึกษา, 23 (กันยายน-ธันวาคม 2529): 26-36.

ลิขิต ชีวเวคิน. "ปรัชญาและแนวการศึกษาของสำนักพฤติกรรมศาสตร์." รัฐศาสตร์สาร 4 (พฤศจิกายน 2520): 1-28.

สุพัฒน์ สุขมลสันต์. "การอภิวิเคราะห์งานวิจัย." ข่าวสารวิจัยการศึกษา, 11 (ตุลาคม-พฤศจิกายน 2530): 9-18.

สุศักดิ์ หลาบมาลา. "การวิเคราะห์ผลรวม." การวิจัยเพื่อการพัฒนา, 29 (พฤศจิกายน 2532): 1-2.

สุวัฒนา สุวรรณเขตนิคม. "การวิเคราะห์แบบเมตาดา: แนวคิดในการบูรณาการผลการวิจัยเชิงประจักษ์."

ข่าวสารวิจัยการศึกษา, 8 (ตุลาคม-พฤศจิกายน 2527): 26-31.

เอกสารอื่น ๆ

กนกพร ปิมแปง. "การศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังกับการปฏิบัติจริงในงานประชาสัมพันธ์บริษัทเงินทุน."

วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

กนกรัตน์ วงศ์ลักษณ์พันธ์. "กลยุทธ์การสื่อสารของเจ้าหน้าที่บำบัดฟื้นฟู กับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมฟื้นฟูของ

ผู้เข้ารับการบำบัดฟื้นฟูผู้เสพยาเสพติด." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

กนกวรรณ นະนะกร. "การวิเคราะห์องค์กร รูปแบบ และการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารสกุลไทย." วิทยานิพนธ์

มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

กมลทิพย์ ม้าคนอง. "เทคนิควิธีการสื่อสารระหว่างบุคคลของผู้แทนจำหน่ายในธุรกิจขายตรงหลายชั้น." วิทยานิพนธ์

มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

กมลวรรณ ทันศรี. "การจัดการประเด็นข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนของสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ พ.ศ.

2544." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

- กมลวรรณ วงศ์วิสัย. "แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของปตท.ในทศวรรษหน้า." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- กมลลา สินธุสุวรรณ. "ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรผู้ผลิตละครโทรทัศน์ของบริษัท กันตนา วิดีโอโปรดักชั่นส์ จำกัด และบริษัทเอ็กแซ็กท์ จำกัด." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- กรกช เตชะเกรียงไกร. "การประชาสัมพันธ์มาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14000 ของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- กรรณก วิโรจศรีสกุล. "ภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในสายตาประชาชน." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- กรรชวัล หอมไกรลาศ. "รูปแบบการสื่อสารกับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงคมนาคม." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- กรรชรัตน์ หรั่งเพชร. "การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในข่าวสารเรื่องการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- กรรณิกา ธรรมวุฒิ. "การศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติและความพึงพอใจของผู้ได้บังคับบัญชาต่อพฤติกรรมการสื่อสารในองค์การของผู้บังคับบัญชาชายและหญิง." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- กรองแก้ว ลิ้มสกุล. "การประชาสัมพันธ์ภายในผ่านระบบอินทราเน็ตของกรมการค้าภายใน." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- กรองทอง เพ็ชรวงศ์. "ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อโน้มน้าวใจบุคลากรภาครัฐและเอกชนให้มาบริจาคโลหิต." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- กรีน ชวลิตวงษ์พร. "ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของบุคลากรสถาบันสันติราษฎร์บริหารธุรกิจในพระอุปถัมภ์สมเด็จพระเจ้าภคินีเธอเจ้าฟ้าเพชรรัตนราชสุดาสิริโสภา วัฒนวดี." สารนิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, 2547.
- กรรณา เตชาดิวงศ์ ณ อุรุยา. "ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสาร ความทันสมัยและความน่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่กับทัศนคติที่มีต่อการพัฒนาเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวตัวอย่างของชาวบ้านปราสาท ตำบลปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- กฤตยา สุนพงษ์ศรี. "การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์เปรียบเทียบระหว่างมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2544.
- กลอยกมล ขวัญเยื้องพันธ์. "วัฒนธรรมองค์กรและการปรับตัวทางวัฒนธรรมของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- กวินดา วัชรสิงห์. "กลยุทธ์การสื่อสารในการระดมทุนขององค์กรสาธารณประโยชน์ในการทำงานเพื่อสังคม." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- ก่อเกียรติ ดวงมณี. "กระบวนการสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมขององค์กรธุรกิจให้แก่สื่อมวลชน." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

- ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. "การเปิดรับข่าวสารการค้าระหว่างประเทศของผู้ส่งออกที่เป็นสมาชิกวารสารปริทรรศน์
กรรมการค้าต่างประเทศ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.
- กัญญรัตน์ งามพริ้ง. "กลยุทธ์การบริหารการข่าวของ ยูบีซี." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- กันตชาติ เกษมสันต์ ณ อุทธยา. "แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ในทศวรรษ
หน้า (พ.ศ. 2539 – 2549)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2539.
- กันยรัตน์ อุดาการ. "การสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลในการนำบริษัท การบินไทย จำกัดเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- กัลยาณิน อินทพันธุ์. "นโยบาย กลยุทธ์การดำเนินงาน และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการขยายตัวของธุรกิจสิ่งพิมพ์ใน
เครือ "มติชน". " วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- กัลยิมา โตกะคุณะ. "รูปแบบการสื่อสาร บรรยายการสื่อสารในองค์กร ความพึงพอใจในการสื่อสาร
ความพึงพอใจในการทำงาน และความยืดหยุ่นผูกพันต่อองค์กรของพนักงานไทยในบริษัทอังกฤษ
เยอรมัน และฝรั่งเศสในประเทศไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2541.
- กาญจนา โล่ห์ประเสริฐ. "รูปแบบการสื่อสาร ความพึงพอใจในการสื่อสาร ความพึงพอใจในงานกับความสามารถใน
การปฏิบัติงานของพยาบาลประจำการในโรงพยาบาลตำรวจ ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- กาญจนา สัมพานิชภักดิ์. "การประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการตลาดของโรงแรมชั้นนำในกรุงเทพมหานคร."
รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์, 2545.
- กานต์ เหมสมิต. "การบริหารงานข่าวภูมิภาคหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ-ในยุคลปฏิรูปการศึกษา." รายงานโครงการเฉพาะ
บุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- กิตติมา กมลพันธุ์ฤกษ์. "การประชาสัมพันธ์ของเครือซีเมนต์ไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- กิตติพงศ์ ไทยเจริญ. "การกำหนดนโยบายองค์กร และลักษณะการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต (www) ของ
สื่อมวลชนไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- กิตติศักดิ์ วงศ์ขจรสุข. "การศึกษาทัศนคติของผู้บริหารเกี่ยวกับการปรับโครงสร้างการบริหารของสถานีโทรทัศน์
ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- กฤษณ์ มหาสันตะ. "การสื่อสารในองค์กร : การยอมรับแผนระดมทุนจากภาคเอกชนในโครงการโรงไฟฟ้าราชบุรี."
รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- กุนท์ อนรรักดิพันธุ์. "ประสิทธิผลของการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย
ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการบันไดปลาโจน ที่เขื่อนปากมูล จังหวัดอุบลราชธานี." วิทยานิพนธ์
มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

กุลนรี แนวพานิช. "กระบวนการสื่อสารในการจัดการ "โครงการสะพานบุญ" ของวัดสวนแก้ว จังหวัดนนทบุรี."

วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

กฤษณ์ พยัคฆประการณ. "การกำกับดูแลการร่วมดำเนินกิจการประเภทโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกให้เป็นไปตามนโยบายของ อ.ส.ม.ท.." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

เกรียงชัย เหลืองภัทรเชวง. "การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ การมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมของพนักงานในโรงงาน กลุ่มบริษัทมินิแป (ประเทศไทย)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

โกวิท ผกามาต. "การศึกษานโยบายของกระทรวงศึกษาธิการในการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ศึกษาเฉพาะกรณีสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

โกศล สงเนียม. "การบริหารรายการโทรทัศน์เชิงยุทธ์ ศึกษาเฉพาะกรณี : สถานีโทรทัศน์ไทยช่อง 9 อ.ส.ม.ท.." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

ชนิษฐา ต.ตระกูล. "การบริหารงานประชาสัมพันธ์บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

ขวัญรัช เมังตระกูล. "ภาพลักษณ์ของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (ไอเอ็มเอฟ) ที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

ขวัญฤทัย เอี่ยมงามสม. "ปัญหาของกระบวนการสื่อสารภายในองค์กร กรณีศึกษาส่วนบริการ บริษัท ฮิวเลตต์ แพคการ์ด (ประเทศไทย) จำกัด." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

เชมชาติ ไข้วอดเจริญ. "วิเคราะห์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ ของการประชาสัมพันธ์ภูมิภาค." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

เชมรินทร์ พิศมัย. "ที่ร้อยตำรวจโท. "การสื่อสารเพื่อสร้างการยอมรับจากผู้บังคับบัญชาของข้าราชการตำรวจในสถานีตำรวจนครบาล." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ไชนภา สินธุสุวรรณ. "อินเทอร์เน็ตในองค์กรเอกชน : ศึกษากรณี บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

คงพร เทียนเสม. "ประสิทธิผลสื่อประชาสัมพันธ์โครงการโรงเรียนสีขาวที่มีต่อความรู้ ทักษะ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดสุพรรณบุรี." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2545.

คณิต เจริญสุข. "การบริหารงานข่าวโทรทัศน์ ศึกษาเฉพาะเกณฑ์และกระบวนการคัดเลือกข่าวภาคหลัก 19.30 น. ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท.." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

คมคาย กิตินันต์. "นโยบายและการวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพพจน์สถาบัน ศึกษากรณี: บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

- คู่ฟ้า สุขเกษม. "การใช้สื่อมวลชนเพื่อส่งเสริมการกีฬาของการกีฬาแห่งประเทศไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- จตุพล มังคลานิมิต. "การบริหารงานหนังสือพิมพ์โดยใช้หนังสือพิมพ์เพื่อสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- จรินทร์ ธนาธิกุล. "การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเว็บไซต์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- จอมพล สุภาพ. "การประเมินการจัดทำผังรายการโทรทัศน์ภาคหลังเที่ยงคืน พ.ศ. 2537 (มกราคม 2535 ถึง มีนาคม 2537)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- จอห์น ชีรจิตต์ ศรีสุขา. "ปัจจัยของความล้มเหลวทางธุรกิจของบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดเล็กในประเทศไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- จักรกฤษณ์ เพิ่มพูน. "การเป็นเจ้าของข้ามสื่อและผลกระทบ : วิเคราะห์จากกลุ่มเดอะเนชั่น." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- จักรพันธ์ ใจงาม. "รูปแบบการสื่อสารเพื่อการดำเนินงานภายในสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- จักรีรัตน์ พงศ์พัฒนากร. "ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบริหารและการพัฒนาของคณะละคร วิทยุกระจายเสียงในเขต กรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- จันทร์จิรา อาภาเขต. "ความสามารถในการสื่อสารของผู้หญิงไทยที่ทำงานในบริษัทข้ามชาติอเมริกา." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- จารุมนต์ ไซ์ไหวพริบ. "พฤติกรรมการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของบุคลากรภายใน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2541.
- จารุวรรณ เทพธานี. "กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของแอมเวย์." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- จำเริญ ยุติธรรมสกุล. "กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อตอบสนองยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดมหาสารคาม พ.ศ. 2538 – 2552." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- จิตติมา กาญจนินท์. "สื่ออินเทอร์เน็ตกับโครงการพัฒนารัฐวิสาหกิจชุมชนของบริษัทยูไนเต็ด คอมมูนิเคชั่น อินดัสตรี จำกัด (มหาชน)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- จิตติมา สุขผลิน. "แนวทางกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์งานการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านวัฒนธรรม." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- จิตรลดา นครสันติภาพ. "การรับรู้ ความคิดเห็น และความคาดหวังที่มีต่อโครงการอินเทอร์เน็ตตำบลของประชาชน ในจังหวัดนนทบุรี." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

จิตลาวัณย์ บุนนาค. "ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย."

วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

จิตวัฒน์ สัมฤทธิ์. "พฤติกรรมการสื่อสารและความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อวัฒนธรรมการบริหารจัดการของสถาบันวิชาการ ทศท บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2547.

จิรภา ธีระวัฒน์. "การจัดการการสื่อสารภายในองค์กรของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวเร้นส์ จำกัด (สาขาประเทศไทย)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

จิรมาศ ทศนาจิตร์. "การเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทัศนคติของพนักงานต่อการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2545.

จิรวดี บุษราคัม. "การศึกษาหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของ องค์การตลาดเพื่อการเกษตรกร (อ.ต.ก.)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

จิรวดี แก้วมี. "การรับรู้ข่าวสารของพนักงานเรื่องการควบรวมกิจการของธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) กับ ธนาคารศรีนคร จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษา : พนักงานฝ่ายพัฒนาทรัพยากรบุคคล ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.

