

ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับภาพลักษณ์คณะ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล สุวรรณภูมิ

THE RELATIONSHIP BETWEEN INFORMATION EXPOSURE AND THE IMAGE OF
THE SCIENCE AND TECHNOLOGY FACULTY IN RAJAMANGALA UNIVERSITY OF
TECHNOLOGY SUVARNABHUMI

ดร.มนตรี สังข์ทอง¹ ปกรณ์ แสงนิม² จินดาพร คงเดช³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับการเปิดรับข่าวสารของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ 2) เพื่อศึกษาภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และ 3) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปีการศึกษา 2555 จำนวน 360 คน และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน โดยทดสอบนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลการวิจัย พบว่า

1. นักเรียนมีระดับการเปิดรับข่าวสารของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจากสื่อประเภทต่างๆ ในภาพรวมและตามประเภทของสื่ออยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามอันดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล และสื่อมวลชน เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า สื่อที่นักเรียนรับรู้ข่าวสารสูงสุด เรียงตามอันดับค่าเฉลี่ย 3 อันดับแรก คือ อินเทอร์เน็ต รองลงมาอาจารย์แนะแนว/อาจารย์ภายในโรงเรียน และ www.sci.rmutsb.ac.th

2. นักเรียนมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับเชิงบวก เรียงตามอันดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบทบาททางสังคม ด้านบทบาทบุคลากร และด้านการปฏิบัติตามพันธกิจ

3. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์สูงสุด รองลงมาสื่อบุคคล และสื่อมวลชน ทั้งนี้เป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: การเปิดรับข่าวสาร, ภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มทร.สุวรรณภูมิ

¹ อาจารย์สาขาวิชาคณิตศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาวิชาคณิตศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

³ นักวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) To study the level of information exposure of the science and technology faculty in RajaMangala University of Technology SuvarnaBhumi. 2) To study the image of the science and technology faculty and 3) To analysis the relationship between information exposure and the image of the science and technology faculty.

The sample groups consisted of 360 Mattayomsuka 6 students in Phra Nakhon Si Ayutthaya province. The statistics used to analyze the data were frequency, percentage, mean, standard deviation, and pearson correlation coefficient analysis. The results showed that:

1. Students have the level of information exposure of the science and technology faculty from media in overall and individual aspects at the moderate, Sort by specialized media, persons media and mass media, for detail : the media at students percept in the maximum information were internet, the guidance teacher/teacher of school and www.sci.rmutsb.ac.th.

2. Students have the opinion on the image of the science and technology faculty over all and individual aspects at the positive level. Sort by the physical geography and facility, the social role, the personal role and the mission practice.

3. the information exposure in overall have positive related to the image of the science and technology faculty at statistical significant level of 0.01. for detail: the information exposure form specialized media have the maximum relationship, next to persons media and mass media, which positive related at statistical significant level of 0.01.

Keywords: The information exposure, The image of the science and technology faculty in RMUTSB

ความเป็นมาและความสำคัญ

พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พุทธศักราช 2548 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 18 มกราคม พ.ศ. 2548 มีผลให้สถาบันเทคโนโลยี มีฐานะเป็นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ตั้งแต่วันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2548 เป็นต้นไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล แบ่งออกเป็น 9 มหาวิทยาลัย มีวิทยาเขตหรือศูนย์พื้นที่ภายใต้การกำกับ ซึ่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิเป็น 1 ใน 9 แห่ง เป็นมหาวิทยาลัยที่จัดการศึกษาเฉพาะทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แบ่งออกเป็น 4 ศูนย์พื้นที่ ประกอบด้วย ศูนย์ทันตรา ศูนย์ยาสุกรี ศูนย์นนทบุรี และศูนย์สุพรรณบุรี โดยตั้งอยู่ใน 3 จังหวัด คือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดนนทบุรี และจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งให้บริการในเขตพื้นที่ดังกล่าว และใกล้เคียง โดยกำหนดวิสัยทัศน์ คือ “มหาวิทยาลัยชั้นนำด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อชุมชน สังคม

