

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา  
ในมุมมองของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

นางสาวฐิติวัลลค์ รัชชโต



การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
พ.ศ. 2556

**The Image of Rajamangala University of Technology Srivijaya,  
Songkhla, in the View of Bachelor's Degree Students**

**Miss Thitiwal Ratchatho**

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for  
the Degree of Master of Communication Arts

School of Communication Arts

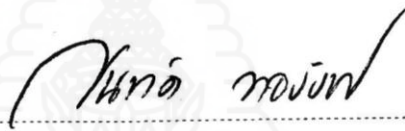
Sukhothai Thammathirat Open University

2013

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา  
ในมุมมองของนักศึกษาระดับปริญญาตรี  
ชื่อและนามสกุล นางสาวฐิติวัลลค์ รัชชโต  
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช  
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันทัด ทองรินทร์

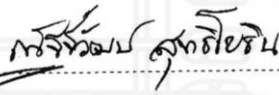
การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2557

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ



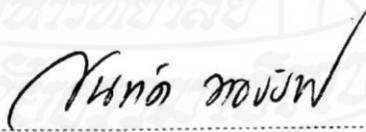
ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันทัด ทองรินทร์)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ณัฐวัฒน์ สุทธิโยธิน)



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันทัด ทองรินทร์)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์

**ชื่อการศึกษา** คั่นคว้ออิสระ ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ในมุมมอง  
ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

**ผู้ศึกษา** นางสาวจิตติวัลค์ รัชชโต รหัสนักศึกษา 2551500115 **ปริญญา** นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต  
**อาจารย์ที่ปรึกษา** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สันทัต ทองรินทร์ **ปีการศึกษา** 2556

### **บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) การเปิดรับสื่อและข่าวสารของนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย (2) การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ของนักศึกษา (3) ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในทัศนะของนักศึกษา (4) ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรของนักศึกษากับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ถึงชั้นปีที่ 4 ประจำภาคเรียนที่ 2/2556 ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา จำนวน 381 คน โดยใช้เกณฑ์ตามตารางสำเร็จรูปของ TARO YAMANE สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า (1) การเปิดรับสื่อและข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ของนักศึกษาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2) การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3) ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมีจุดเด่นคือ เป็นสถาบันการศึกษาที่มีนักศึกษา/บัณฑิตที่มีความเชี่ยวชาญเทคโนโลยี มีทักษะปฏิบัติ และ (4) เพศของนักศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม อายุของนักศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ ชั้นปีที่ศึกษามีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ ด้านบริการวิชาการแก่สังคม และด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ขณะที่ศึกษามีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

**คำสำคัญ** ภาพลักษณ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลา

**Independent Study title:** The Image of Rajamangala University of Technology Srivijaya,  
Songkhla, in the View of Bachelor's Degree Students

**Author:** Miss Thitiwal Ratchatho; **ID:** 2551500115; **Degree:** Master of Communication Arts;

**Independent Study advisor:** Dr. Santat Thongrin, Assistant Professor; **Academic year:** 2013

### **Abstract**

The objectives of this research were to study: (1) Rajamangala University of Technology Srivijaya students' exposure to media and news; (2) their perceptions of news about the university; (3) the university's image in their views; and (4) relationships between the students' demographic data and their image of the university.

This was a survey research. The research tool was a questionnaire. The sample population consisted of 381 year 1 to year 4 undergraduate students enrolled at Rajamangala University of Technology Srivijaya in the second semester of the 2013 academic year, with sample size selected using the Taro Yamane method. Data were statistically analyzed using percentage, mean, standard deviation and chi square.

The results showed that (1) overall, the students surveyed were exposed to news about Rajamangala University of Technology Srivijaya to a medium level. (2) Their perception of news about the university was at a medium level. (3) Overall, their image of the university was medium. They perceived that the university's strong point was that its students and graduates were expert in technology and had practical skills. (4) The demographic factor of sex was related to the students' image of the university in the aspect of preserving religion, culture and environment. The factor of age was related to the students' image of the university in the aspect of technology and professionalism. The factor of year of study was related to the students' image of the university in the aspects of technology and professionalism, research and inventions, academic services for society, and preserving religion, culture and the environment. The factor of field of study was related to the students' image of the university in the aspect of preserving religion, culture and environment.

**Keywords:** Image, Rajamangala University of Technology Srivijaya

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ ด้วยผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์อย่างดีจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สันหัตถ์ ทองรินทร์ ที่ได้ให้คำแนะนำและเสียสละเวลามาเป็นประธานกรรมการในการสอบศึกษาค้นคว้าอิสระรองศาสตราจารย์ณัฐวิวัฒน์ สุทธิโยธิน กรรมการที่ปรึกษาศึกษาค้นคว้าอิสระ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ปรึกษา และติดตามการทำศึกษาค้นคว้าอิสระอย่างใกล้ชิด นับตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่าน และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้รับการสนับสนุนและกำลังใจจากอาจารย์ทุกท่าน เพื่อนนักศึกษาครอบครัวที่คอยดูแล และเพื่อนร่วมงานที่ช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างไม่เหน็ดเหนื่อย และตั้งใจขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามที่แสดงความคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ต่อการเก็บข้อมูลในครั้งนี้และให้ความช่วยเหลือจนทำให้การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ภายในเวลาที่กำหนด

คุณค่าและประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่านที่ช่วยให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จในการศึกษา

ฐิติวัลลค์ รัชชโต

สิงหาคม 2557

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	จ
กิตติกรรมประกาศ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ฅ
สารบัญภาพ .....	ญ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์การวิจัย .....	3
กรอบแนวคิดการวิจัย .....	4
สมมติฐานการวิจัย .....	4
ขอบเขตของการวิจัย .....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	5
ประโยชน์ที่ได้รับ .....	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	7
แนวความคิดภาพลักษณ์องค์กร .....	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ .....	13
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ .....	20
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร .....	25
ข้อมูลของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย .....	26
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	34
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	39
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	39
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	41
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	42
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	42
เกณฑ์การวัดและการแปลผล .....	43

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	45
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร .....	46
ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา .....	48
ตอนที่ 3 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา .....	57
ตอนที่ 4 ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา .....	62
ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน .....	71
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	78
สรุปการวิจัย .....	78
อภิปรายผล .....	84
ข้อเสนอแนะ .....	87
บรรณานุกรม .....	89
ภาคผนวก .....	94
ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย .....	95
ข แบบสอบถาม .....	97
ประวัติผู้ศึกษา .....	106



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามคณะ ชั้นปี และเพศ.....	41
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากร.....	46
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา จากสื่อภายใน.....	48
ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา จากสื่อภายนอก.....	51
ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประเภทข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ใน 1 ภาคเรียนที่ผ่านมา.....	53
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนร้อยละของการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา.....	57
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา.....	62
ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละความต้องการให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา มีจุดเด่น.....	69
ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละความต้องการให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ควรปรับปรุง.....	70
ตารางที่ 4.9 แสดงค่าความสัมพันธ์ของเพศกับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา.....	71
ตารางที่ 4.10 แสดงค่าความสัมพันธ์ของอายุกับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา.....	72
ตารางที่ 4.11 แสดงค่าความสัมพันธ์ของชั้นปีที่ศึกษากับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา.....	74
ตารางที่ 4.12 แสดงค่าความสัมพันธ์ของคณะกับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา.....	76

ญ

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
ภาพที่ 2.1 กระบวนการรับรู้.....	16
ภาพที่ 2.2 ขงนา.....	33



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเปิดเสรีทางการศึกษาการขยายตัวอย่างรวดเร็วของสถานศึกษาและการเปลี่ยนแปลงของจำนวนผู้เรียนอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างจำนวนประชากรส่งผลกระทบต่อสถาบันการศึกษาต้องปรับกลยุทธ์ในการพัฒนาตนเองในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหลักสูตรการเรียนการสอนคุณภาพอาจารย์การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการหรือการจัดบริการทางการศึกษาการเพิ่มจำนวนงานวิจัยที่มีผลต่อสังคมและเป็นที่ยอมรับของนานาชาติและต้องยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของตนไว้เพื่อสร้างชื่อเสียงและคุณภาพให้กับสถาบัน

ภายใต้การแข่งขันและสร้างความเข้มแข็งให้กับสถาบันการศึกษาต่างๆ นั้น สถาบันการศึกษาได้มีความพยายามในการที่จะสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้เป็นที่น่าเชื่อถือแก่กลุ่มเป้าหมายอันประกอบไปด้วย ผู้จะเข้าศึกษา ผู้ที่ศึกษา ผู้ปกครอง ชุมชน รวมไปถึงบุคลากรภายในองค์กรเองที่จำเป็นที่จะต้องรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่สถาบันส่งผ่านสื่อต่างๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว ทั้งนี้ผลของการส่งข้อมูลข่าวสารดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างภาพลักษณ์ได้เป็นอย่างดี

ภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษาในฐานะที่เป็นองค์กรหนึ่งในสังคมนั้น มีความสำคัญอย่างมากในยุคปัจจุบัน กล่าวคือ ภาพลักษณ์เป็นภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลหรือประชาชนที่มีต่อองค์กรและภาพลักษณ์ยังเป็นองค์รวมของความคิดและความประทับใจที่บุคคลมีต่อองค์กรเป็นสิ่งที่มองได้ชัดเจนและยังเป็นเสมือนสิ่งสะท้อนตัวองค์กรว่าคนทั่วไปมององค์กรเป็นอย่างไร กล่าวคือ ภาพลักษณ์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กร สถาบัน สินค้า หรือธุรกิจต่างๆ เพราะเป็นมูลค่าแฝงอยู่ เป็นภาพลักษณ์ที่สร้างความเชื่อถือให้กับบุคคล ซึ่งจะดีหรือไม่ดีขึ้นอยู่กับสิ่งที่แสดงให้เห็นสังคมได้รับรู้ผ่านการดำเนินงานและการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ภาพลักษณ์ที่ดีจึงเป็นพื้นฐานการสร้างเชื่อมั่น ความไว้วางใจแก่ประชาชนและสังคมอีกด้วย (วิรัช ลภีรัตนกุล, เสรี วงษ์มณฑา, เกลาต์ โรบินสัน และวอลเตอร์ บาร์โลว์, 2540)

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เป็นสถาบันอุดมศึกษาได้จัดตั้งเมื่อ พ.ศ. 2518 ในระยะต่อมาได้มีการตราพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ซึ่งกำหนดให้สถาบันการศึกษาที่เปิดสอนระดับปริญญาต้องเป็นนิติบุคคล ทำให้สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลเริ่มมีแนวคิดในการยกฐานะ

เป็นมหาวิทยาลัยนิติบุคคล กระทั่งเมื่อวันที่ 18 มกราคม พ.ศ. 2548 พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2548 ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นผลให้มีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลเกิดขึ้นใหม่ จำนวน 9 แห่ง เป็นสถาบันอุดมศึกษาด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี จัดการศึกษาด้านวิชาชีพชั้นสูงที่เน้นการปฏิบัติ ผลิตรูวิชาชีพ และให้ผู้สำเร็จอาชีวศึกษามีโอกาสในการศึกษาต่อด้านวิชาชีพเฉพาะทางระดับปริญญาเป็นหลัก

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เน้นการจัดการศึกษาเพื่อตอบสนองความต้องการบุคลากรและพัฒนาพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะที่มีทักษะด้านช่างอุตสาหกรรม เกษตรกรรม การประมง เทคโนโลยีสารสนเทศ วิศวกรรมศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ การท่องเที่ยว การบริหารจัดการและทักษะด้านธุรกิจ สามารถปฏิบัติงานได้จริง มีความคิดสร้างสรรค์ที่ทำให้สามารถประกอบอาชีพได้หลายอาชีพ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีคุณภาพทางด้านเทคโนโลยีที่ดีในภาคใต้ นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยยังมีคณะสัตวแพทยศาสตร์แห่งแรกของภาคใต้ ในช่วงเริ่มของการก่อตั้งนั้นได้รวบรวมเอาสถาบันการศึกษาที่เดิมเคยสังกัด สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ในเขตภาคใต้

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เกิดจากการรวมหน่วยงานในกลุ่มภาคใต้ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล 5 หน่วยงานเดิม คือ วิทยาเขตภาคใต้ จังหวัดสงขลา คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการประมง จังหวัดตรัง วิทยาเขตนครศรีธรรมราช อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช คณะเกษตรศาสตร์นครศรีธรรมราช อำเภอทุ่งใหญ่ จังหวัดนครศรีธรรมราชและวิทยาเขตศรีวิชัย อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช

ปัจจุบันมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีพื้นที่ดำเนินการใน 4 จังหวัด คือ สงขลา นครศรีธรรมราช ตรัง และชุมพร โดยมีสำนักงานอธิการบดีตั้งอยู่อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา (50 ปี ราชมงคลภาคใต้, 2548: 19)

จากอดีตถึงปัจจุบันมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสร้างความแตกต่างด้านการบริหารจัดการเรียนการสอนโดยมุ่งเน้นการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติที่มีความเชี่ยวชาญในหลากหลายสาขาสามารถบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับนวัตกรรมระดับสูงเพื่อตอบสนองความต้องการทั้งในระดับประเทศและสากล และได้กำหนดอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดการรับรู้ของประชาคมภายในและสาธารณชนทั่วไป มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะทางให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและเป็นมหาวิทยาลัยที่มีความน่าเชื่อถือและจากพัฒนาการรวมถึงการเปรียบเทียบผ่านที่ยาวนานทำให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ต้องมีการสื่อสารกับทั้งบุคลากรภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับมหาวิทยาลัย

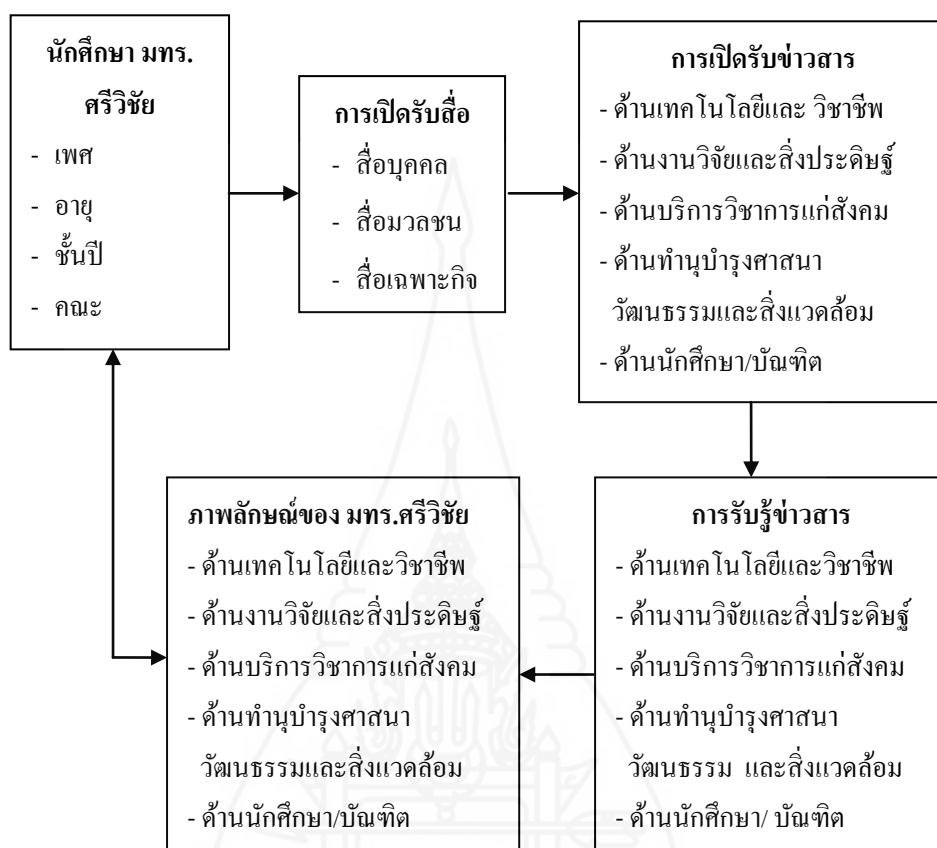
ดังนั้น มหาวิทยาลัยจะอาศัยต้นทุนเดิมตอนที่ยังเป็นสถาบันคงจะไม่เพียงพอทางผู้วิจัย จึงอยากทราบว่า เมื่อนักศึกษาได้ตัดสินใจเรียนที่มหาวิทยาลัยแห่งนี้ นักศึกษาได้ทราบถึง ภาพลักษณ์ในปัจจุบันหรือไม่ และปรับปรุงภาพลักษณ์ในด้านใดบ้าง เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุง ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ เพราะในปัจจุบันมหาวิทยาลัยเกิดสถานะการแข่งขันกัน ในเชิงธุรกิจทางการศึกษามากขึ้น ทั้งที่ต้องแข่งขันกันเองในสถานศึกษาภาครัฐและสถาบันการศึกษาเอกชน และเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำเพื่อให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานต่างๆ ที่เป็นข้อกำหนดของสำนักงานมาตรฐานต่างๆอีกมากมาย ซึ่งการเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงและพัฒนาองค์กรในส่วนต่างๆ ภายในมหาวิทยาลัย จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี เพื่อช่วยกันสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นไปสู่วิศทางเดียวกัน และสอดคล้องกับปรัชญา วิสัยทัศน์และภารกิจของมหาวิทยาลัยที่ได้กำหนดแนวทางไว้

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในมุมมองของนักศึกษาระดับปริญญาตรี” จึงเป็นการศึกษาถึงภาพลักษณ์ในปัจจุบันและศึกษาถึงแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์เพื่อให้ทราบถึงภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นในจิตใจของนักศึกษาปัจจุบันว่าเป็นอย่างไร ซึ่งคาดว่าภาพลักษณ์เหล่านี้จะมีผลต่อความเชื่อมั่นต่อมหาวิทยาลัยไม่มากนักน้อย และเพื่อวางแผน ในการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการศึกษาของมหาวิทยาลัยเพื่อสนองความต้องการของสังคมต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อและการเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
- 2.2 เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยของนักศึกษา
- 2.3 เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในความคิดเห็นของนักศึกษา
- 2.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรของนักศึกษากับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

### 3. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

### 4. สมมติฐานการวิจัย

ลักษณะทางประชากรของนักศึกษามีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

### 5. ขอบเขตของการวิจัย

5.1 การวิจัยในครั้งนี้จะทำการศึกษาเฉพาะนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ถึงปีที่ 4 ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคการเรียนที่ 2/2556 เท่านั้น

5.2 การวิจัยในครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างภาคการเรียนที่ 2/2556

5.3 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวัดความรู้ตามปรัชญา ปณิธาน วิสัยทัศน์ และภารกิจของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลาเท่านั้น

## 6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 **ภาพลักษณ์** หมายถึง ความประทับใจของนักศึกษาที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยเกิดขึ้นจากการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อ เกิดการรับรู้และเกิดเป็นความคิดเห็นที่เป็นความรู้สึกลงในเชิงบวก เป็นกลาง หรือเชิงลบ โดยประกอบด้วยภาพลักษณ์ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ ด้านบริการวิชาการแก่สังคม ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม และด้านคุณลักษณะนักศึกษา/บัณฑิต

6.2 **การเปิดรับสื่อ** หมายถึง ความถี่ในการเปิดรับสื่อของนักศึกษาเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยจากสื่อประเภทต่างๆ ได้แก่ สื่อภายในและสื่อภายนอก

6.2.1 **สื่อภายใน** หมายถึง สื่อที่มาจากภายในขององค์กร เช่น เพื่อนในมหาวิทยาลัย อาจารย์และบุคลากรในมหาวิทยาลัย รายการวิทยุของมหาวิทยาลัย เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย จุลสารของมหาวิทยาลัย โปสเตอร์ของมหาวิทยาลัย บอร์ดประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย แผ่นพับและใบปลิวของมหาวิทยาลัย เป็นต้น

6.2.2 **สื่อภายนอก** หมายถึง สื่อที่มาจากภายนอกขององค์กร เช่น บุคคลภายนอกมหาวิทยาลัย เว็บไซต์ รายการวิทยุ จุลสาร โปสเตอร์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ แผ่นพับและใบปลิวอื่นๆ ที่ไม่ใช่ของมหาวิทยาลัย

6.3 **การเปิดรับข่าวสาร** หมายถึง การเปิดรับข้อมูลของนักศึกษาเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ ด้านบริการวิชาการแก่สังคม ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม และด้านนักศึกษา/บัณฑิต

6.4 **การรับรู้ข่าวสาร** หมายถึง การที่นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ ด้านบริการวิชาการแก่สังคม ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม และด้านนักศึกษา/บัณฑิต

6.5 **นักศึกษา** หมายถึง นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนในภาคการศึกษาที่ 2/2556 ในระดับชั้นปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ถึง ปีที่ 4 ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลา ทั้ง 5 คณะ ประกอบด้วย เพศ อายุ ชั้นปีที่ศึกษา และคณะที่ศึกษา

## 7. ประโยชน์ที่ได้รับ

7.1 เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการออกแบบสื่อและกำหนดประเด็นสารในการสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

7.2 เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการนำไปพัฒนาภาพลักษณ์ในด้านต่างๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของนักศึกษา และกลุ่มเป้าหมายของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย





## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ในมุมมองของนักศึกษาระดับปริญญาตรี” ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวความคิดภาพลักษณ์องค์กร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
5. ข้อมูลของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวความคิดภาพลักษณ์องค์กร

##### 1.1 ความหมายของคำว่าภาพลักษณ์

คำว่า “ภาพลักษณ์” เดิมใช้คำว่า ภาพพจน์ มาจากคำภาษาอังกฤษว่า Image ซึ่งแปลว่า จินตภาพ ซึ่งคำว่าภาพพจน์นั้น พระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ ที่ปรึกษาคณะกรรมการบัญญัติศัพท์ภาษาไทย ได้กล่าวไว้ว่า น่าจะมีความหมายตรงกับคำว่า Figure of Speech มากกว่า อย่างไรก็ตาม คำว่า จินตภาพไม่นิยมแพร่หลาย ต่อมาคณะกรรมการบัญญัติศัพท์ราชบัณฑิตยสถานได้บัญญัติคำว่า ภาพลักษณ์มาใช้แทนที่ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการศึกษาในครั้งนี้ จึงใช้คำว่า “ภาพลักษณ์”

วิรัช ลภีรัตนกุล (2540: 80) ได้สรุปความหมายของภาพลักษณ์ไว้ดังนี้ ภาพลักษณ์ “Image” ในด้านวิชาการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ภาพลักษณ์ในใจ (Mental Picture) ของคนเรา อาจจะเป็นภาพที่มีต่อสิ่งมีชีวิต หรือสิ่งที่ไม่มชีวิตรก็ได้ เช่น ภาพที่มีต่อบุคคล (Person) องค์กร (Organization) สถาบัน (Institution) ฯลฯ และภาพดังกล่าว อาจจะเป็นภาพที่สิ่งเหล่านั้น กล่าวคือ บุคคล องค์กร สถาบัน ฯลฯ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สร้างให้เกิดขึ้นแก่จิตใจเราหรืออาจเป็นภาพที่เรานึกสร้างเองก็ได้

เคลาด์ โรบินสัน และวอลเตอร์ บาร์โลว์ (Walter Barlow & Claude Robinson, n.d. อ้างถึงใน วิรัช ลภีรัตนกุล, 2540) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับคำว่า ภาพลักษณ์ไว้ว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกรู้สึกนึกคิดต่อองค์กร ภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้นๆ อาจได้มาจากประสบการณ์ทางตรง (Direct Experience) และประสบการณ์ทางอ้อม (Indirect Experience) ของตนเอง

วิรัช ลภีรัตนกุล (2540: 81) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์ (Image) มีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์มาก เนื่องจากการประชาสัมพันธ์เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ และเป็นงานที่มีส่วนเสริมสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงาน สถาบัน หรือองค์กรให้มีภาพลักษณ์ที่ดี (Good Image) ต่อความรู้สึกนึกคิดของประชาชน เพื่อผลแห่งชื่อเสียง ความเชื่อศรัทธาจากประชาชนที่มีต่อองค์กร หรือสถาบัน คำว่า ภาพลักษณ์ จึงหมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจ (Mental Picture) ของคนเราอาจเป็นภาพที่มีต่อสิ่งมีชีวิตหรือไม่ก็ได้ เช่น ภาพที่มีต่อบุคคล (Person) องค์กร (Organization) ฯลฯ และภาพดังกล่าวนี้ อาจจะเป็นภาพที่สิ่งเหล่านั้น กล่าวคือ บุคคล องค์กร ฯลฯ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งสร้างให้เกิดขึ้นแก่จิตใจเรา หรืออาจเป็นภาพที่เราเนื้กสร้างเองก็ได้

เสรี วงษ์มณฑา (2540) ได้กล่าวไว้ว่า “ภาพลักษณ์” เป็นผลรวมระหว่างข้อเท็จจริง (Objective Facts) กับการประเมินส่วนตัว (Personal Judgment) ซึ่งมีผลมาจากการรับรู้ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตัวอย่างเช่น ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นต่อมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งจะขึ้นอยู่กับข้อเท็จจริงเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนั้น คือ สถานที่ตั้ง คณะที่เปิดสอน อาจารย์ นักศึกษา ชื่อเสียงเกียรติคุณที่ปรากฏ เป็นต้น ส่วนการประเมินส่วนตัวของแต่ละบุคคลนั้น เช่น ถ้าถามถึงสถานที่ตั้งกับคนที่อาศัยอยู่ใกล้มหาวิทยาลัยก็จะได้รับคำตอบเป็นไปในทางบวก เป็นต้น

Philip Lesty (1997) ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ที่มีชื่อเสียงอีกผู้หนึ่งได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับคำว่า ภาพลักษณ์ ว่าหมายถึง ความประทับใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีต่อองค์กร สถาบัน บุคคล กลุ่มบุคคล ซึ่งความประทับใจดังกล่าวมีรากฐานมาจากผลกระทบระหว่างบุคคลกับสิ่งนั้นๆ

Massion นักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ (Communication Arts) และการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) ภาพลักษณ์เป็นคำถามที่คนส่วนมากเข้าใจว่า บางสิ่งบางอย่างที่เป็นมายา หรือภาพลวงตา (Illusions) แต่โดยความเป็นจริงแล้ว ภาพลักษณ์มิได้เป็นมายาหรือภาพลวงตาตามที่คนส่วนมากคิดหรือเข้าใจกัน

Kotler (2000: 533) ประมาจารย์ด้านการตลาดอธิบายถึงคำว่า ภาพลักษณ์ (Image) ว่าเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใดๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้นจะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้นๆ

Jefkins (1993: 21-22) นักประชาสัมพันธ์ชาวอังกฤษ ได้อธิบายภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจไว้ว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทหรือภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจ (Corporate Image) คือ ภาพขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง ซึ่งหมายรวมทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนรู้จักเข้าใจ และได้มีประสบการณ์ในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรนั้น ส่วนหนึ่งกระทำได้โดยอาศัยการนำเสนออัตลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) ซึ่งปรากฏแก่สายตาคนทั่วไปได้ง่าย เช่น สัญลักษณ์ เครื่องแบบ ฯลฯ

Anderson & Rubin (1986) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับองค์กรทั้งหมด โดยองค์กรก็เปรียบเสมือนคน ซึ่งย่อมจะมีบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ที่ต่างกัน

คำว่า “ภาพลักษณ์” (Image) นั้น มีที่มาจากความสำคัญของคำต่างๆ ดังต่อไปนี้

I = Institution คือ สถาบัน องค์กร หมายถึง ภาพลักษณ์ที่สร้างได้จากการทำให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อสถาบันหรือองค์กร เช่น ต้องมีตึกอาคารใหญ่ มีโครงสร้างการจัดการที่มีความเป็นปึกแผ่น มีโลโก้ (Logo) ขององค์กรที่สามารถสร้างความจดจำและศรัทธาได้ในระยะยาว

M = Management คือ ผู้บริหาร หรือฝ่ายบริหาร หมายถึง ผู้บริหารขององค์กร ซึ่งเปรียบเสมือนสื่อบุคคลที่ต้องมีความฉลาด มีความดีความงาม มีผลงานและมีประสบการณ์ที่เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป

A = Action คือ การกระทำต่อประชาชนหรือผู้บริโภค หมายถึง มุ่งเน้นการให้บริการที่ดี ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค

G = Goodness คือ ความดี ความงาม หมายถึง การที่องค์กรแสดงความเป็นสมาชิกที่ดีหรือเป็นคนดีของสังคม กล่าวคือ เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) เช่น มีความซื่อสัตย์ในการดำเนินธุรกิจ ตรงไปตรงมา โปร่งใส หรือทำประโยชน์ให้แก่สังคมในด้านต่างๆ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถสะท้อนภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรได้ในระยะยาว

E = Employee คือ บุคลากรขององค์กร ซึ่งเปรียบเสมือนทูตขององค์กรหรือสื่อบุคคลอีกส่วนหนึ่งที่จะสามารถเสริมความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในองค์กรได้ โดยการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและกับสังคม บุคลากรขององค์กรนี้เปรียบเหมือนกระบอกเสียงที่สำคัญในการกระจายชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าขาดการสื่อสารที่ดีกับบุคลากร ขาดความเข้าใจที่ตรงกัน การสื่อสารภาพลักษณ์โดยผ่านสื่อบุคคลประเภทนี้จะกลับกลายเป็นภาพลบ และถ้าภาพลบถูกเผยแพร่โดยบุคลากรขององค์กรเองแล้วก็มักจะเป็นสิ่งที่ทุกคนเชื่อมากที่สุด

## 1.2 องค์ประกอบของภาพลักษณ์

เคนเนธ อี บาวล์ดิงจ์ (Kenneth, 1989: 52) ได้กล่าวถึง “ภาพลักษณ์” ว่าเป็นความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่างๆ โดยเฉพาะความรู้สึกนั้นเป็นความรู้ที่เราสร้างขึ้นมาเอง (Subjective Knowledge) ซึ่งประกอบไปด้วย “ข้อเท็จจริง” คุณค่าที่เราเป็นผู้ให้รวมอยู่ บาวล์ดิงจ์ เสนอว่าบุคคลแต่ละคนจะเก็บสะสมความรู้เชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) เป็นการสะสมเกี่ยวกับสิ่งในโลกรอบๆ ตัวเราที่ได้ประสบ ความรู้เชิงอัตวิสัยของบุคคลเหล่านี้เป็นที่รวมของสิ่งต่างๆ ที่เราเชื่อว่าเป็นจริงเสมอ เนื่องจากเราไม่สามารถที่จะรับรู้และทำความเข้าใจกับสิ่งต่างๆ นั้นได้อย่างถ่องแท้เสมอไป เรามักจะได้เฉพาะภาพบางส่วนหรือลักษณะกว้างๆ ของสิ่งเหล่านั้นซึ่งจะเป็นภาพที่ไม่แน่นอน ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้จะประกอบเป็นภาพลักษณ์ของเราที่มีอยู่ในโลก และพฤติกรรมของเราก็จะขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ที่มีอยู่ในสมองด้วย ภาพลักษณ์เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับจิตใจโดยตรง เพราะเราไม่ได้มีประสบการณ์โดยตรงกับสิ่งแวดล้อมที่เราได้สัมผัสมา แต่เราก็ยังได้รับประสบการณ์จากทางอื่นอีก ซึ่งเราต้องอาศัยการตีความหมายสำหรับตัวเองเสมอ ภาพลักษณ์จึงเป็นการทดแทนความหมายเชิงอัตวิสัย (Subjective Representation) ของสิ่งต่างๆ ที่เรารับรู้มา เป็นความรู้สึกเชิงตีความหมาย (Interpreted Sensation) หรือความประทับใจในภาพที่ปรากฏ (appearance) ความคล้อยคลึงหรือความหมายของการรับรู้ (Perception) กระบวนการของการรับรู้ อย่างเลือกสรร ตีความ และให้ความหมายต่อสิ่งต่างๆ เหล่านั้น นั่นคือกระบวนการก่อจินตภาพ (Process of Image) ซึ่งมักจะมีความสำคัญยิ่งต่อการรับรู้ในสิ่งที่ไม่มีความหมายแน่นอนชัดเจนในตัวของมันเอง

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) เป็นสิ่งที่บุคคลได้รับจากการสังเกตโดยตรง การสังเกตจะนำไปสู่การรับรู้ (Cures) ซึ่งอาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิด หรือวัตถุสิ่งของต่างๆ เราจะได้ภาพต่างๆ ผ่านจากการรับรู้

2. องค์ประกอบเชิงความรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะประเภทความแตกต่างของสิ่งต่างๆ ที่ได้จากการสังเกตสิ่งที่ถูกรับรู้

3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ ภาพลักษณ์ของบุคคลที่เกี่ยวกับความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวพันกับความรู้สึกยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ

4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Cognitive Component) เป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความมุ่งหมายหรือเจตนาที่จะเป็นแนวทางปฏิบัติตอบโต้สิ่งเรานั้น อันเป็นผลปฏิบัติสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้และความรู้สึก

### 1.3 ประเภทของภาพลักษณ์

แฟรงค์ เจฟกินส์ (Frank Jefkins, n.d. อ้างถึงใน ชูเกียรติ วงศ์เทพเดียน, 2548: 75-81) ได้จำแนกประเภทของภาพลักษณ์ไว้ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple Image) เป็นภาพของหน่วยงานต่างๆ ในสายตาของประชาชนหรือเป็นภาพลักษณ์ที่ตัวแทนขององค์กรหรือสถาบันต่างๆ ได้ทำให้เกิดขึ้น เช่น พริตตี้เกิร์ล (Pretty Girl) ที่ทำให้ภาพลักษณ์ของบริษัทสินค้าหรือบริการที่ว่าจ้าง มีความแตกต่างกันออกไปในสายตาของประชาชน เป็นต้น

2. ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image) เป็นภาพลักษณ์ปัจจุบันที่กลุ่มชนมีความคิดเป็นไปในทางเดียวกัน เช่น ภาพลักษณ์ของนักการเมืองที่เป็นบุคคลที่เป็นบุคคลที่ไม่สุจริตในสายตาของคน

3. ภาพลักษณ์กระจกเงา (Mirror Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เปรียบเสมือนกระจกเงาที่สะท้อนภาพของผู้ส่งออกมา แต่อาจจะเป็นลักษณะใดก็ได้ตามความคิดของบุคคลนั้น ที่ส่องกระจกอยู่ อาจจะถูกต้องหรือไม่ก็ได้ แต่ขึ้นอยู่กับความนึกคิดของตนเอง

4. ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) เป็นภาพลักษณ์ที่ฝ่ายบริหารขององค์กรต้องการให้เกิดขึ้นกับองค์กรของตนเอง

5. ภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ (Optimum Image) เป็นภาพลักษณ์ที่ต้องตระหนักถึงความจริงและความเข้าใจ แต่การที่จะได้ภาพลักษณ์แบบนี้ย่อมจะมีอุปสรรคหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการรับรู้ของผู้รับสารอุปสรรคของการใช้สื่อต่างๆ จนไม่สามารถทำให้การกำหนดภาพลักษณ์ที่ต้องการได้ตามความเป็นจริง

6. ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง (Correct and Incorrect Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นไม่ตรงกับความเป็นจริง หรือตามเหตุการณ์ที่เป็นอยู่จึงจำเป็นต้องแก้ไขให้ถูกต้องให้กลายเป็นภาพลักษณ์ที่เป็นจริง

7. ภาพลักษณ์สินค้าและบริการ (Product and Service Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับตัวสินค้า และการบริการ และภาพลักษณ์นี้เป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวพันกับองค์กรด้วย เพราะว่าถ้าภาพลักษณ์ขององค์กรไม่ดีก็จะทำให้ภาพลักษณ์ของตัวสินค้าและการบริการไม่ดีไปด้วย

8. ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) เป็นภาพลักษณ์คล้ายกับตัวสินค้าแต่ภาพลักษณ์นี้เป็นภาพลักษณ์ของตราสินค้า หรือ Logo

9. ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) เป็นภาพลักษณ์ขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง โดยเน้นที่ภาพรวมขององค์กรนั้น

10. ภาพลักษณ์สถาบัน (Institution Image) คล้ายกับภาพลักษณ์องค์กร แต่มุ่งเน้นที่ตัวสถาบันหรือตัวองค์กรโดยตรง โดยที่ไม่ได้มุ่งเน้นทางด้านธุรกิจหรือการค้า

#### 1.4 การเกิดภาพลักษณ์

พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร (2537) กล่าวถึงการเกิดภาพลักษณ์ไว้ดังนี้

1. เมื่อปัจเจกบุคคลได้รับเหตุการณ์ภายนอกมาซึ่งตัวเองนั้น เหตุการณ์ยังไม่สามารถสร้างให้เห็นภาพได้ทันที แต่ต้องมีขั้นตอนที่พอจะจัดแบ่งได้ดังนี้

1.1 เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม (Event and Environment) คนเรานั้นเป็นสมาชิกของสังคม ในสังคมนี้จะมีเหตุการณ์ทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การศึกษา และอื่น ๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่มีเพียงบางส่วนของเหตุการณ์เท่านั้นที่คนเราจะรับเข้ามาซึ่งตัวเราได้ และในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลายนี้จะมีคุณค่าด้านดีด้านเลว จะสำคัญหรือไม่มีความหมายอะไร คงจะไม่เกิดขึ้นจากตัวของเราเพียงอย่างเดียว แต่สภาพแวดล้อมที่อยู่กับเหตุการณ์ และอยู่โดยรอบเรากลับมีอิทธิพลในการกำหนดคุณค่าเหล่านั้นทั้งก่อนและหลังการรับรู้ ตลอดจนมีอิทธิพลต่อความสมบูรณ์หรือการหดหาย และระยะเวลาของความจำในเหตุการณ์นั้นๆ ด้วย

1.2 ช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel) ในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลาย จะสามารถเข้ามาสู่เราได้โดยช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ การได้ยิน ได้เห็น ได้สัมผัส และได้กลิ่น ซึ่งแต่ละช่องทางเหล่านี้ยังมีประสิทธิภาพทางด้านการรับรู้ความสมบูรณ์ของเหตุการณ์แตกต่างกัน ยิ่งไปกว่านี้ตัวเนื้อหาสาระ วิธีจัดการข่าวสาร และโครงสร้างของเหตุการณ์ ซึ่งมีผู้จัดส่งมานี้ก็มีความสัมพันธ์กับช่องทางการสื่อสารด้วย กล่าวโดยสรุปช่องทางการสื่อสารจะเป็นประตูด่านแรกของการรับรู้เหตุการณ์ ซึ่งประสิทธิภาพและประสิทธิผลในขั้นตอนนี้ คุณสมบัติของ “ข่าวสาร” และ “ตัวสื่อ” ย่อมมีความสำคัญที่สุด

1.3 องค์ประกอบเฉพาะบุคคล (Personal Elements) เกี่ยวกับคุณภาพและประสิทธิภาพของการสื่อสาร โดยเฉพาะการรับรู้ของผู้รับสารนั้น Berio กล่าวว่า องค์ประกอบทั้ง 5 ของแต่ละบุคคล คือ ทักษะของการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ ระบบสังคมและวัฒนธรรม ต่างก็มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร เราจะมองเห็นเป็นรูปร่างเช่นไร จะเป็นภาพที่มีความหมายไม่เหมือนคนอื่น หรือมีความนิยมชมชอบหรือไม่สนใจอะไรก็ตาม ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทั้ง 5 นี้เป็นสำคัญ ดังนั้น แม้ว่าเหตุการณ์จากภายนอกจะผ่านช่องทางการสื่อสาร และเข้ามาสู่ตัวเราแล้วก็ตามจะมีความหมายอะไรหรือไม่ องค์ประกอบเหล่านี้จะเป็นคำตอบที่ดีมากกว่าอย่างอื่น

1.4 การรับรู้และความประทับใจ (Perception and Impression) ภาพลักษณ์จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ทันที เมื่อเหตุการณ์ได้ผ่านเข้ามาทางช่องทางการสื่อสาร และองค์ประกอบเฉพาะบุคคลทั้ง 5 จะเป็นตัวพิจารณาเหตุการณ์นั้นก่อน โดย “การรับรู้” (Perception) ซึ่งเป็นตัว

แปลงเหตุการณ์ให้เป็นไปใน “ความหมายตามความคิดของบุคคลนั้น” หรือเรียกว่าเป็นไปตามความลำเอียงเฉพาะบุคคลก็ไม่ผิดนัก ส่วนความประทับใจ (Impression) มีความสำคัญในการรับรู้อีกลักษณะหนึ่ง โดยจะเกี่ยวข้องกับคุณภาพและปริมาณของความทรงจำ จดจำได้มากและนาน และเมื่อสร้างเป็นภาพลักษณะอะไรขึ้น ได้แล้ว ก็จะเป็นภาพลักษณะที่เจือจางได้ช้ากว่าการที่มีความประทับใจน้อยหรือไม่มีความประทับใจเลย

ภาพลักษณะที่เกิดขึ้นจากกระบวนการที่ได้กล่าวมานี้ จะมีการผันแปรเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เนื่องมาจากการได้รับข้อมูลใหม่ๆ เกี่ยวกับองค์กรนั้นๆ หรือไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเลย นอกจากนี้ทั้งกระบวนการอันได้แก่ ช่องทางการสื่อสาร องค์ประกอบเฉพาะบุคคล การรับรู้และความประทับใจ และสภาพสิ่งแวดล้อมเป็นตัวแปรสำคัญของการปรับและปรุงแต่งภาพลักษณะในอนาคตต่อไปเรื่อยๆ

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

### 2.1 ความหมายของการรับรู้

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการทางความคิด และจิตใจของมนุษย์ที่แสดงออกถึงความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึกนึกคิด ที่มีผลมาจากกระบวนการรับและตีความสิ่งเร้าต่างๆ ที่มาสัมผัส ด้วยความแตกต่างกันทางด้านปัจจัยส่วนบุคคลและประสบการณ์ที่ผ่านมา คนแต่ละคนจึงมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน ซึ่งการรับรู้จะส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อการรับรู้ในสิ่งนั้นๆ

ในเรื่องของการรับรู้ มีนักวิชาการทำการศึกษาโดยได้กล่าวถึงและให้ความหมายของการรับรู้ไว้ดังนี้

กมลวัฒน์ ยะสารวรรณ (2547) การรับรู้ หมายถึง ขบวนการแปลความหมายของสิ่งเร้าที่มากกระทบประสาทสัมผัสของเราและแปลความหมายอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในอดีตของแต่ละบุคคล

กันยา สุวรรณแสง (2542) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ คือ กระบวนการที่เกิดภายในตัวของแต่ละบุคคล และการรับรู้เกิดขึ้นกับสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัว โดยการสัมผัส การเห็น การได้ยิน การรู้สึก การได้กลิ่น การสัมผัส ซึ่งสิ่งเร้าเหล่านี้จะผ่านทางประสาทสัมผัส แล้วแปลออกมาโดยการอาศัยประสบการณ์เดิม

ณัฐสรุต นนทธี (2544) กล่าวว่า ความหมาย การรับรู้หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้ ความเห็นซึ่งเกิดขึ้นจากการตีความ การสัมผัสระหว่างอวัยวะต่างๆ ของร่างกายกับ

สิ่งแวดลอมซึ่งเป็นสิ่งเร้า โดยมีการใช้ประสบการณ์เดิมช่วยในการให้ความหมายแห่งการสัมผัส นั้นๆ

สวัตลี มิลินทรานกูร (2538) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ว่า การรับรู้ คือ การแปลความหมายหรือให้ความหมายกับสิ่งที่บุคคลได้รับ โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 เมื่อเกิดการรับรู้ในตัวบุคคลแล้วจึงนำไปสู่การกระทำต่างๆ ของบุคคล โดยอาศัยความรู้ดั้งเดิมและประสบการณ์เป็นเครื่องช่วย และการรับรู้ที่เกิดขึ้นนี้จะต้องผ่านกระบวนการรับรู้ภายในตัวบุคคลทุกครั้ง

วิลเบอร์ แชรรมม์ (1960: 6) อธิบายว่า ความหมายเกิดจากการรับรู้ ซึ่งหมายถึงกระบวนการแปลความหมายของสิ่งที่พบหรือสิ่งที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมรอบตัว กล่าวคือ เมื่อมนุษย์ได้รับสิ่งเร้าหรือข้อมูลผ่านทางประสาทรับรู้ทั้งห้า ได้แก่ การเห็นด้วยตา การได้ยินด้วยหู ได้กลิ่นด้วยจมูก การรับรสด้วยลิ้น และการสัมผัสทางผิวหนัง แล้ว สิ่งเร้าหรือข้อมูลเหล่านั้นจะถูกส่งผ่านไปยังสมองซึ่งจะทำหน้าที่รวบรวมและแปลความหมายของสิ่งเร้าหรือข้อมูลที่รับด้วยกระบวนการที่รวดเร็วและเกิดเป็นการรับรู้

ชิฟแมน และ คานุก (Schiffman and Kanuk, 2000) ได้กล่าวถึงการรับรู้ไว้ว่า เป็นกระบวนการของการสัมผัสเลือกสรร จัดระบบ และตีความต่อสิ่งที่อยู่รอบๆ ตัว ทำให้เกิดเป็นภาพที่มีความเกี่ยวข้องต่อเนื่องกันการสัมผัสกับสิ่งเร้าด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมอง การได้ยิน การลิ้มรส การได้กลิ่น และการสัมผัส จะทำให้เกิดความรู้สึก (Sensation) และผ่านการตีความออกมาเป็นการรับรู้

โมเวิน และ ไมเนอร์ (Mowen and Minor, 1998) ได้กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการเปิดรับเลือกสรรและตีความหมายจากกลไกรับความรู้สึก โดยประสาทสัมผัสทั้งห้า คือ การมอง การได้ยิน การลิ้มรส การได้กลิ่น และการสัมผัส ทั้งนี้การรับรู้ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน ได้แก่ ความเชื่อ

เบคเกอร์ (Baker, 1992) และคอยล์ (Coyle, 1993) ได้กล่าวถึงการรับรู้ว่าเป็นการที่ผู้รับสารได้รับตัวกระตุ้นประเภทต่างๆ ทั้งจากข้อมูลข่าวสารจากประสบการณ์ในอดีตจากพื้นฐานการศึกษาที่เคยได้รับเรียนรู้ รวมไปถึงประเพณีวัฒนธรรมต่างๆ ในสังคมตามช่วงระยะเวลาที่แตกต่างกันออกไปโดยการเปิดรับจากประสาทสัมผัสของร่างกายมนุษย์ ทั้งนี้ การรับรู้ดังกล่าวสามารถมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมที่เกิดจากทัศนคติอีกด้วย อาทิ ลักษณะบุคลิกของแต่ละคนที่แสดงออกมาเป็นนิสัยรูปแบบการแต่งกาย การใช้ชีวิตในสังคมแต่ละแห่ง เป็นต้น

เอสซาเอล (Assael, 1998) ได้กล่าวถึงความหมายของการรับรู้ว่าเป็นกระบวนการของบุคคลในการเลือกสรร (Select) การประมวล (Organize) การตีความ (Interpret) ในสิ่งเร้าจนเกิด



เป็นภาพรวมของสิ่งนั้นๆ โดยการรับรู้ของผู้บริโภคแตกต่างกันไป เนื่องจากการเลือกรับข่าวสาร ข้อมูลขึ้นอยู่กับค่านิยม ความต้องการ การคาดหวังของผู้บริโภคและประสบการณ์ในอดีต

ฮันนา และวอสเนียค (Hanna and Wozniak, 2001) และ ชิฟท์แมน และ คานุก (Schiffman and Kanuk, 1994) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ ว่าเป็นกระบวนการที่บุคคลคัดเลือก จัดระเบียบ และตีความสิ่งเร้าไปในทิศทางที่มีความหมาย และสอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ซึ่งก่อให้เกิดความหมายในภาพรวม ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีการรับรู้แตกต่างกันแม้จะเผชิญกับสิ่งเร้าที่เหมือนกันก็ตาม เนื่องจากการรับรู้ของบุคคลนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ด้าน คือ ปัจจัยด้านปัจเจกบุคคล และปัจจัยด้านสถานการณ์

## 2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้

เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ (2540) กล่าวว่า สิ่งที่มีผลต่อการรับรู้ของบุคคล ได้แก่ ประสบการณ์เดิม สถานการณ์ ความต้องการและหน้าที่รับผิดชอบของบุคคล

สุภาวดี คูหาทอง (2533) แบ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของบุคคลเป็นปัจจัยภายใน ได้แก่ คุณสมบัติที่อยู่ภายในตัวของผู้รับ เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ความต้องการ คุณค่า ความสนใจ ประสบการณ์เดิม ปัจจัยภายนอก ได้แก่ คำแนะนำ คำสั่งสอน

พัชรวัต พันธศิลาโรจน์ (2551) ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ปัจจัยที่เกี่ยวกับตัวผู้รับรู้ แบ่งได้ 2 ด้าน คือ

1.1 ด้านกายภาพ หมายถึง อวัยวะสัมผัส ถ้าอวัยวะสัมผัสสมบูรณ์ก็จะรับรู้ได้ดี ถ้าหย่อนสมรรถภาพ เช่น หูตึง ตาสั้น ก็จะรับรู้ได้ไม่ดี

1.2 ด้านสติปัญญา คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ มีหลายประการ เช่น ความจำ อารมณ์ สติปัญญา ความพร้อม การสังเกตพิจารณา เป็นต้น

2. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ได้แก่

2.1 ความรู้เดิม หมายถึง กระบวนการรับรู้เมื่อสัมผัสแล้ว ต้องแปลเป็นสัญลักษณ์โดยอาศัยความรู้เดิมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่เราจะรับรู้ ฉะนั้น หากไม่มีความรู้เดิมมาก่อนก็จะทำให้การรับรู้ผิดไปจากความเป็นจริง

2.2 ลักษณะของสิ่งเร้า หมายถึง คุณสมบัติซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่使人สนใจที่จะรับรู้ หรือทำให้การรับรู้เกิดการคลาดเคลื่อน เช่น ความคล้ายคลึง ความต่อเนื่องของสิ่งเร้า และสภาพพื้นฐานของการรับรู้ เป็นต้น

บัณฑิต เผ่าวัฒนา (2548) สรุปได้ว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ แบ่งออกได้ดังนี้

1. บัจจัยทางกายภาพของผู้รับรู้ ได้แก่ ระบบประสาทสัมผัส เช่น หู ตา จมูก ลิ้น ผิวน้ำ เป็นต้น
2. บัจจัยทางด้านบุคลิกภาพของผู้รับรู้ ได้แก่ ทักษะสติ อารมณ์ ค่านิยม ความต้องการ ความสนใจ ความพอใจ ความรู้ และประสบการณ์ เป็นต้น
3. บัจจัยทางด้านสิ่งเร้าภายนอก ได้แก่ ลักษณะของสิ่งเร้า ความแตกต่างของสิ่งเร้า เช่น สิ่งเร้าที่มีความเข้มกว่า สิ่งเร้าที่มีความชัดเจน สิ่งเร้าที่มีการกระทำซ้ำบ่อยๆ เป็นต้น

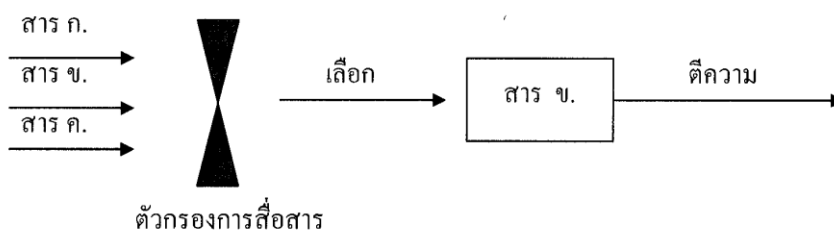
### 2.3 ทฤษฎีการรับรู้

ทฤษฎีการรับรู้เป็นทฤษฎีทางด้านจิตวิทยาที่เชื่อว่าคนเรามีการรับรู้ต่างกัน ความล้มเหลวของการสื่อสารจึงอาจเกิดขึ้นได้ ถ้าเราไม่ยอมรับความแตกต่างในเรื่องการรับรู้ของแต่ละบุคคล การรับรู้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของการสื่อสาร ทักษะสติ และความคาดหวังของผู้สื่อสาร การรับรู้เป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับเป็นกระบวนการเลือกรับสารการจัดสารเข้าด้วยกัน และการตีความสารที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง

หลักการของการสื่อสารได้กล่าวถึง การรับรู้ว่าเป็นกระบวนการที่เกิดจากการกลั่นกรองและตีความจากความรู้สึกที่คนเราได้เห็น ได้ยิน ได้สัมผัส ได้กลิ่น หรือได้ชิมรส โดยทั่วไปการรับรู้ของคนเราจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความคาดหวัง และแรงจูงใจของแต่ละคน ดังนั้นการรับรู้หรือความเข้าใจสิ่งต่าง ๆ ของคนเราจึงเป็นการเลือกที่จะรับรู้ ตามความสนใจและประสบการณ์ของตนเอง (wakefield, 1976) นอกจากนั้น Gibson (อ้างถึงในวิมลสิทธิ์ ทรยางกูร, 2536) กล่าวว่า การรับรู้ตามหลักการกระบวนการพบข่าวสารนั้นมีอิทธิพลมาก เพราะการรับรู้มิใช่เป็นเพียงการตอบสนองที่มีต่อสิ่งเร้าเท่านั้น บุคคลจะรับรู้ข่าวสารได้คั้นขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมด้วยการเลือกใช้ข่าวสารของบุคคลอยู่ที่การสำรวจอย่างจริงจังของบุคคลในการพยายามแยกส่วนที่คงที่ออกจากส่วนที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

### 2.4 กระบวนการของการรับรู้

พัชนี เขยจรรยา, เมตตา กฤตวิทย์ และฉัตรนันทน์ อนวัชศิริวงศ์ (2534) ได้กล่าวถึงกระบวนการรับรู้ไว้ดังนี้



ภาพที่ 2.1 กระบวนการรับรู้

โดยทั่วไปการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจ และมักเกิดตามประสบการณ์และการสังสมทางสังคม เหตุผลที่สำคัญที่สุดเหตุผลหนึ่งว่าทำไมคนเรามีการรับรู้การรับรู้เป็นกระบวนการที่เรียนรู้ได้ เด็กเมื่อเกิดมาจะสามารถรับรู้ความรู้สึกต่างๆ และตอบสนองต่อความรู้สึกเหล่านั้นได้ แต่เด็กมักจะเริ่มเรียนรู้ว่าความรู้สึกต่างๆ หมายถึงอะไรจากการสัมผัสโดยตรงว่าเป็นความเจ็บปวดหรือความสบายหรือสนองต่อความต้องการหรือไม่ ครั้งแรกก่อนที่เราจะรู้ว่า “ความร้อน” คืออะไร เราไม่รู้ว่าการร้อนเผาเราได้ หรือทำให้เราเจ็บปวดได้ แต่เมื่อเราถูกไฟเข้าครั้งหนึ่ง เราจะรู้ทันทีแต่ครั้งต่อไปที่เราเริ่มรู้สึกว่าจะอะไรร้อนไม่ว่าจะเป็นเตาไฟหรือเตารีดที่เราไม่เคยเห็นมาก่อนก็ตามเราจะไม่กล้าแตะต้องมันอีก เราเริ่มเรียนรู้แล้วว่าอะไรที่ร้อนทำให้เราเจ็บปวดได้แล้วก็เริ่มแยกความรู้สึกต่างๆ ที่ใกล้เคียงกันได้ทีละน้อยๆ เช่น ความร้อนจากเตาไฟในครัว ความอบอุ่นจากเตาผิง ความอุ่นของน้ำที่อาบ ฯลฯ ซึ่งเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นทีละเล็กทีละน้อย

คนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่างๆ รอบตัวได้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ทุกคนมีความสนใจและรับรู้สิ่งต่างๆ รอบตัวต่างกัน ฉะนั้นเมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสารสองคนอาจให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกัน โดยทั่วไปการรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดจากอิทธิพลหรือตัวกรองบางอย่างดังนี้

1) แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ เรามักเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็นและได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยินเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ตัวอย่างเช่น ถ้า ก ไม่ชอบ ข ก จึงมีจะขัดแย้งกับ ข ในเรื่องต่างๆ หาก ก รับสารซึ่ง ข แสดงท่าทีเห็นด้วยกับ ก ก ก็จะยั้งตีความว่า ข ไม่ได้หมายความว่า ข พุคจริง เป็นต้น