จิราพร ขุนศรี. "พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการติดต่อกับสังคมภายนอก และทัศนคติกับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชาวเขาเผ่าอาข่า พื้นที่ดอยแม่สลอง อ.แม่จัน-อ.แม่ฟ้าหลวง จ.เชียงราย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

จิราวรรณ วิริยศิริ. "ระบบสารสนเทศที่เชื่อมโยงระหว่างบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนทหารไทยกับธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

จิรัฐดา ใจอ่อนน้อม. "การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของลูกค้าเพื่อการวางแผนประชาสัมพันธ์ของธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

จุฑาปัทม์ สมุทธะประภูต. "ประสิทธิผลของการสื่อสารกิจกรรม 5 รส ในกลุ่มอุตสาหกรรมรถยนต์สยามนิสสัน." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

จุฑารัตน์ วิบูลสมัย. "การศึกษากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจภาพยนตร์." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

จรี อัมระรงค์. "การบริหารการสื่อสารในภาวะวิกฤตโรค SARS กรณีศึกษา โรงแรม 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร. "การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลการสร้างภาพลักษณ์ของโครงการดาวเทียมไทยคม." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

- จิตพิพย์ สอนดี. "กลยุทธ์การสื่อสารในโครงการบวชป่าชุมชน." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ฉลองรัช จงรักษ์. "กลยุทธ์ในการผลิตภาพยนตร์ของบริษัทไฟร์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด ในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ (2539 – 2541)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ฉลองรัช ยิ่งไพบูลย์. "การแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อการปรับตัวของอาจารย์ชาวต่างประเทศของสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- ชนินทร์ สีนัด. "การศึกษาแนวโน้มนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์โครงการโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- ชัญชนม์ กาญจนวิภา. "การเปิดรับสื่อกับความพึงพอใจในข้อมูลข่าวสารของพนักงานธนาคารทหารไทย จำกัด หลังควบรวมกิจการ." สารนิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, 2547.
- ชนาคม เขียวโสธร. "ความพึงพอใจต่อการสื่อสารระบบอินเทอร์เน็ต: กรณีธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- ชนาธิป โสมเกษตริน. "การสื่อสารความเป็นไทยของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ชนินทร์ ต่วนชะเอม. "การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในโครงการ "รักไทยให้ถูกทาง" ของ นิสิต นักศึกษา มหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ชนินาถ เจริญผล. "การศึกษารูปแบบการสื่อสาร การรับรู้สภาพแวดล้อมในองค์กรและความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานการทำเรือแห่งประเทศไทย : รัฐวิสาหกิจที่กำลังจะแปรรูป." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- ชนิสรา ทัพพะรังสี. "บทบาทการประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระนครและศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา (ท้องฟ้าจำลองและพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- ชนุดม ลือกิจนา. "การบริหารชาวการเมืองในช่วงข่าวภาคค่ำของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- ชมพูนุท สรรคบุรณรักษ์. "การวิเคราะห์ภาพลักษณ์กิจการไปรษณีย์ของการสื่อสารแห่งประเทศไทยที่นำเสนอผ่านสื่อหนังสือพิมพ์." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ชมพูนุท สวนกระต่าย. "การใช้คอมพิวเตอร์ระบบเครือข่ายในธุรกิจนิตยสารและหนังสือ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ชรัมพร จิตดีโกศล. "กระบวนการประชาสัมพันธ์รณรงค์โครงการลดอุบัติเหตุทางการจราจรของเครือข่ายลดอุบัติเหตุ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- ชรัยพร ภูมา. "ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทย (School Net) เพื่อพัฒนาการศึกษาและการเรียนรู้ของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

- ชลธิชา เจริญกิจ. "ศึกษาเปรียบเทียบการบริหารงานข่าวของช่องยูบีซี 7 และ ช่องเนชั่น แชนแนล." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- ชลทิพย์ อัครกาญจน์. "การสื่อสารของผู้บังคับบัญชาเพื่อสร้างการยอมรับจากผู้ใต้บังคับบัญชาที่มีอาวุโสมากกว่าในองค์กรไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- ชลลดา ปิ่นนราช. "บทบาทของการประชาสัมพันธ์ในวิกฤตการณ์ขององค์กรธุรกิจ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ชลัท มนต์ไทรเวศย์. "การจัดระบบสื่อสารและการบริการข้อมูลเพื่อพัฒนาคุณภาพในการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.
- ชลันทิพย์ ประดับพงษา. "กระบวนการประชาสัมพันธ์โครงการทำอากาศยานสุวรรณภูมิ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- ช่อแก้ว ประสงค์สม. "การเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในโครงการโรงเรียนสีขาวของครู และอาจารย์ระดับมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- ชัชวีร์ สุขสันติลาภ. "ศึกษาการดำเนินงาน "โครงการคอมพิวเตอร์ไอซีที เพื่อคนไทย" ของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- ชัยกฤษณ์ ศรีปักษา. "วัฒนธรรมองค์การกับการถ่ายทอด และความตระหนักในจริยธรรมแห่งวิชาชีพในองค์กรหนังสือพิมพ์." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- ชัยมงคล หล่อวิจิตร. "การสื่อสารโดยใช้จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ศึกษาเฉพาะกรณีการสื่อสารภายในบริษัทค้าเคมีภัณฑ์สยาม จำกัด." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- ชัยสิทธิ์ ศรีวัช ณ อยุธยา. "กระบวนการใช้สื่อในการเผยแพร่ข้อมูลและรับฟังความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการปฏิรูปการศึกษาของสำนักงานปฏิรูปการศึกษา (ส.ป.ศ.)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- ช่างน้อย กุญชร ณ อยุธยา. "กระบวนการบริหารของบริษัท คลิก เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- ชาญชัย เจริญลาภดิลก. "กระบวนการรณรงค์ทางการสื่อสารเพื่อสังคม "โครงการถนนสีขาว." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ชาลิน นานา. "ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสารกับความพึงพอใจในการสื่อสารและการทำงานของพนักงานไทยในบริษัทข้ามชาติ : เปรียบเทียบระหว่าง ญี่ปุ่นและอเมริกัน." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ชาลีรัตน์ จำรัสพร. "ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ <http://www.thaingo.org> ของเจ้าหน้าที่องค์กรพัฒนาเอกชนไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

- ชิดชนก อุทัยกร. "การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มวณิชชากรต่อข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (บริษัท ไทยเรตติ้งแอนดิอินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ชีวินัดดา เผือกใจแก้ว. "การประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและระเบียบการของสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองต่อชาวต่างชาติ." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- ชื่นกมล ทิพย์กุล. "รูปแบบการสื่อสารในสภากาแฟของประชาชนในจังหวัดตรัง." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- ชุตินธร สุตานนท์. "การสื่อสารระหว่างหัวหน้าพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินและพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินกับความพึงพอใจในการทำงาน." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ชุติมา ผิวเรือนนท์. "การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้สื่อการเรียนการสอนทางไกลระบบสื่อสารสองทางของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติส่วนภูมิภาค." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- ชุมพล ปลัดชัย. "การบริหารงานประชาสัมพันธ์ธนาคารออมสิน." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- เชาวนิ ตั้งวงศ์ประเสริฐ. "การศึกษาความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติของข้าราชการกระทรวงการต่างประเทศต่องานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงการต่างประเทศ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- เชิดชัย รัตนเมฆานนท์. "การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- ไชคชัย เอี่ยมฤทธิไกร. "กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดบนอินเทอร์เน็ตเพื่อการจัดงานแสดง." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- โชติกา ดันติศรียานุรักษ์. "ความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อสื่อวีดิทัศน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท สรรพสินค้าเซ็นทรัล จำกัด." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- โชติศักดิ์ อาสภวิริยะ. "ยุทธวิธีสื่อสารของสถาบันการเงิน กรณีศึกษา : บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อม." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- โชติหทัย นพวงศ์. "การติดตามข่าวสารกับความพึงพอใจในการสื่อสารและการทำงานของพนักงานเครือข่ายอินเดียไทยในช่วงการปรับโครงสร้างธุรกิจ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- โชษิตา กำโชค. "การบริหารการจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์มติชนรายวัน." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- ไชยยัง รัตนอังกูร. "ผลกระทบวิกฤตการณ์เศรษฐกิจต่อธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ กลุ่มแมนเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

รูปนิ สุวรรณนัตราชย์. "การแสวงหาข่าวสารการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ ข่าวสารของ ศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

รัฐธนา แสงอร่าม. "การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ "โครงการน้ำประปาดื่มได้" ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม การบริโภคน้ำดื่มของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ฐาติณี เลหาพันธุ์. "การศึกษาวิจัยรายการ ไอทีวี ทอล์ค : กระบวนการผลิตและปัจจัยแวดล้อม." วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

ฐิติภรณ์ รณชิตสมบูรณ์. "พฤติกรรมและความคิดเห็นในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของพนักงานต้อนรับบน เครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และ สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

ฐิติรัตน์ ไตรรัตน์ศิริศิลป์. "การบริหารจัดการเพื่อการพัฒนาการผลิตรายการเกษตรของสถานีวิทยุเพื่อนเกษตร อ.ส.ม.ท. เอ.เอ็ม. 1143 กิโลเฮิร์ตซ์." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.

ฐิติรัตน์ พุทธิสารชัย. "พฤติกรรมการนำบริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการทำงานของพนักงานในบริษัท ร่วมทุนในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

ณวิพร ไตวนิช. "ประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับ "โครงการกองทุนหมู่บ้านและ ชุมชนเมืองแห่งชาติ " ของ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2547.

ณัชชา พัฒนะนุกิจ. "การศึกษารูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของ พนักงาน : กรณีศึกษานิตยสารดิฉัน." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.

ณัญญา ช่างเชื่องษ์. "การสื่อสารในการแปรรูปรัฐวิสาหกิจของการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย." วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

ณัฐธินิชย์ ศรีมาเสริม. "การรณรงค์เพื่อลดการบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในชุมชนสาขลา." วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

ณัฐธินิชา นาคเมือง. "กระบวนการสร้างกระแสการออกกำลังกายผ่านสื่อมวลชนของกระทรวงสาธารณสุข." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

ณัฐธินิชา วรวรรณเศรษฐ์. "กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี." วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

ณัฐธัญญา นิทยุ. "รูปแบบการสื่อสารกับความพึงพอใจในการสื่อสารและการทำงานของพนักงานในองค์กรด้าน ไฟฟ้าในช่วงการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2540.

- ณัฐกร พลบูรณ์. "การเปิดรับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ของ พนักงานบริษัท เอ็ม บี เค พร็อพเพอร์ตี้ส์ แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (มหาชน)." รายงานโครงการ เฉพาะบุคคลฉบับนี้. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- ณัฐเกล้า หลวงประทาน. "รูปแบบการสื่อสารและการประสานงานของคณะกรรมการร่วมภาครัฐบาลและเอกชน เพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัด (กรอ.จังหวัด) ศึกษาเฉพาะกรณี กรอ.จังหวัดดีเด่น ประจำปี 2544." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลฉบับนี้. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- ณัฐจิร แก้วกลิ่น. "พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และความต้องการที่มีต่อการจัดการฝึกอบรมภายในองค์กร (In-house Training) ของ บริษัท ไทย แอร์พอร์ตส์ กราวด์ เซอร์วิส จำกัด." รายงานโครงการ เฉพาะบุคคลฉบับนี้. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- ณัฐวุฒิ ไสยเกตุ. "การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และภาพลักษณ์ของกองบัญชาการทางทหารสูงสุดในสายตาของ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2546.
- ณัฐสิทธิ์ ทรัพย์สุนทรกุล. "บทบาทการรณรงค์โครงการสนับสนุนสถาบันครอบครัวที่มีต่อการสร้างภาพลักษณ์ของ บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลฉบับนี้. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- ณัฐ ศรีบุญรอด. "การบริหารงานกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์รายวัน." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลฉบับนี้. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- ณัฏฐิมา สุวัฒน์วิทยากร. "การบริหารแผนกโฆษณาภายในธุรกิจหนังสือพิมพ์ ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลฉบับนี้. คณะวารสารศาสตร์และ สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- เนรมุข จันทรมณี. "โครงสร้างหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานผู้ตรวจการแผ่นดินของรัฐสภา." รายงาน โครงการเฉพาะบุคคลฉบับนี้. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- ดนยา วสุวัต. "การรณรงค์เพื่อการสื่อสารของภาพยนตร์ไทย กรณีศึกษา ภาพยนตร์ไทยเรื่อง สุริโยไท." รายงาน โครงการเฉพาะบุคคลฉบับนี้. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- ดวงแข ธาราสมบัติ. "ศักยภาพในการให้บริการเพื่อการสืบค้นข้อมูลทางเว็บไซต์ของธนาคารแห่งประเทศไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- ดวงดา พิริยานนท์. "การเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทัศนคติของประชาชนกับยอมรับการทิ้งมูลฝอยแยกประเภทใน เขตทดลองโครงการรณรงค์การแยกประเภทมูลฝอย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ดวงทิพย์ เจริญรุข. "กระบวนการรีเอนจิเนียริง(Re-engineering)การจัดการองค์การทางธุรกิจ เน้นศึกษาโครงสร้าง การสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการจัดการ:ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท Metro Systems Corporation Public Company Limited." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลฉบับนี้. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