และนานาชาติ” ในปัจจุบันได้เปิดสอนในสาขาวิชาที่หลากหลาย จำนวน 6 คณะ และ 1 วิทยาลัย คือ 1) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม 2) คณะเทคโนโลยีการเกษตรและอุตสาหกรรมเกษตร 3) คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ 4) คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 5) คณะวิศวกรรมศาสตร์และสถาปัตยกรรมศาสตร์ 6) คณะศิลปศาสตร์ และ 7) วิทยาลัยการจัดการ เนื่องจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิจัดการศึกษาโดยเน้นด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ดังนั้นคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจึงมีบทบาทอย่างยิ่งในการร่วมผลักดันเพื่อให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัย โดยในปัจจุบันคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ได้เปิดสอนระดับปริญญาตรีใน 3 สาขา คือ สาขาเคมี สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ และสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ และอยู่ระหว่างดำเนินการขอเปิดอีกหลายสาขาวิชา

ในปัจจุบันการจัดการศึกษามีการแข่งขันกันอย่างสูงพิจารณาได้จากการเปิดหลักสูตรหรือสาขาต่างๆ ได้มีการนำกลยุทธ์ทางการตลาดในรูปแบบต่างๆ มาใช้ในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ นักศึกษาสนใจสมัครเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยของตนเอง ดังนั้นในยุคที่การตลาดมีบทบาทอย่างมากทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม หรือแม้แต่การศึกษาที่องค์การการค้าโลกกำหนดให้เป็นสินค้าบริการรูปแบบหนึ่งในระบบตลาดเสรี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาในระดับอุดมศึกษาที่นับวันจะมีการแข่งขันในเชิงคุณภาพทางการศึกษามากขึ้น ซึ่งสังเกตได้จาก การที่สถาบันการศึกษาต่างๆ ต้องมีการประเมินคุณภาพทางการศึกษาจากทั้งหน่วยงานภายในและหน่วยงานภายนอก อีกทั้งรัฐบาลได้มีนโยบายปรับเปลี่ยนสถาบันอุดมศึกษาของรัฐให้เป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐเพื่อให้เกิดความเป็นอิสระ มีความคล่องตัว ทั้งด้านการบริหารจัดการ และด้านวิชาการ สถาบันอุดมศึกษาต่างๆ จึงต้องเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับนโยบายดังกล่าว การทำการตลาดทางการศึกษา (Marketing Education) จึงเป็นสิ่งหนึ่งที่ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษานำมาเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและยกระดับคุณภาพของตนเอง ให้เป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศ

การส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งที่ได้นำมาพิจารณาเพื่อเป็นสื่อในการส่งเสริมการตลาดขององค์กรต่าง ๆ เนื่องจากภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรย่อมสร้างความประทับใจกับบุคคลภายนอกจนอาจก่อให้เกิดความเชื่อถือว่าไว้วางใจ ชื่นชม ศรัทธาในองค์กร ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาจึงให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ โดยอาศัยการสื่อสารทางการตลาดเป็นเครื่องมือ (Marketing Communication Tools) เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของออร์มาไฮเซอร์ (2551, หน้า 1) กล่าวไว้ว่า นอกจากการบริหารจัดการที่ดีแล้ว การสร้างภาพลักษณ์ก็เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อสถาบันและองค์กรต่างๆ ที่ไม่อาจจะเลยได้เนื่องจาก “ภาพลักษณ์ที่ดี” เป็นการสร้างคุณค่าหรือมูลค่าเพิ่มในใจของประชาชน เพราะภาพลักษณ์เป็นภาพที่บุคคลแต่ละคนสร้างขึ้นมาจากความรู้หรือได้สัมผัส และมีประสบการณ์กับองค์กรนั้นๆ โดยผ่านกระบวนการสื่อสารและพฤติกรรมขององค์กร ซึ่งหากทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความประทับใจก็จะเกิดภาพลักษณ์ทางบวกที่ส่งผล

ให้การดำเนินงานต่างๆ ขององค์กรประสบความสำเร็จ มีชื่อเสียงได้รับการยอมรับยิ่งขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับภาพลักษณ์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ทั้งนี้สารสนเทศดังกล่าวจะนำไปสู่การส่งเสริมและพัฒนาการสื่อสาร และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการเปิดรับข่าวสารของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
2. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
3. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
ประชากร คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปีการศึกษา 2555 จำนวน 3,565 คน
กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปีการศึกษา 2555 สุ่มตัวอย่างโดยอาศัยแนวคิดการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage random sampling) กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 0.05 ได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 360 คน
2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับข่าวสารของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จากสื่อ 3 ประเภท ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล
ตัวแปรตาม คือ ภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการปฏิบัติ ตามพันธกิจ ด้านบทบาททางสังคม ด้านบทบาทบุคลากร และด้านภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก

3. ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ระหว่างเดือน ตุลาคม 2554 – กันยายน 2555 รวม 12 เดือน

สมมติฐานการวิจัย

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อ 3 ประเภท ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับ ภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ได้ทราบถึงระดับการเปิดรับข่าวสารของ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจากสื่อประเภทต่างๆ
2. ได้ทราบถึงภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
3. ได้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับ ข่าวสารกับภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
4. สามารถนำสารสนเทศไปใช้ในการวางแผน การสื่อสารและสร้างภาพลักษณ์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตลอดจนวางแผนแนวทางในการเพิ่มจำนวนนักศึกษาในอนาคต

การทบทวนวรรณกรรม และแนวคิด

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร การ เปิดรับข่าวสาร

ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรม ต่างๆ ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคม ที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และ ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญ ที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น

ความหมายของการสื่อสาร

Windahl, Signitzer and Olsen (1992) กล่าวว่า การสื่อสาร หมายถึง การส่งผ่านข้อมูล ความ คิด ทักษะ หรืออารมณ์ จากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลไปสู่ บุคคลอื่นหรือกลุ่มบุคคลอื่นโดยใช้สัญลักษณ์

Cherry (1978) กล่าวว่า การสื่อสารของ มนุษย์ กระทำเพื่อแบ่งปันข่าวสาร (An act of sharing) กันนั่นเอง และการแบ่งปันข่าวสารระหว่าง กันนี้จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การ ตัดสินใจและกระทำกิจกรรมที่ประสานสอดคล้องกัน

Atkin (1973) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับ ข่าวสารมากย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจ สภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์

องค์ประกอบของการสื่อสาร

องค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสารประการ หนึ่ง คือ ผลของการสื่อสารซึ่งเกิดหลังจากการสื่อสาร ทุกครั้ง มักจะเกิดผลในเรื่องต่างๆ เป็นการก่อให้เกิด การเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะและพฤติกรรมของผู้รับ สาร ผลของการสื่อสารจะเป็นอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับตัวผู้ รับสารเป็นสำคัญ ปัจจัยที่มีผลต่อองค์ประกอบในเรื่อง ตัวผู้รับสารที่สำคัญ คือ กระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ของมนุษย์ การเปิดรับข่าวสารนั้น แบ่งออก เป็น 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ (อารยา โพลีทอง, 2548)

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

โดยที่ผู้รับสารคาดหวังว่าการบริโภคข่าวสาร จากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ หรือ เปลี่ยนลักษณะนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้ โดยที่ การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้น จะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อม มีวัตถุประสงค์และความตั้งใจ การใช้ประโยชน์จาก สื่อมวลชนที่แตกต่างกันไป Klapper (1960) ได้แบ่ง ขั้นตอนการเปิดรับข่าวสารไว้ดังนี้

1) การเลือกรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention)

กล่าวคือ ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจ ข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักจะเลือกตามความ คิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มี อยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความ เข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทาง จิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า Cognitive Dissonance ฉะนั้น การลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าว ได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวที่ สอดคล้องกับความคิดของตน

2) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation)

หลังจากการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้และตีความข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ทักษะคิด ความต้องการ ความหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น ฉะนั้นบางครั้งผู้รับสารอาจจะบิดเบือนข่าวสารเพื่อให้สอดคล้องกับความรู้อุ้ ทักษะคิด และความเชื่อของตนเองด้วย

3) การเลือกจดจำ (Selection Retention)

เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะคิดของตนเอง และจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือส่วนที่ขัดแย้ง เรื่องที่ขัดกับความคิดเห็นของตนเองได้ง่าย ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของข่าวสารที่ได้รับจึงเท่ากับการช่วยเหลือเสริมให้ทัศนคติ หรือความเชื่อของผู้รับสารมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล

สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน Rogers and Shoemaker (1971) กล่าวว่าในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอออกไปหรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่สุด เพื่อให้มีการยอมรับสารนั้น ควรที่จะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลโดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนั้นจะมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจขึ้น ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลแบ่งเป็น 2 ประเภท (เสถียร เขยประทับ, 2525) คือ

1) การติดต่อโดยตรง (Direct contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวกับประชาชนโดยตรง แต่มีข้อจำกัดคือต้องใช้สื่อบุคคลจำนวนมาก สิ้นเปลืองเวลา ค่าใช้จ่าย และแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