2) ประสบการณ์เดิม คนเราต่างเติบโตขึ้นในสภาพแวดล้อมต่างกัน ถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีต่างกัน และคบหาสมาคมกับคนต่างกัน เช่น คนที่ไปศึกษาต่อต่างประเทศและพบเพื่อนเจ้าของประเทศที่เอื้อเพื่อช่วยเหลือจะเกิดทัศนคติที่ดีต่อคนของชาตินั้นมากกว่าคนที่พบกับเพื่อนซึ่งถูกเหยียดหยามชาติของตน

3) กรอบอ้างอิง ซึ่งเกิดจากการสังสมอบรมทางครอบครัวและสังคม ฉะนั้นคนต่างศาสนากันจึงมีความเชื่อและทัศนคติในเรื่องต่าง ๆ กันได้

4) สภาพแวดล้อมคนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมต่างกัน เช่น อุณหภูมิ บรรยากาศ สถานที่ ฯลฯ จะตีความสารที่ได้รับต่างกัน การถูกดำเนินในห้องส่วนตัวย่อมทำให้ผู้ถูกดำเนินรู้สึกต่างจากการถูกดำเนินต่อหน้าผู้อื่น

5) สภาพจิตใจและอารมณ์ ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ฯลฯ ตัวอย่างเช่น เรามักจะมองความคิดเล็กน้อยเป็นเรื่องใหญ่โตในขณะที่เราอารมณ์ไม่ดีหรือหงุดหงิด แต่กลับมองปัญหาหรืออุปสรรคใหญ่หลวงเป็นเรื่องเล็กน้อยขณะที่มีความรัก เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การรับรู้ของบุคคลเป็นผลมาจากสภาพร่างกายหรือความสามารถทางกายภาพของบุคคล การเรียนรู้ทางสังคมและวัฒนธรรม และลักษณะทางจิตวิทยาของบุคคล

สิทธิโชค วรานุสันติกุล (2531: 59-65) กล่าวว่าไว้ว่า กระบวนการในการรับรู้เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภครับรู้สิ่งกระตุ้นต่างๆ และส่งผ่านข้อมูลที่ได้รับเหล่านั้นไปสู่กระบวนการคิด ซึ่งการรับรู้สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ขั้นตอน คือ การเลือกรับรู้ การรวบรวม และการตีความ ซึ่งสามารถอธิบายลักษณะของกระบวนการในแต่ละขั้นตอน ได้ดังนี้

### 1. การเลือกรับรู้

การเลือกรับรู้ คือ การที่ผู้บริโภครับต่อสิ่งเร้าทางการตลาดและให้ความสนใจต่อสิ่งเร้า นั้น โดยเลือกรับตามความต้องการและสิ่งเร้าที่ตรงกับทัศนคติของตนเอง ขั้นตอนในการเลือกประกอบด้วย

1.1 การเลือกเปิดรับ เกิดขึ้นจากการที่ผู้บริโภครับผ่านประสาทสัมผัสโดยการกระตุ้นของสิ่งเร้า ซึ่งระดับของการเปิดรับนี้มีผลมาจากความสนใจและความเกี่ยวข้องของผู้บริโภคที่มีต่อสิ่งกระตุ้นนั้นๆ ด้วยอีกทางหนึ่ง

1.2 การเลือกตั้งใจรับ สิ่งกระตุ้นที่ได้เปิดรับมาทั้งหมดจะถูกนำมาถ่วงน้ำหนักด้วยกระบวนการความคิดต่างๆ และกระบวนการก่อนความใส่ใจในการคัดสรรสิ่งกระตุ้นบางอย่างออกไป โดยจะเลือกสนใจสิ่งกระตุ้นที่มีความสำคัญที่สุดหรือเป็นสิ่งที่ชอบและสอดคล้องกับความรู้และพฤติกรรมดั้งเดิมของตนก่อนที่จะเข้าสู่กระบวนการประมวลผลของผู้บริโภค

1.3 การเลือกเข้าใจ การตีความหมาย จัดประเภทและพิจารณาสิ่งกระตุ้นให้สอดคล้องกับความต้องการ ทัศนคติ ประสบการณ์ และบุคลิกภาพของแต่ละคน ดังนั้นการรับรู้ในสื่อการตลาดเดียวกันของผู้บริโภคสองคนอาจเลือกตีความและมีความเข้าใจที่แตกต่างกัน

### 2. การรวบรวม

การรวบรวม คือ การที่ผู้บริโภคทำการรวบรวมและประมวลข้อมูลและสิ่งกระตุ้นที่เปิดรับเข้าทั้งหมดด้วยกันเพื่อให้เกิดความเข้าใจในสิ่งที่ตัวเองสนใจในภาพรวม โดยหลักการที่สำคัญของ Gestalt ในการประมวลสิ่งต่างๆ มี 3 องค์ประกอบดังนี้

2.1 การเติมส่วนที่ขาดหายไป การเติมเต็มส่วนที่ขาดหายไปในการสื่อสารการตลาดเพื่อให้มีใจความที่สมบูรณ์ ซึ่งในงานศึกษาวิจัยของ Heimbach and Jacoby (1972, อ้างใน Assael, 1998) พบว่า การโฆษณาที่สมบูรณ์จะสามารถเพิ่มความตั้งใจและการจดจำของผู้บริโภคได้

2.2 การจัดกลุ่มข้อมูล ผู้บริโภคมักรับรู้กลุ่มของข้อมูลมากกว่าข้อมูลที่แยกจากกัน โดยผู้บริโภคจะนำส่วนย่อยของข้อมูลที่ได้รับมารวบรวมและเติมเต็มให้เกิดความหมายจากสิ่งกระตุ้นที่มีลักษณะดังต่อไปนี้ คือ

- ความเหมือนหรือความใกล้เคียงกัน
- ความคล้ายกัน
- ความต่อเนื่อง ซึ่งการรวมกลุ่มของลักษณะที่กล่าวมานี้จะช่วยทำให้ผู้บริโภคเกิดการประมวลผลข้อมูลได้

2.3 ลักษณะโดยรวมของข้อมูล ผู้บริโภคจะแยกการรับรู้ถึงกระตุ้นโดยแบ่งออกเป็นสองลักษณะ คือ ส่วนที่เป็นรูปร่าง ซึ่งมีความโดดเด่นและสะดุดตาออกจากส่วนที่เป็นพื้นหลังที่มีความเด่นและสำคัญน้อยกว่า ดังนั้น การเลือกใช้สีที่ต่างกันจึงมีผลต่อการรับรู้ถึงกระตุ้นที่ต่างกันด้วย

### 3. การตีความหมาย

การตีความหมาย คือ กระบวนการที่เกิดขึ้นหลังจากผู้บริโภคได้เลือกและรวบรวมสิ่งเร้าจากนั้นก็ทำการตีความ โดยอาศัยหลักสองประการในการตีความข้อมูลทางการตลาด คือ

3.1 การแบ่งข้อมูลเป็นประเภท โดยจัดออกเป็นกลุ่มย่อยเพื่อให้เกิดความเข้าใจได้ง่ายขึ้นด้วยกระบวนการอันรวดเร็ว โดยอาศัยการใช้สัญลักษณ์หรือหน่วยความคิด สิ่งกระตุ้นที่ผู้บริโภคสร้างขึ้นเพื่อใช้ในการจดจำระยะยาวและสัญลักษณ์ย่อย ในการพัฒนาสัญลักษณ์หรือหน่วยความคิดให้สัมพันธ์กับตัวสินค้า

3.2 การตั้งชื่อสรุปเอง ขั้นตอนที่ผู้บริโภคจะให้ชื่อสรุปเกี่ยวกับตัวสินค้าและตราสินค้าเป็นการพัฒนาผสมผสานระหว่างสิ่งเร้าสองตัว ได้แก่ สัญลักษณ์สื่อความหมายและสินค้า โดยผ่านกระบวนการให้สัญลักษณ์ คือ การสรุปความหมายที่ผู้บริโภคตีความจากสัญลักษณ์ เช่น การเชื่อมโยงสัญลักษณ์ที่มีความหมายบางอย่างเข้ากับสินค้าและการเกิดภาพลักษณ์ หมายถึง การรับรู้โดยรวมของผู้บริโภคที่มีต่อข้อมูลที่มาจกหลายแห่ง เมื่อนำมาผสมผสานทำให้เกิดภาพลักษณ์ในใจผู้บริโภค

#### สรุปแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

ดังที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า การรับรู้จึงเป็นอีกกระบวนการหนึ่งของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารต้องมีความเข้าใจตรงกัน การสื่อความหมายจึงจะประสบผลสำเร็จเพราะหากผู้รับสารไม่สามารถรับรู้ หรือทำความเข้าใจกับสารของผู้ส่งสารแล้วก็จะทำให้กระบวนการสื่อสารนั้นประสบความล้มเหลวได้

เนื่องจากการรับรู้ คือ การแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องต่างๆ ซึ่งเกิดขึ้นในจิตใจของแต่ละบุคคล อันเนื่องมาจากการตีความหรือแปลความจากการสัมผัสของร่างกายกับสิ่งเร้า หรือสิ่งแวดล้อมโดยอาศัยประสบการณ์เดิมเป็นเครื่องช่วย ดังนั้น การวัดการรับรู้จึงต้องวัดจากสิ่งที่บุคคลแสดงออก อัน ได้แก่ ความรู้สึกนึกคิด ความรู้ ความเข้าใจ ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อสิ่งเร้า โดยอาจใช้แบบทดสอบหรือแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวัด ซึ่งจะช่วยให้มองเห็นได้ชัดว่าบุคคลนั้นมีการรับรู้ในสถานการณ์นั้นอย่างไร

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ พบว่า แนวคิดนี้ให้ความสำคัญกับตัวผู้รับสาร และมองว่าประชาชนจะมีการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กรหรือไม่อย่างไร ก็ขึ้นอยู่กับทางเลือกเปิดรับสื่อ การเลือกรับรู้ หรือการเลือกตีความ และการเลือกจดจำ ตลอดจนการเลือกที่จะมีส่วนร่วมของประชาชนผู้รับสารเป็นสำคัญ

### 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

#### 3.1 ความหมายของทัศนคติ

ความหมายของคำว่า “ทัศนคติ” หรือในภาษาอังกฤษเรียกว่า “Attitude” (Webster, 1960) มาจากภาษาลาตินว่า “Aptus” แปลว่า โน้มเอียงและเหมาะสม นำมาใช้ในความหมายของคำว่า “Attitude” หรือ “ทัศนคติ” หมายถึง ท่าทีที่แสดงออกมาของคนเรา ซึ่งบ่งบอกถึงสภาพจิตใจอัน ได้แก่ ความรู้สึกหรืออารมณ์ที่มีต่อสิ่งหนึ่ง นอกจากนี้มีนักจิตวิทยาและนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้มากมาย อาทิ

คาร์เตอร์ วี.กู๊ด (Cater V.Good, 1973) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่เป็นการสนับสนุนหรือต่อต้านสถานการณ์บางอย่าง บุคคล หรือสิ่งใด ๆ

เคนเลอร์ (Kendler, 1974) ให้คำจำกัดความหมายว่า ทัศนคติ คือ ความพร้อมของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมตอบสนองต่อสิ่งเร้าในสังคมนรอบตัวหรือแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมในทางสนับสนุน หรือต่อต้านแนวความคิด สถาบัน บุคคล หรือ สถานการณ์บางอย่าง

กรอส และนิแมน (Gross and Niman, 1953) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นผลสะท้อนที่แสดงออกโดยพฤติกรรม และความเชื่อที่มีความสัมพันธ์กับการดำเนินชีวิตในสังคม

นิวคอมบ์ (Newcomb, 1954) ได้อธิบายว่า ทัศนคติเป็นความโน้มเอียงของจิตใจที่มีประสบการณ์ที่ได้รับ อาจเป็นความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย หรือรู้สึกเฉยๆ ไม่ชอบ ไม่เกลียด

โรเจอร์ส (Rogers, 1978) ได้กล่าวถึงทัศนคติว่าเป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุและสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทัศนะนั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นมิตของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคลที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

เทอร์สโตน (Thurstone, 1969) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นผลรวมทั้งหมดของมนุษย์เกี่ยวกับความรู้สึก อคติ ความคิด ความกลัวต่อบางสิ่งบางอย่าง การแสดงออกทางการพูดเป็นความคิดเป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติ ดังนั้น ถ้าเราอยากจะทำทัศนคติ เราก็ทำได้โดยวัดความคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ทัศนคติเป็นระดับความมากน้อยของความรู้สึกในด้านบวกและด้านลบที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นอะไรก็ได้หลายอย่าง เป็นต้นว่า สิ่งของ บุคคล บทความ องค์การ ความคิด ฯลฯ ของความรู้สึกเหล่านี้ ผู้รู้สึกสามารถบอกความแตกต่างว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

นอร์แมน แอล มูน (Norman L. Munn, 1971) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นความรู้สึก และความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานที่ สถาบัน และข้อเสนอใดๆ ในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมตามแนวคิดนั้น

จากคำจำกัดความข้างต้น เราสามารถสรุปได้ว่า ทัศนคติหมายถึง ความรู้ภายในของแต่ละบุคคลที่แสดงออกมาถึงความชอบหรือไม่ชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะเป็นการประเมินผลต่อสิ่งที่ได้พบ เราไม่สามารถรู้ถึงทัศนคติของบุคคลอื่นได้ นอกจากเขาจะพูดหรือแสดงพฤติกรรมออกมา

### 3.2 องค์ประกอบของทัศนคติ

**3.2.1 องค์ประกอบด้านความรู้ (Cognitive Component)** คือ ส่วนที่ประกอบเป็นความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทัวไปทั้งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือคิดว่าสิ่งใดดีมีก็จะมีความรู้ที่ติดต่อกับสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

**3.2.2 องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component)** คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวเนื่องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล

**3.2.3 องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component)** คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก จะเห็นได้ว่า การที่บุคคลที่มีทัศนคติดีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างกัน ก็เนื่องมาจากบุคคลมีความเข้าใจมีความรู้สึกหรือมีแนวความคิดแตกต่างกันนั่นเอง

ดังนั้น องค์ประกอบทางด้านความคิดหรือความรู้ความเข้าใจ จึงนับได้ว่าเป็นส่วนประกอบขั้นพื้นฐานของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกรู้สึกของบุคคล อาจออกมาในรูปแบบแตกต่างกันทั้งในทางบวกและทางลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์การเรียนรู้

### 3.3 การเกิดของทัศนคติ

ไลเคิร์ต (Likert, 1932) ได้ศึกษาถึงการเกิดทัศนคติของบุคคล โดยได้ข้อสรุปว่าทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาจากการเรียนรู้ (Learning) การรับรู้ (Perception) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย และส่วนสำคัญที่สามารถทำให้คนเกิดทัศนคติดังนี้คือ

1) ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้น ไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

2) การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication from Others) จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากผู้อื่นได้ เช่น เด็กได้รับการอบรมสั่งสอนจากพ่อแม่ถึงการกระทำสิ่งต่างๆ ว่าดีหรือไม่ดี เด็กก็จะจดจำและทัศนคติต่อการกระทำนั้นๆ ตามที่ได้รับรู้รับฟังมา

3) สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ กล่าวคือการมองบุคคลอื่นปฏิบัติอย่างไร แล้วเราก็จดจำเอามาปฏิบัติตาม เช่น เด็กมักจะมีการเลียนแบบพ่อแม่ เพื่อนฝูง นักร้อง นักแสดงที่ผ่านทางสื่อต่างๆ ได้

4) องค์ประกอบสถาบัน (Institutional Factors) ได้แก่ โรงเรียน วัด ครอบครัว หน่วยงาน สมาคมต่างๆ เป็นต้น ซึ่งสถาบันเหล่านี้เป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้คนเกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

เมื่อพิจารณาจากแหล่งที่มาของทัศนคติดังกล่าวแล้ว จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบสำคัญที่เป็นตัวเชื่อมโยงให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ก็คือ การติดต่อสื่อสาร ทั้งนี้เพราะการสื่อสารจะมีการแทรกอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะทัศนคติจะเกิดจากประสบการณ์เฉพาะอย่าง หรือเกิดจากสิ่งที่เป็นแบบอย่าง หรือเกิดจากการเกี่ยวข้องกับสถาบัน หรือเกิดจากการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นก็ตามจึงอาจจะกล่าวได้ว่าการสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมากที่มีผลทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ

### 3.4 ลักษณะของทัศนคติ

ลักษณะของทัศนคติมี 4 ประการ คือ

3.4.1 ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

3.4.2 ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของ

บุคคล



3.4.3 ทักษะมีความหมายอ้างอิงถึงบุคคล เหตุการณ์ หรือสิ่งของ คือทัศนคติเกิดจากสิ่งที่มีอยู่หรือเกิดขึ้น สามารถอ้างอิงได้

3.4.4 ทักษะมีลักษณะมั่นคงถาวร ยากแก่การเปลี่ยนแปลงได้ ในระยะเวลาอันจำกัด ทั้งนี้เนื่องจากทัศนคติเกิดจากประสบการณ์ และการเรียนรู้ที่บุคคลสั่งสมมาเป็นเวลานาน อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงทัศนคติอาจทำได้โดยอาศัยเวลาและกระบวนการในการเปลี่ยนแปลง

### 3.5 บทบาทของทัศนคติ

บุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกได้ 3 ประการคือ

3.5.1 **ทัศนคติเชิงบวก** เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึกหรืออารมณ์จากสภาพจิตใจโต้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรอื่นๆ เช่น เด็กวัยรุ่นน่าจะชื่นชอบนักร้อง นักแสดง ก็จะมีการแสดงออกด้วยการติดตามผลงาน คอยตามข่าวคราวความเป็นไปของนักร้อง นักแสดงคนนั้นๆ อยู่ตลอดเวลา เป็นต้น

3.5.2 **ทัศนคติทางลบ** คือ ทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือ ไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลในบุคคลหนึ่ง เรื่องราวปัญหาใด ๆ รวมไปถึงหน่วยงานองค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรและอื่นๆ เช่น ผู้ใหญ่อาจมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อนักร้องวัยรุ่น ที่แต่งตัวไม่เหมาะสม ก็จะก่อให้เกิดอคติขึ้นและวิพากษ์วิจารณ์ไปในทางลบ

3.5.3 **ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็น** ในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งหรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กรและอื่นๆ โดยสิ้นเชิง เช่น บางคนซึ่งไม่ได้ติดตามดูละครโทรทัศน์เลย เนื่องจากไม่มีความสนใจ ก็จะไม่แสดงความคิดเห็น วิเคราะห์ถึงเนื้อหาของละครนั้นๆ เป็นต้น

จุมพล รอดคำดี (2533) กล่าวว่า ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์นั้น มีกระบวนการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ระดับ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้มาจากข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจจะมาจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลอื่น
2. การเปลี่ยนแปลงความรู้สึก การเปลี่ยนแปลงในระดับนี้มาจากประสบการณ์หรือความประทับใจหรือสิ่งที่ทำให้เกิดความสะเทือนใจ
3. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตในสังคมซึ่งไม่มีผลต่อบุคคลทำให้ต้องเปลี่ยนพฤติกรรมเดิมเสียใหม่

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง ถ้าความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมถูกกระทบในระดับใดก็ตาม จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทั้งสิ้น นอกจากนี้ องค์ประกอบต่างๆ ในกระบวนการสื่อสาร เช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสาร ลักษณะของข่าวสาร คุณสมบัติของช่องทางการสื่อสารล้วนมีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้

การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทำให้บุคคลต้องเผชิญปัญหาเหตุการณ์ต่างๆ มากมาย บางคนเปลี่ยนทัศนคติได้ง่าย แต่บางคนเปลี่ยนทัศนคติได้ยาก เพราะทัศนคติของบุคคลเมื่อเกิดขึ้นแล้ว แม้จะคงทนพอสมควร แต่ก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้ โดยการรับข่าวสารที่ทำให้เกิดการยอมรับในสิ่งใหม่ แต่จะต้องมีความสัมพันธ์กับบุคคลนั้น

ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปในทิศทางเดียวกันก็จะเปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่า มั่นคงกว่าคงที่กว่าทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไปในคนละทาง ซึ่งทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี วิธีหนึ่งคือ การที่บุคคลได้รับข่าวสารนั้นอาจจะมาจากสื่อบุคคล สื่อมวลชนต่างๆ ข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับนี้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อทัศนคติด้านความรู้ หรือ การรับรู้ (Cognitive Component) และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติก็มีแนวโน้มทำให้ส่วนประกอบด้าน อารมณ์ (Affective Component) และส่วนประกอบทางพฤติกรรม (Behavior Component) เปลี่ยนแปลงด้วย ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่า หากได้รับข่าวสารในระดับที่แตกต่างกันก็ย่อมทำให้มี ทัศนคติหรือแนวโน้มของพฤติกรรมมีความแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงส่วนมากไม่ได้มาจากการเปลี่ยนค่านิยม (Value) ของบุคคล แต่มาจากการเปลี่ยนแปลงการยอมรับข่าวสารซึ่ง สัมพันธ์กับบุคคลนั้น ปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่มีส่วนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ คือ สื่อ (Media) ซึ่งอาจจะเป็นสื่อบุคคลหรือสื่อมวลชน ซึ่งเป็นช่องทางในการส่งข่าวสาร (Message) ให้แก่ ผู้รับสาร แต่อิทธิพลของข่าวสารและสื่อจะมีมากน้อยเพียงใดนั้นย่อมขึ้นอยู่กับข่าวสารและผู้รับสาร ว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ระหว่างข่าวสารกับความรู้และทัศนคติของผู้รับสาร ซึ่งอาจจะทำให้เกิดการเปลี่ยนก็ได้

### 3.6 การวัดทัศนคติ

ไลเคิร์ต (Likert, 1932) นักจิตวิทยาซึ่งได้ศึกษาถึงเรื่องการเกิดทัศนคติแล้วยังทำให้เกิดการศึกษาที่จะให้ทัศนคติเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยการหาเครื่องมือวัดทัศนคติ ซึ่งเรียกว่า Likert Scale ซึ่งได้อธิบายว่า ปกติแล้วทัศนคติของคนเรานั้นจะวัดได้ยาก จึงได้พยายามหาวิธี โดยถือหลักที่ว่าทัศนคติของคนเรานั้นจะสามารถจำแนกความแตกต่างได้เป็นทิศทางบวกและลบ เช่น เห็นด้วย-ไม่เห็นด้วย ชอบ-ไม่ชอบ รัก-เกลียด เป็นต้น และที่สำคัญในการวัดทัศนคตินี้ก็เป็นไปได้ว่าบุคคลนั้นอาจไม่ต้องการแสดงทัศนคติ หรือมีทัศนคติเป็นกลางหรือไม่มีความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง การวัดทัศนคติก็ควรที่จะต้องให้มีคำตอบ “กลางๆ” (0) ด้วย

#### 4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

เสถียร เชยประทับ (2552) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตมนุษย์ มนุษย์เป็นสังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนความรู้ ข่าวสาร และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ทั้งนี้เพื่อจะได้มีความเข้าใจ จูงใจ หรือมีอิทธิพลต่อเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน การที่จะบรรลุสิ่งเหล่านี้ได้จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสาร

เชอร์รี่ (Cherry, 1978) กล่าวว่า การสื่อสารของมนุษย์เป็นการกระทำร่วมกันนั่นเอง การกระทำร่วมกันนี้จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจและการกระทำกิจกรรมที่ประสานสอดคล้องกัน

อัทคิน ชาร์ลส์ เค (Atkin Charles K, 1973) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยิ่งขึ้นมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์มากกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

เลเนอร์ (Lerner, 1958) ให้คำจำกัดความการเปิดรับสื่อมวลชนว่า หมายถึง อัตราส่วนของประชาชนที่มีวิทยุ จำนวนจำหน่ายหนังสือพิมพ์ และจำนวนผู้รับดูภาพยนตร์ต่อประชาชน 1,000 คน

โรเจอร์ส และสเวนนิ่ง (Rogers and Sevenning, 1969) ขยายแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชนให้กว้างขวางออกไปอีก โดยให้คำนิยามว่า สื่อมวลชนนั้นคลุมถึงสื่อห้าประเภทคือ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ นิตยสาร และโทรทัศน์ เหตุนี้ดัชนีในการวัดการเปิดรับสื่อมวลชนในความหมายของพวกเขาจึงต้องประกอบด้วยจำนวนรายการวิทยุที่รับฟังต่อสัปดาห์ การอ่านหนังสือพิมพ์ต่อสัปดาห์ ภาพยนตร์ที่ดูต่อปี และอื่นๆ อย่างไรก็ตาม สำหรับสื่อโทรทัศน์นี้สอดคล้องกับความคิดเห็นของ แคลปเปอร์ (Klapper, 1960 อ้างใน อูษา โหราเรือง, 2540) ที่กล่าวว่า ถ้าคนถูกจำกัดให้เลือกรับสื่อใดสื่อหนึ่ง โทรทัศน์จะเป็นสื่อที่คนต้องการมากที่สุดและเห็นว่าเป็นสื่อที่น่าเชื่อถือมากที่สุด

ชแรมม์ (Schramm, 1970) กล่าวว่า ในโครงการรณรงค์หรือการประชาสัมพันธ์ต่างๆ นิยมใช้สื่อที่มีโอกาสเข้าถึงประชาชนมากที่สุด คือ โทรทัศน์ เพราะประชาชนใช้ความพยายามในการดูน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับสื่ออื่นๆ คือไม่ต้องอ่านออกเขียนได้ก็รับสื่อได้ ประสิทธิภาพของสื่อโทรทัศน์สามารถเข้าถึงผู้รับได้จำนวนมาก และกระจายข่าวสารไปถึงผู้ชมจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว

ไรเลย์และฟลาวเวอร์แมน (Riley and Flowerman อ้างใน ลีนา ล้อมภิชาติ, 2537) กล่าวว่า แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคมจะช่วยกำหนดความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ

## 5. ข้อมูลของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

เดิมชื่อ วิทยาลัยเทคนิคภาคใต้ สังกัดกรมอาชีวศึกษา ตั้งอยู่เลขที่ 1 ถนนราชดำเนินนอก ตำบลบ่อทราย อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา รหัสไปรษณีย์ 90000 ซึ่งจัดตั้งขึ้นตามประกาศของกระทรวงศึกษาธิการ เมื่อวันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2497 และเปิดรับนักศึกษาเป็นครั้งแรกในปีการศึกษา 2498 เปิดสอนครั้งแรกเมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2498 โดย ฯพณฯ พล.อ.มังกร พรหมโยธี รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการในขณะนั้น เป็นผู้รับสนองนโยบายรัฐบาล มี 3 แผนกวิชา คือ ช่างก่อสร้าง พาณิชยการ และช่างไม้ปลูกสร้าง ต่อมาได้เปิดสอนเพิ่มเติมในแผนกวิชาช่างยนต์ ช่างโลหะ คหกรรมศาสตร์ และแผนกวิชาช่างไฟฟ้ากำลัง รวมเป็น 7 แผนกวิชาแผนกวิชาทั้งหมดที่กล่าวมานี้ เป็นการศึกษาในระดับประโยคอาชีวศึกษาหรือระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพใช้เวลาเรียน 3 ปี วิทยาลัยเทคนิคภาคใต้นั้น มีเนื้อที่ทั้งหมด 250 ไร่ และมีที่ดินอยู่ที่อำเภอรัตนภูมิอีกประมาณ 160 ไร่ สำหรับใช้เป็นสถานที่เรียนและฝึกงานของแผนกช่างกลเกษตร วิทยาลัยได้ปรับปรุงทั้งการเรียนการสอน อุปกรณ์ช่วยสอนและบุคลากรให้มีสมรรถภาพดียิ่งขึ้น จนกระทั่งสามารถขยายการศึกษาให้นักศึกษาที่เรียนจบในระดับ ปวช. นั้น ได้เรียนสูงเพิ่มขึ้น คือ เปิดสอนในระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงต่อจากประกาศนียบัตรวิชาชีพอีก 2 ปี คือ

ปีการศึกษา 2504	เปิดแผนกวิชาการบัญชี
2507	เปิดแผนกวิชาช่างยนต์และช่างกลเกษตรพร้อมกัน
2508	เปิดแผนกวิชาการเลขานุการ
2509	เปิดแผนกวิชาอาหารและโภชนาการ แผนกวิชาผ้าและเครื่องแต่งกาย
2510	เปิดแผนกวิชาช่างอิเล็กทรอนิกส์
2512	เปิดแผนกวิชาฝึกหัดครูมัธยมทั่วไป
2513	เปิดแผนกวิชาช่างกลโลหะและเปิดภาคฤดูร้อน (3 เมษายน 2514)
2514	เปิดแผนกวิชาช่างไฟฟ้ากำลัง
2514	เปิดแผนกวิชาช่างสำรวจ แผนกวิชาสถาปัตยกรรมในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