- ดานินทร์ กิจนิษฐ์. "การเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะคิด และการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังหารสองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ดาราวรรณ ศรีสุกใส. "การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการรถไฟฟ้าบีทีเอสที่มีผลต่อความรู้ ทักษะคิด และการใช้รถไฟฟ้าบีทีเอสของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- ดารีกา จารุวัฒนกิจ. "ปัจจัยการสื่อสารภายในองค์กรที่มีผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานกลุ่มบริษัท มินิแบ (ประเทศไทย)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ดาริน นันท์ธนะวานิช. "นโยบายการบริหารงานข่าวและการตลาดหลังวิกฤติเศรษฐกิจของหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- เดช สุวนนท์. "การสื่อสารระหว่างนักข่าวกับผู้บริหารข่าวและความพึงพอใจในการทำงาน : ศึกษากรณีกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- เดชานนท์ มหาภาพ. "กลยุทธ์การสื่อสารในโครงการเพื่อบำบัดยาเสพติดปฏิบัติธรรมนำปัญญา." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- ดาวิ พานิช. "การรับรู้ข่าวสาร ทักษะคิด และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้รถยนต์เกี่ยวกับโครงการรณรงค์และการเติมน้ำมันเบนซินที่มีค่าออกเทนที่เหมาะสมกับเครื่องยนต์." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2545.
- தியากรன் วงศ์เลิศวาทิก. "ปัจจัยความสำเร็จของวิทยุเนชั่น." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- เดชรินทร์ ยุติ. "การบริหารงานบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทเกมโชว์." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- เต็มพร บุณนาค, นาวาโทหญิง. "กลยุทธ์การสื่อสารงานข่าวกองทหารเรือ." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- ถวัลย์ ไชยรัตน์. "การปรับเปลี่ยนองค์กร อ.ส.ม.ท. ให้สอดคล้องกับมาตรา 40 ตามรัฐธรรมนูญฯ พ.ศ. 2540." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- ทรงศิริ ไควินทร์. "นโยบายและการวางแผนธุรกิจบันเทิงในรูปแบบสื่อครบวงจรศึกษากรณี: บริษัทแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด และบริษัทในเครือ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- ทวีพัฒน์ มั่นเขตวิทย์. "การศึกษาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของภาครัฐและเอกชน เพื่อแก้ไขปัญหาการประมงนอกน่านน้ำไทย." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- ทศพร ไข่มพัตร์. "ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจโรงภาพยนตร์ชั้นสองในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

ทัศนีย์ เจนวิทีสุข. "การตัดสินใจด้านการจัดการเทคโนโลยีการติดต่อแบบนอน-ลิเนียร์ขององค์กรผู้ผลิตรายการโทรทัศน์." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ทัศนัย สุวรรณะขวัญ. "กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความได้เปรียบในการบริหารจัดการมหาวิทยาลัยเอกชน."

วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

ทิพย์มณี ไชยไพฑูริย์วงศ์. "การประชาสัมพันธ์กับการยอมรับโครงการ 30 บาท รักษาทุกโรค." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

ทิพารัตน์ เด่นชัยประดิษฐ์. "การศึกษากลยุทธ์และประสิทธิผลของโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจากรถจักรยานยนต์." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ทิวพร จินดานุภาพ. "ความคิดเห็นของผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานครต่อการให้บริการข้อมูลข่าวสารของกรมสรรพากร." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

ธนพงษ์ ผลาจรศักดิ์. "การเปิดรับเว็บไซต์การปฏิรูปการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการในเขตกรุงเทพมหานคร." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

ธนพร แสงขำ. "ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการยอมรับนวัตกรรมของครูสังกัดกรมสามัญศึกษาที่เข้าร่วมโครงการการศึกษาแบบทางไกลผ่านดาวเทียม." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ธนภรณ์ อุทยานิก. "ประสิทธิผลของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาในการเผยแพร่ความรู้ด้านคุ้มครองผู้บริโภค." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

ธนวรรณ ไพนุงศ์. "กลยุทธ์การเพิ่มยอดขายหนังสือพิมพ์เดลินิวส์หลังวิกฤตเศรษฐกิจ : ศึกษาข่าว "ไป๋ห่วย"." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

ชนิดา ประจวบเหมาะ. "พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการนำไปใช้ประโยชน์ของพนักงาน กฟผ. ต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร : กรณีศึกษาสื่อวิทยุเสียงตามสายภายในสำนักงานใหญ่ จ.นนทบุรี." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

ชนิดา กลิ่นลำดวน. "การบริหารจัดการรายการวิทยุชุมชนของโคราช." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

ชนิยา โพชนันท์. "การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของพนักงานบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ชัช เสือโต. "การจัดผัง และการปรับผังรายการโทรทัศน์สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

ชัชชัย พานิชยากรณ์. "การศึกษากิจกรรมกาเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการใช้เครือข่ายสารสนเทศห้องสมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (จุฬาลิเน็ต) ของนิสิต และบุคลากรภายในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

- ธศรมณ์ ฉันทนะ. "การประชาสัมพันธ์การใช้ซอฟต์แวร์ลิขสิทธิ์ ของบริษัท ไมโครซอฟท์ (ประเทศไทย) จำกัด." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- ธวัชริน สุวรรณวัฒน์. "การประชาสัมพันธ์เพื่อหาแนวร่วมในการอนุรักษ์มรดกทางศิลปวัฒนธรรมของชาติ." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- ธัญญเรศ รามณรงค์. "การบริหารงานและความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อบริษัท ไฟร์สตาร์ โปรดักชั่น จำกัด." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- ธัญญลักษณ์ พงกษาทร. "ความพึงพอใจของลูกค้าจากรูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรของสำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม (ส.ป.ก.)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- ธารทิพย์ สาณะเสน. "ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสนใจและการเข้าร่วมกิจกรรมสโมสรพนักงานของพนักงานในหน่วยงานราชการและหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- ธิตพร จิตมานนท์. "ธุรกิจละครโทรทัศน์ พ.ศ. 2545." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- ธิตมา วิริยะรัตน์. "ความคิดเห็นของข้าราชการกระทรวงคมนาคมเกี่ยวกับระบบอินเทอร์เน็ตในกระทรวงคมนาคม." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- ธีราวดี ธนะรังษญ์. "รูปแบบการบริหารการจัดการจัดตั้งรายการเพื่อการศึกษาของสถานีวิทยุศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- ธีรยา สมปราชญ์. "กลยุทธ์การสร้างสรรคและการดำเนินธุรกิจภาพยนตร์ไทยของกลุ่มฟิล์มบางกอก." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2547.
- เนงลักษณ์ เมธีเกรียงไกร. "การยอมรับและแนวโน้มการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อประสิทธิภาพการสื่อสารองค์กร กรณีศึกษา บริษัท สยามบรรจุกภัณฑ์ อุตสาหกรรม จำกัด และบริษัท เอ เอส เอ คอนเทนเนอร์ จำกัด." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- เนงลักษณ์ สวัสดิผล. "เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- เนงลักษณ์ วิรัชชัย และสุวิมล ว่องวานิช. "การสังเคราะห์งานวิจัยทางการศึกษาด้วยทฤษฎีการวิเคราะห์เนื้อหา." กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, มปป. (อัดสำเนา)
- เนพรัดน์ มุณีรัตน์. "การสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวง อ. ลานสกา จ. นครศรีธรรมราช." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

นภดล ทองมัน. "ศึกษาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของศูนย์รับบริจาคอวัยวะ สภากาชาดไทย เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติที่มีต่อการบริจาคอวัยวะ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

นริศรา นงนุช. "รูปแบบการสื่อสารในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนมอญเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

นฤพนธ์ เอื้อธวัช. "นิตยสารแนวท่องเที่ยว : ศึกษาองค์กร เนื้อหา และผู้รับสาร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

นฤพร ชีวนันทพรชัย. "ศึกษานโยบายและแผนการสื่อสารเพื่อความเป็นบริษัทภิบาล ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กรณีศึกษา: บริษัท เงินทุน ธนชาติ จำกัด (มหาชน)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

นฤมล สอนยานาวิน. "แนวโน้มของการเรียนการสอนผ่านระบบอินเทอร์เน็ตสำหรับนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย กรณีศึกษา : นักเรียนโรงเรียนเตรียมศึกษาฟรีเอ็นทรานซ์โปรแกรม." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.

นฤวรรณ รักสกุล. "การบริหารและการจัดการธุรกิจหนังสือเฉพาะกิจ : บทละครโทรทัศน์." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

นพพร ภักดีสงคราม. "ความคาดหวังและความพึงพอใจในการสื่อสารภายในกองบัญชาการกองทัพอากาศของข้าราชการกองทัพอากาศ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

นวัรัตน์ พรหมย้อย. "ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมศิลปากรเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกรมศิลปากร." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.

นวลพัทธ์ จิ่งไพศาล. "การบริหารจัดการองค์กรธุรกิจสื่อสารมวลชน กรณีศึกษา บริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ฝ่ายบางกอกการละคร." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

นัทลี ดารานันท์. "ภาพพจน์ของการทำอากาศยานแห่งประเทศไทยในทัศนะของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานกรุงเทพ: ศึกษาเฉพาะกรณีผู้โดยสารภายในประเทศ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.

นาริสา มีราศี. "กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ละครหลังข่าวภาค 20.15 น. ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

นารีรัตน์ มณีเนตร. "การเปิดรับและความพึงพอใจในจุลสาร "สีสันข้าว กปภ." ของพนักงานการประปาส่วนภูมิภาค." สารนิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, 2546.

นาอิมะ นิยะ. "รูปแบบของการสื่อสารและการยอมรับบทบาทของสตรีมุสลิมในการบริหารจัดการสหกรณ์ออมทรัพย์อิสลามบ้านสุโขทัย อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

น้ามนต์ พรหมเปี่ยม. "เศรษฐศาสตร์การเมืองของวิทยุกระจายเสียงระบบเอฟ.เอ็ม.ในกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

- นิชดา เจริญชัยศรี. "การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย อินทราเน็ตของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- นิธินา ศรีประเสริฐ. "ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดทำนิตยสารที่เกิดขึ้นใหม่ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- นิธินา ประเสริฐภักดี. "ความพึงพอใจในด้านการสื่อสารการให้บริการของฝ่ายบริการลูกค้าศูนย์บริการ รถยนต์ บริษัท ธนบุรีพานิช จำกัด." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- นิพนธ์ คุณารักษ์. "การศึกษาสถานภาพ ปัญหาอุปสรรค และความเป็นไปได้ในการผลิตรายการภาพยนตร์การ์ตูน ชุดทางโทรทัศน์ของผู้ผลิตในประเทศไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- นิยม สิริวัฒน์. "การใช้สื่อเพื่อดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพของกรมอนามัย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- นรินทร์ ทองหอม. "การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการใช้บริการจัดหางานของกรมการจัดหางานของผู้หางานในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- นิรัชชา เพ็ญนภักตร์. "ผลของการประชาสัมพันธ์ต่อความรู้ ทักษะคิดและการยอมรับการปฏิรูปการศึกษาของครู ในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- นริศต์ ฤตินิรมาน. "กลยุทธ์การบริหารงานนิตยสารรูปแบบมัลติมีเดีย กรณีนิตยสารดิสคาซัน." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- นิลุบล แสนอาทิตย์. "กระบวนการสื่อสารในการอนุรักษ์แม่น้ำของตำบลไหล่น่าน อำเภอเวียงสา จังหวัดน่าน." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- นิตากร สมเศรษฐ์. "การปรับโครงสร้างองค์กร เอกลักษณะองค์กร และภาพลักษณ์องค์กรภายหลังการรวมธุรกิจระหว่าง โอบีซี และ ยูทีวี." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- นิตารัตน์ จันทรประภา. "แผนการประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประกันสังคม ความรู้และการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร การประกันสังคมของผู้ประกันตนในสถานประกอบการ ขนาดเล็กในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- นุชนภา ณ ลำปาง. "การใช้เครื่องมือสื่อสารในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมของสถานีตำรวจนครบาล ประชาชื่น." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- นุชนาท อัมฤทธา. "การประชาสัมพันธ์ทางด้านการชุมชนและมวลชนสัมพันธ์สำนักงานตำรวจแห่งชาติ." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- นุชฤดี รุ่ยใหม่. "นโยบายประชาสัมพันธ์ของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด(มหาชน) ที่มีต่อการตัดสินใจสนับสนุนรายการของบริษัทตัวแทนโฆษณา." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

- นุตรธายาดี โกศลศักดิ์. "แผนประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ : ศึกษากรณีแผนประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- เนาวรัตน์ เกิดกาญจน์. "การสื่อสารในองค์การกับการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9000." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- เนาวรัตน์ วิริยะเวสม์กุล. "การวิเคราะห์โครงสร้างธุรกิจสื่อวิทยุกระจายเสียงของบริษัท มีเดียพลัส จำกัด (มหาชน)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ในบุญ พรวณิน. "โครงสร้างการบริหารการจัดการสถานีวิทย์ชาวที่ดำเนินงานเชิงพาณิชย์ (พ.ศ. 2535-2542)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- บงกช เบญจาทิกุล. "การสื่อสารการตลาดแบบครบเครื่อง (IMC) กรณีศึกษา : โรงภาพยนตร์ในเครืออีจี้ ภายใต้ผู้บริหารคนไทย." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- บุญทริกา บุญทับ. "ระบบข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารและพัฒนาองค์กรของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- บุญมี ดนตรีเสนาะ. "กลยุทธ์การบริหารงานบุคคล และความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์กรหนังสือพิมพ์ในยุคเศรษฐกิจตกต่ำ พ.ศ. 2540." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- บุญศรี สุธรรมานวัฒน์. "การใช้สื่อสารมวลชนเพื่อจัดการภาวะวิกฤต : กรณีณรงค์ต่อต้านการบริโภคผงชูรส." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- บุญสืบ คชรัตน์. "การประชาสัมพันธ์ผลงานของกองทัพบกในยามปกติ กรณีศึกษา ผลงานของกองพลทหารราบที่ 11." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ. "วิสัยทัศน์การประชาสัมพันธ์ ปี 2010 ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- บุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์. "กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ภายหลังเกิดเหตุวินาศกรรมสนสสหรัฐอเมริกา 11 กันยายน พ.ศ. 2544." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- บุรณี อนันทวงศ์. "การใช้สื่อเพื่อรณรงค์การไม่สูบบุหรี่ของมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- เบญจพร วุฒิพันธุ์. "การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลโครงการรณรงค์ "อ่านฉลาด ก่อนซื้อ" ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ปณิธา รื่นบรรเทิง. "กลยุทธ์การสื่อสาร อันนำไปสู่การก่อตัวเป็นชุมชนพัฒนาของชุมชนมุสลิมภูเขียว แขวงวัดกัลยาณ์ เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