2) การติดต่อโดยกลุ่ม (Group contact of community public) กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม โดยที่กลุ่มต่างๆ จะช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ เช่น การประชุมสัมมนา ก็คือ การจัดกลุ่มที่มีความสนใจร่วมกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป สนทนา

แลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสารได้

ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการประชาสัมพันธ์และการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ซึ่งนักเรียนจะเกิดการรับรู้ เข้าใจ เกิดทัศนคติและเกิดภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นได้จำเป็นต้องอาศัยการเปิดรับข่าวสาร ดังนั้นข้อมูลข่าวสารและช่องทางการสื่อสารจึงเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะทำให้เกิดการเปิดรับข่าวสารนั้นๆ สำหรับในการวิจัยครั้งนี้ศึกษาการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ 3 ประเภท คือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจเนื่องจากในปัจจุบันในแต่ละองค์กรต่างมีสื่อเฉพาะของตนเองเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ สู่กลุ่มเป้าหมาย

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์

ความหมายของภาพลักษณ์

Kotler and Keller (2006, p. 502) ให้ความหมายของภาพลักษณ์ (Image) ว่าเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใดๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น

อรอุมา ไชยเศรษฐ์ (2551, หน้า 9) กล่าวว่าภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่ติดอยู่ในความคิดเห็นของบุคคลใดบุคคลหนึ่งต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่อาจจะมีชีวิต หรือไม่มีชีวิตก็ได้ เช่น สถาบัน องค์กร หน่วยงาน บริษัท ห้างร้าน และสินค้าหรือตัวบุคคลต่างๆ เป็นต้น ซึ่งอาจมีภาพที่เด่นชัดเพียงภาพเดียว หรือ หลายๆ ภาพก็ได้ แล้วแต่ว่าสิ่งนั้นๆ นำเสนอภาพของตนเองสื่อออกมาให้สาธารณชนได้รับรู้ได้อย่างไรเพราะภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น อาจด้วยความตั้งใจ หรือไม่ได้ตั้งใจก็ตาม แต่ได้สร้างการรับรู้ให้กับผู้อื่น จนเกิดเป็นภาพที่ฝังอยู่ในจิตใจ อาจเป็นภาพลักษณ์ที่ดีหรือไม่ดีก็ได้ แต่ภาพลักษณ์ที่ดีจะสร้างความประทับใจให้กับบุคคลอื่น ส่วนภาพลักษณ์ที่ไม่ดี ก็ จะสร้างความไม่เชื่อถือให้กับบุคคลอื่นๆ เช่นกัน

อารยา โพธิ์ทอง (2548, หน้า 11) กล่าวว่าภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจหรือความประทับใจที่บุคคลมีต่อองค์กร สถาบัน บุคคล กลุ่มบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากการเปิดรับ การรับรู้ และความเข้าใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจจะแตกต่างไปจากสภาพความเป็นจริงก็ได้ เพราะภาพลักษณ์นั้นไม่ใช่เรื่องของข้อเท็จจริง

แต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นเรื่องของการรับรู้ที่ปัจเจกบุคคลเอาความรู้สึกส่วนตัวเข้าไปปะปนอยู่ในข้อเท็จจริงนั้นด้วย

เสรี วงษ์มณฑา (2542) ใช้คำว่า “ภาพพจน์” ในความหมายของคำว่า “ภาพลักษณ์” เนื่องจากได้ให้เหตุผลว่าเป็นคำที่ใช้ในความหมายของภาพลักษณ์จนคนทั่วไปรับทราบและเข้าใจร่วมกันเป็นอย่างดี ซึ่งภาพลักษณ์นี้หมายถึง ข้อเท็จจริงบวกกับการประเมินส่วนตัวเป็นภาพที่ฝังใจของบุคคลอยู่นานแสนนาน ซึ่งอาจจะแตกต่างไปจากสภาพความจริงก็ได้

ความสำคัญของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กร สถาบัน สินค้า หรือธุรกิจต่างๆ เพราะเป็นมูลค่าที่แฝงอยู่ เป็นภาพที่สร้างความเชื่อให้กับบุคคล ซึ่งจะดีหรือไม่ดีก็ขึ้นอยู่กับสิ่งที่แสดงให้เห็นซึ่งคมได้รับรู้ผ่านการดำเนินงาน และการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเป็นพื้นฐานของการสร้างความเชื่อมั่น การสร้างความเข้าใจ และการแก้ไขปัญหาภัยเกิดวิกฤตการณ์ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจึงเป็นเรื่องที่องค์กรต้องให้ความสำคัญ เพราะเมื่อองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีแล้ว ก็เท่ากับวางรากฐานขององค์กรไว้อย่างแน่นหนาเมื่อเกิดวิกฤตการณ์ขึ้น องค์กรย่อมไม่สั่นคลอนมากนัก และสามารถแก้ไขได้อย่างรวดเร็ว