ดังนั้น ภายในไม่กี่ปีวิทยาลัยเทคนิคภาคใต้ สงขลา ได้บรรลุเป้าหมายตามโครงการของกระทรวงศึกษาธิการได้กำหนดไว้การดำเนินงานดังกล่าวนี้ อยู่ในความดูแลบริหารราชการ โดยกรมอาชีวศึกษาและได้เจริญก้าวหน้ามาตามลำดับ

ต่อมาในปีการศึกษา 2518 ทางรัฐบาลได้จัดตั้งวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษาขึ้น ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษาฉบับพิเศษ เล่มที่ 92 ตอนที่ 1 หน้า 1 ลงวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2518 เพื่อสนองความต้องการของนักศึกษา เพื่อจัดตั้งเป็นมหาวิทยาลัยทางด้านอาชีวศึกษา สอนในระดับปริญญาตรี มีฐานะเทียบเท่ากรมเป็นนิติบุคคล ทำการเปิดเรียนในวันที่ 1 มิถุนายน 2518 มีอธิการบดีเป็นผู้บริหารงาน ดำเนินงานมาได้ 2 ปี กระทรวงศึกษาธิการได้ประกาศโอนกิจการบริหารวิทยาลัยต่างๆ ที่อยู่ในความดูแลและสังกัดกรมอาชีวศึกษามาขึ้นกับวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษาในวันที่ 1 มีนาคม 2520 และประกาศเปลี่ยนชื่อของวิทยาลัยต่างๆ ในสังกัดมาเป็นวิทยาเขต ขึ้นอยู่กับวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา ในวันที่ 27 กันยายน 2520 ซึ่งตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา วิทยาลัยเทคนิคภาคใต้ สงขลา จึงเปลี่ยนชื่อเป็น “วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา วิทยาเขตเทคนิคภาคใต้”

“วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา เป็นสถาบันศึกษาและการวิจัยมีวัตถุประสงค์ที่จะผลิตครูอาชีวศึกษาระดับปริญญาตรีให้การศึกษาทางด้านวิชาชีพทั้งระดับต่ำกว่าปริญญาตรีและประกาศนียบัตรชั้นสูงทำการวิจัยส่งเสริมการศึกษาทางด้านวิชาชีพและให้บริการทางด้านวิชาการแก่สังคม”

ในปี พ.ศ.2530 กระทรวงศึกษาธิการได้กราบบังคมทูลขอพระราชทานนามใหม่ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานนามให้ว่า “สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล” เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2531 ซึ่งได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 106 ตอนที่ 132 วันที่ 18 สิงหาคม 2532 และต่อมาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลได้เปลี่ยนชื่อวิทยาเขตต่างๆ เพื่อความเหมาะสมตามประกาศของกระทรวงศึกษาธิการ เมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2532 รวมทั้งสิ้น 34 วิทยาเขต วิทยาเขตเทคนิคภาคใต้ปัจจุบันจึงได้ชื่อว่า “สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคใต้”

สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล มีอธิการบดีเป็นผู้บังคับบัญชาบริหารงาน ซึ่งเทียบเท่ากับกรมหนึ่งในกระทรวงศึกษาธิการ การดำเนินงานนั้นมีสภาสถาบันเป็นผู้มีอำนาจและหน้าที่ควบคุมดูแลกิจการทั่วไปของสถาบัน ซึ่งประกอบด้วย ปลัดกระทรวงศึกษาธิการเป็นประธานกรรมการ สภาสถาบัน ผู้ทรงคุณวุฒิ กรรมการสภาสถาบัน โดยตำแหน่งกรรมการสภาสถาบันโดยการแต่งตั้งหัวหน้าสำนักงาน อธิการบดีเป็นกรรมการสภาสถาบันโดยตำแหน่ง

สำนักงานอธิการบดี สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ขณะนั้นเป็นสำนักงาน ตั้งอยู่เลขที่ 339 ถนนสามเสน แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กทม. 10300 ภายในบริเวณวิทยาเขตเทเวศร์ และ ศูนย์กลางสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ถนนรังสิต-นครนายก ตำบลคลองหก อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110

ต่อมา พ.ร.บ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ.2548 ได้ประกาศราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 122 ตอนที่ 6ก เมื่อวันที่ 18 มกราคม พ.ศ. 2548 มีผลบังคับใช้แต่วันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2548 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีทั้ง 9 แห่ง จะมีการรวมกลุ่มวิทยาเขตเดิมเป็น 9 มหาวิทยาลัย ดังนี้

1. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ประกอบด้วย สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล (ร.ม.) จังหวัดปทุมธานี
2. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ประกอบด้วย วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพ วิทยาเขตบพิตรพิมุขทุ่งมหาเมฆ วิทยาเขตพระนครใต้
3. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ประกอบด้วย วิทยาเขตจักรพงษ์-ภูวนารถ วิทยาเขตอุเทนถวาย วิทยาเขตบางพระ จังหวัดชลบุรี วิทยาเขตจันทบุรี คณะเกษตรศาสตร์ บางพระ จังหวัดชลบุรี
4. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ประกอบด้วย วิทยาเขตเทเวศร์ วิทยาเขต โชติเวช วิทยาเขตพัฒนวิชาการพระนคร วิทยาเขตชุมชนพระนครอุดมศักดิ์ วิทยาเขตพระนครเหนือ
5. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ประกอบด้วย วิทยาเขตเพาะช่าง วิทยาเขตบพิตรพิมุขจักรวรรดิ วิทยาเขตศาลายา วิทยาเขตวังไกลกังวล
6. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ประกอบด้วย วิทยาเขตพายัพ จังหวัด เชียงใหม่ วิทยาเขตน่าน วิทยาเขตลำปาง วิทยาเขียงราย วิทยาเขตตาก วิทยาเขตพิษณุโลก สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรลำปาง
7. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ประกอบด้วย วิทยาเขตภาคใต้ จังหวัด สงขลา วิทยาเขตนครศรีธรรมราช วิทยาเขตศรีวิชัย จังหวัดนครศรีธรรมราช คณะเกษตรศาสตร์ นครศรีธรรมราช คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการประมง จังหวัดตรัง
8. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ประกอบด้วย วิทยาเขตนนทบุรี วิทยา เขตพระนครศรีอยุธยาสุกรี วิทยาเขตพระนครศรีอยุธยาหันตรา วิทยาเขตสุพรรณบุรี
9. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ประกอบด้วย วิทยาเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดนครราชสีมา วิทยาเขตสุรินทร์ วิทยาเขตขอนแก่น วิทยาเขตกาฬสินธุ์ วิทยาเขต สกลนคร สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร

ปัจจุบันมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีพื้นที่ดำเนินการใน 4 จังหวัด คือ สงขลา นครศรีธรรมราช ตรัง และชุมพร โดยมีสำนักงานอธิการบดีตั้งอยู่ อ.เมือง จ.สงขลา มีหน่วยงาน ซึ่งจัดตั้งตามกฎหมายกระทรวง และส่วนงานภายใน รวม 20 หน่วยงาน การจัดการเรียนการสอน 14 หน่วยงาน และ หน่วยงานสนับสนุน 7 หน่วยงาน ดังนี้

หน่วยงานจัดการเรียนการสอน	หน่วยงานสนับสนุน
1. คณะเกษตรศาสตร์	
2. คณะบริหารธุรกิจ	
3. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	1. สำนักงานอธิการบดี
4. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการประมง	2. สำนักงานวิทยาเขตตรัง
5. คณะวิศวกรรมศาสตร์	3. สำนักงานวิทยาเขตนครศรีธรรมราช
6. คณะศิลปศาสตร์	4. สถาบันวิจัยและพัฒนา
7. คณะอุตสาหกรรมเกษตร	5. สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
8. คณะเทคโนโลยีการจัดการ	6. สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยี
9. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	สารสนเทศ
10. คณะสัตวแพทยศาสตร์	7. สถาบันทรัพยากรธรรมชาติและ
11. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี	สิ่งแวดล้อม
12. วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว	
13. วิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรมและการจัดการ	
14. วิทยาลัยรัศมี	

#### แผนการดำเนินงานเพื่องานประชาสัมพันธ์ มทร.ศรีวิชัย ประจำปีงบประมาณ 2556

1. โครงการประกวดสพตวิทยุกระจายเสียง หัวข้อ “แหล่งใต้” บอกรักพ่อแห่งแผ่นดิน สถานที่ในการดำเนินงาน คือ สถานีวิทยุกระจายเสียง มทร.ศรีวิชัย ระยะเวลาในการดำเนินงาน เดือนธันวาคม 2555
2. โครงการสื่อมวลชนสัมพันธ์สัญจร สถานที่ในการดำเนินงาน กรุงเทพมหานคร ระยะเวลาในการดำเนินงานเดือนธันวาคม 2555
3. โครงการพัฒนาศักยภาพงานประชาสัมพันธ์ สถานที่ในการดำเนินงาน กรุงเทพมหานคร ระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่างเดือนมกราคม ถึงกุมภาพันธ์ 2556
4. โครงการจุดสวามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สถานที่ในการดำเนินงาน กองประชาสัมพันธ์ ระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่างเดือนตุลาคม 2555 ถึงกันยายน 2556

5. โครงการประชาสัมพันธ์ตลาดนัดอุดมศึกษา สถานที่ในการดำเนินงาน ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่างเดือนตุลาคม 2555 ถึงกันยายน 2556

6. โครงการสร้างทัศนคติที่ดี คิดเชิงสร้างสรรค์ สู้ภัยประชาสัมพันธ์เชิงรุก อย่างมีคุณภาพ สถานที่ในการดำเนินงาน จังหวัดสตูล ระยะเวลาในการดำเนินงานเดือนพฤษภาคม 2555

7. โครงการผลิตสื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อการศึกษา สถานที่ในการดำเนินงาน อาคารโทรคมนาคม มทร.ศรีวิชัย ระยะเวลาในการดำเนินงานเดือนสิงหาคม 2556

8. โครงการลานสถานี ลานปัญญา สร้างคุณค่าสู่สังคม ตอน “วันเด็กปีนี้ น้องแฮปปี้ พี่จัดให้” ครั้งที่ 4 สถานที่ในการดำเนินงาน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลา ระยะเวลาดำเนินงานเดือนมกราคม 2556

9. โครงการประกวดร้องเพลงพระราชินีพนธ์เฉลิมพระเกียรติ “วันพ่อแห่งชาติ” ครั้งที่ 5 สถานที่ในการดำเนินงาน ถนนคนเดินสงขลาแต่แรก ระยะเวลาดำเนินงานเดือนธันวาคม 2555

10. โครงการประกวดร้องเพลงพระราชินีพนธ์เฉลิมพระเกียรติ “วันแม่แห่งชาติ” ครั้งที่ 4 สถานที่ในการดำเนินงาน ถนนคนเดินสงขลาแต่แรก ระยะเวลาดำเนินงานเดือนสิงหาคม 2556

#### **ปรัชญา ปณิธาน วิสัยทัศน์**

#### **ปรัชญาการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย**

“สร้างคนสู่งาน เชี่ยวชาญเทคโนโลยี”

#### **เอกลักษณ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย**

“เชี่ยวชาญเทคโนโลยี มีทักษะปฏิบัติ”

#### **ปณิธาน**

“ด้วยปณิธานที่ตั้งมั่นจะเป็นภูมิพลังแห่งปัญญาของแผ่นดิน มหาวิทยาลัยแห่งนี้จะผลิตบัณฑิตที่รู้จริง ปฏิบัติได้ เปี่ยมคุณธรรม จริยธรรม เพื่อสร้างสรรค์สังคมและประเทศชาติ”

#### **วิสัยทัศน์**

มหาวิทยาลัยเน้นผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสู่สากลที่มีคุณธรรมและจริยธรรม

#### **ค่านิยมหลัก**

“เชี่ยวชาญเทคโนโลยี มีคุณธรรม รับผิดชอบต่อหน้าที่ มีทักษะปฏิบัติ พัฒนาอย่างต่อเนื่อง”



### พันธกิจ

1. ผลิตกำลังคนด้านวิชาชีพบนพื้นฐานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีคุณภาพและมีความสามารถพร้อมเข้าสู่อาชีพ
2. สร้างงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ และนวัตกรรมสู่การผลิต การบริการที่สามารถถ่ายทอดและสร้างมูลค่าเพิ่ม
3. ให้บริการวิชาการแก่สังคม เพื่อพัฒนาอาชีพให้มีความสามารถ ในการแข่งขัน และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน
4. ทำนุบำรุงศาสนา อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

### นโยบายสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

1. นโยบายด้านพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอน
2. นโยบายด้านพัฒนาคุณภาพนักศึกษา
3. นโยบายด้านพัฒนาบุคลากร
4. นโยบายด้านพัฒนางานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ และนวัตกรรมและบริการชุมชน
5. นโยบายด้านพัฒนาการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
6. นโยบายด้านพัฒนาการบริหารจัดการและการประกันคุณภาพ

### เป้าประสงค์

1. บัณฑิตด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ด้านสังคมศาสตร์ มีคุณภาพตามความต้องการของประเทศ
2. งานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ และนวัตกรรม สามารถถ่ายทอดสู่การผลิต การบริการ และสร้างมูลค่าเพิ่ม
3. ชุมชนและสังคมไทยได้รับการบริการวิชาการเพื่อเพิ่มความรู้ความสามารถในการพัฒนาคุณภาพชีวิต และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ
4. นักศึกษาและบุคลากรมีจิตสำนึกในการทำนุบำรุงศาสนา อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

### ประเด็นยุทธศาสตร์

1. การพัฒนาการศึกษาบนพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มุ่งสร้างบัณฑิตที่มีคุณภาพคุณธรรมและจริยธรรมสู่ระดับสากล
2. การพัฒนางานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ และนวัตกรรม ให้มีคุณภาพเข้าสู่มาตรฐานสากล
3. การสร้างความสามารถในการแข่งขัน และพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีตามความต้องการของสังคม

4. การปลูกจิตสำนึกในการทำนุบำรุงศาสนา อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม  
แก่นักศึกษาและบุคลากร

#### กลยุทธ์

1. เพิ่มและพัฒนาอาจารย์ที่มีศักยภาพให้เพียงพอ
  2. พัฒนาศักยภาพบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถด้านวิชาการ และทักษะวิชาชีพ  
พร้อมเข้าสู่งาน
  3. พัฒนาและส่งเสริมการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเพิ่มศักยภาพนักศึกษา
  4. พัฒนาและบริหารหลักสูตรให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน ความต้องการของ  
ตลาดแรงงาน และทิศทางการพัฒนาประเทศ
  5. สร้างความพร้อม และพัฒนาศักยภาพด้านการจัดการเรียนการสอน
  6. สร้างความพร้อม และส่งเสริมให้นักศึกษาจัดกิจกรรม เพื่อพัฒนาตนเองได้อย่างเต็ม  
ศักยภาพ
  7. พัฒนาศักยภาพนักศึกษาให้สอดคล้องกับคุณลักษณะของบัณฑิตที่พึงประสงค์ของ  
มหาวิทยาลัย
  8. พัฒนาศักยภาพบุคลากรให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน
  9. พัฒนาศูนย์การเรียนรู้ความสามารถด้านวิชาการ วิชาชีพ ตามสายงาน อย่าง  
ต่อเนื่อง
  10. สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาการบริหารจัดการ และการประกันคุณภาพอย่าง  
ต่อเนื่อง
  11. สนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวก และสร้างความพร้อม ความเข้มแข็งด้านการวิจัย
  12. ส่งเสริมและยกระดับมาตรฐานงานวิจัยทั้งด้านปริมาณ และคุณภาพ เพื่อตอบสนอง  
ความต้องการของสังคมทั้งระดับท้องถิ่น และระดับชาติ
  13. บริการวิชาการ และถ่ายทอดองค์ความรู้ เพื่อสร้างความเข้มแข็ง และชี้นำสังคมอย่าง  
ต่อเนื่อง และยั่งยืน
  14. สนับสนุนและส่งเสริมการทำนุบำรุงศาสนา สืบสานประเพณี ศิลปวัฒนธรรม  
เผยแพร่งานวิจัยและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- อัตลักษณ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย**  
“บัณฑิตนักปฏิบัติ”

### อัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ความเป็นชาวราชมงคล

ความเป็นนักเทคโนโลยี

ความเป็นคนศรีวิชัย

### คุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ มทร.ศรีวิชัย

1. มีวินัย ซื่อสัตย์ เสียสละ จิตสาธารณะ และภักดีต่อองค์กร
2. เป็นนักปฏิบัติ ใฝ่รู้ สู้งาน
3. คิดเป็น ทำเป็น ใช้เป็น
4. มีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข
5. เชี่ยวชาญเทคโนโลยี มีทักษะการสื่อสารระดับสากล
6. รับผิดชอบต่อตนเองและสังคม
7. สามารถทำงานเป็นทีมได้ ทั้งในบทบาทของผู้นำและผู้ตาม
8. อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย และสิ่งแวดล้อม
9. มีสุขภาพสมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจ

### สีประจำมหาวิทยาลัยฯ

สีเหลือง เป็นสีที่แสดงถึงความสว่างรุ่งโรจน์ การประสบความสำเร็จ เป็นสีแห่งความ

เป็นมงคล ความเจริญรุ่งเรือง

### ต้นไม้ประจำมหาวิทยาลัยฯ



ภาพที่ 2.2 ยางนา

ต้นยางนา ชื่อสามัญ Yang ชื่อวิทยาศาสตร์ *Dipterocarpus alatus* Roxb วงศ์ DIPTEROCARPACEAE เป็นต้นไม้ที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงใ้ให้นุรักษ์ไว้ และพระราชทานเป็นกล้าไม้มงคลไปปลูกตามสถานที่ต่างๆ อยู่เสมอ ลักษณะลำต้นสูงใหญ่เรือนยอดเป็นพุ่มกลม ผลกลมมีปีกยาว 2 ปีก ปีกสั้น 3 ปีก เมื่อผลหล่นจากต้นจะปลิวไกลไปตามกระแส

ลม เปรียบเสมือนการนำความรู้ ความเจริญของงามทางสติปัญญาไปปรับใช้สังคมและพัฒนาอยู่เสมอ  
ดังผลยางที่ไม่หล่นอยู่กับที่

## 6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิรรัตน์ รณรงค์นุรักษ์ (2549) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์  
ในทัศนะของประชาชนกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาภาพลักษณ์กรม  
ประชาสัมพันธ์ 2) เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ 3) เพื่อศึกษาการรับรู้  
เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ของประชาชนกรุงเทพมหานคร 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการ  
เปิดรับข่าวสารกับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ 5) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์การรับรู้กับภาพลักษณ์  
กรมประชาสัมพันธ์ 6) เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับภาพลักษณ์กรม  
ประชาสัมพันธ์ 7) เพื่อศึกษาสื่อที่สามารถอธิบายภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของ  
ประชาชนกรุงเทพมหานครได้มากที่สุด

ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับกลาง 2) การ  
เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ของประชาชนกรุงเทพมหานครในภาพรวมอยู่ในระดับต่ำ  
มาก 3) การรับรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ของประชาชนกรุงเทพมหานครในภาพรวมอยู่ในระดับ  
น้อย 4) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ของประชาชนกรุงเทพมหานครจากสื่อบุคคล  
สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์รวมประชาสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทาง  
สถิติ 5) การรับรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ อย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติ 6) อาชีพ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในด้านนโยบาย การกิจ  
บทบาทและหน้าที่ ด้านการบริหารจัดการด้านบุคลากรและด้านการบริการข่าวสารของกรม  
ประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 7) สื่อที่สามารถอธิบายภาพลักษณ์ได้มากที่สุด ได้แก่  
สื่อมวลชน

นุชนารถ อินทโรจน์ และคณะ (2553) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย  
เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในทัศนะประชาชนจังหวัดปทุมธานี” โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษา  
ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในทัศนะของประชาชนจังหวัดปทุมธานี 2) เพื่อ  
ศึกษาภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในทัศนะของประชาชน  
จังหวัดปทุมธานี

ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในทัศนะ  
ประชาชนจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในระดับมาก โดยภาพลักษณ์ด้านความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือภาพลักษณ์ด้านความมีชื่อเสียง สำหรับภาพลักษณ์ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก ในเรื่องมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเป็นสถาบันการศึกษาที่มีคุณภาพและได้รับการยอมรับของสังคม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีมีหลักสูตรการเรียนการสอนที่ทันสมัยเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน และภาพลักษณ์ด้านความมีชื่อเสียง พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับมาก ในเรื่อง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเป็นสถาบันการศึกษาที่ได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับของสังคม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเป็นสถาบันการศึกษาของรัฐที่ก่อตั้งมายาวนานและมีชื่อเสียงภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ที่ดีที่สุดของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในด้านความมีชื่อเสียง และมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ที่ควรปรับปรุงที่สุดของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในด้านด้านเอกลักษณ์เฉพาะทาง

พิชญา กรรณานุกวัฒน์ (2540) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในทัศนะของพนักงานทั่วประเทศ” โดยทำการวิจัยเชิงสำรวจกับกลุ่มพนักงานธนาคารทั่วประเทศ จำนวน 390 คน โดยผลจากการวิจัยพบว่าพนักงานธนาคารมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินงานของธนาคาร และมีทัศนคติต่อธนาคารในด้านต่างๆ อยู่ในเกณฑ์ต่ำ อีกทั้งความคิดเห็นที่พนักงานมีต่อภาพลักษณ์ด้านต่างๆ ของธนาคารอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ภาพลักษณ์ของธนาคารในทัศนะของพนักงานให้ดีขึ้น

วิชุดา ไชยศิวิมมงคล และคณะ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นในมุมมองของนักศึกษาระดับปริญญาตรี” มีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ในมุมมองของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ตัวอย่างที่สำรวจมีทั้งสิ้น 380 คน จากนักศึกษา 18 คณะแบ่งเป็น 3 ชั้นภูมิ ได้แก่ กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และกลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ในการสำรวจทัศนคติเกี่ยวกับภาพลักษณ์รวม 7 ด้านได้แก่ 1) ด้านวิสัยทัศน์และพันธกิจของมหาวิทยาลัยขอนแก่น 2) ด้านสถาบันอุดมศึกษาชั้นนำของภูมิภาคอาเซียน 3) ด้านแหล่งการเรียนรู้ แหล่งวิจัยและวิชาการ ที่มีคุณภาพ 4) ด้านการบริหารจัดการที่ดี 5) ด้านบุคลากรหรือพนักงานฝ่ายปฏิบัติ 6) ด้านพัฒนาชุมชนและประเทศชาติ และความรับผิดชอบต่อสังคม และ 7) ด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ด้วยข้อถามทั้งสิ้น 40 ข้อ แต่ละข้อมีค่าคะแนนเต็ม 10 พบว่า ภาพรวมโดยไม่มีกรจำแนกตามกลุ่มสาขาวิชา ค่าคะแนนเฉลี่ยของทัศนคติเกี่ยวกับภาพลักษณ์ มีค่าเป็น 7.57 คะแนน จัด

อยู่ในเกณฑ์ขั้นดีมาก (B+) ซึ่งค่าคะแนนเฉลี่ยของทัศนคติที่สูงที่สุดคือ ด้านแหล่งการเรียนรู้แหล่งวิจัยและวิชาการที่มีคุณภาพมีค่าเป็น 7.90 คะแนน จัดอยู่ในเกณฑ์ขั้นดีมาก (B+) ส่วนค่าคะแนนเฉลี่ยของทัศนคติที่ต่ำที่สุดคือ ด้านบุคลากรหรือพนักงานฝ่ายปฏิบัติมีค่าเป็น 6.83 คะแนน จัดอยู่ในเกณฑ์ขั้นดี (B) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยจำแนกตามกลุ่มสาขาวิชาพบว่า กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่ากลุ่มสาขาวิชาอื่นๆ ในทุกๆ ด้าน

วารภรณ์ ชวพงษ์ (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ตามการรับรู้ของชุมชนท้องถิ่นอำเภอหาดใหญ่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของชุมชนและภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ตามการรับรู้ของชุมชนท้องถิ่นอำเภอหาดใหญ่ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียน ผู้ปกครอง ผู้บริหารท้องถิ่น นักธุรกิจ สื่อมวลชนและกลุ่มประชาชนทั่วไป ในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาลอำเภอหาดใหญ่ จำนวน 402 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล แบบสอบถามพฤติกรรมกรการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารของมหาวิทยาลัย แบบสอบถามการรับข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัย โดยจำแนกตามชนิดของสื่อ และแบบสอบถามภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

ผลการศึกษาพบว่า

1. พฤติกรรมกรการรับรู้ข่าวสาร พบว่า ร้อยละ 94 เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และร้อยละ 92.1 ได้รับจากสื่อของมหาวิทยาลัย กลุ่มประชากรจำนวน 1 ใน 3 หรือร้อยละ 30.4 มีความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสาร 1-3 สัปดาห์/ครั้ง

1.1 การรับรู้ข่าวสารจากสื่อของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ พบว่า ร้อยละ 69.5 ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุ ม.อ. FM 88 MHz รองลงมาเป็น คัทเอ๊าท์/ป้ายผ้า เว็บไซต์ แผ่นพับ และโปสเตอร์ในสัดส่วนใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 42.2, 39.4, 35.3, 33.0 ตามลำดับ

1.2 การรับรู้ข่าวสารของมหาวิทยาลัยจากสื่อทั่วไป ร้อยละ 46.1 ได้รับจากสื่อวิทยุ โดยสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อบุคคล กลุ่มประชากรได้รับในอัตราที่ใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 18.9, 18.2, 17.9 ตามลำดับ

2. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยภาพลักษณ์ด้านตัวองค์กรมีคะแนนสูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านการจัดการเรียนการสอน ด้านบริการวิชาการ และด้านการวิจัย สำหรับด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมมีคะแนนต่ำสุด เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ภาพลักษณ์ด้านตัวองค์กร การจัดการเรียนการสอน การวิจัย บริการวิชาการ และด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม มีคะแนนภาพลักษณ์ อยู่ในระดับดีเช่นเดียวกัน โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.00, 3.90, 3.81, 3.83, 3.73 ตามลำดับ

จากการศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ควรพัฒนาบทบาทด้านการทำนุบำรุง ศิลปวัฒนธรรมให้มีความเด่นชัดมากขึ้นและควรส่งเสริมด้านประชาสัมพันธ์ให้บุคคลภายนอก ได้รับรู้ถึงผลงานของมหาวิทยาลัยเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อไป

สุดจินดา ดังก้อง (2550) การศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางในทัศนะ ของประชาชนในจังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางของประชาชนในจังหวัดลำปาง 2) เพื่อศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางของประชาชนในจังหวัดลำปาง 3) เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ราชภัฏลำปางในทัศนะของประชาชนในจังหวัดลำปาง

ผลการศึกษาพบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนในจังหวัดลำปางเกี่ยวกับ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางผ่านสื่อมวลชนมากที่สุดคือ สื่อวิทยุกระจายเสียง สำหรับสื่อเฉพาะกิจที่มีการ เปิดรับข่าวสารมากที่สุดคือ สื่อแผ่นพับ และระดับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลที่มีการ เปิดรับมากที่สุดคือ การพูดคุยกับเพื่อน ทางด้านข่าวสารประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ลำปางที่ประชาชนในจังหวัดลำปางเปิดรับมากที่สุดคือ ข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ของ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางในเรื่องทั่วไป ซึ่งประชาชนรู้จักและเคยเข้าร่วมกิจกรรมการพระราชทาน ปริญญาบัตรมีมากที่สุดทัศนคติของประชาชนต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางในภาพรวม มีทัศนคติ ในระดับปานกลาง โดยทัศนคติที่เป็นเชิงบวกสูงที่สุดคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางเป็นสถาบันที่มีความ รับผิดชอบต่อสังคม ส่วนภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางในทัศนะของประชาชน ในจังหวัดลำปางอยู่ในระดับปานกลาง โดยภาพลักษณ์ที่เป็นทัศนะเชิงบวกสูงที่สุดคือ มหาวิทยาลัย ราชภัฏลำปางเป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกที่อยู่เคียงข้างชาวลำปาง ซึ่งการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางมีความสัมพันธ์กับทัศนคติและภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ลำปาง โดยเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก

อรอุมา ไชยเศรษฐ (2551) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยพายัพใน ทัศนะของนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพและนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ และภาพลักษณ์องค์กร เป็นกรอบในการวิจัยกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย นักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ จำนวน 380 คน และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 360 คน

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ปัจจุบัน โดยรวมทั้ง 17 ด้านของมหาวิทยาลัยพายัพ อยู่ในระดับดี เรียงตามลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านอาคารสถานที่ อาจารย์ผู้สอน การจัดการเรียนการสอน เทคโนโลยี ความเป็นสากล ความมั่นคง สภาพแวดล้อมภายใน การดูแลเอาใจใส่นักศึกษา การบริการทางวิชาการแก่สังคมการ ประชาสัมพันธ์ ผู้บริหาร การส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรม คุณภาพบัณฑิต การทำนุบำรุง

ศิลปวัฒนธรรม การวิจัย และความมีชื่อเสียง ยกเว้นภาพลักษณ์ด้านค่าหน่วยกิตที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนะอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ต่อมหาวิทยาลัยพายัพ ด้านที่กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มคิดว่าดีที่สุดคือ ภาพลักษณ์ด้านความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย ส่วนที่ควรปรับปรุงที่สุดคือภาพลักษณ์ด้านค่าใช้จ่าย นอกจากนี้แล้ว จากการทดสอบสมมุติฐานทำให้ทราบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ มีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยพายัพ อยู่ในระดับที่ดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.01$ ) และกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มมีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยไม่แตกต่างกัน ส่วนนักศึกษาของมหาวิทยาลัยพายัพในชั้นปีต่างๆ มีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน โดยพบว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 มีทัศนะต่อภาพลักษณ์แตกต่างจากชั้นปีที่ 2 และที่ 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.05$ ) และแตกต่างจากชั้นปีที่ 4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p < 0.01$ )





## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ในมุมมองของนักศึกษาระดับปริญญาตรี” ครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในประเภทของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัย โดยจะกล่าวถึงประชากร กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังต่อไปนี้

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาชั้นระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ถึงปีที่ 4 ที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 2/2556 จำนวน 8,224 คน (แหล่งข้อมูล: สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, 2556)

โดยมีการแบ่งออกเป็น 5 คณะ ดังนี้

1.1.1 คณะบริหารธุรกิจ มีนักศึกษาทั้งหมด 3,017 คน แบ่งออกเป็นนักศึกษาชาย 597 คน และนักศึกษาหญิง 2,420 คน

1.1.2 คณะวิศวกรรมศาสตร์ มีนักศึกษาทั้งหมด 2,248 คน แบ่งออกเป็นนักศึกษาชาย 1,920 คน และนักศึกษาหญิง 328 คน

1.1.3 คณะศิลปศาสตร์ มีนักศึกษาทั้งหมด 1,442 คน แบ่งออกเป็นนักศึกษาชาย 186 คน และนักศึกษาหญิง 1,256 คน

1.1.4 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีนักศึกษาทั้งหมด 734 คน แบ่งออกเป็นนักศึกษาชาย 463 คน และนักศึกษาหญิง 271 คน

1.1.5 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มีนักศึกษาทั้งหมด 783 คน แบ่งออกเป็นนักศึกษาชาย 419 คน และนักศึกษาหญิง 364 คน

## 1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ถึงชั้นปีที่ 4 โดยผู้วิจัยใช้ข้อมูลจำนวนประชากรข้างต้นเป็นฐานในการคำนวณกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามหลักการความแปรผันร่วมกันระหว่างขนาดของกลุ่มตัวอย่างกับความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นตามสูตรของ Taro Yamane (ธีระวุฒิ เอกะกุล, 2543) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

- เมื่อ  $n$  คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง  
 $N$  คือ จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือขนาดของประชากร  
 $e$  คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

เมื่อประชากรที่ต้องการศึกษามีจำนวน 8,224 หน่วยประชากร และให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง ร้อยละ 5 หรือ 0.05 ดังนี้

$$n = \frac{8224}{(1 + (8224 \times 0.05^2))}$$

$$n = \frac{8224}{21.56} = 381.45$$

ดังนั้น หากคำนวณตามสูตรดังกล่าวข้างต้นจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาจำนวน 381 คน

## 1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายชั้น และได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากร 4 ชั้นปี จำนวน 5 คณะ ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนตัวอย่างจำแนกตามคณะ ชั้นปี และเพศ

คณะ	ชั้นปีที่ 1		ชั้นปีที่ 2		ชั้นปีที่ 3		ชั้นปีที่ 4									
	จำนวน		ร้อยละ		จำนวน		ร้อยละ		จำนวน		ร้อยละ					
	ช	ญ	ช	ญ	ช	ญ	ช	ญ	ช	ญ	ช	ญ				
คณะบริหารธุรกิจ	285	985	14	42	174	812	8	37	63	308	3	15	75	315	3	15
คณะวิศวกรรมศาสตร์	614	108	30	5	525	90	24	4	409	73	20	3	372	57	18	2
คณะศิลปศาสตร์	69	405	3	20	46	341	2	17	31	246	1	12	40	264	2	13
คณะครุศาสตร์ฯ	130	138	6	6	116	71	5	3	121	29	6	1	96	33	4	1
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	137	101	6	5	112	101	5	5	80	72	4	3	90	90	4	4
<b>รวม</b>	<b>1,235</b>	<b>1,737</b>	<b>59</b>	<b>78</b>	<b>973</b>	<b>1,415</b>	<b>44</b>	<b>66</b>	<b>704</b>	<b>728</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>673</b>	<b>759</b>	<b>31</b>	<b>35</b>

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด ซึ่งสร้างขึ้นโดยพัฒนาจากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** เป็นข้อมูลทั่วไป ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบ ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 4 ข้อ เป็นคำถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปีที่ศึกษา และคณะที่ศึกษา

**ตอนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อและการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลา เพื่อต้องการทราบว่าในระยะเวลา 2 เดือนที่ผ่านมา กลุ่มประชากรที่ทำการวิจัย มีการเปิดรับข่าวสารมากน้อยแค่ไหน และเพื่อให้ทราบว่าสื่อชนิดใดบ้างที่สามารถเข้าถึงกลุ่มประชากรได้มากที่สุด

**ตอนที่ 3** คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ของนักศึกษาเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เพื่อต้องการทราบว่า การที่กลุ่มประชากรเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ นั้น กลุ่มประชากรดังกล่าวมีการรับรู้เกี่ยวกับข่าวสารที่เปิดรับในด้านต่างๆ นั้นมากน้อยเพียงใด

**ตอนที่ 4** คำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในมุมมองของนักศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี เพื่อต้องการทราบว่า กลุ่มประชากรมีความคิดเห็นในภาพลักษณ์ด้านต่างๆ ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในเชิงบวกสูง กลาง และน้อยในด้านใดบ้าง และต้องการทราบว่า กลุ่มประชากรต้องการให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรี

วิจัยในภาพลักษณ์ในด้านใดเป็นจุดเด่นสุดของมหาวิทยาลัยฯ และควรปรับปรุงภาพลักษณ์ในด้านใดมากที่สุด

## 2.2 การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือวิจัยโดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ จำนวน 3 คน คือ

### 2.2.1 ดร.เอกญา แววกักดี

อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์  
อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

### 2.2.2 รองศาสตราจารย์สุมน อยู่สิน

อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

### 2.2.3 ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิญา สนกกน

อาจารย์ประจำสำนักเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

## 2.3 การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย ผู้วิจัยนำเครื่องมือที่ผ่านการตรวจสอบ

จากผู้เชี่ยวชาญและนำมาปรับแก้ก่อนนำไปทดลองใช้จำนวน 30 ชุด และหาค่าความเชื่อมั่น โดยได้ค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 78

## 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาชั้นระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ถึง ปีที่ 4 ในภาคการเรียนที่ 2/2556 โดยใช้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยเป็นสถานที่ในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเองและรอรับกลับคืน

## 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จะทำการลงรหัสข้อมูล แล้วนำผลไปประมวลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

### 4.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ใช้วิธีการบรรยายข้อมูลโดยวิธีการแจกแจงความถี่ และใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

- 4.1.1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปีที่ศึกษา และคณะที่  
ศึกษา
- 4.1.2 ข้อมูลด้านการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรี  
วิชัย
- 4.1.3 ข้อมูลด้านการรับรู้เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
- 4.1.4 ข้อมูลด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

#### 4.2 การวิเคราะห์เชิงอนุมาน

เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยใช้ค่าสถิติไคสแควร์ เพื่อทดสอบสมมติฐานคือ ลักษณะทางประชากรของนักศึกษา มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

### 5. เกณฑ์การวัดและการแปลผล

เกณฑ์การวัดและแปลผลโดยการให้คะแนนคำตอบและการแปลความหมายเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารการรับรู้ทัศนคติและภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ดังนี้

#### 5.1 เกณฑ์การวัดและการแปลผลการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลา

ผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและแบ่งระดับของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลา ออกเป็น 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) คือ

เปิดรับข่าวสารระดับสูงมาก หมายถึง ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารอยู่ระหว่าง  
4.50 - 5.00

เปิดรับข่าวสารระดับสูง หมายถึง ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารอยู่ระหว่าง 3.50 -  
4.49

เปิดรับข่าวสารระดับปานกลาง หมายถึง ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารอยู่ระหว่าง  
2.50 - 3.49

เปิดรับข่าวสารระดับต่ำ หมายถึง ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารอยู่ระหว่าง 1.50 -  
2.49

เปิดรับข่าวสารระดับต่ำมาก หมายถึง ค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารน้อยกว่า 1.00  
- 1.49

## 5.2 เกณฑ์การวัดและการแปลผลการรับรู้เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลา

วัดจากการรับรู้เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลาโดยใช้แบบสอบถามซึ่งเป็นคำถาม จำนวน 25 ข้อมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

กรณีตอบรู้ ให้ 1 คะแนน

กรณีตอบไม่รู้/ไม่แน่ใจ/ไม่ตอบ ให้ 0 คะแนน

จากนั้นผู้วิจัยจะนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและแบ่งระดับของการรับรู้เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลาออกเป็น 3 ระดับ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2543) ดังนี้

การรับรู้มาก หมายถึง มีค่าเฉลี่ยของการรับรู้อยู่ระหว่าง 0.81 - 1.00

การรับรู้ปานกลาง หมายถึง มีค่าเฉลี่ยของการรับรู้อยู่ระหว่าง 0.56 - 0.80

การรับรู้น้อย หมายถึง มีค่าเฉลี่ยของการรับรู้อยู่ระหว่าง 0.00 - 0.55

## 5.3 เกณฑ์การวัดและการแปลผลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลา

วัดจากความคิดเห็นของนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ถึงปีที่ 4 ที่กำลังศึกษาอยู่ในระหว่างภาคการเรียนที่ 2/2556 มีเกณฑ์ในการให้คะแนน 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) คือ

ภาพลักษณ์เชิงบวกมากที่สุด หมายถึง มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ระหว่าง 4.50 - 5.00

ภาพลักษณ์เชิงบวกมาก หมายถึง มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ระหว่าง 3.50 - 4.49

ภาพลักษณ์เป็นกลาง หมายถึง มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ระหว่าง 2.50 - 3.49

ภาพลักษณ์เชิงบวกน้อย หมายถึง มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ระหว่าง 1.50 - 2.49

ภาพลักษณ์เชิงบวกน้อยที่สุด หมายถึง มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ระหว่าง 1.00 - 1.49

## 5.4 เกณฑ์การวัดและการแปลผลความสัมพันธ์ของตัวแปรการแปลความหมายค่าความสัมพันธ์การทดสอบไคสแควร์ (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2540)

ค่าความสัมพันธ์มากกว่า 0.70 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับสูง

ค่าความสัมพันธ์ระหว่าง 0.30 - 0.70 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

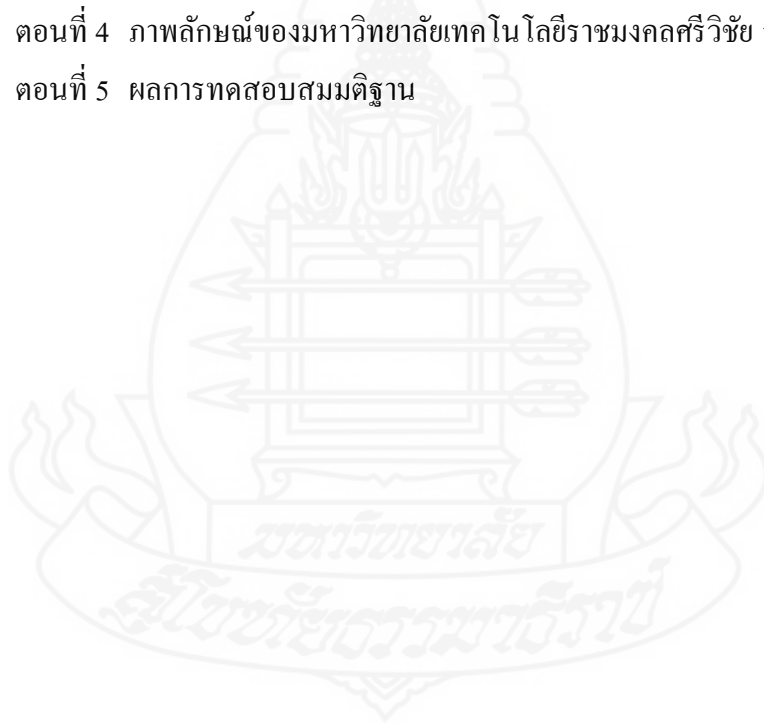
ค่าความสัมพันธ์ต่ำกว่า 0.30 หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ในมุมมองของนักศึกษาระดับปริญญาตรี” ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำนวน 381 คน โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร
- ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา
- ตอนที่ 3 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา
- ตอนที่ 4 ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา
- ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน



## ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

ข้อมูลผลการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการสอบถาม ในตอนที่ 1 ของแบบสอบถาม โดยได้จำแนกเป็นลักษณะทางประชากรอันประกอบด้วย เพศ อายุ ชั้นปีที่ศึกษา และคณะที่ศึกษา โดยนำเสนอในตารางที่ 4.1 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลลักษณะทางประชากร

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	168	43.30
หญิง	213	56.70
<b>รวม</b>	<b>381</b>	<b>100.00</b>
<b>อายุ</b>		
17 - 18 ปี	132	34.60
19 - 20 ปี	110	28.90
21 - 22 ปี	60	15.70
23 - 24 ปี	61	16.00
25 ปีขึ้นไป	18	4.70
<b>รวม</b>	<b>381</b>	<b>100.00</b>
<b>ชั้นปีที่ศึกษา</b>		
ชั้นปีที่ 1	132	34.60
ชั้นปีที่ 2	111	29.10
ชั้นปีที่ 3	69	18.10
ชั้นปีที่ 4	69	18.10
<b>รวม</b>	<b>381</b>	<b>100.00</b>



ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
<b>คณะที่ศึกษา</b>		
คณะบริหารธุรกิจ	134	35.20
คณะวิศวกรรมศาสตร์	100	26.20
คณะศิลปศาสตร์	67	17.60
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	38	10.00
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี	42	11.00
<b>รวม</b>	<b>381</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.1 ผลจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา มีลักษณะทางประชากรดังนี้

**เพศ** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 56.70 และเพศชาย จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 43.30

**อายุ** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 17-18 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.60 รองลงมามีอายุระหว่าง 19-20 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.90 อายุระหว่าง 23-24 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 อายุระหว่าง 21-22 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.70 และอายุ 25 ปีขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.70 ตามลำดับ

**ชั้นปีที่ศึกษา** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1 จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.60 รองลงมาเป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 2 จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 29.10 และนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 3 และปีที่ 4 จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 18.10 ตามลำดับ

**คณะที่ศึกษา** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาในคณะบริหารธุรกิจ จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 35.20 รองลงมาเป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาในคณะวิศวกรรมศาสตร์ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20 นักศึกษาที่กำลังศึกษาในคณะศิลปศาสตร์ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.60 นักศึกษาที่กำลังศึกษาในคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 นักศึกษาที่กำลังศึกษาในคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

## ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

### 2.1 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อภายในและสื่อภายนอก

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา จากสื่อภายใน

ประเภท ของสื่อภายใน	ความถี่ในการเปิดรับ (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	ระดับ การ เปิดรับ ข่าวสาร
	มากกว่า 6 ครั้ง ต่อเดือน	5-6 ครั้ง ต่อ เดือน	3-4 ครั้ง ต่อ เดือน	1-2 ครั้ง ต่อ เดือน	ไม่เคย เลย			
	เพื่อน/คนรู้จัก	38 (10.00)	75 (19.70)	129 (33.90)	135 (35.40)			
อาจารย์/เจ้าหน้าที่	28 (7.30)	55 (14.40)	166 (43.60)	124 (32.50)	8 (2.10)	2.92	0.919	ปานกลาง
รายการวิทยุ	38 (10.00)	18 (4.70)	177 (46.50)	121 (31.80)	27 (7.10)	2.79	1.002	ปานกลาง
เว็บไซต์	63 (16.50)	40 (10.50)	128 (33.60)	142 (37.30)	8 (2.10)	3.02	1.107	ปานกลาง
รายการโทรทัศน์ วงจรปิด	16 (4.20)	52 (13.60)	75 (19.70)	172 (45.10)	66 (17.30)	2.42	1.058	น้อย
จุดสาร มทร.ศรีวิชัย	0 (0.00)	28 (7.30)	86 (22.60)	231 (60.60)	36 (9.40)	2.28	0.734	น้อย
บอร์ดประชาสัมพันธ์	28 (7.30)	31 (8.10)	65 (17.1)	221 (58.00)	36 (9.40)	2.46	1.022	น้อย
โปสเตอร์/ป้าย ประชาสัมพันธ์	12 (3.10)	56 (14.70)	95 (24.90)	168 (44.10)	50 (13.10)	2.51	0.999	ปานกลาง
แผ่นพับ/ใบปลิว	16 (4.20)	54 (14.20)	84 (22.00)	158 (41.50)	69 (18.10)	2.45	1.071	น้อย
<b>การเปิดรับโดยรวม</b>						<b>2.65</b>	<b>0.989</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา จากสื่อภายใน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 2.65$  S.D. = 0.989) โดยจำแนกเป็นแต่ละประเภท ดังนี้

**เพื่อน/คนรู้จัก** พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จากเพื่อน/คนรู้จัก อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.02$  S.D. = 0.997) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับ 1 – 2 ครั้ง ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 35.40 รองลงมาคือ เปิดรับ 3 – 4 ครั้ง ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 33.90 เปิดรับ 5 – 6 ครั้ง ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 19.70 เปิดรับ มากกว่า 6 ครั้ง ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และไม่เคยได้เปิดรับเลย คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

**อาจารย์/เจ้าหน้าที่** พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จากอาจารย์/เจ้าหน้าที่ อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 2.92$  S.D. = 0.919) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับ 3 – 4 ครั้ง ต่อเดือน จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 43.60 รองลงมาคือ เปิดรับ 1 – 2 ครั้ง ต่อเดือน จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 เปิดรับ 5 – 6 ครั้งต่อเดือน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.40 เปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 และไม่เคยได้เปิดรับเลยมีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.10 ตามลำดับ

**รายการวิทยุ** พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จากรายการวิทยุ อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 2.79$  S.D. = 1.002) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับ 3 – 4 ครั้ง ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาคือ เปิดรับ 1 – 2 ครั้ง ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 31.80 เปิดรับ มากกว่า 6 ครั้ง ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ไม่เคยได้เปิดรับเลย คิดเป็นร้อยละ 7.10 และเปิดรับ 5 – 6 ครั้ง ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 4.70 ตามลำดับ

**เว็บไซต์** พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จากเว็บไซต์อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.02$  S.D. = 1.107) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับ 1 - 2 ครั้ง ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 37.30 รองลงมาคือ เปิดรับ 3 – 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 33.60 เปิดรับ มากกว่า 6 ครั้ง ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 16.50 เปิดรับ 5 – 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 10.50 และไม่เคยได้เปิดรับเลยคิดเป็นร้อยละ 2.10 ตามลำดับ

**รายการโทรทัศน์วงจรปิด** พบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยจากรายการโทรทัศน์ อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.42$  S.D. = 1.058) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 45.10 รองลงมาคือ เปิดรับ 3 – 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 19.70 ไม่เคยได้เปิดรับเลย คิดเป็นร้อยละ 17.30 เปิดรับ 5 – 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 13.60 และเปิดรับมากกว่า 6 ครั้ง ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 4.20 ตามลำดับ

**จุดสาร มทร.ศรีวิชัย** พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จากจุดสาร อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.28$  S.D. = 0.734) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 60.60 รองลงมาคือ เปิดรับ 3 - 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 22.60 ไม่เคยได้เปิดรับเลย คิดเป็นร้อยละ 9.40 เปิดรับ 5 - 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 7.30 และเปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือนมี คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

**บอร์คประชาสัมพันธ** พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จากบอร์คประชาสัมพันธ อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.46$  S.D. = 1.022) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมาคือ เปิดรับ 3 - 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 17.10 ไม่เคยได้เปิดรับเลย คิดเป็นร้อยละ 9.40 เปิดรับ 5 - 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 8.10 และเปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 7.30 ตามลำดับ

**โปสเตอร์/ป้าย** พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จากโปสเตอร์/ป้าย อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.51$  S.D. = 0.999) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 44.10 รองลงมาคือ เปิดรับ 3 - 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 24.90 เปิดรับ 5 - 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 14.70 ไม่เคยได้เปิดรับเลย คิดเป็นร้อยละ 13.10 และเปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 3.10 ตามลำดับ

**แผ่นพับ/ใบปลิว** พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จากแผ่นพับ/ใบปลิว อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.45$  S.D. = 1.071) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงมาคือ เปิดรับ 3 - 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 22.00 ไม่เคยได้เปิดรับเลย คิดเป็นร้อยละ 18.10 เปิดรับ 5 - 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 14.20 และเปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 4.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา จากสื่อภายนอก

ประเภท ของสื่อภายนอก	ความถี่ในการเปิดรับ (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	ระดับ การ เปิดรับ ข่าวสาร
	มากกว่า 6 ครั้ง ต่อเดือน	5-6 ครั้ง ต่อ เดือน	3-4 ครั้ง ต่อ เดือน	1-2 ครั้ง ต่อ เดือน	ไม่เคย เลย			
บุคคลภายนอก	68 (17.80)	99 (26.00)	134 (35.20)	263 (69.00)	198 (51.90)	2.45	1.25	น้อย
รายการวิทยุ	28 (7.30)	31 (8.10)	62 (16.30)	192 (50.40)	68 (17.80)	2.37	1.09	น้อย
เว็บไซต์	30 (7.90)	64 (16.80)	37 (9.70)	191 (50.10)	59 (15.50)	2.51	1.17	น้อย
รายการโทรทัศน์	7 (1.80)	38 (10.00)	37 (9.70)	169 (44.40)	130 (34.10)	2.01	1.00	น้อย
จุดสาร	44 (11.50)	22 (5.80)	41 (10.80)	130 (34.10)	144 (37.80)	2.19	1.31	น้อย
บอร์ดประชาสัมพันธ์	29 (7.60)	36 (9.40)	38 (10.00)	134 (35.20)	144 (37.80)	2.14	1.24	น้อย
โปสเตอร์/ป้าย	13 (3.40)	55 (14.40)	50 (13.10)	103 (27.00)	160 (42.00)	2.10	1.20	น้อย
ประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ/ใบปลิว	35 (9.20)	14 (3.70)	44 (11.50)	90 (23.60)	198 (52.00)	1.94	1.27	น้อย
<b>การเปิดรับโดยรวม</b>						<b>2.22</b>	<b>1.19</b>	<b>น้อย</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา จากสื่อภายนอก โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.22$  S.D. = 1.19) โดยจำแนกเป็นแต่ละประเภท ดังนี้

**บุคคลภายนอก** พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จากบุคคลภายนอก อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.45$  S.D. = 1.25) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับ 1 – 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 36.20 รองลงมาคือ ไม่เคยได้เปิดรับเลย คิดเป็นร้อยละ

29.90 เปิดรับ 5 – 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 17.30 เปิดรับ 3 – 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 11.30 และเปิดรับ 1 – 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 5.20 ตามลำดับ

**รายการวิทยุ** พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จากรายการวิทยุ อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.37$  S.D. = 1.09) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 50.40 รองลงมาคือ ไม่เคยได้เปิดรับเลย คิดเป็นร้อยละ 17.80 เปิดรับ 3 - 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 16.30 เปิดรับ 5 – 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 8.10 และเปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 7.30 ตามลำดับ

**เว็บไซต์** พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จากเว็บไซต์อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.51$  S.D. = 1.17) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 50.10 รองลงมาคือ เปิดรับ 5 - 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 16.80 ไม่เคยได้เปิดรับเลย คิดเป็นร้อยละ 15.50 เปิดรับ 3 - 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 9.70 และเปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 7.90 ตามลำดับ

**รายการโทรทัศน์** พบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จากรายการโทรทัศน์ อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.01$  S.D. = 1.00) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 44.40 รองลงมาคือ ไม่เคยได้เปิดรับเลย คิดเป็นร้อยละ 34.10 เปิดรับ 5 - 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 10.00 เปิดรับ 3 - 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 9.70 และเปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 1.80 ตามลำดับ

**จุดสาร** พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จากจุดสาร อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.19$  S.D. = 1.31) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า ไม่เคยได้เปิดรับเลย คิดเป็นร้อยละ 37.80 รองลงมาคือ เปิดรับ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 34.10 เปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 11.50 เปิดรับ 3 – 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 10.80 และเปิดรับ 5 - 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 5.80 ตามลำดับ

**บอร์ดประชาสัมพันธ์** พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จากบอร์ดประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.14$  S.D. = 1.24) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า ไม่เคยได้เปิดรับเลย คิดเป็นร้อยละ 37.80 รองลงมาคือ เปิดรับ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 35.20 เปิดรับ 3 - 4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 10.00 เปิดรับ 5 - 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 9.40 และเปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 7.60 ตามลำดับ

**โปสเตอร์/ป้าย** พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จากโปสเตอร์/ป้าย อยู่ในระดับน้อย ( $\bar{x} = 2.10$  S.D. = 1.20) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า ไม่เคยได้เปิดรับเลย คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาคือ เปิดรับ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ



ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ประเภทของข่าวสาร	จำนวนความถี่ในการเปิดรับ (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน S.D.	ระดับ การ เปิดรับ ข่าวสาร
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	ไม่ได้รับ			
- ข่าวสารการอบรมและ สัมมนา	63 (16.50)	120 (31.50)	132 (34.60)	59 (15.50)	7 (1.80)	3.45	1.00	ปานกลาง
- ข่าวสารความเคลื่อนไหว ของมหาวิทยาลัย	31 (8.10)	102 (26.80)	142 (37.30)	62 (16.30)	44 (11.50)	3.04	1.10	ปานกลาง
- ข่าวสารการประกาศรับ สมัคร	86 (22.60)	131 (34.40)	127 (33.30)	10 (2.60)	27 (7.10)	3.63	1.08	สูง
	รวม					3.44	1.03	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับประเภทของข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา จากสื่อต่างๆ ในภาคเรียนที่ผ่านมา โดยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.44$  S.D. = 1.03) โดยจำแนกเป็นแต่ละประเภทของข่าวสารดังนี้

ข่าวสารทางด้านการวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ เช่น การวิจัยเรื่องเห็ดโอง่ ทุนวิจัยด้านการคมนาคมขนส่งระบบราง ทุนอุดหนุนการวิจัยทางวัฒนธรรม พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารทางด้านการวิจัยและสิ่งประดิษฐ์โดยรวม อยู่ในระดับสูง ( $\bar{x} = 3.54$  S.D. = 1.28) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับข่าวสารในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.10 รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสารในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 27.80 และเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 26.50 ไม่ได้เปิดรับข่าวสารทางด้านการวิจัยและสิ่งประดิษฐ์เลย คิดเป็นร้อยละ 12.10 เปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ

ข่าวสารเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน เช่น ทุนการศึกษาแลกเปลี่ยนกับประเทศต่าง ๆ พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยรวม อยู่ในระดับสูง ( $\bar{x} = 3.65$  S.D. = 0.98) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสารในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 27.60 และเปิดรับข่าวสารในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.70 เปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 11.80 ตามลำดับ