- ปัสสรา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม. "การสื่อสารในกระบวนการตัดสินใจของทีมงานบริหารในองค์กรร่วมทุนระหว่างประเทศไทย-อเมริกันในประเทศไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- ประดิษฐ์ อดัญธิ. "บทบาท แนวทางและประสิทธิภาพของกรมส่งเสริมการเกษตรในการใช้การสื่อสารเพื่อการพัฒนาการเกษตร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.
- ประเดิม สง่าแสง. "การเปิดรับสื่อ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และความพอใจสื่อที่ใช้เผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารโครงการกองทุนหมู่บ้าน และชุมชนเมืองแห่งชาติ." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- ประไพ ไกรสรโกวิท. "การปรับตัวของหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์เพื่อการแข่งขันในสังคมข่าวสาร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ประภากร ตั้งประเสริฐศรี. "สำรวจความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการบริหารงานของผู้บริหาร ศึกษาเฉพาะกรณีสถานีโทรทัศน์ไอทีวี." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- ประภาพรณ สุปรียาภรณ์. "การสื่อสารและเครือข่ายของกลุ่มเพื่อน "อ"." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- ประภาวดี ธาณินานนท์. "การเปิดรับข่าวสาร การจดจำสาร และการเลียนแบบพฤติกรรมต่อต้านยาเสพติดของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในโครงการป้องกันยาเสพติดจังหวัดชัยภูมิ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ประวิทย์ พิพิชโกศลวงศ์. "นโยบายการใช้สื่อมวลชนเพื่อการประชาสัมพันธ์ของกองทัพเรือ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.
- ประวุฒิ เพิ่มทรัพย์. "การรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตของกลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ กับการปรับตัวขององค์กร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ปริญญ ห่องสำเร็จ. "แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจโทรทัศน์ระบบ VHF และเคเบิลทีวีในประเทศไทยที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีของดาวเทียมไทยคม." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- ปวีรพรรณ ค้วนแอ้ม. "การบริหารงานภาพยนตร์การ์ตูนไทยที่ออกอากาศทางโทรทัศน์." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- ปรีดา ศิริพันธ์. "การประชาสัมพันธ์เชิงบูรณาการ กรณีศึกษาการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- ปริญญ เกตุณัติ. "ความคาดหวังและการสื่อสารระหว่างข้าราชการทุนรัฐบาลไทยผู้บังคับบัญชาและผู้ร่วมงานในยุคปฏิรูประบอบราชการ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- ปัญญา ไกรทัศน์. "โครงสร้าง บทบาทในด้านการข่าวและธุรกิจของศูนย์ข่าวภูมิภาค." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ปัญญา จันทรา. "การปรับกลยุทธ์การจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.

- ปัทมา ทวีขศรี. "การศึกษาการรับรู้และทัศนคติของพนักงานองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยต่อนโยบายและแผนงานประชาสัมพันธ์การแปรสภาพองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- ปัทมา เปรมปรี. "การบริหารงานประชาสัมพันธ์โครงการขนาดใหญ่ตามนโยบายของรัฐที่มีผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม : ศึกษาโครงการโรงไฟฟ้าหินกรูด." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- ปัทมา พัฒนะคุณานันท์. "การใช้ระบบการสื่อสารสองทางเพื่อการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมในระดับปริญญาโทของมหาวิทยาลัยรามคำแหง." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- ปานชนก พาทีหิน. "ประสิทธิผลของการใช้วิทยุกระจายเสียงเพื่อพัฒนาสังคมในโครงการกองทุนบริจาคเงินเพื่อซื้อลิ้นหัวใจกับ จส.100." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- ปาริชาติ เยพิทักษ์. "การบริหารงานประชาสัมพันธ์ขององค์การตลาด." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- ปิติพร พักเถาว์. "การวางแผนการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เรื่องระบบการคิดค่าบริการโทรศัพท์พื้นฐานตามระยะเวลา." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- ปิยดา เจริญเกรียงสกุล. "ประสิทธิผลการสื่อสารโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน ศึกษาเฉพาะสมาชิกที่ได้รับอนุมัติเงินกู้ผ่านสำนักพหลโยธิน." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- ปิยนุช เกตตะโกมล. "การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์การขนาดใหญ่." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ปิยนุช พุทธิรัตน์. "การสื่อสารกับการพัฒนาประชาคมตลาดนัดลิ่งชัน." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- ปิยพัชร์ สีนบัวทอง. "กลยุทธ์การสื่อสารของทหารในโครงการฝึกอบรมเพื่อฟื้นฟูเยาวชนผู้ติดยาเสพติด." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- ปิยรัตน์ วงศ์ทองเหลือ. "ประสิทธิภาพการใช้สื่อเพื่อรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- ปิยวรรณ หอมถวิล. "การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่องานโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาดขององค์กรธุรกิจ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ปิยะจิต ทองมี. "กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์ไทยเรื่อง "ขุนแผน"." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- ปิยะธิดา เกตุมงคล. "การนำ Internet Bangkok มาใช้ในโครงการ SMES ของธนาคารไทยพาณิชย์." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- ปิยะภรณ์ สถาพรนานนท์. "แผนงานประชาสัมพันธ์ของสถาบันวิจัยสัตว์น้ำสวยงามและสถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำเพื่อส่งเสริมและเผยแพร่การเพาะเลี้ยงปลาสวยงามเพื่อสนับสนุนการส่งออก." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

- ปุตตริก จันทร์ลอย. "การสื่อสารและทัศนคติ เกี่ยวกับการปรับปรุงโครงสร้างองค์กร กรณีศึกษา พนักงานคลังสินค้า บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- เปรมฤดี เกษมจิตโรจน์. "ความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงาน กรณีศึกษา : บริษัท ไทยอาซาฮี เคมีภัณฑ์ จำกัด." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- ไปรยา ดันติวงศ์. "กลยุทธ์การแข่งขันของ นสพ. บางกอกโพสต์และเดอะเนชั่น ผ่านการจัดทำนิตยสารแทรก Real Time และ Weekend กับการใช้ประโยชน์และ ความพึงพอใจของผู้รับสาร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ผกามาต ธนพัฒน์พงศ์. "การวิเคราะห์เครือข่ายการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการเกษตรของชมรมสื่อมวลชนเกษตร แห่งประเทศไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- ผกามาต ศรีโปฏก. "กลยุทธ์การบริหารและจัดการถ่ายทอดสดรายการกีฬาทางสถานีโทรทัศน์ : กรณีศึกษาบริษัท ทศภาค จำกัด." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- ผดุงศักดิ์ ปราณอุดมรัตน์. "การประเมินผลแผนงานชุมชนสัมพันธ์ เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท เดอะ โคเเนเนอเรชั่น จำกัด (มหาชน)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- มิ่งพรรณ พันเลิศวงศ์สกุล. "แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชน ประเภทมหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (พ.ศ.2544-พ.ศ.2554)." วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- ผาณิต พูนศิริวงศ์. "การจัดการหนังสือพิมพ์แนวหน้า." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- ผาณิต อมราพิทักษ์. "ความสามารถในการสื่อสารของผู้หญิงในส่วนราชการที่เข้าร่วมโครงการส่งเสริมประสิทธิภาพ ของสำนักงาน ก.พ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- พงษ์ศักดิ์ พงษ์ทองเจริญ. "รูปแบบการจัดการวิทยุเครือข่าย 5 (วิทยุจังหวัด) กรณีศึกษาวิทยุจังหวัด สถานี วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดนครราชสีมา." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- พจน์ ไชยสวัสดิ์ไพศาล. "กลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มสันติอโศก." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- พรทวี ยอดมงคล. "การบริหารธุรกิจหนังสือพิมพ์ในสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.
- พรทิพา ศรีขจรวุฒิกิตต์. "การบริหารงานประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในต่างประเทศ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- พรเทพ คัดสุระ. "การขยายกิจการข้ามสื่อของหนังสือพิมพ์กีฬา." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- พรพรรณ เขยจิตร. "สถานภาพการศึกษาวิจัยการสื่อสารในองค์กรไทยในวิทยานิพนธ์ (2524-2541)." วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

- พรพรรณ ตั้งกุลมณฑล. "ผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศในการสื่อสารภายใน ธ.ก.ส. ศึกษาเฉพาะกรณี การยอมรับและพฤติกรรมการใช้คอมพิวเตอร์ของพนักงาน ธ.ก.ส." รายงานโครงการเฉพาะบุคคล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- พรเพ็ญ พัตยากุล. "การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรพัฒนาเอกชนไทยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- พรภัสสร หริัมเจริญ. "แนวทางการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมของประเทศไทย : กรณีศึกษาโครงการ ไทยทีวี โกลบอล เน็ตเวิร์ค (Thai TV Global Network)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- พรพนวดี ปฏิแพทย. "ประสิทธิผลของการใช้สื่อในโครงการยูนิย่นชูล์ด้านเอดส์ของบริษัทยูนิย่นชูล์ จำกัด." สารนิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, 2546.
- พรพริน จันท์แซมชัย. "ศึกษาการสื่อสารภายในองค์กร : กรณีศึกษาสำนักหอสมุดกลาง สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- พรโสภิต จงมีสุข. "เครือข่ายและกระบวนการสื่อสารในการรณรงค์เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาเสียดิตของชมรม หัวใจไร้สาร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- พลินี ศิริรังษิ. "การใช้สื่อของกลุ่มต่าง ๆ ในสถานการณ์ความขัดแย้ง กรณีการก่อสร้างโครงการก่อสร้างท่าอากาศยานนานาชาติผ่านป่าสงวนแห่งชาติห้วยเขย่ง." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2542.
- พวงชมพู ไชยอาลา. "การสื่อสารเพื่อสืบทอดประเพณีบุญบั้งไฟในชุมชนชนบท." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- พลักษณ์ ปาณะดิษ . "การวิเคราะห์ต้นทุน-ผลได้ และจุดคุ้มทุนในการบริการเพื่อสาธารณะของสถานีวิทยแห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- พัชรภาา เขียวชา. "กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการตราสินค้าไทยของกรมส่งเสริมการค้าส่งออก." วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- พัชรวิ ฤทธิ์เดช. "การเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตของข้าราชการสำนักปลัดกระทรวงมหาดไทย." รายงาน โครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- พัทธาภรณ์ หงษ์ทอง. "กลยุทธ์การใช้สื่อและกิจกรรมการรณรงค์ของบอดี ชีอป เพื่อนำเสนอเนื้อหาสิ่งแวดล้อม." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- พัทธา เตชะกำพูน. "การบริหารงานประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมในชุมชน กรณีศึกษา : บริษัท อุตสาหกรรมปิโตรเคมีกัลไทยจำกัด (มหาชน) จังหวัดระยอง." รายงานโครงการเฉพาะบุคคล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- พัทธยา ธนิตานนท์. "รูปแบบและการนำเสนอข่าวกีฬาสถานีโทรทัศน์ไอทีวี." รายงานโครงการเฉพาะบุคคล มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

- พาณิชย์ กล้าณรงค์ราญ. "การประชาสัมพันธ์ของพนักงานทรัพยากรสินส่วนพระมหากษัตริย์ กรณีศึกษา : โครงการศูนย์ฝึกอบรมพัฒนาคุณภาพชีวิต." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- พานัน ชุนถนอม. "การนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์กับความผิดฐานหมิ่นประมาทที่มีผลกระทบต่อการบริหารองค์กรหนังสือพิมพ์." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- พิพัฒน์ พึ่งพาพงศ์. "พฤติกรรมการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและอินเทอร์เน็ตของนิติกรสำนักคณะกรรมการกฤษฎีกา." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- พิมพ์ใจ ปัทมสันติวงศ์. "กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะของสำนักรักษาความสะอาด กรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- พิมพ์พันธุ์ ศรีพิพิธ. "การสื่อสารในองค์กรและความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานคนไทยในบริษัทข้ามชาติญี่ปุ่น." วิทยานิพนธ์มหบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- พิมพ์มาส รัตนวิวัฒน์วรรณ. "การปรับตัวของนักข่าวกรณีการขยายธุรกิจข้ามสื่อในกลุ่มเดอะเนชั่น." วิทยานิพนธ์มหบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- พิมพ์ภรณ์ สมเกียรติวิระ. "ปริมาณข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจในการสื่อสาร และความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัทด้านโทรคมนาคมที่มีสำนักงาน สาขาในต่างจังหวัด." วิทยานิพนธ์มหบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- พิมล อภิศักดิ์มนตรี. "ศึกษาโครงการรณรงค์การป้องกันและปราบปรามยาเสพติดในกองทัพบก : กรณีศึกษาการประชาสัมพันธ์โดยใช้ดาราทหารเกณฑ์เป็นผู้นำเสนอ (PRESENTER) ทางสื่อมวลชน." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- ปริยาภรณ์ แววจินดา. "กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของโครงการอาหารปลอดภัยของกระทรวงสาธารณสุข." วิทยานิพนธ์มหบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- ไพฑูรย์ วัชรวิทย์. "นโยบายและการปฏิบัติหน้าที่ด้านการเสนอข้อมูลข่าวสารกีฬาฟุตบอลต่างประเทศของสื่อมวลชนไทย." วิทยานิพนธ์มหบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- ภนิดา พิจิตรคดีพล. "การศึกษาการใช้กลยุทธ์การสื่อสารของโครงการ "ไทยก้าวไกล..หัวใจใส่น้ำใจ" ของบริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- ภรินทร์ ทองลิ้ม. "กลยุทธ์การสื่อสารในโครงการพัฒนาจิตและคุณภาพชีวิตที่มีผลต่อการตัดสินใจเลิกยาเสพติดแบบฉับพลัน." วิทยานิพนธ์มหบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- ภัคพงศ์ สายอุบล. "กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โรงเรียนนายร้อยตำรวจ อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.