การที่ภาพลักษณ์มีความสำคัญมากในปัจจุบันสืบเนื่องมาจากเหตุผลหลายอย่างด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการที่สินค้า บริการต่างๆ มีมากขึ้น เกิดการแข่งขันกันเพื่อครองใจลูกค้า ในวงการการเมือง นักการเมือง หรือพรรคการเมือง ก็ต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ให้เกิดความน่าเชื่อถือไว้วางใจ อันจะทำให้ประชาชนยอมรับและเลือกให้เข้าไปมีส่วนในการบริหารประเทศ หรือในองค์กรและสถาบันต่างๆ หากมีภาพลักษณ์ที่ดี ก็เกิดความไว้วางใจและได้รับความร่วมมือในกิจกรรมขององค์กร

นอกจากนี้การสื่อสารมวลชนที่มีบทบาทอย่างสูงในชีวิตประจำวันของคน ยังมีส่วนให้ภาพลักษณ์มีความสำคัญมากขึ้น เพราะหากภาพลักษณ์ที่ผ่านสื่อสารมวลชนดีแล้ว ประชาชนส่วนใหญ่ก็จะเห็นดีด้วย แต่หากมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีถูกนำเสนอออกไปก็จะเป็นผลร้ายอย่างมหันต์เช่นกัน

ดังนั้น องค์กร สถาบันหรือหน่วยงานทางธุรกิจต่างๆ จึงต้องให้ความสำคัญต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเกิดขึ้นในใจของสาธารณชน อันจะทำให้เกิดทัศนคติที่ดีได้รับการยอมรับเชื่อถือ ไว้วางใจ และให้การสนับสนุนการดำเนินงานทั้งในปัจจุบันและอนาคต

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่าภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีความรู้สึกนึกคิดต่อคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ใน 4 ด้าน คือ

- ด้านการปฏิบัติตามพันธกิจ หมายถึง การดำเนินการตามสิ่งที่ประกาศไว้ ได้แก่ การผลิตบัณฑิตที่มีความเชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีความใฝ่รู้ มีคุณธรรม จริยธรรม และดำรงตนตามศีลธรรมและวัฒนธรรมอันดีงามของชาติ มุ่งผลิตงานวิจัยเพื่อให้ได้นวัตกรรมและองค์ความรู้ตรงตามความต้องการของสังคม มุ่งให้บริการทางวิชาการและเผยแพร่ นวัตกรรมและองค์ความรู้ตามความต้องการของสังคม ส่งเสริมการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้เพื่อพัฒนาท้องถิ่น ชุมชน และสังคม ส่งเสริมให้อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และบริหารงานโดยยึดหลักธรรมาภิบาลและปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

- ด้านบทบาททางสังคม หมายถึง ความเป็นผู้นำในการดำเนินกิจกรรมชุมชน ความรับผิดชอบ และการมีส่วนร่วมกับท้องถิ่น

- ด้านบทบาทบุคลากร หมายถึง ผู้บริหาร ในด้านนโยบาย บุคลิกภาพ ความรู้ ความสามารถ การมีส่วนร่วมกับท้องถิ่น อาจารย์ ในด้านบุคลิกภาพ ความรู้ความสามารถ การมีส่วนร่วมกับท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ ในด้านประสิทธิภาพการบริการ นักศึกษา ในด้านความรู้ความสามารถ บุคลิกภาพ มนุษยสัมพันธ์ และความรับผิดชอบต่อ

- ด้านภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ อาคารสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก แหล่งศึกษาค้นคว้า และเทคโนโลยี

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามแบ่งออก 4 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ เป็นเครื่องมือที่พัฒนาและปรับปรุงจากเครื่องมือของอรอมา ไชยเศรษฐ (2551) ลักษณะของเครื่องมือเป็นมาตราส่วนประมาณค่า(Rating scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ เป็นเครื่องมือที่พัฒนาและปรับปรุงจากเครื่องมือของอารยา โพธิ์ทอง (2548) ลักษณะของเครื่องมือเป็นมาตราส่วนประมาณค่า(Rating scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

การหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้นำแบบสอบถามเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของเครื่องมือ มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 นำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และนำมาคำนวณค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาคพบว่า ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.8754 และตอนที่ 3 ภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.9566

การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยประสานงานไปที่โรงเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ได้รับแบบสอบถามกลับคืน จำนวน 343 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 95.28

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งมีเกณฑ์ในการแปลผลดังนี้

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยระดับการเปิด

รับข่าวสารของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีรายละเอียด ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับการรับข่าวสารจากสื่อดังกล่าวอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีระดับการรับข่าวสารจากสื่อดังกล่าวอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีระดับการรับข่าวสารจากสื่อดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีระดับการรับข่าวสารจากสื่อดังกล่าวอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีระดับการรับข่าวสารจากสื่อดังกล่าวอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีรายละเอียด ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีภาพลักษณ์อยู่ในเชิงบวกมาก

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีภาพลักษณ์อยู่ในเชิงบวก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีภาพลักษณ์อยู่ในเชิงปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีภาพลักษณ์อยู่ในเชิงลบ

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีภาพลักษณ์อยู่ในเชิงลบมาก

2. สถิติเชิงอนุมานสำหรับวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ได้แก่ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (pearson correlation coefficient analysis) โดยทดสอบนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการเปิดรับข่าวสารของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ มีรายละเอียด ดังนี้

นักเรียนมีระดับการเปิดรับข่าวสารของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจากสื่อประเภทต่างๆ ในภาพรวมและตามประเภทของสื่ออยู่ในระดับปานกลาง

เรียงตามอันดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล และสื่อมวลชน และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า สื่อที่นักเรียนรับรู้ข่าวสูงสุด เรียงตามอันดับค่า

เฉลี่ย 3 อันดับแรก คือ อินเทอร์เน็ต รองลงมาอาจารย์แนะแนว/อาจารย์ภายในโรงเรียน และ www.sci.rmutsb.ac.th (ดังแสดงในตาราง 1)

ตาราง 1

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการเปิดรับข่าวสารของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

การเปิดรับข่าวสาร	\bar{X}	SD	ระดับการรับรู้
สื่อมวลชน	2.82	0.97	ปานกลาง
1. วิทยุ	2.48	1.07	น้อย
2. โทรทัศน์	3.13	1.26	ปานกลาง
3. หนังสือพิมพ์	2.84	1.04	ปานกลาง
สื่อเฉพาะกิจ	3.39	0.78	ปานกลาง
4. แผ่นพับ/เอกสาร/จุลสาร	3.11	0.96	ปานกลาง
5. โปสเตอร์/แผ่นป้าย	3.25	0.99	ปานกลาง
6. บอร์ดประชาสัมพันธ์	3.23	1.04	ปานกลาง
7. อินเทอร์เน็ต	3.92	1.02	มาก
8. www.sci.rmutsb.ac.th	3.41	1.14	มาก
9. สมาชิกในครอบครัว/ญาติ/เพื่อนบ้าน	2.91	1.15	ปานกลาง
10. เพื่อน, รุ่นพี่ที่จบไป	3.26	1.13	ปานกลาง
11. อาจารย์แนะแนว/อาจารย์ภายในโรงเรียน	3.74	0.88	มาก
12. อาจารย์/เจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ	2.81	1.09	ปานกลาง
13. นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ	2.87	1.11	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.15	0.68	ปานกลาง

2. ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ มีรายละเอียดดังนี้

นักเรียนมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ในภาพรวมอยู่ในระดับเชิงบวก และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า อยู่ในระดับเชิงบวกทุกด้าน เรียงตามอันดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบทบาททางสังคม ด้านบทบาทบุคลากร และด้านการปฏิบัติตามพันธกิจ (ดังแสดงในตาราง 2)

ตาราง 2

ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ภาพลักษณ์	\bar{X}	SD	ระดับภาพลักษณ์
1. ด้านการปฏิบัติตามพันธกิจ	3.82	0.52	เชิงบวก
2. ด้านบทบาททางสังคม	3.86	0.54	เชิงบวก
3. ด้านบทบาทบุคลากร	3.84	0.53	เชิงบวก
4. ด้านภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก	3.89	0.64	เชิงบวก
รวมเฉลี่ย	3.84	0.49	เชิงบวก

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับภาพลักษณ์

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ มีรายละเอียด ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ในภาพรวมมีความสัมพันธ์

ในเชิงบวกกับภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.235, 0.392 และ 0.342 ตามลำดับ (ดังแสดงในตาราง 3)