ข่าวสารเกี่ยวกับด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ เช่น การผลิตมังคุดในน้ำเชื่อมบรรจุ กระป๋อง พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.39$  S.D. = 0.97) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับข่าวสารในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 38.30 รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 29.40 และ เปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 19.20 เปิดรับข่าวสารในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.50 และไม่เคยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพเลย คิดเป็นร้อยละ 1.60 ตามลำดับ

ข่าวสารเกี่ยวกับด้านบริการวิชาการ เช่น โครงการฟื้นฟูและอนุรักษ์สาหร่ายผมนางและ จำปาตะพืดเมืองของจังหวัดสงขลา พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับด้านบริการวิชาการ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.27$  S.D. = 1.09) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 38.30 รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสารในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 25.70 และเปิดรับข่าวสารในระดับมากที่สุดและน้อย คิดเป็นร้อยละ 14.70 และไม่เคยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับด้านบริการวิชาการเลย คิดเป็นร้อยละ 6.60 ตามลำดับ

ข่าวสารเกี่ยวกับด้านการทำนุบำรุงศาสนา ศิลปวัฒนธรรม เช่น กิจกรรมแห่เทียนพรรษา พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับด้านการทำนุบำรุงศาสนา ศิลปวัฒนธรรม โดยรวม อยู่ในระดับสูง ( $\bar{x} = 3.62$  S.D. = 0.86) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับข่าวสารในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 38.60 รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 37.30 เปิดรับข่าวสารในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.00 เปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 7.60 และไม่เคยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับด้านการทำนุบำรุงศาสนา ศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ข่าวสารเกี่ยวกับด้านการได้รับรางวัลต่าง ๆ เช่น การได้รับรางวัลจากการแสดงนิทรรศการในงาน “42 International Exhibition of Inventions of Geneva” ณ กรุงเจนีวา สมาพันธรัฐสวิส พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับด้านการได้รับรางวัลต่างๆ โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.25$  S.D. = 0.98) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับข่าวสารในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 44.60 รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 30.20 เปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 14.20 ไม่เคยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับด้านการทำนุบำรุงศาสนา ศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 6.80 และเปิดรับข่าวสารในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.20 ตามลำดับ

ข่าวสารการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น กิจกรรมวันพ่อแห่งชาติ กิจกรรมวันเด็ก พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารการจัดกิจกรรมต่างๆ โดยรวม อยู่ในระดับสูง ( $\bar{x} = 3.57$  S.D. = 0.91) ทั้งนี้ กลุ่ม

ตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 49.90 รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสารในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 25.50 เปิดรับข่าวสารในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.70 เปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 2.60 และไม่เคยเปิดรับข่าวสารการจัดกิจกรรมต่างๆ เลย คิดเป็นร้อยละ 2.40 ตามลำดับ

**ข่าวสารการอบรมและสัมมนา** เช่น การสัมมนาเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาการใช้สมุนไพร กับประชาชนท้องถิ่น พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารการอบรมและสัมมนาโดยรวม อยู่ในระดับสูง ( $\bar{x} = 3.45$  S.D. = 1.00) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 34.60 รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสารในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 31.50 เปิดรับข่าวสารในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.50 เปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 15.50 และไม่เคยเปิดรับข่าวสารการอบรมและสัมมนาเลย คิดเป็นร้อยละ 1.80 ตามลำดับ

**ข่าวสารความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัย** เช่น การสรรหาอธิการบดี พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัยโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.04$  S.D. = 1.10) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 37.30 รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสารในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 26.80 เปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 16.30 ไม่เคยเปิดรับข่าวสารความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัยเลย คิดเป็นร้อยละ 11.50 และเปิดรับข่าวสารในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.10 ตามลำดับ

**ข่าวสารการประกาศรับสมัคร** เช่น การเปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารการประกาศรับสมัคร โดยรวม อยู่ในระดับสูง ( $\bar{x} = 3.63$  S.D. = 1.08) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เปิดรับข่าวสารในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 34.40 รองลงมาคือ เปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 33.30 เปิดรับข่าวสารในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.60 ไม่เคยเปิดรับข่าวสารการประกาศรับสมัครเลย คิดเป็นร้อยละ 7.10 และเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 2.60 ตามลำดับ

### ตอนที่ 3 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

ประเด็นการรับรู้	รู้		ไม่รู้/ไม่แน่ใจ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ</b>				
- มทร.ศรีวิชัย มีหลักสูตรการเรียนการสอนเน้นวิชาชีพและเทคโนโลยีที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน	338	88.70	43	11.30
- มทร.ศรีวิชัย มีหลักสูตรการเรียนการสอนที่ทันสมัยเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน	341	89.50	40	10.50
- มทร.ศรีวิชัย มีเครื่องมือ อุปกรณ์การเรียนการสอนที่เพียงพอต่อการใช้งาน	285	74.80	96	25.20
- บุคลากรของ มทร.ศรีวิชัย มีความสามารถถ่ายทอดทักษะและความชำนาญด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ	260	68.20	121	31.70
<b>ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพโดยรวม</b>	<b>306</b>	<b>80.32</b>	<b>75</b>	<b>19.68</b>
<b>ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์</b>				
- มทร.ศรีวิชัย เป็นสถาบันการศึกษาที่มีคุณภาพและได้รับการยอมรับจากสังคม	323	84.80	58	15.20
- มทร.ศรีวิชัย เป็นแหล่งความรู้และมีความเป็นเลิศทางงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์	311	81.60	70	18.20
- มทร.ศรีวิชัย สามารถสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ที่มีความรู้และทักษะทางด้านปฏิบัติได้เป็นอย่างดี	314	82.40	67	17.50
- ผู้สำเร็จการศึกษาจาก มทร.ศรีวิชัย เป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพได้รับการยอมรับจากสังคม	303	79.50	78	20.40
<b>ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์โดยรวม</b>	<b>313</b>	<b>82.08</b>	<b>68</b>	<b>17.92</b>

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ประเด็นการรับรู้	รู้		ไม่รู้/ไม่แน่ใจ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>ด้านบริการวิชาการแก่สังคมที่มุ่งให้</b>				
- นักศึกษาและบัณฑิตของ มทร.ศรีวิชัย เป็นผู้ที่มีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อส่วนรวม	351	92.10	30	7.90
- มทร.ศรีวิชัย ได้ถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีสู่ชุมชน โดยการฝึกอบรมผู้กลุ่มเป้าหมาย เพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ	290	76.10	91	23.90
- มทร.ศรีวิชัย ให้การสนับสนุนนโยบายรัฐบาลเรื่องโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	286	75.10	95	24.90
- มทร.ศรีวิชัย ให้บริการคำปรึกษาด้านเทคโนโลยีและบริการข้อมูลเทคโนโลยีนวัตกรรมและภูมิปัญญาชาวบ้าน	289	75.90	92	24.20
<b>ด้านบริการวิชาการแก่สังคมโดยรวม</b>	<b>304</b>	<b>79.80</b>	<b>77</b>	<b>20.20</b>
<b>ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมที่มุ่งให้</b>				
- มหาวิทยาลัยฯ จัดกิจกรรมและส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น	294	77.20	87	22.90
- มหาวิทยาลัยฯ ส่งเสริมกิจกรรมทางด้านศาสนาอย่างเสมอมา	274	71.90	107	28.10
- นักศึกษาและบัณฑิตของมหาวิทยาลัยฯ ร่วมกิจกรรมรักษาสีงแวดล้อมเป็นประจำทุกปี	320	84.00	61	16.00
- นักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยฯ ร่วมกันปลูกต้นไม้และรักษาสีงแวดล้อมภายในและบริเวณใกล้เคียงมหาวิทยาลัยฯ	315	82.70	66	17.30
<b>ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม</b>	<b>300</b>	<b>78.95</b>	<b>81</b>	<b>21.05</b>

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ประเด็นการรับรู้	รู้		ไม่รู้/ไม่แน่ใจ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>ด้านคุณลักษณะนักศึกษา/บัณฑิต ที่พึงประสงค์</b>				
- มีวินัย ซื่อสัตย์ เสียสละ จิตสาธารณะ และรักดีต่อองค์กร	303	79.50	78	20.40
- เป็นนักปฏิบัติ ใฝ่รู้ สู้งาน	351	92.10	30	7.90
- คิดเป็น ทำเป็น ใฝ่เป็น	290	76.10	91	23.90
- มีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข	286	75.10	95	24.90
- เชี่ยวชาญเทคโนโลยี มีทักษะการสื่อสารระดับสากล	289	75.90	82	24.20
- รับผิดชอบต่อตนเองและสังคม	294	77.20	87	22.90
- สามารถทำงานเป็นทีมได้ ทั้งในบทบาทของผู้นำและผู้ตาม	280	73.50	101	26.50
- อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทยและสิ่งแวดล้อม	294	77.20	87	22.90
- มีสุขภาพสมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจ	280	73.50	101	26.50
<b>ด้านคุณลักษณะนักศึกษา/บัณฑิตโดยรวม</b>	<b>296</b>	<b>77.79</b>	<b>85</b>	<b>22.21</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ที่ “รู้” และ “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา โดยจำแนกออกเป็นแต่ละด้าน ดังนี้

**ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีการรับรู้ที่ “รู้” มากที่สุดในประเด็นที่ มทร.ศรีวิชัยมีหลักสูตรการเรียนการสอนที่ทันสมัยเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 89.50 รองลงมารับรู้ที่ “รู้” ว่า มทร.ศรีวิชัย มีหลักสูตรการเรียนการสอนที่เน้นวิชาชีพและเทคโนโลยีที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน คิดเป็นร้อยละ 88.70 และมีการรับรู้ที่ “รู้” น้อยที่สุดในประเด็นว่า บุคลากรของ มทร.ศรีวิชัย มีความสามารถถ่ายทอดทักษะและความชำนาญด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ คิดเป็นร้อยละ 68.20

ส่วนการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่ “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ที่ “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” มากที่สุดในประเด็นว่า บุคลากรของ มทร.ศรีวิชัย มีความสามารถถ่ายทอดทักษะและความชำนาญด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ คิดเป็นร้อยละ 31.70 รองลงมาเป็นประเด็นที่ว่า

มทร.ศรีวิชัย มีเครื่องมือ อุปกรณ์การเรียนการสอนที่เพียงพอต่อการใช้งาน คิดเป็นร้อยละ 25.20 คน และกลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ว่าเป็น “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” น้อยที่สุดในประเด็นว่า มทร.ศรีวิชัย มีหลักสูตรการเรียนการสอนที่ทันสมัยเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 10.50

**ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีการรับรู้ว่าเป็น “รู้” มากที่สุดในประเด็นที่ มทร.ศรีวิชัยเป็นสถาบันการศึกษาที่มีคุณภาพและได้รับการยอมรับจากสังคม คิดเป็นร้อยละ 84.80 รองลงมารับรู้ว่าเป็น “รู้” ว่า มทร.ศรีวิชัย สามารถสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ที่มีความรู้และทักษะทางด้านปฏิบัติได้เป็นอย่างดี คิดเป็นร้อยละ 82.40 และมีการรับรู้ว่าเป็น “รู้” น้อยที่สุดในประเด็นว่า ผู้สำเร็จการศึกษาจาก มทร.ศรีวิชัย เป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพได้รับการยอมรับจากสังคม คิดเป็นร้อยละ 79.50

ส่วนการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างว่าเป็น “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ว่าเป็น “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” มากที่สุดในประเด็นว่า ผู้สำเร็จการศึกษาจาก มทร.ศรีวิชัย เป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพได้รับการยอมรับจากสังคม คิดเป็นร้อยละ 20.40 รองลงมาเป็นประเด็นที่ว่า มทร.ศรีวิชัยเป็นแหล่งความรู้และมีความเป็นเลิศทางงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ คิดเป็นร้อยละ 18.20 และกลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ว่าเป็น “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” น้อยที่สุดในประเด็นว่า มทร.ศรีวิชัย เป็นสถาบันการศึกษาที่มีคุณภาพและได้รับการยอมรับจากสังคม คิดเป็นร้อยละ 15.20

**ด้านบริการวิชาการแก่สังคม** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีการรับรู้ว่าเป็น “รู้” มากที่สุดในประเด็นที่ นักศึกษาและบัณฑิตของ มทร.ศรีวิชัยเป็นผู้มีน้ำใจ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อส่วนรวม คน คิดเป็นร้อยละ 92.10 รองลงมารับรู้ว่าเป็น “รู้” ว่า มทร.ศรีวิชัย ได้ถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีสู่ชุมชน โดยการฝึกอบรมสู่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 76.10 และมีการรับรู้ว่าเป็น “รู้” น้อยที่สุดในประเด็นว่า มทร.ศรีวิชัย ให้การสนับสนุนนโยบายรัฐบาลเรื่องโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 75.10

ส่วนการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างว่าเป็น “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ว่าเป็น “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” มากที่สุดในประเด็นว่า มทร.ศรีวิชัย ให้การสนับสนุนนโยบายรัฐบาลเรื่องโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 24.90 รองลงมาเป็นประเด็นที่ว่า มทร.ศรีวิชัยให้บริการคำปรึกษาด้านเทคโนโลยีและบริการข้อมูลเทคโนโลยีนวัตกรรมและภูมิปัญญาชาวบ้าน คิดเป็นร้อยละ 24.20 และกลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ว่าเป็น “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” น้อยที่สุดในประเด็นว่า นักศึกษาและบัณฑิตของ มทร.ศรีวิชัย เป็นผู้ที่มีน้ำใจ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อส่วนรวม คิดเป็นร้อยละ 7.90

**ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีการรับรู้ว่าเป็น “รู้” มากที่สุดในประเด็นที่ นักศึกษาและบัณฑิตของมหาวิทยาลัยฯ ร่วมกิจกรรมรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุกปี คิดเป็นร้อยละ 84.00 รองลงมารับรู้ว่าเป็น “รู้” ว่า นักศึกษาและบุคลากร

ของมหาวิทยาลัยฯ ร่วมกันปลูกต้นไม้และรักษาสิ่งแวดล้อมภายในและบริเวณใกล้เคียง มหาวิทยาลัยฯ คิดเป็นร้อยละ 82.70 และมีการรับรู้ที่ “รู้” น้อยที่สุดในประเด็นว่า มหาวิทยาลัย ส่งเสริมกิจกรรมทางด้านศาสนาอย่างสม่ำเสมอ คิดเป็นร้อยละ 71.90

ส่วนการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างว่า “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ที่ “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” มากที่สุด ในประเด็นว่า มหาวิทยาลัยฯ ส่งเสริมกิจกรรมทางด้านศาสนาอย่างสม่ำเสมอ คิดเป็นร้อยละ 28.10 รองลงมาเป็นประเด็นที่ว่า มหาวิทยาลัยฯ จัดกิจกรรมและส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 22.90 และกลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ที่ “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” น้อยที่สุดในประเด็นว่า นักศึกษาและบัณฑิตของมหาวิทยาลัยฯ ร่วมกิจกรรมรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุกปี คิดเป็นร้อยละ 16.00

**ด้านคุณลักษณะนักศึกษา/บัณฑิต** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีการรับรู้ที่ “รู้” มากที่สุด ในประเด็นที่ นักศึกษา/บัณฑิตเป็นนักปฏิบัติ ใฝ่รู้ ใฝ่งาน คิดเป็นร้อยละ 92.10 รองลงมารับรู้ที่ “รู้” ว่า นักศึกษา/บัณฑิตมีวินัย ซื่อสัตย์ เสียสละ จิตสาธารณะ และรักดีต่อองค์กร คิดเป็นร้อยละ 79.50 และมีการรับรู้ที่ “รู้” น้อยที่สุดในประเด็นว่า นักศึกษา/บัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีมได้ ทั้งในบทบาทของผู้นำและผู้ตาม กับประเด็นที่ว่า นักศึกษา/บัณฑิตมีสุขภาพสมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจ คิดเป็นร้อยละ 73.50

ส่วนการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างว่า “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ที่ “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” มากที่สุด ในประเด็นว่า นักศึกษา/บัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีมได้ ทั้งในบทบาทของผู้นำและผู้ตาม และประเด็นที่ว่า นักศึกษา/บัณฑิตมีสุขภาพสมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจ คิดเป็นร้อยละ 26.50 รองลงมาเป็นประเด็นที่ว่า นักศึกษา/บัณฑิตมีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข คิดเป็นร้อยละ 24.90 และกลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ที่ “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” น้อยที่สุดในประเด็นว่า นักศึกษา/บัณฑิตเป็นนักปฏิบัติ ใฝ่รู้ ใฝ่งาน คิดเป็นร้อยละ 7.90

#### ตอนที่ 4 ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

ภาพลักษณ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัย สงขลา	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย - x	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ภาพ ลักษณ์ เชิงบวก
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง			
<b>ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ</b>								
- มทร.ศรีวิชัย มีความพร้อมของ อุปกรณ์การเรียนการสอนที่ ทันสมัย	118 (31.00)	210 (55.10)	53 (13.90)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.17	0.65	สูง
- มทร.ศรีวิชัย เป็นผู้นำในการ เรียนการสอนด้านเทคโนโลยี และวิชาชีพที่มีความสมบูรณ์และ ทันสมัยในท้องถิ่น	161 (42.30)	182 (47.80)	31 (8.10)	7 (1.80)	0 (0.00)	4.30	0.70	สูง
- มทร.ศรีวิชัย เน้นผลิตบัณฑิตนัก ปฏิบัติด้านวิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยีสู่สากลที่มีคุณธรรม และจริยธรรม	115 (30.20)	219 (57.50)	28 (7.30)	19 (5.00)	0 (0.00)	4.13	0.75	สูง
- มทร.ศรีวิชัย พัฒนาและส่งเสริม การใช้ระบบเทคโนโลยี สารสนเทศ เพื่อเพิ่มศักยภาพ นักศึกษา	161 (42.30)	142 (37.30)	78 (20.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.22	0.76	สูง
<b>ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพโดยรวม</b>						<b>4.21</b>	<b>0.72</b>	<b>สูง</b>



ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ภาพลักษณ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัย สงขลา	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ภาพ ลักษณ์ เชิงบวก
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง			
<b>ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์</b>								
- มทร.ศรีวิชัย มีการเสริมสร้าง บรรยากาศให้เป็นมหาวิทยาลัย แห่งการวิจัย	119 (31.20)	146 (38.30)	108 (28.30)	0 (0.00)	8 (2.10)	3.97	0.89	สูง
- มทร.ศรีวิชัยมีการส่งเสริม งานวิจัยที่สอดคล้องกับความ ต้องการของท้องถิ่น	121 (31.80)	156 (40.90)	82 (21.50)	14 (3.70)	8 (2.10)	3.97	0.93	สูง
- มทร.ศรีวิชัยมีการนำผลงานวิจัย ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ใน ท้องถิ่นได้จริงและเห็นผลเป็น รูปธรรม	176 (46.20)	133 (34.90)	65 (17.10)	7 (1.80)	0 (0.00)	4.25	0.80	สูง
- มทร.ศรีวิชัยสามารถสร้าง บัณฑิตให้เป็นผู้ที่มีความรู้และ ทักษะทางด้านปฏิบัติได้เป็น อย่างดี	157 (41.20)	150 (39.40)	67 (17.60)	7 (1.80)	0 (0.00)	4.20	0.79	สูง
- ผลงานวิจัยของ มทร.ศรีวิชัยเป็น ที่ยอมรับทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และนานาชาติ	136 (35.70)	166 (43.60)	77 (20.20)	2 (0.50)	0 (0.00)	4.14	0.75	สูง
<b>ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์โดยรวม</b>						<b>4.11</b>	<b>0.83</b>	<b>สูง</b>

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ภาพลักษณ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัย สงขลา	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ภาพ ลักษณ์ เชิงบวก
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง			
<b>ด้านบริการวิชาการแก่สังคม</b>								
- มทร.ศรีวิชัย ได้นำความรู้ไป ประยุกต์ให้ความช่วยเหลือและ ได้รับการยอมรับจากสังคมและ ท้องถิ่นเป็นอย่างดี	119 (31.20)	183 (48.00)	36 (9.40)	26 (6.80)	17 (4.50)	3.95	1.04	สูง
- มทร.ศรีวิชัย ได้ช่วยสร้างอาชีพ แก่ชุมชนต่างๆ ได้อย่างมั่นคง	127 (33.30)	162 (42.50)	62 (16.30)	19 (5.00)	11 (2.90)	3.98	0.98	สูง
- มทร.ศรีวิชัย ทำการวิจัยและ พัฒนาต่อยอด เพื่อแก้ปัญหาใน ท้องถิ่น	196 (51.40)	110 (28.90)	75 (19.70)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.32	0.78	สูง
- มทร.ศรีวิชัย ได้ส่งเสริมให้ สถาบันการศึกษาที่มีศักยภาพมี ห้องปฏิบัติการเฉพาะทางและ พัฒนาไปสู่การจัดตั้งอุทยาน วิทยาศาสตร์ในสถาบันการศึกษา	112 (29.40)	167 (43.80)	102 (26.80)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.03	0.75	สูง
<b>ด้านบริการวิชาการแก่สังคมโดยรวม</b>						<b>4.07</b>	<b>0.89</b>	<b>สูง</b>

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ภาพลักษณ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัย สงขลา	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย $\bar{x}$	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ภาพ ลักษณ์ เชิงบวก
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง			
<b>ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม</b>								
- มทร.ศรีวิชัย มีกิจกรรมส่งเสริม ทางด้านศาสนา วัฒนธรรมทั้ง ภายในและท้องถิ่น อย่าง สม่ำเสมอ	162 (42.50)	157 (41.20)	62 (16.30)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.26	0.72	สูง
- มทร.ศรีวิชัย ได้เข้าร่วมและ สนับสนุนกิจกรรมทางด้าน สิ่งแวดล้อม และกิจกรรมต่าง ๆ ของจังหวัดอย่างสม่ำเสมอ	171 (44.90)	138 (36.20)	72 (18.90)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.26	0.76	สูง
- มทร.ศรีวิชัย ได้ปลูกจิตสำนึก ให้แก่นักศึกษาและบุคลากร ใน การทำนุบำรุงศาสนา อนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม	147 (38.60)	184 (48.30)	50 (13.10)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.25	0.67	สูง
<b>ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมโดยรวม</b>						<b>4.26</b>	<b>0.72</b>	<b>สูง</b>
<b>ด้านคุณลักษณะนักศึกษา/บัณฑิต</b>								
- มีวินัย ซื่อสัตย์ เสียสละ จิต สาธารณะ และภักดีต่อองค์กร	99 (26.00)	218 (57.20)	64 (16.80)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.09	0.65	สูง
- เชี่ยวชาญเทคโนโลยี มีทักษะการ สื่อสารระดับสากล	135 (35.40)	140 (36.70)	106 (27.80)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.08	0.79	สูง
- เป็นนักปฏิบัติ ใฝ่รู้ สู้งาน	103 (27.00)	199 (52.20)	77 (20.20)	2 (0.50)	0 (0.00)	4.06	0.70	สูง
<b>ด้านคุณลักษณะนักศึกษา/บัณฑิต โดยรวม</b>						<b>4.08</b>	<b>0.71</b>	<b>สูง</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล-ศรีวิชัย สงขลา มีภาพลักษณ์ในด้านต่างๆ เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ดังนี้

**ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ** โดยรวมมีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} = 4.21$  S.D. = 0.72) ซึ่งแยกเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

- มทร.ศรีวิชัย มีความพร้อมของอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย มีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} = 4.17$  S.D. = 0.65) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 55.10 รองลงมา เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 31.00 และไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 13.90 ตามลำดับ ส่วนไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไม่พบในประเด็นนี้

- มทร.ศรีวิชัย เป็นผู้นำในการเรียนการสอนด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพที่มีความสมบูรณ์และทันสมัยในท้องถิ่น มีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} = 4.30$  S.D. = 0.70) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 47.80 รองลงมา เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 42.30 ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 8.10 ไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 1.80 ตามลำดับ ส่วนไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไม่พบในประเด็นนี้

- มทร.ศรีวิชัย เน้นผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสู่สากลที่มีคุณธรรมและจริยธรรม มีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} = 4.13$  S.D. = 0.75) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมา เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 30.20 ไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 7.30 ไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ ส่วนไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไม่พบในประเด็นนี้

- มทร.ศรีวิชัย พัฒนาและส่งเสริมการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเพิ่มศักยภาพนักศึกษา มีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} = 4.22$  S.D. = 0.76) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 42.30 รองลงมา เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 37.30 และไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 20.50 ตามลำดับ ส่วนไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไม่พบในประเด็นนี้

**ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์** โดยรวมมีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} = 4.11$  S.D. = 0.83) ซึ่งแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- มทร.ศรีวิชัย มีการเสริมสร้างบรรยากาศให้เป็นมหาวิทยาลัยแห่งการวิจัย มีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} = 3.97$  S.D. = 0.89) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 38.30 รองลงมา เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 31.20 และไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 28.30 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 2.10 ตามลำดับ ส่วนไม่เห็นด้วยไม่พบในประเด็นนี้

- มทร.ศรีวิชัย มีการส่งเสริมงานวิจัยที่สอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่น มีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} = 3.97$  S.D. = 0.93) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 40.90 รองลงมา เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 31.80 และไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 21.50 ไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 3.70 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 2.10 ตามลำดับ

- มทร.ศรีวิชัยมีการนำผลงานวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในท้องถิ่นได้จริงและเห็นผลเป็นรูปธรรม มีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} = 4.25$  S.D. = 0.80) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 46.20 รองลงมา เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 34.90 และไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 17.10 ไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 1.80 ตามลำดับ ส่วนไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไม่พบในประเด็นนี้

- มทร.ศรีวิชัยสามารถสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ที่มีความรู้และทักษะทางด้านปฏิบัติได้เป็นอย่างดี มีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} = 4.20$  S.D. = 0.79) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 41.20 รองลงมา เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 39.40 และไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 17.60 ไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 1.80 ตามลำดับ ส่วนไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไม่พบในประเด็นนี้

- ผลงานวิจัยของ มทร.ศรีวิชัยเป็นที่ยอมรับทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และนานาชาติ มีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} = 4.14$  S.D. = 0.75) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 43.60 รองลงมา เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 35.70 และไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 20.20 ไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ ส่วนไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไม่พบในประเด็นนี้

**ด้านบริการวิชาการแก่สังคม** โดยรวมมีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} = 4.07$  S.D. = 0.89) ซึ่งแยกเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

- มทร.ศรีวิชัย ได้นำความรู้ไปประยุกต์ให้ความช่วยเหลือและได้รับการยอมรับจากสังคมและท้องถิ่นเป็นอย่างดี มีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} = 3.95$  S.D. = 1.04) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมา เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 31.20 และไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 9.40 ไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 6.80 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

- มทร.ศรีวิชัย ได้ช่วยสร้างอาชีพแก่ชุมชนต่างๆ ได้อย่างมั่นคง มีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} = 3.98$  S.D. = 0.98) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมา เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 33.30 และไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 16.30 ไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 5.00 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 2.90 ตามลำดับ

- มทร.ศรีวิชัย ทำการวิจัยและพัฒนาต่อยอด เพื่อแก้ปัญหาในท้องถิ่น มีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} = 4.32$  S.D. = 0.78) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 51.40 รองลงมา เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 28.90 และไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 19.70 ตามลำดับ ส่วนไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไม่พบในประเด็นนี้

- มทร.ศรีวิชัย ได้ส่งเสริมให้สถาบันการศึกษาที่มีศักยภาพมีห้องปฏิบัติการเฉพาะทาง และพัฒนาไปสู่การจัดตั้งอุทยานวิทยาศาสตร์ในสถาบันการศึกษา มีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} =$

4.03 S.D. = 0.75) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 43.80 รองลงมา เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 29.40 และไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 26.80 ตามลำดับ ส่วนไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไม่พบในประเด็นนี้

**ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม** โดยรวมมีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} = 4.26$  S.D. = 0.72) ซึ่งแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- มทร.ศรีวิชัย มีกิจกรรมส่งเสริมทางด้านศาสนา วัฒนธรรมทั้งภายในและท้องถิ่นอย่างสม่ำเสมอ มีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} = 4.26$  S.D. = 0.72) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมา เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 41.20 และไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 16.30 ตามลำดับ ส่วนไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไม่พบในประเด็นนี้