- ภัทรนันท์ ชัยพงศ์เกษม. "พัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมนิตยสาร : ศึกษาเฉพาะกรณีบริษัท อมรินทร์ พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ภัทรวรรณ ลิ้มวัฒนวงศ์. "การศึกษาเครือข่ายการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในสถานรับเลี้ยงเด็กพิเศษ (ออทิสติก)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2547.
- ภากร สายะวารานนท์. "กลยุทธ์การบริหารงานธุรกิจการพิมพ์ระบบดิจิทัลเพื่อให้อยู่รอดในตลาดปัจจุบัน." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- ภาวณา ทองศรี. "การเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะ และความพึงพอใจในการปฏิบัติ "การบริหารคุณภาพโดยรวม" ของบุคลากรในโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ภาวิณี เจริญชัยศรี. "กลยุทธ์และผลการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายก." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- ภูษงค์ แดงประเสริฐ. "การบริหารรายการโทรทัศน์ที่ซื้อลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ศึกษากรณี รายการ เดอะวิกเกสต์ ลิงก์ กำจัดจุดอ่อน." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- ภูริดา สีดามา. "ภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ไทยภายหลังร่วมทุนกับธนาคารต่างชาติ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- ภูริดา ท่อรัตนเรือง. "การสื่อสารเพื่อบริหารความขัดแย้งของบุคลากรในสถาบันการเงิน กรณีศึกษาธนาคารยูโอบี รัตนสิน จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2547.
- มงคล ปิยะทาสกร. "โครงสร้างธุรกิจภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย (พ.ศ. 2537-2541)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- มนิรัตน์ เชิงชวน. "การวิเคราะห์ประสิทธิภาพวารสาร "เครือข่ายเมเนตไทย" ของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- มธุรส สุขพงษ์ไทย. "การสื่อสารภายในองค์กร: กรณีศึกษาบริษัท ดวิก พีซี เน็ตเวิร์ค จำกัด." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- มนทิรา ชาติอานวยชัย. "กระบวนการธุรกิจนำเข้าและการจัดจำหน่ายของภาพยนตร์อเมริกันในประเทศไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- มนตรี ฐิโรไทย. "รูปแบบการบริหารและการจัดการการสื่อสารต่อผู้ประกอบการ SMEs ของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- มนตรี สุดสม. "กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมความปลอดภัยทางการจราจรในจังหวัดภูเก็ต." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- มนตรี สุวรรณรงค์. "การบูรณาการ การสื่อสารด้านการส่งกำลังและซ่อมบำรุงสายสื่อสารของกรมการทหารสื่อสาร." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

- มนฤดี ธาดาอำนวยการ. "พัฒนาการและทิศทางของโรงภาพยนตร์ระบบมัลติเพล็กซ์ในประเทศไทย." วิทยานิพนธ์
มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- มนลลิต อูยานนวาระ. "บทบาทของโครงการ "ASIA Care U" ที่มีต่อการสร้างภาพลักษณ์ของธนาคารเอเชีย จำกัด
(มหาชน) กรณีศึกษาหน่วยงานให้บริการทางโทรศัพท์." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- มะลิวรรณ กวีวิทยเวช. "การให้บริการข่าวสารผ่านสื่อมวลชนบนเที่ยวบินของสายการบินคาเธ่ย์แปซิฟิค."
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- มัทรียา ชาราทร์พ. "การศึกษานโยบายการประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานคร." รายงานโครงการเฉพาะบุคคล
มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- มานิดา คำจัน. "การสื่อสารภายในองค์กรที่มีผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานรายเดือน :
กรณีศึกษา บริษัท วาไทยอุตสาหกรรม จำกัด (มหาชน)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- มารยาท ปานุราช. "ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารและการปฏิบัติงานของพนักงานการประปานครหลวง."
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- มารศรี เตชะกำพุช. "อิทธิพลของสื่อที่มีผลต่อการบริโภคเกลือไอโอดีนตามโครงการรณรงค์จัดโรคขาดสารไอโอดีน
เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เถลิงสิริราชสมบัติครบ 50 ปี." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- เมธชาติ ไตรยภาพ. "กลยุทธ์การจัดการนิตยสารภาพยนตร์ต่างประเทศ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- เมธณี นิงสานนท์. "แนวทางกำหนดแผนประชาสัมพันธ์เพื่อภาพพจน์ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล." รายงาน
โครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
2542.
- ยุวดี มณีกุล. "วัฒนธรรมองค์กรสื่อสิ่งพิมพ์กับขีดความสามารถในการขยายธุรกิจข้ามสื่อของบริษัท เนชั่น
พับลิชชิ่งกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2539.
- เยาวนุช ซอหะซัน. "ปฏิสัมพันธ์และการปรับตัวทางวัฒนธรรมของพนักงานธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย."
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- เยาวลักษณ์ ไตรภว. "กลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมนักเรียนให้มีทัศนคติใช้ไฟฟ้าอย่างประหยัด
และมีประสิทธิภาพกรณีศึกษา: นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร."
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.
- รจนกร ศรีอรุณ. "สัมฤทธิ์ผลของการประชาสัมพันธ์ของโครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติการไฟฟ้าฝ่ายผลิต
แห่งประเทศไทย : ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างประชาชนที่อยู่ในพื้นที่โครงการปลูกป่าถาวรเฉลิม
พระเกียรติ กฟผ.กับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2544.
- รจิตร์ เข้มศักดิ์สิทธิ์. "การสื่อสารและการสร้างประชาคมหมู่บ้านปลอดยาเสพติดในพื้นที่ทุ่งครุ." วิทยานิพนธ์
มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

- รณชัยกร วิเศษสิงห์. "ประสิทธิผลของสื่อจากโครงการ "เมาไม่ขับ" ที่มีต่อความรู้และทัศนคติของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเกริก." สารนิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, 2547.
- รพีพร วิชาไพบูลย์. "กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของ บริษัท ศูนย์รับฝากหลักทรัพย์(ประเทศไทย) จำกัด." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- รวีกานต์ สาลีทอง. "สถานภาพหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของกระทรวงคมนาคม." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- รวีวรรณ สีนะสาร. "ความพึงพอใจและทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์ "ไทยช่วยไทย ร่วมใจประหยัดพลังงาน" ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.
- ระวีวรรณ ไทยสุริโย. "ศึกษากลยุทธ์การเผยแพร่ภาพข่าวประชาสัมพันธ์ในหน้าข่าวสังคมของหนังสือพิมพ์รายวันประเภทปริมาณ." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- ระวีวรรณ วรรณชาติ. "การประเมินผลสื่อการประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์น้ำมันหล่อลื่นของสำนักงานคณะกรรมการการนโยบายพลังงานแห่งชาติ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2544.
- รัชฎา ปรีชาวุฒิ. "กลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้ในโครงการปรับเปลี่ยนระบบการทำงานของฝ่ายช่างบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- รัชดาพร เสียงเสนาะ. "การเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์กับช่องว่างทางความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรม กรณีการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ ในกลุ่มพนักงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.
- รัชณี ดันดชกิ. "การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ของยูบีซี : กรณีศึกษาห้องปฏิบัติการแมนเนจเม้นท์ ค็อกพิท." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- รัชกร พรหมเสน. "การวิเคราะห์แผนงานประชาสัมพันธ์ธนาคารนครหลวงไทย." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- รัชราพร นรินาทรังสรรค์. "ประสิทธิภาพของกระบวนการสื่อสารเพื่อการศึกษาทางไกล ระดับมัธยมศึกษาโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในโครงการศึกษาสามัญด้วยระบบทางไกลผ่านดาวเทียม." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.
- รัฐติพงษ์ ชูนาค. "พัฒนาการของการจัดผังรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- รัฐพงศ์ ปานเชื้อ. "การสื่อสารกลุ่มกับการจัดการธุรกิจชุมชนของกลุ่มหัตถกรรมบ้านเขาแพ่งพัฒนาในพื้นที่โครงการพัฒนาออยดุงฯ อ. แม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2547.
- รัฐสภา แก่นแก้ว. "การใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในกิจการสถานีโทรทัศน์." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

- รัตนวิมล นารี ศุกรีเชตร. "ปัญหาการสื่อสารในองค์กรด้วย Intranet กรณีศึกษา : สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- รัตนา ปัญญาดี. "ภาพลักษณ์และบทบาทหน้าที่ของสำนักงานอัยการสูงสุดในสายตาของประชาชนและสื่อมวลชน." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- รัศมีมัลย์ ประกอบทรัพย์. "รูปแบบการบริหารสถานีวิทยุ อ.ส.ม.ท. พัทลุง." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- ราชวดี วิทยาวงศ์กุล. "ความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบอินเทอร์เน็ตในการสื่อสารภายในองค์กรศึกษากรณี บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- ราชษฐ์ หิมสุทรี. "การวิเคราะห์เชิงโครงสร้างของกระบวนการผลิตข่าววิทยุเนชั่น." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- รินลณี ศรีเพ็ญ. "การบริหารงานของบริษัทผู้ผลิตรายการละครโทรทัศน์." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- รุ่งนภา มุกดาอนันต์. "กลยุทธ์การสื่อสารของกลุ่มปราชญ์ชาวบ้านเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- รุจี ลือขจร. "ประสิทธิผลการบริหารสื่อประชาสัมพันธ์ในสถาบันอุดมศึกษาเอกชน : ศึกษาเฉพาะกรณีมหาวิทยาลัยเกริก." สารนิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, 2546.
- ฤทัยวรรณ ต้นวงษ์วาน. "บทบาทของการประชาสัมพันธ์ในการปรับตัวเพื่อรักษาความเป็นผู้นำของบริษัทไอบีเอ็ม." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- ลลิตา บุญพิทักษ์. "ปัจจัยการปรับเปลี่ยนผังรายการ รูปแบบ และเนื้อหาการนำเสนอข่าวภาคค่ำของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- ลักษณะสุตา รักษากิจ. "การบริหารงานข่าวกีฬาของฝ่ายข่าวสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- ลัดดา รัตนเมฆานนท์. "การพัฒนาระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อสารสนเทศ และการสื่อสารในองค์กร กรณีศึกษา บริษัท ไทยกุลลิโกะ จำกัด." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- ลัดดาพร หวังชิงชัย. "กลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลโครงการเก็บค่าไฟใส่กระเป๋." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- ลิปดา จันทรศักดิ์. "การวิจัยประเมินผลการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการประกันสังคมสู่สถานประกอบการของศูนย์สารนิเทศ สำนักงานประกันสังคม." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- วชิราภรณ์ ชิดอรุณ. "ประสิทธิผลของการประชาสัมพันธ์ในโครงการเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

- วนิดา เตชะวิเศษพงษ์. "ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ระดับบริหารชั้นต้นและเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการในองค์การ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเกี่ยวกับบรรยากาศการสื่อสารในองค์การ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- วนิดา วงศ์วิเศษศักดิ์. "นโยบายการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมศึกษากรณี ISO14000." วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.
- วรกันยา ณ ระนอง. "กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการเปิดรับข่าวสารของโครงการอันชนอินไทยแลนด์." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- วรจรรย์ เจริญธรรมพจน์. "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดสัดส่วนรายการที่ผลิตจากต่างประเทศและภายในประเทศ ของสถานีโทรทัศน์ ยูบีซี." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- วรเทพ หอมจันทร์. "การศึกษาการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการซื้อขายหลักทรัพย์ในระบบออนไลน์ (On Line Trading) ของบริษัทผู้ให้บริการซื้อขายหลักทรัพย์ ในตลาดหลักทรัพย์." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- วรนาฏ ลือวรรณ. "ประสิทธิผลโครงการห้องเรียนสีเขียว." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2543.
- วรรณรัตน์ พิกพวิทยุ. "การสื่อสารเพื่อการศึกษาทางไกลเครือข่ายสถาบันราชภัฏสวนดุสิต ความคิดเห็นของ ผู้ให้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2545.
- วรรณภา วุฒิอาภรณ์. "ศึกษาการดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์ในส่วนของการประชาสัมพันธ์กับต่างประเทศ เพื่อพัฒนาโยบายและแผน." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- วรรณมน เสาวคนธ์เสถียร. "การศึกษาเปรียบเทียบการนำเสนอภาพลักษณ์ของตลาดหลักทรัพย์ในสมัยรัฐบาลชวน หลีกภัย กับสมัยบริหาร ศิลปอาชา โดยหนังสือพิมพ์." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- วรวรรณ อารีประชาภิรมย์. "กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายพันธมิตรที่สัมฤทธิ์ผลในธุรกิจประกันชีวิต." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- วรวิทย์ ภัคดีบุรุษ. "กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนกับการตัดสินใจลงทุนใน ประเทศไทยของนักลงทุนต่างชาติ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2542.
- วรวิทย์ อรุณศิริวัฒนา. "นโยบายและแผนประชาสัมพันธ์ โครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวผ่านกระยะยาว." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์, 2546.
- วรชดา ปิอกเทิง. "การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ ความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติที่มีต่อโครงการฉลากเขียวของ ประชาชนในกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย ธุรกิจบัณฑิตย์, 2546.
- วรางคณา รัตน์รักษ์. "กระบวนการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนเพื่อการรณรงค์โครงการ "ไทยเที่ยวไทย". วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