ตาราง 3

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

การเปิดรับข่าวสาร	ภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
สื่อมวลชน	0.235**
สื่อเฉพาะกิจ	0.392**
สื่อบุคคล	0.342**
รวมเฉลี่ย	0.404**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผล

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ มีประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปราย ดังนี้

1. จากผลการวิจัย พบว่า นักเรียนมีระดับการเปิดรับข่าวสารของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจากสื่อประเภทต่างๆ อยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามอันดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล และสื่อมวลชน และเมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า สื่อที่นักเรียนรับรู้ข่าวสารสูงสุด เรียงตามอันดับค่าเฉลี่ย 3 อันดับแรก คือ อินเทอร์เน็ต รองลงมาอาจารย์แนะแนว /อาจารย์ภายในโรงเรียน และ www.sci.rmutsb.ac.th ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากในปัจจุบันอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทอย่างยิ่งในทุกองค์กร จึงทำให้สื่อที่นักเรียนเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต นอกจากนี้แล้วนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 อยู่ในช่วงที่ต้องเตรียมตัวเพื่อเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ดังนั้น จึงต้องมีการค้นหาข้อมูลแต่ละสาขาวิชา และสถาบันการศึกษาที่ตนเองสนใจ และสื่อที่สามารถให้คำตอบต่างๆ ได้ดีและเป็น

ปัจจุบันที่สุด ก็คือ อินเทอร์เน็ตนั่นเองจึงทำให้นักเรียนได้รับทราบข้อมูลจากสื่อประเภทนี้มากที่สุด นอกจากนี้แล้วอาจารย์แนะแนว/อาจารย์ภายในโรงเรียนก็มีความสำคัญอย่างยิ่งเนื่องอยู่ใกล้ชิดกับนักเรียนโดยเฉพาะอาจารย์แนะแนวซึ่งรับผิดชอบเกี่ยวกับการให้คำแนะนำนักเรียนในการศึกษาต่อ และเป็นแหล่งร่วมข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์อย่างเป็นทางการผ่านในช่องทางของโรงเรียน จึงทำให้เป็นสื่อที่นักเรียนได้รับข่าวสารของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีด้วยเช่นกัน สำหรับเว็บไซต์ของคณะเป็นสื่อที่นักเรียนที่สนใจข้อมูลโดยตรงสามารถเข้าดูรายละเอียดต่างๆ ได้โดยไม่จำกัด เวลา สถานที่ และมีการ update ข้อมูลตลอดเวลา จึงทำให้เป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้นักเรียนเข้าถึงข่าวสารของคณะ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของอารยา โพธิ์ทอง (2548) พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตจากสื่อเฉพาะกิจ และสื่อมวลชนของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ตอยู่ในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับผลการวิจัยของอรอุมา ไชยเศรษฐ (2551) พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ อยู่ในระดับปานกลางถึงมาก

2. ผลการวิจัย พบว่า นักเรียนมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิในภาพรวมอยู่ในระดับเชิงบวก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของอารยาโพธิ์ทอง (2548) พบว่า ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตอยู่ในเชิงบวก และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า อยู่ในระดับเชิงบวกทุกด้าน เรียงตามอันดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบทบาททางสังคม ด้านบทบาทบุคลากร และด้านการปฏิบัติตามพันธกิจ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิเป็นมหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ในท้องถิ่น และได้จัดวางตำแหน่งตนเองโดยการเน้นความเป็นเลิศด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นอกจากนี้แล้วมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารรายละเอียดของคณะและมหาวิทยาลัย ผ่านหลากหลายช่องทาง เช่น อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ของคณะฯ แผ่นป้าย/แผ่นพับแนะนำคณะและมหาวิทยาลัย รวมถึงได้ดำเนินการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนานักเรียน และครู-อาจารย์ของโรงเรียนต่างๆในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและใกล้เคียง เช่น การจัดกิจกรรมวันวิทยาศาสตร์ การอบรมครูที่สอนด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การจัดทำความร่วมมือระหว่างโรงเรียนกับคณะฯ(MOU) การแนะแนวศึกษาต่อโดยทีมงานของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอันประกอบด้วย ผู้บริหาร อาจารย์ เจ้าหน้าที่ และรุ่นพี่ที่จบไปก็มีส่วนทำให้นักเรียนได้รับรู้ข่าวสารของคณะมากยิ่งขึ้นส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

3. ผลการวิจัย พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจมีระดับความสัมพันธ์สูงสุด รองลงมาคือบุคคล และสื่อมวลชน ทั้งนี้เป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งอาจเนื่องมาจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ เป็นการทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้รายละเอียดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็ผลงานหรือความเป็นไปขององค์กร

จึงทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กรนั้นนำไปสู่การเกิดภาพลักษณ์ต่อองค์กรดังกล่าวขึ้นในใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2554, หน้า12) กล่าวว่า การสื่อสารองค์กร คือ การสื่อสารเพื่อให้องค์กรเป็นที่รู้จักยอมรับ และมีภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดีในสายตาของสาธารณชน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของสมัยศึก ถนัดสอน(2541) พบว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของธนาคารเอเชีย และธนาคารไทยท努 และสอดคล้องกับผลการวิจัยของอารยาโพธิ์ทอง (2548) พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตกับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตมีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัย พบว่า สื่อที่นักเรียนรับรู้ข่าวสูงสุด คือ อินเทอร์เน็ต รวมถึงเว็บไซต์ของคณะ ดังนั้นควรมีการปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ ทั้งผลงานของบุคลากร ข้อมูลข่าวสารต่างๆ สาขาวิชาที่เปิดสอน ความเชี่ยวชาญของบุคลากร เป็นต้น นอกจากนี้แล้วควรจัดสัมมนาหรืออบรม ครู-อาจารย์ให้กับโรงเรียนในเขตพื้นที่บริการหรือใกล้เคียงเนื่องจากเป็นสื่อที่สำคัญยิ่งในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของคณะ

2. จากผลการวิจัย พบว่า นักเรียนมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับเชิงบวก เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย อยู่ระหว่าง 3.82 – 3.89 ซึ่งไม่สูงมากนัก ดังนั้น ควรมีการพัฒนาเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะในประเด็นภาพลักษณ์ด้านการปฏิบัติตามพันธกิจซึ่งเป็นหัวใจหลักของการทำงาน และควรจัดตั้งคณะทำงานเพื่อกำหนดกลยุทธ์การเผยแพร่ข่าวสาร และแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ของคณะให้ชัดเจนต่อไป

3. จากผลการวิจัย พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ดังนั้น คณะควรเพิ่มช่องทางในการกระจายข่าวสารสู่กลุ่มเป้าหมายโดยพิจารณาในมิติของประสิทธิภาพประกอบด้วย

ประสิทธิภาพ เนื่องจากสื่อบางประเภทมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง เช่น โทรทัศน์ เป็นต้น นอกจากนี้มหาวิทยาลัยควรมีการจัดตั้งสถานีวิทยุของมหาวิทยาลัยเพื่อสื่อสารสู่กลุ่มเป้าหมายโดยตรง

สุวรรณภูมิ ในกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ เช่น ชุมชนในเขตพื้นที่ตั้งมหาวิทยาลัย นักศึกษาของมหาวิทยาลัย หรือมุมมองของอาจารย์มหาวิทยาลัยอื่นๆ เป็นต้น

2. ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาภาพลักษณ์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

เอกสารอ้างอิง

- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2554). *การวางแผนและการประเมินผลการสื่อสารเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: 21 เซ็นจูรี่. สมัยศึก ทัศนตอน. (2541). *ภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ที่ได้รับผลกระทบจากแผนฟื้นฟูระบบสถาบันการเงิน 14 สิงหาคม 2541*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสถียร เขยประทับ. (2525). *การสื่อสารและการพัฒนา*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีและการปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.
- อรอุมา ไชยเศรษฐ. (2551). *ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยพายัพในทัศนะของนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพและนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเชียงใหม่*. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อารยา โพธิ์ทอง. (2548). *ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Atkins, C. K. (1973). *Anticipated Communication and Mass Media Information Seeking*. Public Opinion Quarterly. New York: Free Press.
- Cherry, C. (1978). *Human Communication : A Review, A Survey and A Criticism*. New York: Hole Rinehart and Winston.
- Klapper, J.T. (1960). *The Effect of Mass Communication*. New York: Free Press.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2006). *Marketing Management* (12th ed). Upper Saddle River, NJ: Prentice- Hall.
- Rogers, E. M., & Shoemaker, F. F. (1971). *Communication of Innovations: Organizations*. New York: The Free Press.
- Windahl, S., Signitzer, B., & Olsen, J.T. (1992). *Using Communication Theory*. Thousand Oaks, California: Sage.