- มทร.ศรีวิชัย ได้เข้าร่วมและสนับสนุนกิจกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อม และกิจกรรมต่างๆ ของจังหวัดอย่างสม่ำเสมอ มีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} = 4.26$  S.D. = 0.76) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 44.90 รองลงมา เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 36.20 และไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 18.90 ตามลำดับ ส่วนไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไม่พบในประเด็นนี้

- มทร.ศรีวิชัย ได้ปลูกจิตสำนึกให้แก่นักศึกษาและบุคลากร ในการทำนุบำรุงศาสนา อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม มีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} = 4.25$  S.D. = 0.67) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 48.30 รองลงมา เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 38.60 และไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 13.10 ตามลำดับ ส่วนไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไม่พบในประเด็นนี้

**ด้านคุณลักษณะนักศึกษา/บัณฑิต** โดยรวมมีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} = 4.08$  S.D. = 0.71) ซึ่งแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- มีวินัย ซื่อสัตย์ เสียสละ จิตสาธารณะ และภักดีต่อองค์กร มีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} = 4.09$  S.D. = 0.65) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 57.20 รองลงมา เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 26.00 และไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 16.80 ตามลำดับ ส่วนไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไม่พบในประเด็นนี้

- เชี่ยวชาญเทคโนโลยี มีทักษะการสื่อสารระดับสากล มีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} = 4.08$  S.D. = 0.79) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 36.70 รองลงมา เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 35.40 และไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 27.80 ตามลำดับ ส่วนไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งไม่พบในประเด็นนี้

- เป็นนักปฏิบัติ ใฝ่รู้ สู้งาน มีภาพลักษณ์เชิงบวกสูง ( $\bar{x} = 4.06$  S.D. = 0.70) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 52.20 รองลงมา เห็นด้วยอย่างยิ่ง คิดเป็นร้อยละ 27.00 และไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 20.20 ไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ ส่วนไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไม่พบในประเด็นนี้

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละความต้องการให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา มีจุดเด่น

จุดเด่นของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่ต้องการให้เกิด	จำนวน	ร้อยละ
1. เป็นสถานการศึกษาที่มีชื่อเสียงในด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ	54	14.20
2. เป็นสถานการศึกษาที่มีเครื่องมือการเรียนการสอนที่ทันสมัยที่สุด	115	30.20
3. เป็นสถานการศึกษาที่ให้ความช่วยเหลือแก่สังคมและท้องถิ่น	12	3.10
4. เป็นสถานการศึกษาที่สนับสนุนกิจกรรมด้านทำนุบำรุงศาสนาและวัฒนธรรม	37	9.70
5. เป็นสถานการศึกษาที่มีนักศึกษา/บัณฑิตที่มีความเชี่ยวชาญเทคโนโลยี มีทักษะปฏิบัติ	163	42.80
<b>รวม</b>	<b>381</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษามีความคิดเห็นที่ต้องการให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา มีจุดเด่นเป็นอันดับแรกในเรื่องการเป็นสถานการศึกษาที่มีนักศึกษา/บัณฑิตที่มีความเชี่ยวชาญเทคโนโลยี มีทักษะ ปฏิบัติ คิดเป็นร้อยละ 42.80 อันดับสอง เป็นสถานการศึกษาที่มีเครื่องมือการเรียนการสอนที่ทันสมัยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.20 อันดับสาม เป็นสถานการศึกษาที่มีชื่อเสียงในด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ คิดเป็นร้อยละ 14.20

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละความต้องการให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย  
สงขลา ควรปรับปรุง

ภาพลักษณ์ในด้านที่ควรปรับปรุง	จำนวน	ร้อยละ
1. ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ	163	42.80
2. ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์	149	39.10
3. ด้านบริการวิชาการแก่สังคม	44	11.50
4. ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม	23	6.00
5. ด้านนักศึกษา/บัณฑิต	2	0.50
<b>รวม</b>	<b>381</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษามีความคิดเห็นที่ต้องการให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ปรับปรุงเป็นอันดับแรก ในด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ คิดเป็นร้อยละ 42.80 อันดับสอง ในด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ คิดเป็นร้อยละ 39.10 อันดับที่สาม เป็นบริการวิชาการแก่สังคม คิดเป็นร้อยละ 11.50



## ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

5.1 เพศมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าความสัมพันธ์ของเพศกับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัย สงขลา	$\bar{x}$	T-Test	Sig.	Contingency Coefficient
1. ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ		-1.601	0.248	
- เพศชาย	4.139			
- เพศหญิง	4.255			
2. ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์		-0.794	0.440	
- เพศชาย	4.066			
- เพศหญิง	4.135			
3. ด้านบริการวิชาการแก่สังคม		-0.142	0.520	
- เพศชาย	4.060			
- เพศหญิง	4.074			
4. ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและ สิ่งแวดล้อม		1.177	0.039*	0.493
- เพศชาย	4.308			
- เพศหญิง	4.220			
5. ด้านนักศึกษา/บัณฑิต		-0.981	0.331	
- เพศชาย	4.034			
- เพศหญิง	4.106			
<b>ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยโดยรวม</b>		<b>-0.468</b>	<b>0.315</b>	

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.9 พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี-  
ราชมงคลศรีวิชัยด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05  
อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.493)

ส่วนเพศไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้าน  
เทคโนโลยีและวิชาชีพ ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ ด้านบริการวิชาการแก่สังคม ด้านนักศึกษา/  
บัณฑิต

## 5.2 อายุมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

### สงขลา

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าความสัมพันธ์ของอายุกับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย  
สงขลา

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัย สงขลา	$\bar{x}$	Chi- square	df	Sig.	Contingency Coefficient
1. ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ		11.90	10	0.044 *	0.191
- อายุ 17-18	4.400				
- อายุ 19-20	3.666				
- อายุ 21-22	2.010				
- อายุ 23-24	2.033				
- อายุ 25 ปีขึ้นไป	4.231				
2. ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์		15.72	12	0.054	
- อายุ 17-18	2.981				
- อายุ 19-20	3.483				
- อายุ 21-22	2.028				
- อายุ 23-24	1.129				
- อายุ 25 ปีขึ้นไป	3.760				
3. ด้านบริการวิชาการแก่สังคม		11.14	12	0.051	
- อายุ 17-18	3.472				
- อายุ 19-20	2.795				
- อายุ 21-22	1.649				
- อายุ 23-24	1.591				
- อายุ 25 ปีขึ้นไป	4.920				

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัย สงขลา	$\bar{x}$	Chi- square	df	Sig.	Contingency Coefficient
4. ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและ สิ่งแวดล้อม		6.08	8	0.063	
- อายุ 17-18	3.383				
- อายุ 19-20	2.988				
- อายุ 21-22	1.557				
- อายุ 23-24	1.641				
- อายุ 25 ปีขึ้นไป	4.280				
5. ด้านนักศึกษา/บัณฑิต		6.29	10	0.074	
- อายุ 17-18	3.167				
- อายุ 19-20	2.704				
- อายุ 21-22	1.869				
- อายุ 23-24	1.439				
- อายุ 25 ปีขึ้นไป	4.120				
<b>ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัยโดยรวม</b>		<b>10.41</b>	<b>10</b>	<b>0.057</b>	

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.10 พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี-  
ราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ในด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 อยู่ในระดับ  
ต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.191)

ส่วนอายุไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้าน  
งานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ ด้านบริการวิชาการแก่สังคม ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและ  
สิ่งแวดล้อม และด้านนักศึกษา/บัณฑิต

### 5.3 ชั้นปีที่ศึกษามีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าความสัมพันธ์ของชั้นปีที่ศึกษากับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา	$\bar{x}$	Chi-square	df	Sig.	Contingency Coefficient
1. ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ		10.62	7	0.023*	0.162
- ชั้นปีที่ 1	3.293				
- ชั้นปีที่ 2	3.170				
- ชั้นปีที่ 3	2.068				
- ชั้นปีที่ 4	1.468				
2. ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์		13.24	9	0.031*	0.177
- ชั้นปีที่ 1	3.099				
- ชั้นปีที่ 2	3.399				
- ชั้นปีที่ 3	2.221				
- ชั้นปีที่ 4	1.279				
3. ด้านบริการวิชาการแก่สังคม		10.43	9	0.048*	0.160
- ชั้นปีที่ 1	3.469				
- ชั้นปีที่ 2	2.838				
- ชั้นปีที่ 3	1.911				
- ชั้นปีที่ 4	1.785				
4. ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและ สิ่งแวดล้อม		6.33	6	0.039*	0.127
- ชั้นปีที่ 1	3.384				
- ชั้นปีที่ 2	3.063				
- ชั้นปีที่ 3	1.778				
- ชั้นปีที่ 4	1.755				

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัย สงขลา	$\bar{x}$	Chi-square	df	Sig.	Contingency Coefficient
5. ด้านนักศึกษา/บัณฑิต		3.88	7	0.078	
- ชั้นปีที่ 1	3.172				
- ชั้นปีที่ 2	2.734				
- ชั้นปีที่ 3	2.107				
- ชั้นปีที่ 4	1.988				
ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัยโดยรวม		9.53	8	0.184	0.157

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ชั้นปีที่ศึกษามีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ในด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ ด้านบริการวิชาการแก่สังคม และด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 โดยชั้นปีที่ศึกษามีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพอยู่ในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.162) ชั้นปีที่ศึกษามีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ อยู่ในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.177) ชั้นปีที่ศึกษามีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านงานบริการวิชาการแก่สังคมอยู่ในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.160) ชั้นปีที่ศึกษามีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.127)

ส่วนชั้นปีที่ศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในด้านนักศึกษา/บัณฑิต

#### 5.4 คณะมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

##### สงขลา

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าความสัมพันธ์ของคณะกับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัย สงขลา	$\bar{x}$	Chi- square	df	Sig.	Contingency Coefficient
1. ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ		11.79	10	0.055	
- คณะบริหารธุรกิจ	3.506				
- คณะวิศวกรรมศาสตร์	2.798				
- คณะศิลปศาสตร์	1.642				
- คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	4.203				
- คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ เทคโนโลยี	1.337				
2. ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์		15.72	12	0.054	
- คณะบริหารธุรกิจ	3.844				
- คณะวิศวกรรมศาสตร์	2.717				
- คณะศิลปศาสตร์	1.477				
- คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	3.891				
- คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ เทคโนโลยี	1.230				
3. ด้านบริการวิชาการแก่สังคม		13.20	12	0.053	
- คณะบริหารธุรกิจ	3.703				
- คณะวิศวกรรมศาสตร์	2.463				
- คณะศิลปศาสตร์	1.623				
- คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	1.079				
- คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ เทคโนโลยี	1.129				

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัย สงขลา	$\bar{x}$	Chi- square	df	Sig.	Contingency Coefficient
4. ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและ สิ่งแวดล้อม		8.89	8	0.040*	0.147
- คณะบริหารธุรกิจ	3.358				
- คณะวิศวกรรมศาสตร์	2.675				
- คณะศิลปศาสตร์	1.722				
- คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	1.001				
- คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ เทคโนโลยี	1.120				
5. ด้านนักศึกษา/บัณฑิต		6.04	9	0.076	
- คณะบริหารธุรกิจ	3.585				
- คณะวิศวกรรมศาสตร์	2.425				
- คณะศิลปศาสตร์	1.615				
- คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	4.524				
- คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ เทคโนโลยี	1.449				
<b>ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัยโดยรวม</b>		<b>11.76</b>	<b>10</b>	<b>0.556</b>	

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.12 พบว่า คณะมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี-ราชมงคลศรีวิชัย สงขลา ในด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 อยู่ในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.147)

ส่วนคณะที่ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ ด้านบริการวิชาการแก่สังคม และด้านนักศึกษา/บัณฑิต

## บทที่ 5

### สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลาในมุมมองของนักศึกษาระดับปริญญาตรี” ผู้วิจัยได้นำเสนอสรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะตามลำดับดังนี้

#### 1. สรุปการวิจัย

##### 1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.1.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและการเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

1.1.2 เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยของนักศึกษา

1.1.3 เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในทัศนคติของนักศึกษา

1.1.4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรของนักศึกษา กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

##### 1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

###### 1.2.1 วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจแบบการวัดครั้งเดียว โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

###### 1.2.2 กลุ่มตัวอย่างการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ถึงชั้นปีที่ 4 โดยผู้วิจัยใช้ข้อมูลจำนวนประชากรข้างต้นเป็นฐานในการคำนวณกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามหลักการความแปรผันร่วมกันระหว่างขนาดของกลุ่มตัวอย่างกับความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นตามสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น  $\pm 78\%$  และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม



และกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากร 4 กลุ่ม จำนวน 5 คณะ ให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 381 คน

### 1.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยนำผลการวิเคราะห์มาสรุปและนำเสนอ ดังนี้

1) การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (*Descriptive Analysis*) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (*Inferential Analysis*) ได้แก่ ค่าสถิติไคสแควร์

## 1.3 ผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สามารถสรุปได้ดังนี้

1.3.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 17-18 ปี กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1 เป็นนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ

### 1.3.2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลาจากสื่อภายในและสื่อภายนอก

1) สื่อภายใน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยจากสื่อภายใน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65) โดยส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยจาก เพื่อน/คนรู้จัก และเว็บไซต์ รองลงมา ได้แก่ อาจารย์/เจ้าหน้าที่ รายการวิทยุ ไปสเตอร์/ป้ายประชาสัมพันธ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ/ใบปลิว รายการโทรทัศน์วงจรปิด และจุลสาร มทร.ศรีวิชัย ตามลำดับ

2) สื่อภายนอก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยจากสื่อภายนอก โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.22) โดยส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยจาก เว็บไซต์ รองลงมา ได้แก่ บุคคลภายนอก รายการวิทยุ จุลสาร บอร์ดประชาสัมพันธ์ ไปสเตอร์/ป้ายประชาสัมพันธ์ รายการโทรทัศน์ และแผ่นพับ ตามลำดับ

ประเภทข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่เปิดรับจากสื่อต่างๆ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับประเภทของข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยจากสื่อต่างๆ โดยในภาพรวมอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44) โดยมี การเปิดรับข่าวสารประเภทของข่าวสารเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการเรียนการ

สอนมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ข่าวสารการประกาศรับสมัคร ข่าวสารเกี่ยวกับการทำนุบำรุง ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ข่าวสารการจัดกิจกรรมต่าง ข่าวสารทางด้านการวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ ข่าวสารการอบรมและสัมมนา ข่าวสารเกี่ยวกับด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ ข่าวสารเกี่ยวกับด้าน การได้รับรางวัลต่างๆ ข่าวสารเกี่ยวกับด้านบริการวิชาการ และข่าวสารความเคลื่อนไหวของ มหาวิทยาลัย ตามลำดับ

### 1.3.3 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

ผลการวิจัยพบว่า ระดับการรับรู้ของนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้น ปริญญาตรี ตั้งแต่ชั้นปีที่ 1 ถึง ปีที่ 4 โดยปรากฏผลการรับรู้ในแต่ละด้านดังนี้

**ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีการรับรู้ ว่า “รู้” มากที่สุด ในประเด็นที่ มทร.ศรีวิชัยมีหลักสูตรการเรียนการสอนที่ทันสมัยเหมาะสมกับ สถานการณ์ปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 89.50 รองลงมารับรู้ ว่า “รู้” ว่า มทร.ศรีวิชัย มีหลักสูตรการเรียน การสอนที่เน้นวิชาชีพและเทคโนโลยีที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน คิดเป็นร้อย ละ 88.70 และมีการรับรู้ ว่า “รู้” น้อยที่สุดในประเด็นว่า บุคลากรของ มทร.ศรีวิชัย มีความสามารถ ถ่ายทอดทักษะและความชำนาญด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ คิดเป็นร้อยละ 68.20

ส่วนการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างว่า “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ ว่า “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” มากที่สุดในประเด็นว่า บุคลากรของ มทร.ศรีวิชัย มี ความสามารถถ่ายทอดทักษะและความชำนาญด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ คิดเป็นร้อยละ 31.70 รองลงมาเป็นประเด็นที่ว่า มทร.ศรีวิชัย มีเครื่องมือ อุปกรณ์การเรียนการสอนที่เพียงพอต่อการใช้ งาน คิดเป็นร้อยละ 25.20 คน และกลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ ว่า “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” น้อยที่สุดในประเด็นว่า มทร.ศรีวิชัย มีหลักสูตรการเรียนการสอนที่ทันสมัยเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 10.50

**ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีการรับรู้ ว่า “รู้” มากที่สุด ในประเด็นที่ มทร.ศรีวิชัยเป็นสถาบันการศึกษาที่มีคุณภาพและได้รับการยอมรับจาก สังคม คิดเป็นร้อยละ 84.80 รองลงมารับรู้ ว่า “รู้” ว่า มทร.ศรีวิชัย สามารถสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ที่มี ความรู้และทักษะทางด้านปฏิบัติได้เป็นอย่างดี คิดเป็นร้อยละ 82.40 และมีการรับรู้ ว่า “รู้” น้อยที่สุด ในประเด็นว่า ผู้สำเร็จการศึกษาจาก มทร.ศรีวิชัย เป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพได้รับการยอมรับจากสังคม คิดเป็นร้อยละ 79.50

ส่วนการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างว่า “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ ว่า “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” มากที่สุดในประเด็นว่า ผู้สำเร็จการศึกษาจาก มทร.ศรีวิชัย เป็น บัณฑิตที่มีคุณภาพได้รับการยอมรับจากสังคม คิดเป็นร้อยละ 20.40 รองลงมาเป็นประเด็นที่ว่า

มทร.ศรีวิชัย เป็นแหล่งความรู้และมีความเป็นเลิศทางงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ คิดเป็นร้อยละ 18.20 และกลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ว่าเป็น “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” น้อยที่สุดในประเด็นว่า มทร.ศรีวิชัย เป็นสถาบันการศึกษาที่มีคุณภาพและได้รับการยอมรับจากสังคม คิดเป็นร้อยละ 15.20

**ด้านบริการวิชาการแก่สังคม** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีการรับรู้ว่าเป็น “รู้” มากที่สุดในประเด็นที่ นักศึกษาและบัณฑิตของ มทร.ศรีวิชัยเป็นผู้มีน้ำใจ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อส่วนรวม คน คิดเป็นร้อยละ 92.10 รองลงมารับรู้ว่าเป็น “รู้” ว่า มทร.ศรีวิชัย ได้ถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีสู่ชุมชนโดยการฝึกอบรมสู่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 76.10 และมีการรับรู้ว่าเป็น “รู้” น้อยที่สุดในประเด็นว่า มทร.ศรีวิชัย ให้การสนับสนุนนโยบายรัฐบาลเรื่องโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 75.10

ส่วนการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างว่าเป็น “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ว่าเป็น “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” มากที่สุดในประเด็นว่า มทร.ศรีวิชัย ให้การสนับสนุนนโยบายรัฐบาลเรื่องโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 24.90 รองลงมาเป็นประเด็นที่ว่า มทร.ศรีวิชัย ให้บริการคำปรึกษาด้านเทคโนโลยีและบริการข้อมูลเทคโนโลยีนวัตกรรมและภูมิปัญญาชาวบ้าน คิดเป็นร้อยละ 24.20 และกลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ว่าเป็น “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” น้อยที่สุดในประเด็นว่า นักศึกษาและบัณฑิตของ มทร.ศรีวิชัย เป็นผู้ที่มีน้ำใจ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อส่วนรวม คิดเป็นร้อยละ 7.90

**ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีการรับรู้ว่าเป็น “รู้” มากที่สุดในประเด็นที่ นักศึกษาและบัณฑิตของมหาวิทยาลัยฯ ร่วมกิจกรรมรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุกปี คิดเป็นร้อยละ 84.00 รองลงมารับรู้ว่าเป็น “รู้” ว่า นักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยฯ ร่วมกันปลูกต้นไม้และรักษาสิ่งแวดล้อมภายในและบริเวณใกล้เคียงมหาวิทยาลัยฯ คิดเป็นร้อยละ 82.70 และมีการรับรู้ว่าเป็น “รู้” น้อยที่สุดในประเด็นว่า มหาวิทยาลัยฯ ส่งเสริมกิจกรรมทางด้านศาสนาอย่างสม่ำเสมอ คิดเป็นร้อยละ 71.90

ส่วนการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างว่าเป็น “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ว่าเป็น “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” มากที่สุดในประเด็นว่า มหาวิทยาลัยฯ ส่งเสริมกิจกรรมทางด้านศาสนาอย่างสม่ำเสมอ คิดเป็นร้อยละ 28.10 รองลงมาเป็นประเด็นที่ว่า มหาวิทยาลัยฯ จัดกิจกรรมและส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 22.90 และกลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ว่าเป็น “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” น้อยที่สุดในประเด็นว่า นักศึกษาและบัณฑิตของมหาวิทยาลัยฯ ร่วมกิจกรรมรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุกปี คิดเป็นร้อยละ 16.00

**ด้านคุณลักษณะนักศึกษา/บัณฑิต** พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีการรับรู้ว่าเป็น “รู้” มากที่สุดในประเด็นที่ นักศึกษา/บัณฑิตเป็นนักปฏิบัติ ใฝ่รู้ สู้งาน คิดเป็นร้อยละ 92.10

รองลงมารับรู้ว่าเป็น “รู้” ว่า นักศึกษา/บัณฑิตมีวินัย ซื่อสัตย์ เสียสละ จิตสาธารณะ และรักดีต่อองค์กร คิดเป็นร้อยละ 79.50 และมีการรับรู้ว่าเป็น “รู้” น้อยที่สุดในประเด็นว่า นักศึกษา/บัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีมได้ ทั้งในบทบาทของผู้นำและผู้ตาม กับประเด็นที่ว่า นักศึกษา/บัณฑิตมีสุขภาพสมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจ คิดเป็นร้อยละ 73.50

ส่วนการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างว่า “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ว่าเป็น “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” มากที่สุดในประเด็นว่า นักศึกษา/บัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีมได้ ทั้งในบทบาทของผู้นำและผู้ตาม และประเด็นที่ว่า นักศึกษา/บัณฑิตมีสุขภาพสมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจ คิดเป็นร้อยละ 26.50 รองลงมาเป็นประเด็นที่ว่า นักศึกษา/บัณฑิตมีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข คิดเป็นร้อยละ 24.90 และกลุ่มตัวอย่างที่รับรู้ว่าเป็น “ไม่รู้/ไม่แน่ใจ” น้อยที่สุดในประเด็นว่า นักศึกษา/บัณฑิตเป็นนักปฏิบัติ ใฝ่รู้ สู้งาน คิดเป็นร้อยละ 7.90

### 1.3.4 ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมนักศึกษาที่กำลังศึกษาชั้นระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ถึง ปีที่ 4 เห็นว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลาอยู่ในระดับเชิงบวกสูง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15) โดยมีภาพลักษณ์ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ภาพลักษณ์ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ภาพลักษณ์ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ภาพลักษณ์ด้านคุณลักษณะนักศึกษา/บัณฑิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และภาพลักษณ์ด้านบริการวิชาการแก่สังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

#### ภาพลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

##### สงขลา

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษามีความคิดเห็นที่ต้องการให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมีจุดเด่นเป็นอันดับแรก ในเรื่องการเป็นสถาบันการศึกษาที่มีนักศึกษา/บัณฑิตที่มีความเชี่ยวชาญเทคโนโลยี มีทักษะ ปฏิบัติ คิดเป็นร้อยละ 42.80 อันดับสองเป็นสถาบันการศึกษาที่มีเครื่องมือการเรียนการสอนที่ทันสมัยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.20 อันดับที่สาม เป็นสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงในด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ คิดเป็นร้อยละ 14.20

#### ภาพลักษณ์ที่ควรปรับปรุงของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

##### สงขลา

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษามีความคิดเห็นที่ต้องการให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยปรับปรุง เป็นอันดับแรก ในด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ คิดเป็นร้อยละ 42.80 อันดับสอง ในด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ คิดเป็นร้อยละ 39.10 อันดับที่สาม เป็นบริการวิชาการแก่สังคม คิดเป็นร้อยละ 11.50

### 1.3.5 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างกับ ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลา

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

#### 1) เพศ

เพศมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.493)

ส่วนเพศไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ ด้านบริการวิชาการแก่สังคม และด้านนักศึกษา/บัณฑิต

#### 2) อายุ

อายุมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 อยู่ในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.191)

ส่วนอายุไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ ด้านบริการวิชาการแก่สังคม ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม และด้านนักศึกษา/บัณฑิต

#### 3) ชั้นปีที่ศึกษา

ชั้นปีที่ศึกษามีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ ด้านบริการวิชาการแก่สังคม และด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 โดยชั้นปีที่ศึกษามีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ อยู่ในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.162) ชั้นปีที่ศึกษามีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ อยู่ในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.177) ชั้นปีที่ศึกษามีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านงานบริการวิชาการแก่สังคมอยู่ในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.160) ชั้นปีที่ศึกษามีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.127)

ส่วนชั้นปีที่ศึกษาที่ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในด้านนักศึกษา/บัณฑิต

#### 4) คณะที่ศึกษา

คณะมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยใน ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 อยู่ในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.147)

ส่วนคณะที่ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ ด้านบริการวิชาการแก่สังคม และค่านักศึกษา/บัณฑิต

## 2. อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

**2.1 การเปิดรับสื่อและการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลา** พบว่า ในภาพรวมมีการเปิดรับสื่อและการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยอยู่ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างนักศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลาจากสื่อภายในและสื่อภายนอก โดยสื่อภายในเปิดรับจากเพื่อน/คนรู้จักภายในมหาวิทยาลัยฯ และเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยฯมากที่สุด ส่วนสื่อภายนอกเปิดรับจากเว็บไซต์มากที่สุด ส่วนประเภทของข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลาซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับเป็นประเภทข่าวสารเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน

ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลา เป็นสถานศึกษามุ่งเน้นแต่การเรียนการสอน จึงทำให้ขาดการประชาสัมพันธ์ข่าวสารทางด้านอื่น ไม่ว่าจะเป็นข่าวสารการประกาศรับสมัคร ข่าวสารทางด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ข่าวสารการจัดกิจกรรมต่างๆ ข่าวสารทางด้านการวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ ข่าวสารการอบรมและสัมมนา ข่าวสารเกี่ยวกับด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ ข่าวสารเกี่ยวกับด้านการได้รับรางวัลต่างๆ ข่าวสารเกี่ยวกับด้านบริการวิชาการ ข่าวสารความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ อัทคิน ชาร์ลส์ เค ได้กล่าวไว้ว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยังมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์มากกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

**2.2 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลา** พบว่า ในภาพรวมนักศึกษามีการรับรู้เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลาในระดับ

ปานกลาง เนื่องจากนักศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สงขลาอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน จึงส่งผลให้การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลาในระดับปานกลางไปด้วย อาจเนื่องมาจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลาไม่ได้มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลาขาดการประชาสัมพันธ์องค์กร พัชรี เษยจรรยา, เมตตา กฤตวิทย์ และถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ (2534) ได้กล่าวไว้ว่า ในความเป็นจริงแล้วเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่างๆ รอบตัวได้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ทุกคนมีความสนใจและรับรู้สิ่งต่างๆ รอบตัวต่างกัน ฉะนั้นเมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสารสองคนอาจให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกัน ซึ่งการรับรู้ที่ต่างกันเกิดจากอิทธิพลบางอย่าง เช่น แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ ประสบการณ์เดิม กรอบอ้างอิง สภาพแวดล้อม สภาพจิตใจและอารมณ์ เป็นต้น