- วราภรณ์ พงษ์ไพบูลย์. "การเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์ให้นิยมไทย ความตระหนักถึงการร่วมกันแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ และพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- วราภรณ์ ใช้เทียมวงศ์. "แนวทางพัฒนาศาสตร์การสื่อสารผ่านสื่อมวลชนและสื่อบุคคล เพื่อให้บริการไปรษณีย์เชิงธุรกิจของบริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- วไลพร สวัสดิมงคล. "การศึกษาพฤติกรรมการรับฟัง ความต้องการ รูปแบบและเนื้อหารายการเสียงตามสายในโรงพยาบาลของผู้ป่วยใน โรงพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุขในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- วสินี เคารพพงศ์. "ความเหลื่อมกันระหว่างเนื้อหาของสื่อสิ่งพิมพ์กับข่าวประชาสัมพันธ์ อันเป็นผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของธนาคารเอเซีย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- วัชรรา วัชรเสถียร. "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในองค์กรรัฐวิสาหกิจขนาดใหญ่." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- วัชรวิ มนัสสินี. "การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ทรรศนะ และพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตกับการตัดสินใจเข้าร่วมดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท Work at Home Solution." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- วันทนา จิรธนา. "กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- วันทนา ผลผลา. "การบริหารงานประชาสัมพันธ์สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย." รายงานโครงการเฉพาะบุคคล มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- วันทนา ดอนิมิตกุล. "การเปิดรับสื่อของไวยาวัจกรกับบทบาทในการสื่อสารระหว่างองค์กร (เฉพาะกรณีวัดในกรุงเทพมหานคร)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.
- วันทนี ศิริสุข. "ประสิทธิผลของประชาสัมพันธ์ในโครงการสะสมไมล์ รอยัล ออร์คิด พลัสของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- วาลี ชันธวาร์. "วิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการขยายตัวของหนังสือพิมพ์ข่าวสดในช่วงปี พ.ศ. 2533-2538." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- วาสนา พงษ์พิงศ์สิทธิ์. "การเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครที่มีต่อการติดต่อสื่อสาร และการให้บริการของสำนักงานเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- วิชชุดา ไตรธรรม. "การใช้สื่อเพื่อการรณรงค์เผยแพร่พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภคจากภพ พ.ศ. 2535." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- วิชา คชสังขสิทธิ์. "การประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์กราฟฟิกในองค์กร ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท โรงงานผลิตภัณฑ์อาหารไทย จำกัด (ไวไว)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

- วิญญู สุธาวิเศษ. "ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร. ความพึงพอใจ ขวัญและกำลังใจในการทำงานของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- วิฑูร รัตนเมฆานนท์. "การจัดการสื่อสารประชาสัมพันธ์องค์กรเอกชน ในกรณีศึกษา บริษัท โอสดสภา จำกัด." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- วินิดา สุขกาย. "ปัจจัยที่มีผลต่อการนำเสนอข่าวภาค 07.00 น.ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- วินิดา สุริหาร. "ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการลงทุนกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการให้ความสำคัญในเรื่ององค์ประกอบทางการสื่อสารของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- วิปาลี จันทรโรจน์. "แนวทางการกำหนดนโยบายและการวางแผนการประชาสัมพันธ์พิพธิภัยท้องถิ่นในประเทศไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- วิภาพรรณ ประดับทอง. "การประเมินประสิทธิภาพของสื่อ และความคิดเห็นในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ประกันสังคมส่วนภูมิภาค." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- วิภาวรรณ ทองเพชร. "ภาพลักษณ์กองทัพอากาศในสายตาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- วิยะดา โพธารามิก. "ผลกระทบการเปลี่ยนแปลงสัญลักษณ์ต่อภาพลักษณ์ขององค์กร : กรณีศึกษารถนาถารกสิกรไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- วิโรจน์ กิจกุลอนันต์เอก. "พัฒนาการและศักยภาพของโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทยในการถ่ายทอดกีฬา." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- วิลาลินี แสงกุล. "การศึกษาประสิทธิภาพของกลยุทธ์แผนรณรงค์ต่อต้านเทป ซีดี ผิดกฎหมายของ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) ต่อการตัดสินใจซื้อของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณี : โครงการถูก...ถูกใจ...ถูกกฎหมาย." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- วีรชัย วงศ์วีรพัฒนากุล. "พัฒนาการของ อ.ส.ม.ท. ในฐานะองค์กรข่าวสารของรัฐ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- วีรณา ไชยอนมัตต์. "การบริหารรายการวิทยุ อ.ส.ม.ท. เพื่อชุมชน สถานีวิทยุ อ.ส.ม.ท. จังหวัดแม่ฮ่องสอน (FM 99.5 MHz)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- วีรพงษ์ พลนิกรกิจ. "ปัจจัยเชิงโครงสร้างของสถานีวิทยุท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่กำหนดรูปแบบและเนื้อหารายการวิทยุ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- วีรวรรณ เครือหิรัญ. "ความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร กรณีศึกษาบริษัท โอสดสภา จำกัด." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

- วีระนันท์ นทะนาคกร. "การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการยอมรับระบบคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ของพนักงานในโรงงาน บริษัท เอเซีย นอโต้ พาร์ท จำกัด." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- วีระภัทร์ จิรัฐติชัย. "กลยุทธ์การจัดการนิตยสารธุรกิจรายเดือน และความพึงพอใจของผู้รับสารในภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- วุฒิชัย มกฏอรดี. "การดำเนินงานประชาสัมพันธ์บริการไปรษณีย์ของการสื่อสารแห่งประเทศไทยที่มีต่อการรับรู้ของประชาชน." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- เวทิต ทองจันทร์. "การบริหารการสื่อสารเกี่ยวกับระบบประกันคุณภาพการศึกษากับการยอมรับระบบของบุคลากรมหาวิทยาลัยสยาม." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- เวทีนิ สตะเวทิน. "การสื่อสารในการจัดการประชามติบางลำพู." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- ศรินญา อิมมุดม. "การบริหารรายการโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก : บริษัท อินเทอร์เน็ตเอ็นแซนด์ บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ไอบีซี)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- ศรินลักษณ์ สวัสดิ์มงคล. "กลยุทธ์การสื่อสารของทหารในการพัฒนาชุมชน." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- ศรีปริญา ถาวรประเสริฐ. "ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานธุรกิจขนาดย่อม ศึกษาการบริหารงานบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- ศรีภัทรา หอมชื่น. "วิเคราะห์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของกรมเจ้าท่า." รายงานโครงการเฉพาะบุคคล มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- ศรีลัดดา อุทัยรัตน์. "นโยบายและกลยุทธ์การนำเสนอปกของนิตยสารการเมืองรายสัปดาห์." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ศศิธร พลัดเดช. "การศึกษาเปรียบเทียบการปฏิบัติจริงและความคาดหวังในงานสื่อสารมวลชนสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของกรมป่าไม้." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ศศิพรรณ บิลมานิช. "การศึกษาปัจจัยส่งเสริมและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- ศศิยา วิจิตรจามรี. "พัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมสื่อมวลชน : การวิเคราะห์เดอะเนชั่น กรุ๊ป." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- ศศิวรรณ จรัสดำรง. "การศึกษาเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์ของบริษัทนายหน้าซื้อขายหลักทรัพย์ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.

- ศักดิ์สิทธิ์ โรจนวิเชียร. "การสื่อสารกับทัศนคติของอาจารย์สถาบันราชภัฏในกลุ่มรัตนโกสินทร์เกี่ยวกับการเปลี่ยนสถานภาพเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2545.
- คันสนีย์ จันทวงษ์. "การบริหารงานข่าวกีฬาเพื่อสนับสนุนการพัฒนาการกีฬาของชาติ กรณีศึกษาหนังสือพิมพ์เดลินิวส์." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- ศิรินทร์ อารยางกูร. "กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าของโครงการพัฒนาตอยตุง มูลนิธิแม่ฟ้าหลวง." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- ศิรินทร์ มนุรังสี. "ศึกษาปัจจัยการนำเสนอรูปแบบรายการข่าวประจำวัน ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- ศิรดา พงษ์ภมร. "กระบวนการสื่อสารเพื่อการดำรงรักษางานประเพณีรับบัวของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- ศิรสา สอนศรี. "การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ปีท่องเที่ยวไทยของจังหวัดเชียงใหม่การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ การมีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวในปีท่องเที่ยวไทยของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ศิริกุล ปัญญาติลก. "การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารในองค์กร : กรณีศึกษาเครือข่ายอินทราเน็ตของสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- ศิรินทร มหามนตรี. "แผนกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภาวะวิกฤต : ศึกษากรณีโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (โรคซาร์ส) ของกระทรวงสาธารณสุข." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- ศิรินทร์ทิพย์ ศรีใหม่. "การบริหารงานและกลยุทธ์ในการนำเสนอข่าวกีฬาของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- ศิรินันท์ ลิ้มปณชัยพรกุล. "กระบวนการสื่อสารในการแปรรูปโรงพยาบาลบ้านแพ้ว." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- ศิริพร ดิปัญญานท์. "การใช้ข้อมูลข่าวสารในกระบวนการตัดสินใจลงทุนในหลักทรัพย์ของผู้บริหารกองทุนรวม." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- ศิริพร ปิ่นเพชร. "แนวทางกำหนดแผนประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของธนาคารออมสิน." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- ศิริลักษณ์ อริยบุญญะ. "ประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิงไทยแลนด์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- ศิริวรรณ จุลวนิชรัตน. "การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการราษฎร์-รัฐ ร่วมใจต้านภัยยาเสพติดความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการป้องกันและต่อต้านยาเสพติด." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

- ศิริวรรณ สวัสดิสุข. "แนวทางการกำหนดนโยบายและแผนการสื่อสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล : ศึกษาเฉพาะกรณีความพึงพอใจและพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลของคณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดสมุทรสงคราม." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- ศิริวรรณ อาษาศรีเพชร. "การศึกษากระบวนการผลิตรายการข่าวต่างประเทศของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- ศิวตล ทองสะอาด. "การสื่อสารเพื่อการจัดการในการรวมกลุ่มของชุมชน : กรณีศึกษาชุมชนนางเลิ้ง." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- ศุทธิชัย บุญนาค. "การบริหารและการจัดการรายการวิทยุ อ.ส.ม.ท. เพื่อชุมชน." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- ศุภนาฏ บัวบางพลู. "พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ของพนักงานในกลุ่มบริษัทเครือเจริญโภคภัณฑ์." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- ศุภรัชต์ ปิยวัชรพันธ์. "กระบวนการสื่อสารในการรณรงค์เรื่องยาเสพติดระดับชุมชน ตำบลบางคูรัด อำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- สุลัพร โชควัฒน์. "การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อจัดการการสื่อสารภายในธนาคารแห่งประเทศไทย." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- ไศจิจันท์ บุญประดิษฐ์. "กลยุทธ์การสื่อสารของชุมชนบ้านครัวในการสร้างความเข้มแข็งภายในชุมชนในกรณีพิพาทโครงการก่อสร้างถนนรวมและกระจายการจราจร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- สกันธ์ นาคใหม่. "การรับรู้ของผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาต่อความสามารถในการสื่อสารของผู้บังคับบัญชาเฉพาะในกลุ่มธุรกิจจัดจำหน่ายเครื่องซีเมนต์ไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- สกวาใจ พูนสวัสดิ์. "ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบริหารรายการละครโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- สนามชัย กัธธ. "การจัดการเครือข่ายสถานีวิทยุโทรทัศน์ อ.ส.ม.ท. ตามรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- สนิ นัยวินิจ. "ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวเนื่องกับ ธุรกิจแพท่องเที่ยว ของประชาชนในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดกาญจนบุรี." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- สมเกียรติ ศรีสุวรรณเตมีย์. "การเปิดรับสื่อกับขวัญและกำลังใจของพนักงานธนาคารไทยธนาคารจำกัด (มหาชน)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

- สมเกียรติ โมราลาย. "การศึกษาเปรียบเทียบงานประชาสัมพันธ์โรงแรมจากความคาดหวังและการปฏิบัติจริงของ นักประชาสัมพันธ์." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์. "การเปิดรับข่าวสารและทัศนคติของผู้ผลิตที่มีต่อสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.
- สมบูรณ์ ศรีวัฒนะตระกูล. "กลยุทธ์การสื่อสารและประสิทธิผลของโครงการประชาร่วมใจประหยัดไฟฟ้าของ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2540.
- สมพจน์ สิงขโรทัย. "การแสวงหาข่าวสารและการนำไปใช้ประโยชน์ของกรรมการเคหะชุมชนการเคหะแห่งชาติ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- สมภพ พนมวนาภิรัตน์. "แนวโน้มอนาคตของสื่อวิทยุโทรทัศน์แบบบอกรับเป็นสมาชิกภายหลังการปฏิรูประบบวิทยุ โทรทัศน์ในประเทศไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- สมลักษณ์ วัฒนศิริ. "ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบริหารงานข่าวต่างประเทศของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- สมัยศักดิ์ ถนัดสอน. "ภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูระบบสถาบันการเงิน 14 สิงหาคม 2541." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- สมิทธินันท์ ไทรุ่งโรจน์. "ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการของนิตยสารด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร." วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- สรรรเสริญ สุดประเสริฐ. "นโยบายและการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ประเทศของกระทรวงการต่างประเทศ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- สร้อยอนภา สงฆ์โนนเหล็ก. "การปรับเปลี่ยนของนิตยสาร GM และ BOSS ในช่วงวิกฤตทางเศรษฐกิจ." วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- สรัญพัฒน์ ดันสุขเกษม. "การสื่อสารและการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมงานประเพณีแห่เทียนพรรษา จังหวัด อุบลราชธานี." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- สรัญญา สารสุทธิ. "การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์รณรงค์เที่ยวไทย ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรม การท่องเที่ยวภายในประเทศของคนกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- สโรบล วิบูลยเดช. "นโยบายการบริหารรายการและหลักการคัดเลือกละครเอเชียนซีรีส์ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี และ ปฏิกริยาตอบสนองของผู้ชมแฟนคลับ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2547.
- สวรส เขียวส่องแสง. "การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของบริษัทกฎหมายกับความเข้าใจ และตัดสินใจใช้บริการ : กรณีศึกษาบริษัท เดชาอินเตอร์เนชั่นแนลลอร์ ออฟฟิศจำกัด." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2545.
- สันติมา เกษมสันต์ ณ อรุณยา. "ภาพลักษณ์ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยในสายตาผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

- สัพพัญญู อนุพันธ์. "การบริหารสถานีวิทยุกระจ่ายเสียงรัฐสภา." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลฉบับนี้
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- สาทิศ เขียวชะอุ่ม. "การศึกษาภาพลักษณ์องค์กรจากเนื้อหาหนังสือพิมพ์ : กรณีโทรศัพท์ 3 ล้านเลขหมาย."
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- สาธินี ชัยพันธ์. "การบริหารงานข่าวโทรทัศน์ : ช่อง 9 อ.ส.ม.ท." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- สาโรจน์ เกษมสุขโชติกุล. "กลยุทธ์การบริหารนิตยสารวิทยาศาสตร์: กรณีศึกษา นิตยสาร Update (อัปเดต) บริษัท
ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลฉบับนี้ คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- สาลินี เกื้อเกียรติวงศ์. "การใช้ประโยชน์จากสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการศึกษาของนักศึกษาฝึกการในมหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลฉบับนี้ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- สาวิตรี สีดอกบวบ. "ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ช่วยผู้จัดการเขต (FC-Field Counselor) ที่มีต่อ
การสื่อสารภายในสายปฏิบัติการของบริษัท ซี.พี.เซเว่น จำกัด (มหาชน)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- สาวิตรี ศรีจันทร์นนท์. "การสื่อสารภายในองค์กรสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยเกี่ยวกับงานจัดซื้อจัดจ้าง."
รายงานโครงการเฉพาะบุคคลฉบับนี้ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- สินีนาง กำนินต์เพชร. "รูปแบบการสื่อสาร ทักษะ และพฤติกรรมของพนักงานต่อการปรับเปลี่ยนของธนาคารเพื่อ
การเกษตรและสหกรณ์การเกษตร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2539.
- สิริพร ฉันทสิทธิพร. "การบริหารธุรกิจการพิมพ์ระบบดิจิทัล." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลฉบับนี้
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- สิริลักษณ์ แดงประเสริฐ. "ศึกษาการบริหารรูปแบบรายการเกาะติดเกมของสถานีโทรทัศน์ ITV." รายงานโครงการ
เฉพาะบุคคลฉบับนี้ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- สิวินัย ใจอารีย์. "การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการปรับปรุงการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย." รายงานโครงการ
เฉพาะบุคคลฉบับนี้ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- สุกัลยา บุญยบัณฑิต. "ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์โครงการฉลากประหยัดไฟ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- สุกิจ จิตวิริยะน. "พฤติกรรมสื่อสารและการยอมรับนวัตกรรมธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการธนาคาร
พาณิชย์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- สุกฤษี จุฑาโรจน์,ม.ล. "กลยุทธ์การจัดการข่าวภาคเช้าเพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันของสถานีโทรทัศน์
ทีวีสี ช่อง 3 อ.ส.ม.ท. กับ สถานีโทรทัศน์ไอทีวี." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลฉบับนี้
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

- สุขพร มาฆะสกุลเจริญ. "การศึกษาประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิต." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2544.
- สุชาติ ก้อนทอง. "แผนประชาสัมพันธ์และชุมชนสัมพันธ์ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิประจำปีงบประมาณ 2546." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- สุชาติ สุขเสถียรพาณิชย์. "ความสามารถทางการสื่อสารระหว่างบุคคลในบริบทนานาชาติญี่ปุ่น." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- สุดาวรรณ เตชะวิบูลย์วงศ์. "กระบวนการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ผ่านสื่อมวลชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยุคหลังสมัยใหม่ในโครงการ Amazing Thailand." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- สุดชาติ วงษ์หุ่น. "ประเมินผลโครงการรณรงค์ใช้น้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วของรัฐบาลในปี พ.ศ. 2538 : ศึกษาเฉพาะกรณีพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- สุดตมา แสงวิเชียร. "การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ประโยชน์และการยอมรับเกี่ยวกับเรื่องการปฏิรูประบบราชการของข้าราชการพลเรือน สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ ในเขตกรุงเทพมหานคร." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- สุทธินันท์ ศรีชัยศักดิ์. "แนวทางการประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ของบริษัท อาร์ เอส โปรโมชั่น 1992 จำกัด." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- สุทธิภา วงศ์ยะลา. "รูปแบบและประสิทธิภาพของการสื่อสารในการดำเนินงานตามแนวทางการสร้างเสริมสุขภาพคนทำงานของโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- สุธิตา ชินดอม. "การศึกษาโครงการรณรงค์ให้ความรู้ ความเข้าใจแก่เด็กและเยาวชนเกี่ยวกับยาเสพติด : ศึกษาเฉพาะสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- สุนทรช ดิลกสัตยา. "การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน : กรณีศึกษา ธนาคารแห่งประเทศไทย." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- สุนทรา อิมอยู่. "การบริหารการจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์รายวัน." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- สุปรานี ศิริสวัสดิ์ชัย. "ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการวางแผนรายการของสถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- สุปรีย์ เป้าสิงสว. "ศึกษานโยบายและการวางแผนการสื่อสารสถาบันเพื่อสร้างภาพพจน์ขององค์กร : ศึกษากรณีเครือเจริญโภคภัณฑ์." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.

- สุปวีณ์ ปฏิภาณวัฒน์. "การปรับโครงสร้างการทำงานสำนักข่าวไทย." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลฉบับจัดทำ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- สุพพดา ประยูรวงศ์. "การศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพของสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อมวลชนในกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- สุพรรณษา จิตเลขา. "แนวทางการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของทหารกับการตัดสินใจสมัครเป็นทหาร กองประจำการของชายไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- สุพัชรินทร์ โพธิ์ทองนาค. "ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อโครงสร้างและการจัดผังรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- สุพัตรา โพธิ์ทอง. "การบริหารและการจัดการองค์กรสื่อหนังสือพิมพ์ในสภาวะวิกฤติเศรษฐกิจของประเทศไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- สุภาวดี อินนุพัฒน์. "การเปิดรับข่าวสารการรับรู้ และการมีส่วนร่วมในโครงการประหยัดไฟฟ้าทำไร 2 ต่อของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- สุนนา วรสุตร. "ภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ไทยในช่วงวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจปี 2540." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.
- สุมลรัตน์ ศรีอร่าม. "ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารงานขายของผู้จัดการเขตในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร บริษัท ไทยน้ำทิพย์ จำกัด." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลฉบับจัดทำ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- สุรัชย์ พงพิ้ง. "วัฒนธรรมในองค์กรของหนังสือพิมพ์บ้านเมืองกับพัฒนาการและการปรับตัวในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ (พ.ศ. 2515-2543)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- สุรัสวดี จักขุรักษ์. "การเลือกปฏิบัติของผู้บังคับบัญชาและผลต่อการสื่อสารในกลุ่มผู้ร่วมงานในองค์กรไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- สุวนีย์ อาภรณ์รัตนานนท์. "การประชาสัมพันธ์โครงการอ่านฉลากก่อนซื้อและโครงการเสริมสร้างความตื่นตัวในการป้องกันสิทธิผู้บริโภคปี 2544." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลฉบับจัดทำ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- สุวรรณ มาศเมฆ. "ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของอาจารย์ในสถาบันอุดมศึกษา สังกัดทบวงมหาวิทยาลัยต่อการดำเนินการกิจเกี่ยวกับการจัดการศึกษา ระดับอุดมศึกษา." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.
- สุวรรณดี เจียรานูชาติ. "การสำรวจการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกอัตราค่าบริการโทรศัพท์พื้นฐานขององค์กรโทรศัพท์แห่งประเทศไทย พ.ศ.2543." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- สุวรรณา แสงไกรรุ่งโรจน์. "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกเปิดรับข่าวสารภายในองค์กรของฝ่ายบริการผู้โดยสารบนเครื่องบิน." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

- สุวรรณี จริยะพร. "การวางแผนประชาสัมพันธ์ต่อผู้แทนสหกรณ์เพื่อเสริมสร้างความรู้และทัศนคติที่ดีต่อชุมชนสหกรณ์ออมทรัพย์แห่งประเทศไทยจำกัด." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัย
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- สุวริน รัตนโยธา. "การวางแผนประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลนครเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรณีศึกษางานเปิดตัว ภาพยนตร์รอบปฐมทัศน์." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- สุวิชา ทองลิมา. "การติดต่อสื่อสารกับความพึงพอใจของผู้รับบริการแนะแนวการศึกษาต่อต่างประเทศระดับปริญญาโท จากสำนักงาน ก.พ. และธนาคารกรุงเทพ." วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- สุวิทย์ เกี้ยวศรีกุล. "การออกอากาศโทรทัศน์ระบบดิจิทัล กรณีศึกษา สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
2545.
- สุวิมล อังคุสิงห์. "พฤติกรรมการรับสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายในและความพึงพอใจในการสื่อสารของพนักงานฝ่ายสินค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์ บริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน)." วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- เสาวนีย์ ลิ้มเจริญ. "ความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อสื่อสารของบุคลากรกองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตราชวังสนามจันทร์." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- เสาวนีย์ วรรณประภา. "การบริหารงานข่าวหน้าสตรี กรณีศึกษาหนังสือพิมพ์แนวหน้า." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- เสาวภาต์ สาริกบุตร. "ประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์เพื่อตอบสนองนโยบายการปรับโครงสร้างการบริหารงานให้เป็นธุรกิจของการไฟฟ้านครหลวง." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.
- โสธร เจริญไทย. "การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างเอกลักษณ์องค์กรของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- โสภิตา แจ้งชัด. "การศึกษาวิเคราะห์การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการประชาสัมพันธ์การสร้างรายได้และการแก้ไขปัญหาความยากจน "กองทุนหมู่บ้าน 1 ล้านบาท" ของกรมประชาสัมพันธ์." วิทยานิพนธ์
มหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- โสรัตยา เปี่ยมใจ. "การประชาสัมพันธ์เพื่ออนุรักษ์ป่าไม้และสัตว์ป่าของมูลนิธิสืบนาคะเสถียร ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการนิทานบอกเล่าเก้าสิบ โครงการที่ 1." วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- หนึ่งฤทัย เหลืองพยุง. "การสื่อสารในองค์กรกับการยอมรับนโยบายประกันคุณภาพ กรณีศึกษาคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

พรรษา วงศ์ธรรมกุล. "การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของ นักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

หริสุตา ปิ่นทวนันท์. "การสื่อสารและเครือข่ายการรณรงค์ "เมาไม่ขับ"." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

เหมวดี บรรเทา. "ความคิดเห็นของพนักงานการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยต่อการประชาสัมพันธ์ภายใน องค์การ : ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการระดมทุนจากภาคเอกชนโรงไฟฟ้าราชบุรี ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิต แห่งประเทศไทย." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

เหมือนฝัน คงศรี. "สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 กับ "แผนยุทธศาสตร์การเตรียมการเพื่อรองรับมาตรา 40 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2546.

อดิมา วินัยโกศล. "พฤติกรรมสื่อสารของพนักงานกองสำรองที่นั่งและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการบริการ ของพนักงานกองสำรองที่นั่ง บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

อนัญญา พันธุ์เมฆ. "ทัศนะของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อภาพลักษณ์ของธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2541.

อนุชา ม่วงใหญ่, เรือโท. "แนวทางกำหนดนโยบายการวางแผนประชาสัมพันธ์ "โครงการอนุรักษ์และพัฒนา สภาพแวดล้อมทางทะเลและชายฝั่งกองทัพเรือ ศึกษากรณี : โครงการอนุรักษ์พันธ์เต่าทะเลพื้นที่ เกาะคราม จังหวัดชลบุรี." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2538.

อโนชา กันสิทธิ์. "การใช้สื่อมวลชนเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานของมูลนิธิแพทย์อาสาสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

อภิญา บุญจิตต์. "การศึกษาผลการใช้สื่อหลัก 3 ประเภทในการฝึกอบรมผู้นำวินัยจราจรของ 6 จังหวัดนำร่อง ภายใต้โครงการรณรงค์เสริมสร้างวินัยจราจรเด็กและเยาวชนของกระทรวงศึกษาธิการ." วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.

อภิรดี สีดอกบวบ. "ภาพลักษณ์ และความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารกับการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย ของ เจ้าหน้าที่องค์กรรัฐและพนักงานองค์กรเอกชนที่ปฏิบัติงานในพื้นที่การทำอากาศยานกรุงเทพ." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

อภิสรก เกิดชูชื่น. "รูปแบบการสื่อสารของเครือข่ายวิทยุสมัครเล่นในภาวะวิกฤต." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

อภิสิทธิ์ เหมาะสมสกุล. "การสื่อสารภาวะวิกฤต : กรณีศึกษาเปรียบเทียบโรคซาร์สและโรคไข้หวัดนกของกระทรวง สาธารณสุข." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

อมรรัตน์ ฝาลิโน. "พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ และการมีส่วนร่วมของนักเรียนนักศึกษาในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อโครงการรวมพลังหาร 2." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2544.

- อมลยา ศิริชนะ. "ความรู้ ทักษะคิด และการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตของนักเรียนในโรงเรียนดีเด่นด้านการส่งเสริมกิจกรรมอินเทอร์เน็ตตามโครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทย." วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- อรทัย คล้ายชม. "การศึกษาเปรียบเทียบการบริหารงานข่าวในหน้า 1 ของหนังสือพิมพ์มติชนรายวันและหนังสือพิมพ์ข่าวสด." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- อรพินท์ แก้วสิมมรด. "การปรับปรุงงานข่าวภาคค่ำ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- อรรถพล เลิศล้ำ. "การปรับโครงสร้างสำนักข่าวไทย จากแนวคิดโมเดิร์นทีวี." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- อรวิณ บุตรวงศ์. "การศึกษารูปแบบและแนวทางการบริหารงานด้านวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์ : ศึกษากรณีกองงานคณะกรรมการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติ." วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- อรอนันต์ วุฒิเสน. "การสื่อสารในการก่อตัวและการขยายเครือข่ายของชมรมผู้เลี้ยงปลากะพงขาว อำเภอยะหริ่ง จังหวัดปัตตานี." วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.
- อรัญญา เกตุแก้ว. "การบริหารข่าวภาคค่ำของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- อรัญญา ม้าลายทอง. "การเปิดรับข่าวสารและการใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของพนักงานในกลุ่มบริษัท ล็อกซเลีย์ จำกัด (มหาชน)." วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- อรัญญา ลือประดิษฐ์. "การใช้สื่อเพื่อส่งเสริมและป้องกันทัศนคติสุขภาพของหน่วยงานรัฐและหน่วยงานเอกชน." วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- อริสรา ธนุผล. "รูปแบบการสื่อสารในการบริหารจัดการธนาคารขยะชุมชนวัดกลางขอยลาดพร้าว." วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- อังคณา วัฒนมงคลศิลป์. "การนำเสนอข่าวแบบแยกส่วนภูมิภาค กรณีศึกษาสถานีโทรทัศน์ไอทีวี." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- อัจฉิมา สิริตันชัย. "รูปแบบการนำเสนอ และความอยู่รอดทางธุรกิจของรายการภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์." วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- อัจฉรา วรธรรมพินิจ. "การวิเคราะห์แผนการสื่อสารในภาวะวิกฤติของ บริษัท โททาล เอ็กซ์โพลเรชั่น แอนด์โปรดักชั่น ไทยแลนด์." วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- อัจฉรา ศิริวงศ์. "การจัดการการสื่อสารในธุรกิจการเกษตรของชุมชนลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี." วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- อัจฉราลักษณ์ วงศ์ชนะมาศ. "การสื่อสารเพื่อการบริหารในสำนักงานสลากกินแบ่งรัฐบาล ศึกษาเฉพาะกรณี : การสื่อสารสองทางกับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน." วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.
- อัญชนา บุญเรือง. "การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของหญิงและชายในองค์กรธุรกิจ." วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

- อัญชลี พุ่มศรี. "ประสิทธิผลการสื่อสารเพื่อการป้องกันและแก้ไขปัญหาเสพติดในสถานศึกษาของโครงการโรงเรียนสีขาว." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัยมหิดล คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- อัญชลี มนุรัตน์. "โครงสร้างการบริหารศูนย์ข้อมูลข่าวสาร บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัยมหิดล คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- อัญชลี พาณิชศิริ. "พัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมสื่อมวลชน : การวิเคราะห์บริษัท ผู้จัดการ จำกัด (มหาชน)." วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- อัญชลีพร กุศล. "การบริหารงานข่าวในภาวะวิกฤติทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ศึกษากรณีวินาศกรรมตึกเวิลด์เทรด เซ็นเตอร์และอาคารกระทรวงกลาไหมประเทศสหรัฐอเมริกา." วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- อัญมณี สัจจาชัย. "ความพึงพอใจในการสื่อสาร และความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของนักสังคมสงเคราะห์ สังกัดกรมประชาสงเคราะห์." วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- อัยยา สวนแก้ว. "ศึกษาลักษณะและพฤติกรรมของการสื่อสารภายในองค์การของธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่." วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2541.
- อัสมา พิมพ์ประพันธ์. "การใช้สื่อมวลชนเพื่อการเผยแพร่อิสลาม (ศึกษาเฉพาะกรณีมูลนิธิสันติชน)." วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- อัสรา ลิมเงิน. "การศึกษาและวิเคราะห์การประชาสัมพันธ์ของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ." วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- อาณัติ ว่องอมรนิติ. "การรับรู้ข่าวสารและทัศนคติ พฤติกรรมของผู้ซื้อสลากจากโครงการการณรงค์ปรับเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้ซื้อสลากไม่ให้ซื้อสลากเกินราคา." วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544.
- อารีชา จันทราย. "การบริหารงานประชาสัมพันธ์เพื่อการรณรงค์ของมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ : กรณีศึกษาโครงการร้านอาหารปลอดบุหรี่." สารนิพนธ์มหาวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, 2546.
- อารีชา ชัยเลิศฉกุล. "การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการในธนาคารนครหลวงไทย." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัยมหิดล คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- อารีชา จุ้ยจำลอง. "การสำรวจความคิดเห็นของบุคลากรต่อบรรยากาศการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร : กรณีศึกษา ราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัยมหิดล คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- อำนาจ จำปาทอง. "การบริหารการจัดจำหน่าย สื่อสิ่งพิมพ์ของบริษัทจัดจำหน่าย กรณีศึกษา บริษัท วิญจักร จัดจำหน่าย จำกัด." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาวิทยาลัยมหิดล คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- อำนาจ อภิเดช. "การศึกษานโยบายและการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ กรณีศึกษาเครือซิเมนต์ไทย." วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- อุทัยวรรณ โกศลวัฒน์. "พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาหนี้เสีย ในโครงการบำบัดหนี้เสียของผู้บริหารธุรกิจ และเจ้าของสถานประกอบการ." วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

อุรสา กาญจนวิทย์. "การสื่อสารภายในองค์กรเพื่อการปรับปรุงประสิทธิภาพกิจของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)."
 วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

อุรสา ขวัญยืน. "การดำเนินธุรกิจนิตยสารสตรีที่ได้รับความนิยมจากต่างประเทศและลักษณะของผู้อ่าน." วิทยานิพนธ์
 มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

อุษา โพนทอง. "การวางแผนสื่อสารประชาสัมพันธ์ของกองเวชศาสตร์ป้องกัน กรมแพทยทหารอากาศ
 กองบัญชาการสนับสนุนทหารอากาศ กรณีศึกษา : งานสื่อสารประชาสัมพันธ์แผนป้องกันและแก้ไข
 ปัญหาเอดส์ของ ทอ. ปี 2542 กองเวชศาสตร์ป้องกัน กรมแพทยทหารอากาศรับผิดชอบ." รายงาน
 โครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
 2543.

เอก แก้วก้องกังวาน. "กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของเซ็นเตอร์พ้อยท์." รายงานโครงการ
 เฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

เอกกมล เอกลักษณ์ดีลก. "พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และความคิดเห็นของประชาชนในเขต
 กรุงเทพมหานครต่อโครงการรณรงค์ ชยะ 3 ชนิด แยกใส่ 3 ถุง ของสำนักรักษาความสะอาด
 กรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: สื่อเฉพาะกิจ 3 ประเภท." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต
 คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

เอกรัษฎ์ ทองบุญชุม. "การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารโครงการรณรงค์ "ประหยัดไฟฟ้ากำไร 2 ต่อ"." วิทยานิพนธ์
 มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2545.

เอกรัตน์ สาธุธรรม. "ผลกระทบของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต่อการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ในเครือบริษัท เนชั่น กรุ๊ป
 จำกัด (มหาชน) และบริษัท มติชน จำกัด (มหาชน)." วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และ
 สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.

เอกลักษณ์ ศิริสากร. "การสื่อสารภายในสำนักงานเขตวังทองหลาง." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต
 คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

เอื้อบังอร นันทมนตรี. "การเปิดรับ ความพึงพอใจ และการได้รับประโยชน์ในข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน
 ของพนักงานในองค์กร กรณีศึกษา : เครือเคมีภัณฑ์ซีเมนต์ไทย." รายงานโครงการเฉพาะบุคคล
 มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.

โอเบเอื้อ ศรีสุวรรณ. "แผนประชาสัมพันธ์โครงการอาคารสีเขียว." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต
 คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.

ไอรพต ศรีสุชาติ. "การบริหารงานบริษัทผลิตสารคดีโทรทัศน์ไทยเพื่อความอยู่รอด." รายงานโครงการเฉพาะบุคคล
 มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

ไอลดา งามพิเชษฐ์. "นโยบายและกลยุทธ์ในการนำเสนอรายการระเบียบข้อของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3."
 รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.

Books

- Ary, D., L. Jacobs, and A. Razavieh. Introduction to Research in Education. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1990.
- Berelson, Bernard. Content Analysis in Communication Research. New York: Hafner Publishing Company, 1971.
- Cassell, C. and Symon G. Qualitative Methods in Organizational Research: A Practical Guide. London: SAGE, 1994.
- Clampitt, Phillip G. Communicating for Managerial Effectiveness. London: SAGE Publications, 2001.
- Donohew L. and L. Tipton. "A Conceptual Model of Information Seeking, Avoiding and Processing." In New Models for Communication Research. Edited by P. Clarke. Beverly Hills: SAGE Publications, 1973.
- Glass, Gene V., McGaw, Barry, and Smith, Mary Lee. Meta-Analysis in Social Research. London: SAGE Publications, 1981.
- Greenbaum, H. H., Hell, A.S. and Walter, W.J. Organization Communication: Review of Abstract. CA: SAGE, 1985.
- Hattersley, Michael E. Management Communication: Principles and Practice. Singapore: McGraw-hill, 1997.
- Hedges, L.V., and Olkin, I. Statistical Methods for Meta-Analysis. Florida: Academic Press, 1985.
- Holsti, O.R. Content Analysis for the Social Sciences and Humanities. Reading MA: Addison-Wesley, 1969.
- Hunter, John E., and Schmidt, Frank L. Methods of Meta-Analysis. London: SAGE Publications, 1990.
- Light, R.J., and Pilemer, D.B. Summing Up: The Science of Reviewing Research. Massachusetts: Harvard University Press, 1984.
- Miller, K. Quantitative Research Methods. In F.M. Jablin and L.L.O Putnam (eds.), Handbook of Organizational Communication: Advances in Theory, Research , and Methods, pp. 137-160. CA: SAGE, 2000.
- Mullen, B. Advanced BASIC Meta-Analysis. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1989.
- Neher, William W. Organizational Communication: Challenges of Change, Diversity, and Continuity. Boston: Mass.: Allyn and Bacon, 1997.
- Rasberry, Robert W. Effective Managerial Communication. California: Wadsworth, 1993.
- Riel, CBM. Van. Principles of Corporate Communication. London: Prentice-Hall, 1995.
- Rosenthal, Robert. "An Evaluation of Procedures and Results." In The Future of Meta-Analysis, pp.123-133. Edited by K.W. Wachter and M.L.Straf. New York: Russel Sage Foundation, 1990.
- _____. Meta-Analytic Procedures for Social Research. London: SAGE Publications, 1991.
- Timm, Paul R. Managerial Communication : A Finger on the Pulse. London: Prentice-Hall, 1995.

- Taylor, B. and Trujillo, N. Quantitative Research Methods. In F.M. Jablin and L.L0 Putnam (eds.). Handbook of Organizational Communication: Advances in Theory, Research , and Methods. pp. 21-63. CA: SAGE, 2000.
- Wolf, F.M. Meta-Analysis: Quantitative Methods for Research Synthesis. London: SAGE Publications, 1986.

Articles

- Glass, Gene V. "Primary, Secondary, and Meta-Analysis of Research." Educational Research. 5 (1976): 3-8.
- Kulik, J.A., and Kulik, C.C. "Meta-Analysis in Education." International Journal of Educational Research. 13 (1989): 223-240.

Other Materials

- http://encyclopedia.laborlawtalk.com/Communications_management)
- http://wms-soros.mngt.waikato.ac.nz/education/subjects/subjects.asp?subj_code=0343
- http://www.knowledgemedia.org//modules/glossary/view_def.php?id=communicationmgt2
- http://www.stou.ac.th/Eng/Courses/course_ca.asp