**2.3 ภาพลักษณ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลา พบว่า** ภาพลักษณ์โดยรวมมีภาพลักษณ์ในเชิงบวกสูง เมื่อเปรียบเทียบกับภาพลักษณ์ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ ด้านบริการวิชาการแก่สังคม ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ด้านคุณลักษณะนักศึกษา/บัณฑิต โดยกลุ่มตัวอย่างมองเห็นภาพลักษณ์ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เป็นอันดับแรก และจุดเด่นที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นอันดับแรก คือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยเป็นสถาบันการศึกษาที่มีนักศึกษา/บัณฑิตที่มีความเชี่ยวชาญเทคโนโลยี มีทักษะปฏิบัติ รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยเป็นสถาบันการศึกษาที่มีเครื่องมือการเรียนการสอนที่ทันสมัยที่สุด ส่วนภาพลักษณ์ในด้านที่ควรปรับปรุง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษามีความคิดเห็นที่ต้องการให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลาปรับปรุง เป็นอันดับแรก ในด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ รองลงมา คือ ในด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ ซึ่งพรทิพย์ วรกิจโกภาทร (2537) ได้กล่าวไว้ว่าภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นมานั้น ย่อมเกิดมาจากเหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม ช่องทางการสื่อสาร องค์ประกอบเฉพาะบุคคล การรับรู้และความประทับใจ ซึ่งภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นย่อมมีการผันแปรเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา เนื่องจากได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ เกี่ยวกับองค์กรนั้นๆ หรือไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเลย

**2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า**

**2.4.1 เพศ** มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.493)

ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสภาพจิตใจและอารมณ์ เนื่องจากเพศหญิงและเพศชายย่อมมีสภาพจิตใจและอารมณ์ที่แตกต่างกันออกไป เพศชายอาจมีสภาพจิตใจที่เข้มแข็งกว่าเพศหญิง เพศหญิงอาจมีความอ่อนโยนกว่าเพศชาย (พัชรี เษยจรรยา, เมตตา กฤตวิทย์ และถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์, 2534)

**2.4.2 อายุ** มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ใน ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 อยู่ในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.191)

ซึ่งอายุเป็นปัจจัยภายในที่มีผลต่อการเกิดการรับรู้และตีความออกเป็นภาพลักษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับสุภาวดี อุหาทอง ที่กล่าวไว้ว่า ปัจจัยภายในย่อมมีผลทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่แตกต่างกันออกไปเนื่องจาก อายุที่ต่างกันก็จะทำให้การรับรู้และการมองภาพลักษณ์ที่ต่างกันออกไป

1) **ชั้นปีที่ศึกษา** มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยใน ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ ด้านบริการวิชาการแก่สังคม และด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 โดยชั้นปีที่ศึกษา มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ อยู่ในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.162) ชั้นปีที่ศึกษามีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ อยู่ในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.177) ชั้นปีที่ศึกษามีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านงานบริการวิชาการแก่สังคมอยู่ในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.160) ชั้นปีที่ศึกษามีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.127)

ทั้งนี้อาจจะเกิดจากการที่ผู้รับสารได้รับตัวกระตุ้นทั้งจากข้อมูลข่าวสารจากประสบการณ์ในอดีตจากพื้นฐานการศึกษาที่เคยได้รับเรียนรู้ รวมไปถึงประเพณีวัฒนธรรมต่างๆ ในสังคมตามช่วงระยะเวลาที่แตกต่างกันออกไป (Baker, 1992 and Coyle, 1993)

2) **คณะที่ศึกษา** มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญ 0.05 อยู่ในระดับต่ำ (ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.147)



ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน เช่น อุณหภูมิ วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ บรรยากาศ สถานที่ ฯลฯ ทำให้การตีความสารที่ได้รับต่างกัน (พัชรี เษยจรรยา, เมตตา กฤตวิทย์ และฉัตรนันท์ อนวัชศิริวงศ์, 2534) เพราะคณะแต่ละคณะย่อมมีวัฒนธรรมความเป็นอยู่ บรรยากาศ สถานที่ที่แตกต่างกันออกไป

### 3. ข้อเสนอแนะ

#### 3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมีภาพลักษณ์ในเชิงบวกสูง ขณะที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยอยู่ในระดับปานกลางและมีการรับรู้เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลาในระดับปานกลาง ทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยควรปรับภาพลักษณ์และหาแนวทางในการประชาสัมพันธ์ให้ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ดังนี้

3.1.1 การนำไปกำหนดนโยบายในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลาให้มีทิศทางที่ชัดเจน และให้สอดคล้องกับนโยบายด้านต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย

3.1.2 การนำไปจัดทำแผนแม่บทการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลาทั้งแผนระยะยาวและแผนระยะสั้น โดยดำเนินการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลา และให้ครอบคลุมไปยังหน่วยงานภายนอกทุกๆ พื้นที่

3.1.3 การนำผลการวิจัยไปปรับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยสงขลาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ โดยบริหารจัดการให้เป็นระบบและต่อเนื่องและเน้นการประชาสัมพันธ์เชิงรุก

3.1.4 ควรสนับสนุนและส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและเน้นทางวิชาชีพให้มากขึ้น ทางด้านการเรียนการสอนและทางด้านการประชาสัมพันธ์ให้ทันสมัยให้ทันยุคและทันต่อเหตุการณ์ เพื่อนำมาปรับปรุงตรงจุดข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างได้เสนอมา

#### 3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 งานวิจัยในครั้งนี้ ทำการศึกษาเฉพาะนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 ถึงปีที่ 4 เท่านั้น จึงควรทำการวิจัยให้ครอบคลุมทั้งนักศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาโท

เพื่อจะได้นำข้อมูลไปใช้วางแผนงานประชาสัมพันธ์ และสร้างภาพลักษณ์ให้เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย

3.2.2 ควรมีการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จากบุคคลภายนอกมหาวิทยาลัย

3.2.3 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อ ประเด็นสาร และกลยุทธ์ในการสื่อสาร เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย





บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กมลวัฒน์ ยะสารวรรณ (2547) “การรับรู้กฎระเบียบของพนักงานท่าเรือแหลมฉบัง” วิทยานิพนธ์  
ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา
- กันยา สุวรรณแสง (2542) *จิตวิทยาทั่วไป* พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพมหานคร อักษรพิทยา
- จิริรัตน์ ธรรงค์นุรักษ์ (2546) “ภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชน  
กรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- จุมพล รอดคำดี (2533) *สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา* กรุงเทพมหานคร คณะนิเทศศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ณัฐสรุต นนทธิ (2544) “การรับรู้ในการดูแลอนามัยสิ่งแวดล้อมของนักศึกษาประถมศึกษา”  
การค้นคว้าอิสระปริญญาสาขารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ธีรวุฒิ เอกะกุล (2543) *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์* อุบลราชธานี  
สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี
- นุชนารถ อินทโรจน์ และคณะ (2553) *ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีใน  
ทัศนะประชาชนจังหวัดปทุมธานี* มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- บุญชม ศรีสะอาด (2543) *การวิจัยเบื้องต้น* กรุงเทพมหานคร สุวีริยาสาส์น
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2540) *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์* พิมพ์ครั้งที่ 7  
กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์และปกเจริญผล
- เปรมมิกา ปลาสุวรรณ (2549) “การรับรู้และปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ต่อการจัดการขยะพลาสติกของ  
ประชาชน เขตตำบลน้ำแพร่ อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าอิสระปริญญา  
สาขารณสุขศาสตรบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- พิชญา วรรณวัฒน์ (2540) “การศึกษาภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) ในทัศนะ  
ของพนักงานทั่วประเทศ” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา  
นิติศาสตรธุรกิจบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร (2537) *ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*  
กรุงเทพมหานคร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

- พจน์ี เขยจรรยา, เมตตา กฤตวิทย์ และถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ (2534) ภาพพจน์ของนักการเมืองสตรี: ศึกษาเปรียบเทียบจากการรับรู้ของตนเองของประชาชน และการนำเสนอในหน้าหนังสือพิมพ์ กรุงเทพมหานคร, ม.ป.พ.
- วารารณณ์ ชาวพงษ์ (2548) ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ตามการรับรู้ของชุมชนท้องถิ่นอำเภอหาดใหญ่ งานประชาสัมพันธ์ กองกลาง มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- วิชุดา ไชยสีวามงคล และคณะ (2554) ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่นในมุมมองของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาควิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- วิรัช ฤทธิรัตนกุล (2540) การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์ กรุงเทพมหานคร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วิเชียร เกตุสิงห์ (2543) การวิจัยเชิงปฏิบัติ กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์เจริญผล
- สิทธิโชค วรานุสันติกุล (2531) ทฤษฎีและปฏิบัติการทางจิตวิทยาสังคม กรุงเทพมหานคร พัทธอักษร
- สุวลี มลิทางกูร (2538) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบางประการกับการรับรู้กลวิธีสาธารณสุขมูลฐานของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรสาธารณสุขศาสตร์ วิทยาลัยสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดชลบุรี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- สุภาวดี คูหาทอง (2533) “บทบาทที่คาดหวังและการปฏิบัติงานของผู้ชำนาญการพิเศษด้านสาธารณสุขตามการรับรู้ ผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงานในสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด” วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล
- สุดจินดา ดังก้อง (2550) “การศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางในทัศนะของประชาชนในจังหวัดลำปาง” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- เสรี วงษ์มณฑา (2540) การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ กรุงเทพมหานคร เอ.เอ็น. การพิมพ์
- เสถียร เขยประทับ (2552) การสื่อสารและการพัฒนา กรุงเทพมหานคร คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- \_\_\_\_\_ . (2548) 50 ปี ราชวมงคลภาคใต้ สงขลา นิโอ พ้อยท์
- อรอุมา ไชยเศรษฐ (2551) “ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยพายัพในทัศนะของนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพและนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเชียงใหม่” การศึกษาค้นคว้าอิสระ สาขาวิชาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

- Assael, H. (1998). *Consumer Behavior: and Marketing Action. (6 th ed.)* Ohio: South-Western College Publishing.
- Atkin, Charles K. (1973). *Public Communication Campaigns.* ed. Or.cl.w.dust. London: SAGE Publ.
- Barker, M. A. (1992). *Transformational Nursing Leadership: A Vision for Future.* New York National League for Nursing Press.
- Cherry, colin. (1978). *Human Communication : A Review, A Survey and A Criticism.* NewYork: Hole Rinechart&Winston.
- Coyle, M. B. (1993). *Quality interpersonal communication:An overview.* [CD-ROM]. Full text From. ABI/ Infrom Files: 0025 – 1623.
- Gibson, J. L. (2000). *Organizations Behavior. (7th ed.)*. Boston: Irwin. River. NJ : Prentice Hall.
- Hanna, N. & Wozniak, R. (2001). *Consumer behavior : An applied approach.* Upper Saddle.
- Heimbach and Jacoby. (1972). *The Psychology of Consumer Behavior.* New York: Routledge.
- Kendler, Howard H. (1974). *Basic Psychology.* California : W.A. Benjamin, Inc.
- Kotler. (2000). *Marketing Management.* The millennium Edition. New Jersey: Prentice-Hall.
- Likert, R. (1932). *A Technique for the measurement of Attitude.* Arch. Psychol.
- Mowen, J. C. & Minor, M. (1998). *Consumer Behavior.* (5th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Newcomb, Theodore M. (1954). *Social Psychology.* New York : DrydenPress.
- Norman L.Munn. (1971). *Introduction to Psychology Boston : Houghton Mifflin company.*
- Riley, M. and Flowerman S. (1951). *Group Relations as a Variable in Communications Research.* In American Sociology Review (December 1951).
- Rogers, Everette M. and Svenning, Lynne. (1969). *Modernization among Peasants : The Impact of Communication.* New York : Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Roger. (1978). *Tagmemic phonology and natural generative phonology: a comparison.* Research Papers of the Texas SIL at Dallas, 5. Dallas: Summer Institute of Linguistics.
- Schramm, Wilbur. (1960). *The Process and Effects of Mass Communication.* Urbana, IL.: University of Illinois Press.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior.* (5th ed.). Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall.

Schiffman, Leon G., & Kanuk., Leslic L. (2000). *Consumer behavior* (7<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

Thurston, L.L. (1969). *The measurement of attitude: A psychophysical method and some experiment with scale for measuring attitude toward the church Chicago*. The University of Chicago Press.



ภาคผนวก





ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย



## รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

1. อาจารย์ ดร. เอกญา แวงภักดิ์  
อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
2. รองศาสตราจารย์สุมน อยู่สิน  
อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิญา สนกนก  
อาจารย์ประจำสำนักเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช





ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

สภามหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

## แบบสอบถาม

**คำชี้แจง** แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำข้อมูลไปศึกษาและใช้ประกอบในการทำค้นคว้าอิสระ เรื่อง “ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในมุมมองของนักศึกษาระดับปริญญาตรี” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างยิ่ง สำหรับท่านที่ให้ความกรุณาตอบแบบสอบถามนี้

**ตอนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน  หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

- |                   |  |  |
|-------------------|--|--|
| 1. เพศ            | <input type="radio"/> ชาย                                | <input type="radio"/> หญิง                 |
| 2. อายุ           | <input type="radio"/> 17-18 ปี                           | <input type="radio"/> 19-20 ปี             |
|                   | <input type="radio"/> 21-22 ปี                           | <input type="radio"/> 23-24 ปี             |
|                   | <input type="radio"/> 25 ปีขึ้นไป                        |  |
| 3. ชั้นปีที่ศึกษา | <input type="radio"/> ปี 1                               | <input type="radio"/> ปี 2                 |
|                   | <input type="radio"/> ปี 3                               | <input type="radio"/> ปี 4                 |
| 4. คณะที่ศึกษา    | <input type="radio"/> คณะบริหารธุรกิจ                    | <input type="radio"/> คณะวิศวกรรมศาสตร์    |
|                   | <input type="radio"/> คณะศิลปศาสตร์                      | <input type="radio"/> คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ |
|                   | <input type="radio"/> คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี |  |

**ตอนที่ 2** การเปิดรับสื่อและการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

สงขลา

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุด

2.1 ในภาคเรียนที่ผ่านมา ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยจากสื่อต่อไปนี้บ่อยครั้งเพียงใด (โปรดตอบทุกข้อ)

สื่อ	ความถี่ในการเปิดรับ				
	มากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน	5-6 ครั้งต่อเดือน	3-4 ครั้งต่อเดือน	1-2 ครั้งต่อเดือน	ไม่เคยเลย
<b>1. สื่อภายใน</b>					
1.1 เพื่อน/คนรู้จัก ภายในมหาวิทยาลัย					
1.2 อาจารย์/เจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัย					
1.3 รายการวิทยุของมหาวิทยาลัย					
1.4 เว็บไซต์ของมหาวิทยาลัย					
1.5 รายการโทรทัศน์ภายในมหาวิทยาลัย					
1.6 จุลสารของมหาวิทยาลัย					
1.7 บอร์ดประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย					
1.8 โปสเตอร์/ป้ายประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัย					
1.9 แผ่นพับ/ใบปลิวของมหาวิทยาลัย					
1.10 อื่นๆ (ระบุ).....					
<b>2. สื่อภายนอก</b>					
2.1 บุคคลภายนอกมหาวิทยาลัย					
2.2 วิทยุ(ระบุชื่อ).....					
2.3 เว็บไซต์ (ระบุชื่อ).....					
2.4 รายการจากสถานีโทรทัศน์(ระบุชื่อ).....					
2.5 จุลสาร (ระบุชื่อ).....					
2.6 บอร์ดประชาสัมพันธ์ (ระบุชื่อ).....					
2.7 โปสเตอร์/ป้ายประชาสัมพันธ์ (ระบุสถานที่).....					
2.8 แผ่นพับ/ใบปลิวของหน่วยงานภายนอก (ระบุชื่อ).....					

2.2 ข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่ท่านได้รับจากสื่อต่าง ๆ ในภาคเรียนที่ผ่านมา ได้แก่ข่าวสารประเภทใด

ประเภทของข่าวสาร	ระดับการเปิดรับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่ได้รับ
1. ข่าวสารทางการวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ เช่น การวิจัยเรื่องเห็ดโอ่ง ทุนวิจัยด้านการคมนาคมขนส่งระบบราง ทุนอุดหนุนการวิจัยทางวัฒนธรรม					
2. ข่าวสารเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยเช่น ทุนการศึกษาแลกเปลี่ยนกับประเทศต่าง ๆ โครงการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับประเทศมาเลเซีย					
3. ข่าวสารเกี่ยวกับด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพของมหาวิทยาลัย เช่น การผลิตมังคุดในน้ำเชื่อมบรรจุกระป๋อง ข้าวยาศรีวิชัย					
4. ข่าวสารเกี่ยวกับด้านบริการวิชาการของมหาวิทยาลัย เช่น โครงการฟื้นฟูและอนุรักษ์สำหรัยผมนางและจำปาอะพื้นเมืองของจังหวัดสงขลา					
5. ข่าวสารเกี่ยวกับด้านการทำนุบำรุงศาสนา ศิลปวัฒนธรรมของมหาวิทยาลัย เช่น กิจกรรมแห่เทียนพรรษา กิจกรรมงานชักพระและกิจกรรมต่าง ๆ ตามประเพณีของท้องถิ่น					
6. ข่าวสารเกี่ยวกับด้านการได้รับรางวัลต่างๆ ของมหาวิทยาลัย เช่น การได้รับรางวัลจากการแสดงนิทรรศการในงาน “42 International Exhibition of Inventions of Geneva” ณ กรุงเจนีวา สมาพันธรัฐสวิส					
7. ข่าวสารการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย เช่น กิจกรรมวันพ่อแห่งชาติ กิจกรรมวันเด็ก กิจกรรมกีฬา					
8. ข่าวสารการอบรมและสัมมนา เช่น การสัมมนาเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาการใช้สมุนไพรกับปราชญ์ท้องถิ่น, การบูรณาการการจัดความรู้สู่ชุมชนและประชาคมอาเซียน					
9. ข่าวสารความเคลื่อนไหวของมหาวิทยาลัย เช่น การสรรหาอธิการบดี การสรรหาคณบดี การปรับเปลี่ยนโครงสร้างต่าง ๆ ภายในและภายนอก					
10. ข่าวสารการประกาศรับสมัคร เช่น การเปิดรับสมัครนักศึกษาใหม่ การเปิดรับสมัครงาน					

**ตอนที่ 3** การรับรู้เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุด

ประเด็น	ระดับการรับรู้		
	สูง	ไม่รู้อะไร	ไม่แน่ใจ
<b>ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ</b>			
1. มทร.ศรีวิชัย มีหลักสูตรการเรียนการสอนเน้นวิชาชีพและเทคโนโลยีที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน			
2. มทร.ศรีวิชัย มีหลักสูตรการเรียนการสอนที่ทันสมัยเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน			
3. มทร.ศรีวิชัย มีเครื่องมือ อุปกรณ์การเรียนการสอนที่เพียงพอต่อการใช้งาน			
4. บุคลากรของ มทร.ศรีวิชัย มีความสามารถถ่ายทอดทักษะและความชำนาญด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ			
<b>ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์</b>			
1. มทร.ศรีวิชัย เป็นสถาบันการศึกษาที่มีคุณภาพและได้รับการยอมรับจากสังคม			
2. มทร.ศรีวิชัย เป็นแหล่งความรู้และมีความเป็นเลิศทางงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์			
3. มทร.ศรีวิชัย สามารถสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ที่มีความรู้และทักษะทางด้านปฏิบัติได้เป็นอย่างดี			
4. ผู้สำเร็จการศึกษาจาก มทร.ศรีวิชัย เป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพได้รับการยอมรับจากสังคม			

ประเด็น	ระดับการรับรู้		
	รู้	ไม่รู้	ไม่แน่ใจ
<b>ด้านบริการวิชาการแก่สังคม</b>			
1. นักศึกษาและบัณฑิตของ มทร.ศรีวิชัย เป็นผู้ที่มีน้ำใจ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อส่วนรวม			
2. มทร.ศรีวิชัย ได้ถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีสู่ชุมชนโดยการฝึกอบรมผู้กลุ่มเป้าหมาย เพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ			
3. มทร.ศรีวิชัย ให้การสนับสนุนนโยบายรัฐบาลเรื่องโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์			
4. มทร.ศรีวิชัย ให้บริการคำปรึกษาด้านเทคโนโลยีและบริการข้อมูลเทคโนโลยีนวัตกรรมและภูมิปัญญาชาวบ้าน			
<b>ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม</b>			
1. มหาวิทยาลัยฯ จัดกิจกรรมและส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น งานชักพระ			
2. มหาวิทยาลัยฯ ส่งเสริมกิจกรรมทางด้านศาสนาอย่างเสมอมา เช่น สารทเดือนสิบ ห่มผ้าพระธาตุเขาดังกวน แห่เทียนพรรษา			
3. นักศึกษาและบัณฑิตของมหาวิทยาลัยฯ ร่วมกิจกรรมรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นประจำทุกปี เช่น กิจกรรมแลหาด			
4. นักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยฯ ร่วมกันปลูกต้นไม้และรักษาสิ่งแวดล้อมภายในและบริเวณใกล้เคียงมหาวิทยาลัยฯ เช่น การปลูกป่าชายเลน การปลูกผักบุ้งทะเล			
<b>ด้านคุณลักษณะนักศึกษา/บัณฑิต</b>			
1. มีวินัย ซื่อสัตย์ เสียสละ จิตสาธารณะ และภักดีต่อองค์กร			
2. เป็นนักปฏิบัติ ใฝ่รู้ สู้งาน			
3. คิดเป็น ทำเป็น ใช้เป็น			
4. มีทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข			
5. เชี่ยวชาญเทคโนโลยี มีทักษะการสื่อสารระดับสากล			
6. รับผิดชอบต่อตนเองและสังคม			
7. สามารถทำงานเป็นทีมได้ ทั้งในบทบาทของผู้นำและผู้ตาม			
8. อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทยและสิ่งแวดล้อม			
9. มีสุขภาพสมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจ			



**ตอนที่ 4** ภาพลักษณ์ปัจจุบันของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดของท่านมากที่สุด

4.1 ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้  
อย่างไร

ภาพลักษณ์	ความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
<b>ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ</b>					
1. มทร.ศรีวิชัย มีความพร้อมของอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย					
2. มทร.ศรีวิชัย เป็นผู้นำในการเรียนการสอนด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพที่มีความสมบูรณ์และทันสมัยในท้องถิ่น					
3. มทร.ศรีวิชัย เน้นผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสู่สากลที่มีคุณธรรมและจริยธรรม					
4. มทร.ศรีวิชัย พัฒนาและส่งเสริมการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเพิ่มศักยภาพนักศึกษา					
<b>ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์</b>					
1. มทร.ศรีวิชัย มีการเสริมสร้างบรรยากาศให้เป็นมหาวิทยาลัยแห่งการวิจัย					
2. มทร.ศรีวิชัยมีการส่งเสริมงานวิจัยที่สอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่น					
3. มทร.ศรีวิชัยมีการนำผลงานวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในท้องถิ่น ได้จริงและเห็นผลเป็นรูปธรรม					
4. มทร.ศรีวิชัยสามารถสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ที่มีความรู้และทักษะทางด้านปฏิบัติได้เป็นอย่างดี					
5. ผลงานวิจัยของ มทร.ศรีวิชัยเป็นที่ยอมรับทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และนานาชาติ					

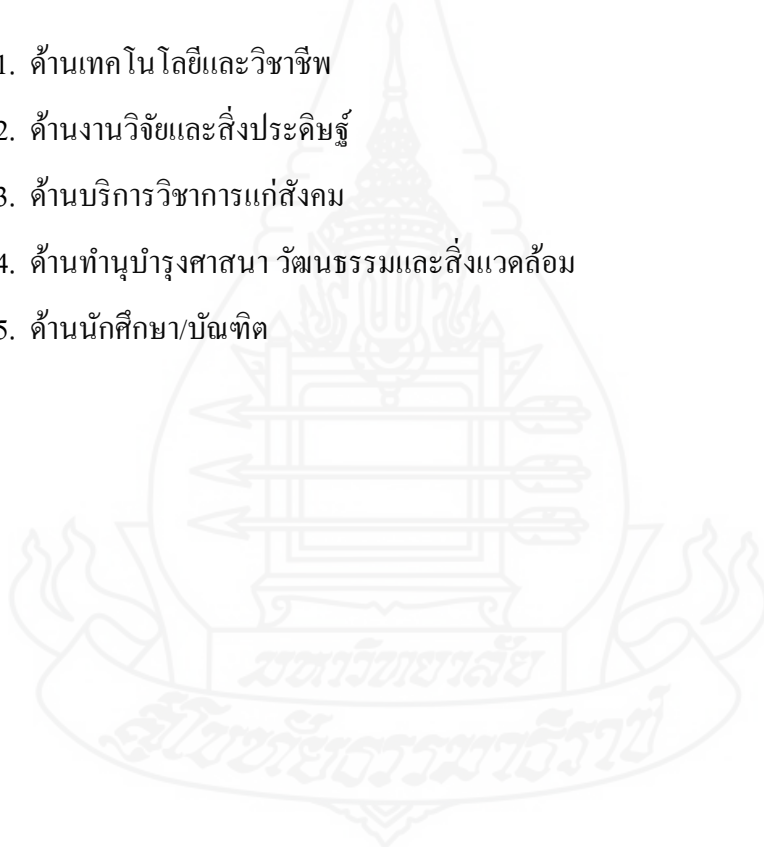
ภาพลักษณ์	ความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
<b>ด้านบริการวิชาการแก่สังคม</b>					
1. มทร.ศรีวิชัย ได้นำความรู้ไปประยุกต์ให้ความช่วยเหลือและได้รับการยอมรับจากสังคมและท้องถิ่นเป็นอย่างดี					
2. มทร.ศรีวิชัย ได้ช่วยสร้างอาชีพแก่ชุมชนต่างๆ ได้อย่างมั่นคง					
3. มทร.ศรีวิชัย ทำการวิจัยและพัฒนาต่อยอด เพื่อแก้ปัญหาในท้องถิ่น					
4. มทร.ศรีวิชัย ได้ส่งเสริมให้สถาบันการศึกษาที่มีศักยภาพมีห้องปฏิบัติการเฉพาะทางและพัฒนาไปสู่การจัดตั้งอุทยานวิทยาศาสตร์ในสถาบันการศึกษา					
<b>ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม</b>					
1. มทร.ศรีวิชัย มีกิจกรรมส่งเสริมทางด้านศาสนา วัฒนธรรมทั้งภายในและท้องถิ่น อย่างสม่ำเสมอ					
2. มทร.ศรีวิชัย ได้เข้าร่วมและสนับสนุนกิจกรรมทางด้านสิ่งแวดล้อม และกิจกรรมต่าง ๆ ของจังหวัด อย่างสม่ำเสมอ					
3. มทร.ศรีวิชัย ได้ปลูกจิตสำนึกให้แก่นักศึกษาและบุคลากร ในการทำนุบำรุงศาสนา อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม					
<b>ด้านคุณลักษณะนักศึกษา/บัณฑิต</b>					
1. มีวินัย ซื่อสัตย์ เสียสละ จิตสาธารณะ และรักดีต่อองค์กร					
2. เชี่ยวชาญเทคโนโลยี มีทักษะการสื่อสารระดับสากล					
3. เป็นนักปฏิบัติ ใฝ่รู้ สู้งาน					

4.2 ท่านต้องการให้มหาวิทยาลัยฯ มีภาพลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นในเรื่องใดมากที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- 1. เป็นสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงในด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ
- 2. เป็นสถาบันการศึกษาที่มีเครื่องมือการเรียนการสอนที่ทันสมัยที่สุด
- 3. เป็นสถาบันการศึกษาที่ให้ความช่วยเหลือแก่สังคมและท้องถิ่น
- 4. เป็นสถาบันการศึกษาที่สนับสนุนกิจกรรมด้านทำนุบำรุงศาสนาและวัฒนธรรม
- 5. เป็นสถาบันการศึกษาที่มีนักศึกษา/บัณฑิตที่มีความเชี่ยวชาญเทคโนโลยี มีทักษะปฏิบัติ

4.3 ท่านคิดว่า มหาวิทยาลัยฯ ควรปรับปรุงภาพลักษณ์ในเรื่องใดมากที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- 1. ด้านเทคโนโลยีและวิชาชีพ
- 2. ด้านงานวิจัยและสิ่งประดิษฐ์
- 3. ด้านบริการวิชาการแก่สังคม
- 4. ด้านทำนุบำรุงศาสนา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
- 5. ด้านนักศึกษา/บัณฑิต



**ประวัติผู้ศึกษา**

<b>ชื่อ</b>	นางสาวฐิติวัลลค์ รัชชโต
<b>วันเดือนปีเกิด</b>	20 ตุลาคม 2528
<b>สถานที่เกิด</b>	อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
<b>ประวัติการศึกษา</b>	บธ.บ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พ.ศ. 2551
<b>สถานที่ทำงาน</b>	งานเอกสารการพิมพ์และโสตทัศนอุปกรณ์ กองกลาง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
<b>ตำแหน่ง</b>	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป

