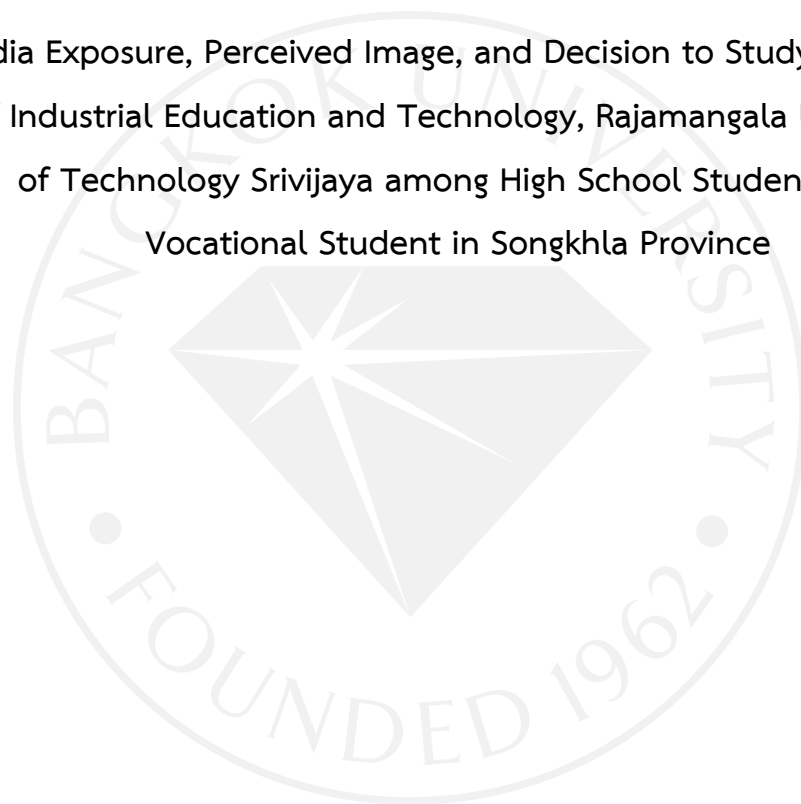


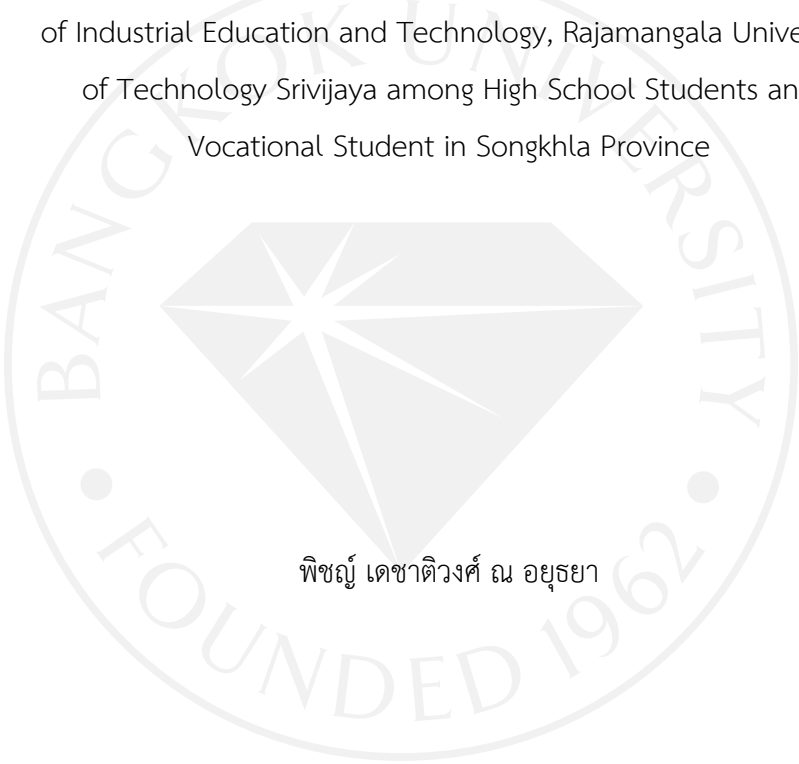
พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การรับรู้ด้านภาพลักษณ์และการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา

Media Exposure, Perceived Image, and Decision to Study in Faculty
of Industrial Education and Technology, Rajamangala University
of Technology Srivijaya among High School Students and
Vocational Student in Songkhla Province



พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การรับรู้ด้านภาพลักษณ์และการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา

Media Exposure, Perceived Image, and Decision to Study in Faculty
of Industrial Education and Technology, Rajamangala University
of Technology Srivijaya among High School Students and
Vocational Student in Songkhla Province



พิชญ์ เดชาติวงศ์ ณ อรุณยา

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2558



©2559

พิชญ์ เดชาติวงศ์ ณ อยุธยา

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การรับรู้ด้านภาพลักษณ์และการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์
อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา
ตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา

ผู้วิจัย พิชญ์ เตชาติวงศ์ ณ อยุธยา

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย



อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัลลิกา ผลอนันต์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

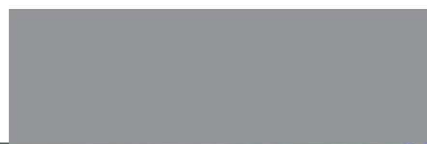


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชราภรณ์ เกษะประกร)

ผู้เชี่ยวชาญ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรคอุดม)



(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

23 กันยายน 2559

พิชญ์ เดชาติวงศ์ ณ ออยุธยา. ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์,
กันยายน 2559, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ การรับรู้ด้านภาพลักษณ์และการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์
อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา
ตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา (102 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรภรณ์ เกษะประกกร

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การรับรู้ด้านภาพลักษณ์และ
การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา
โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ทำการวิเคราะห์
ข้อมูลโดยมีสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการ
วิเคราะห์เชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และ
ค่าความแปรปรวนตัวแปรพหุนาม ในการวิเคราะห์เชิงอนุมาน โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ 0.05 ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งผลการศึกษารูปได้ว่า ข้อมูลส่วนตัวของนักเรียน ได้แก่ เพศ
และเกรดเฉลี่ยสะสมที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับสื่อของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ
เทคโนโลยี มทร.ศรีวิชัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ รายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนของนักเรียนที่
แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ด้านภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มทร.ศรีวิชัย
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ความถี่ในการเปิดรับสื่อของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
มทร.ศรีวิชัย มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ
เทคโนโลยี มทร.ศรีวิชัย และนักเรียนที่มีการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ
เทคโนโลยี มทร.ศรีวิชัย ที่แตกต่างกันจะมีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ
เทคโนโลยี มทร.ศรีวิชัย ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปประยุกต์ใช้เป็น
แนวทางในการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของ
สถานอุดมศึกษา ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนได้

คำสำคัญ: การเปิดรับข่าวสาร, การรับรู้ด้านภาพลักษณ์, การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ

Dejatiwongsa Na Audhya, P. M.Com.Arts (Strategic Communications), September 2016, Graduate School, Bangkok University.

Media Exposure, Perceived Image, and Decision to Study in Faculty of Industrial Education and Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya among High School Students and Vocational Student in Songkhla Province (102 pp.)

Advisor: Asst.Prof.Pacharaporn Kesaparakorn, Ph.D.

ABSTRACT

This survey research aims to examine the relationships among media exposure, perceived university's image, and the enrollment decision into the Faculty of Industrial Education and Technology Rajamangala University of technology Srivijaya among high school students and vocational students in Songkhla Province. Two hundred high school students and vocational students in Songkhla Province participated in the survey and they were sampled by using non-purposive sampling and convenience sampling. The data was being analyzed and tabulated using One-Way Analysis of Variance, Pearson Correlation Coefficient, and Multivariate Analysis of Variance with significance level of 0.05. The results revealed that sample with gender difference and grade point average difference had significant different media exposure to Faculty of Industrial Education and Technology RMUTSV. The samples with different household income per month had significant different perceived image of the university. Their media exposure behavior of Faculty of Industrial Education and Technology RMUTSV was positively correlated with the perceived image of the university. The samples with different perceived image of the university had different enrollment decision into Faculty of Industrial Education and Technology RMUTSV. These results can be applied to manage public relations and reputation management plan of the university or other educational institutions in the higher education to meet the expectation of the prospect high school students and vocational students in order to increase students' enrollment.

Keywords: Media Exposure, Perceived University's Image, Enrollment Decision

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชราภรณ์ เกษะประกกร อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระซึ่งได้มอบความรู้ คำชี้แนะ และให้การปรึกษาที่ดีและเป็นประโยชน์ต่อการค้นคว้า รวมถึงการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ

ขอขอบคุณทางคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในการให้ความร่วมมือในด้านข้อมูลและโรงเรียนต่าง ๆ ในพื้นที่จังหวัดสงขลาในการให้ความร่วมมือและอำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูล

ขอขอบคุณครอบครัว คุณพ่อ คุณแม่ และพี่สาว ที่ให้การสนับสนุนในด้านการศึกษา และคอยเป็นกำลังใจให้เสมอมา จนการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้สำเร็จด้วยดี

พิชญ์ เตชาติวงศ์ ณ อยุธยา



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.3 ขอบเขตการวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ของการวิจัย	5
1.5 นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสารตามหลักลักษณะประชากร	14
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร	17
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์	19
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ	25
2.6 สมมติฐานการวิจัย	26
2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย	27
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	28
3.2 การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	29
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	30
3.4 การทดสอบเครื่องมือ	38
3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	39
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	40

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 บทวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา	42
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานของงานวิจัย	55
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา	67
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	71
5.3 บทสรุปการวิจัย	77
5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้	78
5.5 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย	80
บรรณานุกรม	81
ภาคผนวก	86
ประวัติผู้เขียน	102
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1: จำนวนนักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามรูปแบบการศึกษา	29
ตารางที่ 3.2: ค่าการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์อัลฟาจากงานวิจัยเพื่อพัฒนาแบบวัด ภาพลักษณ์องค์กร	33
ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล	42
ตารางที่ 4.2: จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความถี่ใน การเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในระยะเวลา 1 เดือน	44
ตารางที่ 4.3: จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	46
ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ	53
ตารางที่ 4.5: การเปรียบเทียบความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามเพศ	55
ตารางที่ 4.6: การเปรียบเทียบความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามแผน การศึกษา	56
ตารางที่ 4.7: การเปรียบเทียบความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามเกรด เฉลี่ยสะสม	57
ตารางที่ 4.8: การเปรียบเทียบความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน	58
ตารางที่ 4.9: การเปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามเพศ	59
ตารางที่ 4.10: การเปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามแผน การศึกษา	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.11: การเปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสม	60
ตารางที่ 4.12: การเปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน	61
ตารางที่ 4.13: การเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน	62
ตารางที่ 4.14: คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีกับการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	63
ตารางที่ 4.15: ผลรวมการวิเคราะห์ความแปรปรวนตัวแปรพหุนาม ระหว่างการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย กับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	64
ตารางที่ 4.16: ภาพย่อยผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนตัวแปรพหุนาม ระหว่างการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย กับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	65

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1: กรอบแนวคิดในการวิจัย	27
ภาพที่ 4.1: สรุปผลการวิจัยเชิงสำรวจ	66



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การบริหารจัดการอุดมศึกษาในยุคปัจจุบัน อยู่ในช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างสูงเพื่อปรับให้เข้ากับสถานการณ์ของประเทศไทยที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในช่วงที่ผ่านมาอันได้รับผลกระทบจากทั้งสถานการณ์เศรษฐกิจโลก สภาพสังคม วิถีชีวิต การเมือง สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่ส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการอุดมศึกษาทั้งสิ้น การเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสังคมที่จำนวนเด็กนักเรียนซึ่งเป็นกลุ่มที่จะเข้าสู่สถาบันอุดมศึกษามีแนวโน้มที่จะลดลง โดยเฉพาะการปรับตัวเพื่อเข้าสู่กลุ่มเศรษฐกิจภายใต้กรอบการค้าเสรีของอาเซียน ซึ่งทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนแรงงานและนักเรียนระหว่างประเทศ เพื่อตอบสนองตลาดแรงงานที่ต้องการทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพ และการเปลี่ยนแปลงทางสภาพสังคมที่เน้นคุณภาพของบัณฑิตมากขึ้น สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่ส่งผลกระทบต่อการจัดการอุดมศึกษาทั้งสิ้น ทำให้สถานอุดมศึกษาในปัจจุบันต้องมีการปรับตัวเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันที่ดุเดือดมากยิ่งขึ้น เพื่อการดำรงอยู่ในยุคปัจจุบัน (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2556)

ด้วยสภาพของเศรษฐกิจในปัจจุบันทำให้สถาบันการศึกษามีทรัพยากรในการพัฒนาและจัดการที่จำกัด แต่การแข่งขันของอุดมศึกษากลับทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น ผู้เรียนมีความต้องการคุณภาพของการศึกษาที่มากขึ้นเพื่อให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการตลาดแรงงานที่มีการเปลี่ยนแปลงด้วยทรัพยากรที่มีจำกัดของสถานศึกษา ทำให้ต้องมีการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นเพื่อที่จะจัดการทุ่มทรัพยากรในการพัฒนาในส่วนนั้น ๆ ให้เกิดความแตกต่าง สร้างความเชี่ยวชาญและมีประสิทธิภาพ เช่น การเป็นสถาบันการศึกษาที่มีความโดดเด่นในเรื่องของการท่องเที่ยว การจัดการหลักสูตรต่าง ๆ การพัฒนาระบบการศึกษาก็จะไปทุ่มเทให้กับในด้านการท่องเที่ยวเป็นหลัก มีหลักสูตรการสอนที่หลากหลาย โดยจะมีการเชื่อมโยงเข้าสู่เรื่องการท่องเที่ยวทั้งหมดเป็นต้น (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2548) เพื่อให้เกิดเป็นภาพลักษณ์ของสถานศึกษาที่มีความโดดเด่นเฉพาะด้านเพื่อตอบสนองความต้องการของตัวผู้เรียนและตลาดแรงงาน เนื่องจากสถานอุดมศึกษาที่มีภาพลักษณ์ในด้านคุณภาพของการศึกษาที่มีความโดดเด่นนั้นย่อมเป็นที่ต้องการในการศึกษาต่อของผู้เรียนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยหลายชิ้น (กรรณิการ์ วัชรารณณ์, 2557 และวัชรินทร์ จงกลสถิต, 2553) ที่พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันอุดมศึกษาเอกชนของนักศึกษา เนื่องจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการของนักศึกษาทำให้เกิดความพึงพอใจต่อสถาบัน ดังนั้นมหาวิทยาลัยจึงต้องมีการวางแผนและผลักดันให้เกิดการพัฒนาหลักสูตร การเรียนการสอนที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย

เพื่อให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของตัวผู้บริโภคและความต้องการของสังคม รวมถึงคุณภาพของบุคลากรและคณาจารย์ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเป็นที่ยอมรับของสังคมในวงกว้างเพื่อช่วยส่งเสริมความพึงพอใจของผู้บริโภคให้มากที่สุด

ผลรวมทางการรับรู้ที่เกิดขึ้นจากองค์ประกอบต่าง ๆ ทั้งความเชื่อ ความคิด และความประทับใจ ที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ของบุคคลสามารถเรียกได้ว่าภาพลักษณ์ (Kotler, 2000) เช่นเดียวกัน ภาพลักษณ์องค์กรก็คือ ภาพรวมทั้งหมดของสิ่งที่เกิดขึ้นในจิตใจหรือในความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อองค์กรหรือสถาบัน จากประสบการณ์และความประทับใจต่าง ๆ ตลอดจนความรู้สึกที่มีต่อองค์กรนั้น ๆ โดยจะเกิดได้จากการดำเนินงานต่าง ๆ ของตัวองค์กรเอง สำหรับสถาบันอุดมศึกษานั้นกล่าวคือ ตัวสถานศึกษา คณาจารย์และบุคลากร คณบดี ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม หลักสูตร การเรียนการสอน และการจัดการอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่นั่นเอง

ปัจจัยพื้นฐานแต่ละบุคคลของผู้เรียนก็เป็นส่วนหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของสถานอุดมศึกษา ความต้องการศึกษาและพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกสถานอุดมศึกษา เนื่องจากสถาบันครอบครัวเป็นหน่วยหนึ่งของสังคมที่มีความเกี่ยวข้องที่สำคัญต่อการศึกษา เป็นโครงสร้างพื้นฐานทางสังคมที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมของเด็ก ปัจจัยต่าง ๆ ในแต่ละบุคคลเป็นส่วนสำคัญที่มีผลกระทบต่อการสร้างค่านิยม ทักษะคิด ความเชื่อ บุคลิกภาพ และพฤติกรรมของเด็ก (นภเนตร ธรรมบวร, 2541) ซึ่งในแต่ละบุคคลแม้ว่าจะมีปัจจัยพื้นฐานที่เหมือนกัน เช่น บิดามารดาเดียวกัน แต่ก็จะมีค่านิยมทักษะคิด ความเชื่อ และพฤติกรรมการตัดสินใจที่แตกต่างกันออกไป เป็นผลมาจากปัจจัยพื้นฐานเฉพาะบุคคล เช่น เพศ แผนการศึกษา ระดับเกรดเฉลี่ย ที่แตกต่างกันสอดคล้องผลการศึกษาจากงานวิจัยที่ผ่านมา (ปวีณา คำพุกกะ และวรวิทย์ คำศรี, 2555; ฮวาง หยวน, 2552 และกรรณิการ์ วัชรภรณ์, 2557) ที่พบว่า ปัจจัยพื้นฐานบุคคล ได้แก่ เพศ เกรดเฉลี่ยสะสม แผนการเรียน และรายได้ครอบครัว มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกสถานอุดมศึกษา เนื่องจากสถาบันครอบครัวเป็นถือว่าเป็นต้นแบบที่มีผลต่อความปรารถนาในการศึกษาในระดับที่สูงขึ้น

อีกทั้งทัศนคติของผู้เรียนที่ได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยพื้นฐานในแต่ละบุคคล จะเป็นการผสมผสานหรือจัดระเบียบความเชื่อของผู้เรียนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และผลรวมของความเชื่อเหล่านั้นจะเป็นตัวกำหนดลักษณะทางความคิดและอารมณ์เป็นปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งนั้น ๆ ในลักษณะของความพึงพอใจ ทั้งในทางบวกและทางลบ เช่น เห็นด้วย ชอบ ไม่ชอบ และเกลียด (Rokeach, 1970) ซึ่งก่อให้เกิดอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของสถานอุดมศึกษาของผู้เรียน สอดคล้องกับ Likert (1932) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้จากต้นกำเนิดทัศนคติต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมาย เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งทั้งในด้านบวกและด้านลบประสบการณ์การดังกล่าวจะก่อให้เกิดเป็นทัศนคติต่อสิ่งนั้น ๆ ในทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน การได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ก็จะทำให้เกิดทัศนคติต่อพฤติกรรมหรือการกระทำต่าง ๆ ตามที่ได้รับข้อมูลมาบางครั้ง

การเกิดขึ้นของทัศนคติได้รับอิทธิพลมาจากบุคคลรอบข้างทำให้เกิดการเลียนแบบ เช่นพ่อแม่ แสดงออกว่าชอบหรือไม่ชอบสิ่งใด ลูกก็จะได้รับอิทธิพลทางทัศนคตินั้นมาจากพ่อแม่ด้วย และความเกี่ยวข้องกับสถาบันของบุคคลบ่อยครั้งที่ทัศนคติเกิดขึ้นจากความเกี่ยวข้องกับสถาบันเช่น ครอบครัว วัด และโรงเรียน ซึ่งสถาบันเหล่านี้เป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้บุคคลเกิดทัศนคติขึ้น

พฤติกรรม การเลือกรับข่าวสารและสื่ออื่นมีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคล อันเป็นผลมาจากโอกาสในการเข้าถึง ช่องทาง ความรู้ ความต้องการ เป้าหมาย สภาพแวดล้อม ค่านิยม และทัศนคติที่แตกต่างกันปัจจัยเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเลือกรับข่าวสาร (Hunt & Ruben, 1993) และองค์ประกอบทางด้านสังคมและสภาพแวดล้อมของตัวผู้เรียน เช่น ครอบครัว วัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา สภาพครอบครัว ก็เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล ผู้เรียนแต่ละบุคคลจะมีองค์ประกอบเหล่านี้ที่แตกต่างกัน ย่อมที่จะต้องมีการเลือกในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่มีความแตกต่างกัน (จารุณี บุญพิพัต, 2539) ดังนั้นพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสถานอุดมศึกษาของผู้เรียนก็ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยพื้นฐานแต่ละบุคคลของผู้เรียนเช่นกัน เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลการศึกษาของ สุตจินดา ดังก้อง (2550) ซึ่งพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยผ่านสื่อต่าง ๆ มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติและภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย โดยเป็นความสัมพันธ์ในเชิงบวก

ดังนั้นปัจจัยพื้นฐานแต่ละบุคคลของผู้เรียนจึงเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ก่อให้เกิดทัศนคติของผู้เรียนทั้งในด้านบวกและด้านลบที่มีต่อสถานอุดมศึกษา และพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับสถานอุดมศึกษาของผู้เรียน ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการเกิดภาพลักษณ์ของสถานอุดมศึกษาภายในจิตใจของผู้เรียน

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ก็เป็นอีกคณะหนึ่งที่มีการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่อง และมีความต้องการที่จะสร้างเอกลักษณ์ของตนเองให้มีความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งอุดมศึกษารายอื่น ๆ เพื่อรองรับความต้องการของตลาดแรงงานและตัวผู้เรียนเอง โดยการสร้างภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีให้เป็นสถาบันที่เน้นในการปฏิบัติงานจริงกล่าวคือผู้ศึกษาสามารถนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับจากสถานศึกษาไปใช้ในการทำงานได้จริง ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในมุมมองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษา ในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา เพื่อให้ทราบถึงภาพลักษณ์ในปัจจุบันของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ในมุมมองของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาซึ่งเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติในการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลาซึ่งเป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เพื่อนำผลการศึกษาดังกล่าว เป็นแนวทางในการพัฒนาทั้งหลักสูตรการศึกษา รูปแบบการจัดการเรียน

การสอน และใช้ผลการศึกษาในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของทางคณะ
ครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะประชากรของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
และนักเรียนอาชีวศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา ที่มีต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของคณะ
ครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

1.2.2 เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะประชากรของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย
และนักเรียนอาชีวศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา ที่มีต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์
อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

1.2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับภาพลักษณ์ของคณะ
ครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยของนักเรียนชั้น
มัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา

1.2.4 เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักเรียน
ชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัด
สงขลา จำนวน 19,334 คน และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จำนวน 200 คน

1.3.2 การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling)
ประกอบด้วย การสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple
Random Sampling)

1.3.3 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 1- 2 เดือน

1.3.4 ขอบเขตด้านตัวแปร

1.3.4.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะทางประชากรของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา
ตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษา และการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ
เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

1.3.4.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย และการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา

1.4 ประโยชน์ของการวิจัย

1.4.1 ประโยชน์ด้านการวางแผนนโยบายการสื่อสารของมหาวิทยาลัย

ผลจากการวิจัยจะทำให้ทราบถึงรูปแบบและพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสถานอุดมศึกษาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติในการสมัครเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา และเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการวางแผนนโยบาย กำหนดกลยุทธ์ในการสื่อสารเพื่อที่จะสามารถกำหนดรูปแบบและช่องทางในการสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ผลการศึกษายังทำให้ทราบถึงภาพลักษณ์ปัจจุบัน และความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบและพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร ภาพลักษณ์ และการเลือกศึกษาต่อในคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการสื่อสารของมหาวิทยาลัย และผลการศึกษายังดังกล่าวเป็นแนวทางสำหรับสถานอุดมศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา และใกล้เคียงในการศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสถานอุดมศึกษาและภาพลักษณ์ของสถานอุดมศึกษาต่อไป

1.4.2 ประโยชน์ด้านสร้างองค์ความรู้ในศาสตร์ด้านการประชาสัมพันธ์

ผลของการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาด้านภาพลักษณ์องค์กรหรือสถาบัน ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยพื้นฐานแต่ละบุคคลของผู้รับสาร ต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์กรหรือสถาบัน เนื่องจากในแต่ละบุคคลย่อมมีปัจจัยพื้นฐานที่มีความแตกต่างกันออกไปซึ่งจะเป็นตัวหล่อหลอมให้เกิดค่านิยม ทศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมในแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันนำไปสู่การรับรู้ภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ ขององค์กรหรือสถาบันและพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกที่แตกต่างกัน อันจะเป็นแนวทางในการศึกษาและวิจัยด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ต่อไป

1.5 นิยามศัพท์

1.5.1 มหาวิทยาลัย หมายถึง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

1.5.2 คณะ หมายถึง คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

1.5.3 นักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและนักเรียนอาชีวศึกษา หมายถึง นักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและนักเรียนอาชีวศึกษา ผู้มีคุณสมบัติในการสมัครเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ในพื้นที่จังหวัดสงขลา

1.5.4 ลักษณะทางประชากร หมายถึง พื้นฐานปัจจัยพื้นฐานในแต่ละบุคคล ได้แก่ เพศ แผนการศึกษา เกรตเฉลี่ยสะสม รายได้เฉลี่ยของครอบครัว

1.5.5 การเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย หมายถึง การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ทั้งในด้านประเภทของสื่อที่เปิดรับ และความถี่ในการเปิดรับข้อมูลต่อเดือนในรอบ 1 เดือนที่ผ่านมา

1.5.6 การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่เกิดขึ้นภายในบุคคลในการตีความหมายสิ่งต่าง ๆ ผ่านประสาทสัมผัสในด้านต่าง ๆ

1.5.7 ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ ทั้งในเชิงบวกและลบ จากภาพรวมทั้งหมดของความรู้สึกที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ภายใต้ปัจจัยด้านตัวสถานศึกษา คณาจารย์ และบุคลากร คณบดี ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม หลักสูตรการเรียนการสอน และการจัดการอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่ ซึ่งในแต่ละบุคคลจะเกิดภาพลักษณ์ที่แตกต่างกันไป ตามการประมวลผลของประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ได้รับรู้หรือประสบมา

1.5.8 พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ หมายถึง การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดสงขลา อันได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยที่แตกต่างกันในด้านลักษณะประชากร พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

บทที่ 2 วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา อภิปราย และสรุปผลการวิจัย ดังต่อไปนี้

- 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะประชากร
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือก
- 2.6 สมมติฐาน
- 2.7 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี

2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับข่าวสาร

จิตสวาท ปาละสิงห์ (2555) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาในทัศนะของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยทำการศึกษา 3 ปีวิจัย ได้แก่ ประชากรศาสตร์ การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ และภาพลักษณ์ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อทั่วไปและสื่อประชาสัมพันธ์โดยรวมจำนวนน้อยที่สุด ทั้งนี้สื่อที่มีการเปิดรับมากที่สุด ได้แก่ อินเทอร์เน็ต และกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยส่วนใหญ่เห็นด้วยที่ประชาชนมีการยอมรับในการเป็นผู้นำด้านการศึกษาเป็นอันดับแรก ต่อมาคือ คณะฯมุ่งถ่ายทอดความรู้และเสริมสร้างคุณธรรมให้แก่นิสิตในมหาวิทยาลัย และคณะฯเป็นแหล่งค้นคว้าข้อมูลทางวิชาการ มีนวัตกรรมหลายแขนงและเข้ากับยุคสมัย เป็นอันดับสอง และสถานที่ตั้งของคณะฯมีความเหมาะสมสำหรับเป็นสถานที่ศึกษา เป็นอันดับสาม ตามลำดับ โดยประชากรศาสตร์ด้าน อายุ และอาชีพ ส่งผลให้การเปิดรับสื่อของประชาชนใน อ.เมือง จ.ชลบุรี แตกต่างกัน และพบว่า อายุ รายได้ และอาชีพ เป็นประชากรศาสตร์ที่ส่งผลให้ประชาชนใน อ.เมือง จ.ชลบุรี มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดรับสื่อของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ทุกด้าน

ธีรศักดิ์ เกตุหิรัญ (2547) ทำการศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารและพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของไทยศึกษาเฉพาะวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 56.3 เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่ร้อยละ 35.8 มีอายุ 18 ปี และกำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ร้อยละ 58.3 โดยส่วนใหญ่ ร้อยละ 48.3 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ และอินเทอร์เน็ต

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับข่าวสาร สามารถสรุปได้ว่ารูปแบบการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรของกลุ่มผู้รับสาร ตามแนวคิดลักษณะประชากรของ युบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534) ที่ว่า พฤติกรรมการเลือกใช้สื่อและการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของมนุษย์นั้นมีความแตกต่างกันออกไป เกิดขึ้นจากการใช้ภาษาทั้งวจนภาษา และอวจนภาษา รูปแบบวิธีการในการสื่อสาร กลยุทธ์ในการสื่อสารต่าง ๆ ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวได้รับอิทธิพลมาจากคุณสมบัติทางประชากรในแต่ละบุคคลที่มีความแตกต่างกัน นอกจากนี้บุคคลมีลักษณะทางประชากรที่ต่างต่างกัน ย่อมมีกระบวนการเลือกรับสื่อหรือข่าวสารที่ต่างต่างกัน เช่น ผู้หญิงจะเลือกเปิดรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระค่อนข้างเบา ได้แก่ บทความเชิงโฆษณาในนิตยสาร ส่วนผู้ชายจะเลือกเปิดรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระค่อนข้างหนัก ได้แก่ ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ เป็นต้น (จารุณี บุญนิพัทธ์, 2539) จากการศึกษาของ กรรณิการ์ อุดมมงคล (2555) สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรของผู้หญิงวัยรุ่นและผู้หญิงวัยทำงานกับทัศนคติที่มีต่อบทความเชิงโฆษณา ได้ว่า เมื่อลักษณะทางประชากรซึ่งได้แก่ รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนของผู้หญิงวัยรุ่นและผู้หญิงวัยทำงานมีความแตกต่างกันจะทำให้ทัศนคติที่มีต่อบทความเชิงโฆษณาในนิตยสารผู้หญิงที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศต่างต่างสอดคล้องกับแนวคิดลักษณะประชากรของ युบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534) ที่ว่า ผู้ที่มีแนวคิด ทัศนคติ รวมถึงพฤติกรรมที่มีความคล้ายคลึงกันมาจากลักษณะทางประชากรของคนกลุ่มนั้นที่มีความคล้ายกันหรือร่วมกัน ในขณะที่ผู้ที่มีแนวคิด ทัศนคติต่าง ๆ ต่างต่างกัน ย่อมเกิดจากลักษณะทางประชากรที่ต่างต่างกันด้วย ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า ในการวิจัยครั้งนี้ เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะทางประชากรที่ต่างต่างกัน ก็ย่อมทำให้ทัศนคติที่มีต่อบทความเชิงโฆษณาในนิตยสารต่างต่างกันด้วย

2.1.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์

วิมลพรรณ อาภาเวท และสาวิตรี ชีวะสารณ์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาภาพลักษณ์ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในทัศนะของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่มีการเปิดรับข่าวสารจากกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด โดยมี สื่อบุคคล สื่อโทรทัศน์ สื่อนิตยสาร สื่อวิทยุ และสื่อหนังสือพิมพ์ รองลงมา และกลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับคณะในระดับปานกลาง มีทัศนคติและ

ภาพลักษณ์ต่อคณะในระดับที่ดีโดยกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรด้านเพศ เกรดเฉลี่ย รายได้ ครอบครัว และประเภทสถานศึกษาแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีประเภทสถานศึกษาแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนแตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศและประเภทสถานศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติต่อคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนแตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ที่มีต่อคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ความรู้และทัศนคติมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ ในขณะที่การเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

อภิศักดิ์ อุ่มจินสา และพัชราภรณ์ ลั่นศรี (2553) ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนครในทัศนะของผู้บริหารสถานศึกษาและอาจารย์แนะแนวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน พบว่า สื่ออินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมชื่นชอบที่สุดจากผู้ตอบแบบสอบถาม และมีความถี่ในการเปิดรับส่วนใหญ่อยู่ในระดับ เดือนละ 1 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนะต่อภาพลักษณ์ ทางด้านการจัดการศึกษา ด้านการวิจัย ด้านการบริการวิชาการ ด้านการบำรุงศิลปวัฒนธรรม ด้านองค์กร และภาพลักษณ์ด้านอื่น ๆ โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยปัจจัยทางลักษณะประชากรด้าน เพศ และ อายุ ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร และในด้านตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบันและจังหวัดที่ตั้งของสถานศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร

รณชัย คงกะพันธ์ (2554) ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์วิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์การศึกษา นอกที่ตั้งวิทยาลัยเทคโนโลยีภูเก็ตในมุมมองของประชาชนจังหวัดภูเก็ต โดยทำการศึกษาภาพลักษณ์ใน 6 ด้านได้แก่ ด้านความมีชื่อเสียง การผลิตบัณฑิต ด้านงานวิจัย การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม การบริการวิชาการแก่สังคมและความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 25 ปี เป็นเพศหญิง มีศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในอำเภอเมืองภูเก็ต ความถี่ในการรับรู้ข่าวสารวิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์ภูเก็ต จากสื่อประเภทต่างๆ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สามอันดับแรกได้แก่ วิทยู ป้ายโฆษณากลางแจ้ง และหนังสือพิมพ์ ตามลำดับ ในส่วนของการรับรู้ภาพลักษณ์ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยการรับรู้ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะสูงที่สุด

อรอุมา ไชยเศรษฐ (2551) ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยพายัพในทัศนะของนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพและนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ และ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

พ่ายไม่แตกต่างกัน และนักศึกษามหาวิทยาลัยพ่ายในแต่ละชั้นปีมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย แตกต่างกัน

สุจินดา ดังก้อง (2551) ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางในทัศนคติของประชาชนในจังหวัดลำปาง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วงระหว่าง 15 – 25 ปี มีการศึกษาตั้งแต่ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาหรือ ปวช. จนถึงระดับสูงกว่าปริญญาตรีและจากกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ซึ่งประกอบอาชีพตามสัดส่วนการแบ่งประเภทและส่วนมากมีรายได้ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนที่เปิดรับมากที่สุดคือ สื่อวิทยุกระจายเสียง ระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ มีระดับการเปิดรับข่าวสารมากที่สุดคือ สื่อแผ่นพับ ระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อบุคคล มีระดับการเปิดรับมากที่สุดคือ การพูดคุยกับเพื่อน สำหรับระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ตามลักษณะของข่าวสารมากที่สุดคือ ข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ของมหาวิทยาลัย ทัศนคติของประชาชนในภาพรวมต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง มีทัศนคติในระดับปานกลาง โดยทัศนคติที่เป็นเชิงบวกสูงที่สุดคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางเป็นสถาบันที่รับผิดชอบต่อสังคม ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางในทัศนคติของประชาชนในจังหวัดลำปางมีภาพลักษณ์ในระดับปานกลาง โดยภาพลักษณ์ที่เป็นเชิงบวกสูงที่สุดคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางเป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกที่อยู่เคียงข้างชาวลำปางโดย 1) เพศ อายุและการศึกษาของประชาชนที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางไม่แตกต่างกัน 2) เพศ อายุและการศึกษาของประชาชนที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางไม่แตกต่างกัน และ เพศ อายุและการศึกษาของประชาชนที่แตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ต่อมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางไม่แตกต่างกัน 3) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนโดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกแต่เป็นความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ 4) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกและเป็นความสัมพันธ์กันในระดับสูง

วาสนี วรรณศรี (2549) ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในทัศนคติของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งเป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุ 17 ปี และศึกษาอยู่ในแผนการเรียนวิทย์-คณิต ในด้านการศึกษาของบิดาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้ครอบครัวต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,000 – 15,000 บาท สื่อที่มีการเปิดรับมากที่สุด 5 อันดับแรกคือ วิทยุ ป้ายคัทเอ๊าท์ เว็บไซต์ การประชาสัมพันธ์แนะนำของมหาวิทยาลัยตามโรงเรียน และแผ่นพับ ใบปลิว ตามลำดับ ในด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ภาพลักษณ์ดี ซึ่งพบว่าภาพลักษณ์ที่ดีที่สุดในทัศนคติของนักเรียนกลุ่มดังกล่าวคือ ภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อม รองลงมาคือภาพลักษณ์

ในด้านการมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการจัดการศึกษา และด้านคุณภาพนักศึกษาบัณฑิต ตามลำดับโดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในทัศนะของกลุ่มตัวอย่างคือ อายุ และประเภทของโรงเรียน ส่วนเพศ แผนการเรียน ระดับการศึกษาของบิดาและมารดา อาชีพของบิดา และมารดา รายได้ครอบครัว ต่อเดือน ความเกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัย และการเปิดรับสื่อ ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ในทัศนะของกลุ่มตัวอย่าง

วันทนา เนาว์วัน (2552) ทำการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ในมุมมองของประชาชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่ากลุ่มตัวอย่างของประชาชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยพบว่า Website ของมหาวิทยาลัยมีความถี่ในการเปิดรับสูงที่สุด และมีการรับรู้ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยในระดับภาพลักษณ์บวก

รัชชก สมศักดิ์ (2552) ทำการศึกษาเรื่องการสำรวจภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเพชรบูรณ์ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาของรัฐบาล ด้านการเปิดรับข่าวสารมีการเปิดรับโดยรวมในระดับปานกลาง ซึ่งส่วนใหญ่จะมาจากสื่อบุคคล อาจารย์และเจ้าหน้าที่แนะแนว รองลงมาคือสื่ออินเทอร์เน็ต ในด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับดี

ยุทธภูมิ สุวรรณเวช (2551) ทำการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครในทัศนะของสถานประกอบการ พบว่า ส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี และทำงานในองค์กรเอกชน กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อจากวิทยุมากที่สุด รองลงมาได้แก่โทรทัศน์ ส่วนในด้านความถี่ในการเปิดรับข่าวสารนั้นโดยรวมมีความถี่ในการเปิดรับทุกวัน ในส่วนของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ในเชิงบวก โดยภาพลักษณ์องค์กรมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ ทำให้สามารถสรุปได้ว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในจิตใจอันเป็นผลมาจาก ความรู้ ทัศนคติ ประสบการณ์ต่าง ๆ หลอมรวมกันเป็นภาพลักษณ์ ซึ่งกระบวนการในการประมวลผลลัพธ์ดังกล่าวนี้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารของบุคคล (Zimbardo & Ebbesen, 1969) ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ จิตสวาท ปาละสิงห์ (2552) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพาในทัศนะของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ที่พบว่า การเปิดรับสื่อของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยบูรพามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกในระดับปานกลางกับภาพลักษณ์ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ทุกด้านโดยรวมในทัศนะของประชาชนทั่วไป ในจังหวัดชลบุรีอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 และผลวิจัยของ กรกนก วิโรจศรีสกุล (2546) ที่พบว่า

หากบุคคลได้รับข่าวสารในระดับที่แตกต่างกันก็บ่อมทำให้มีทัศนคติหรือแนวโน้มของพฤติกรรมมีความแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงส่วนมากไม่ได้มาจากการเปลี่ยนค่านิยมของบุคคลแต่มาจากการยอมรับข่าวสารซึ่งมีความสัมพันธ์กับบุคคลนั้น

2.1.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

กรณีการ วัชรภรณ์ (2557) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกสถาบันอุดมศึกษาเอกชนของนักศึกษาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ อาชีพบิดามารดา ระดับการศึกษาของบิดามารดา และรายได้ครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกสถาบันอุดมศึกษาเอกชน และพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล แต่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับสาขาที่เรียน และสื่อบุคคลมีอิทธิพลในการเลือกสถานศึกษา

ฮวาง หยวน (2552) ทำการศึกษาเรื่องการตัดสินใจศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนของนักศึกษาจีนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลอันได้แก่ เพศ อายุ สาขาที่ทำการศึกษา คณะที่ต้องการศึกษา เงินที่ใช้ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับการเลือกมหาวิทยาลัย และหลักสูตรที่จะศึกษาต่อ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนของนักศึกษาจีน ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลกับการเลือกหลักสูตรศึกษาต่อระดับบัณฑิตศึกษา และเลือกสถาบันการศึกษาเอกชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับหลักสูตรที่เลือกศึกษาต่อ อยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยด้านสถาบัน และหลักสูตร นักศึกษาให้ความสำคัญกับความมีชื่อเสียงของสถาบันมากที่สุด ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ นักศึกษาให้ความสำคัญกับการมีหน่วยงานภาครัฐสนับสนุน ปัจจัยด้านสถานที่ นักศึกษาให้ความสำคัญกับการที่ภายในสถาบันมีสภาพแวดล้อมที่ดี และปัจจัยด้านราคา เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ

ปวีณา คำพุกกะ และวริทธิ์ คำศรี (2555) ทำการศึกษาเรื่องการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โดยทำการศึกษาในกลุ่มนักเรียนของแต่ละสถาบันการศึกษาที่เข้าศึกษาต่อในคณะบริหารศาสตรมหาวิทาลัยอุบลราชธานี พบว่าปัจจัยพื้นฐานบุคคล ได้แก่ เกรดเฉลี่ยสะสม อาชีพบิดามารดา ระดับการศึกษาของบิดามารดา และรายได้ครอบครัว มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ด้านการเปรียบเทียบลักษณะมุ่งอนาคตกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อ พบว่าลักษณะมุ่งอนาคตกับการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อและไม่ศึกษาต่อ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีไม่มีความแตกต่าง และเมื่อเปรียบเทียบอิทธิพลของตนเองและสิ่งแวดล้อมกับการตัดสินใจศึกษาต่อและไม่ศึกษาต่อมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี พบว่า มีเพียงอิทธิพลของบุคคลรอบข้างกับการตัดสินใจศึกษาต่อและไม่ศึกษาต่อมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีที่มีความแตกต่างกัน

จักรภพ ไทยมณี (2549) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกสถานศึกษาเอกชนให้บุตรหลานของผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาลพบุรี เขต 1 พบว่า ระดับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชนให้บุตรหลานของผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษาลพบุรีเขต 1 ในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านของระดับการตัดสินใจเลือกสถานศึกษาเอกชน ได้แก่ 1) ด้านมาตรฐานของสถานศึกษา 2) ด้านการเดินทาง 3) ด้านชื่อเสียงของสถานศึกษา

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ทำให้ทราบว่าจุดเริ่มในการตัดสินใจของบุคคลนั้น เริ่มจากการที่ตัวบุคคลรับรู้หรือตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้น ทำให้เกิดการเสาะหาข้อมูลความรู้ บทวิเคราะห์ต่าง ๆ เพื่อนำสิ่งที่ได้มาใช้ประโยชน์ในการประเมินทางเลือก เพื่อเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดเพื่อแก้ไขปัญหา นั้น โดยทางเลือกที่เกิดขึ้นจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความสามารถในแต่ละบุคคลในการเปิดรับข้อมูลต่าง ๆ อีกทั้งพฤติกรรมในการตัดสินใจนั้นได้รับอิทธิพลจากปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคล เช่น ครอบครัว ฐานะ การศึกษา เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษางานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยพบว่า ได้มีผู้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของสถานศึกษาอยู่มากมาย เช่น การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ และภาพลักษณ์ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่ทำการศึกษาถึงปัจจัยด้านลักษณะทางประชากร และการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ (จิตสวาท ปาละสิงห์, 2555) และการศึกษาภาพลักษณ์ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ซึ่งมุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้าน พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติ และการรับรู้ภาพลักษณ์ (วิมลพรรณ อาภาเวท และสาวิตรี ชีวะสารณ์, 2553) และยังมี การศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกคณะที่จะศึกษาในระดับอุดมศึกษา รวมถึงสถาน อุดมศึกษา เช่น ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ลักษณะมุ่งอนาคต มาตรฐานการศึกษา และชื่อเสียงของสถานศึกษา (กรรณิการ์ วัชรภรณ์, 2557; ฮวาง หยวน, 2552; ปวีณา คำพุกกะ และ วรวิทย์ คำศรี, 2555 และจักรภพ ไทยมณี, 2549) โดยผู้วิจัยพบว่า การวิจัยที่ผ่านมาไม่เคยมีการศึกษา ถึงปัจจัยด้านการรับรู้ภาพลักษณ์สถานศึกษาซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมตัดสินใจเลือกศึกษาต่อมาก่อน ดังนั้นจึงเกิดเป็นปัญหาในการวิจัย เพื่อศึกษาถึง ปัจจัยพื้นฐานในแต่ละบุคคล พฤติกรรมการเปิดรับ ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับคณะคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี การรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะ ครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี และพฤติกรรมตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสารตามหลักลักษณะประชากร

แนวคิดในการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะประชากร เป็นการศึกษาถึงตัวแปรที่สามารถวัดได้ง่ายอย่างตรง ๆ เช่น เพศ อายุ การศึกษา ซึ่งนักวิชาการสื่อสารเชื่อว่าตัวแปรทางลักษณะประชากร (Demographic Variables) เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสื่อสารต่าง ๆ ของมนุษย์ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรมในการสื่อสารที่แตกต่างกันออกตามลักษณะของกลุ่มประชากรที่มีอยู่ (DeFleur, 1970 อ้างใน อรรถย ศรีสันติสุข, 2541)

ดารณี พานทอง พาลุสุข และสุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ (2545) ได้อธิบายว่า กระบวนการในการสื่อสารนั้นมียุทธศาสตร์ประกอบที่สำคัญเกี่ยวข้องกับอยู่สองฝ่าย คือ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร การที่ผู้ส่งสารจะทำการสื่อสารกับผู้รับสารให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตัวผู้ส่งสารจะต้องวิเคราะห์ลักษณะของผู้รับสารเพื่อที่จะได้สามารถสื่อสารเนื้อหาสาระให้สอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย

ลักษณะประชากรกล่าวได้ว่าเป็นลักษณะเฉพาะที่แต่ละบุคคลจะมีไม่เหมือนกัน ที่มีผลต่อพฤติกรรมในการสื่อสาร หากจะทำการวิเคราะห์พฤติกรรมในการสื่อสารที่มีความแตกต่างกันแล้วนั้น ในกลุ่มคนที่มีจำนวนน้อยก็สามารถทำได้ง่าย แต่หากว่าต้องการทำการวิเคราะห์ในกลุ่มคนที่มีจำนวนมาก จึงต้องมีการนำหลักลักษณะทางประชากรมาใช้ในการแบ่งกลุ่มเพื่อทำการวิเคราะห์พฤติกรรมในการสื่อสาร (ปรมะ สตะเวทิน, 2539) บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน ทำให้มีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปซึ่งการสื่อสารสู่บุคคลแต่ละกลุ่มจึงแตกต่างกันออกไปด้วยเช่นกันเนื่องจากบุคคลที่อยู่ในกลุ่มแต่ละกลุ่มย่อมที่จะมีกิจกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตตลอดจนพฤติกรรมในช่วงเวลาต่าง ๆ กันไป ผู้รับสารที่ลักษณะประชากรร่วมกันย่อมมีทัศนคติที่คล้ายคลึงกัน โดยกลุ่มของลักษณะประชากรที่สำคัญ ได้แก่

1) อายุ (Age) พฤติกรรมในการสื่อสารของมนุษย์ได้รับอิทธิพลมาจากอายุ ดังคำกล่าวที่ว่า ผู้ใหญ่อ่อนน้อมกว่าก่อน ย่อมมีประสบการณ์มากกว่า อายุเป็นตัวบ่งชี้ถึงประสบการณ์ที่สั่งสมมาซึ่งมีผลต่อทัศนคติและความเชื่อต่าง ๆ ของมนุษย์ และยังมีผลต่อพฤติกรรมที่มนุษย์ใช้ในการสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ (กิติมา สุรสนธิ, 2544)

อายุสามารถชี้วัดได้ว่าผู้รับสารเป็นกลุ่มในช่วงวัยใด เนื่องจากในแต่ละช่วงวัยของผู้รับสารจะมีความแตกต่างของสภาพสังคมและบริบทแวดล้อม ดังนั้นกลุ่มผู้รับสารที่มีอายุอยู่ในวัยเดียวกันจึงมีพฤติกรรมในการสื่อสารต่าง ๆ ที่คล้ายคลึงกัน อายุจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ถูกใช้ในการศึกษาพฤติกรรมของผู้รับสาร (กาญจนา แก้วเทพ, 2542) นอกจากนั้นกลุ่มคนที่อยู่ในช่วงวัยที่มีความแตกต่างย่อมมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไปด้วย เช่น กลุ่มคนที่อายุน้อยจะมุ่งสนใจในสิ่งที่ท้าทาย เพื่อค้นหาประสบการณ์ ส่วนในกลุ่มคนที่มีอายุมากจะให้ความสำคัญในเรื่องของความมั่นคงและปลอดภัย อายุจึงมีผลต่อการสื่อสารเพื่อการชักจูงใจอีกด้วย (Burgoon, 1974 อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2546)

จากผลการวิจัยที่ผ่านมาของ Nielsen (n.d. อ้างใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534) พบว่าการเปิดรับสื่อของมนุษย์ก็ได้รับผลจากช่วงวัยที่แตกต่างกัน โดยในวัยเด็กจะมีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ค่อนข้างสูงเนื่องจากเด็กชอบจะมีความชื่นชอบในรายการบันเทิง เช่น การ์ตูน และรายการเพลง ต่อเมื่อเมื่อสู่วัยทำงานการเปิดรับจะเปลี่ยนไปเป็นโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และวิทยุ เนื่องจากอยู่ในวัยที่ต้องการเปิดรับข่าวสาร สภาพเศรษฐกิจ แต่เมื่อเข้าสู่วัยเกษียณ การเปิดรับสื่อโทรทัศน์จะกลับมาเพิ่มสูงขึ้นซึ่งคาดการณ์ว่าอาจเกิดจากภาวะว่างงาน มีเวลาว่างเพิ่มมากขึ้นจึงใช้สื่อเพื่อช่วยในการคลายเหงา

2) เพศ (Sex) เพศชาย และเพศหญิงจะมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องของความเชื่อ ความคิด ตามค่านิยมทางสังคมที่กำหนดบทบาทของทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2546) เพศจะมีผลต่อการสื่อสารและการเปิดรับสาร โดยเพศหญิงจะมีบุคลิกของความเอาใจใส่ในรายละเอียดต่าง ๆ มากกว่าเพศชาย ทำให้เพศหญิงสามารถถูกจูงใจด้วยการสื่อสารได้ง่ายกว่า และรูปแบบของสารที่เปิดรับจะมีความแตกต่างกัน เพศหญิงจะให้ความสนใจในเรื่องของสารที่เกี่ยวกับความสวยงามและบันเทิงมากกว่าเพศชาย (กิติมา สุรสุนธิ, 2544)

นอกจากนั้นพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารยังมีความแตกต่างกันตามเพศอีกด้วย ในการศึกษาผู้รับสารตามหลักวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรนักวิจัยพบว่าเพศหญิงจะมีการเปิดรับสื่อในขณะที่ทำกิจกรรมอย่างอื่นร่วมไปด้วยในขณะที่เพศชายจะมีการเปิดรับสื่อในขณะที่พักผ่อนเพียงอย่างเดียวเท่านั้น (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534) นอกจากนี้ยังพบว่า เพศชายจะมีความชื่นชอบในสื่อหนังสือพิมพ์มากกว่าสื่อโทรทัศน์เนื่องจากต้องการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาในขณะที่เพศหญิงให้ความนิยมกับสื่อโทรทัศน์มากกว่าเนื่องจากละครและโฆษณา (Greenberg & Kumata, 1968 อ้างใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

3) การศึกษา (Education) ความรู้เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อ ความเชื่อ ค่านิยม ทักษะคติของมนุษย์ต่อเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เป็นตั้งสถาบันที่อบรมขัดเกลาให้มนุษย์มีบุคลิกภาพที่ต่างกันอย่างออกไป (กิติมา สุรสุนธิ, 2544) การศึกษาจึงเป็นตัวแปรที่มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้สื่อและพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของมนุษย์ ทั้งในความสัมพันธ์ที่เป็นในรูปแบบเชิงบวกในการเปิดรับข่าวสารจากสาธารณะและความสัมพันธ์ที่เป็นในรูปแบบเชิงลบในการเปิดรับข่าวสารบันเทิง (Comstock et al., 1978 อ้างใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

Robinson (1972) ได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ของระดับความรู้และการใช้สื่อว่า บุคคลผู้มีความรู้ที่ต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อและการใช้ประโยชน์จากสื่อที่ต่างกันไปด้วย โดยผู้ที่มีความรู้มากกว่าจะสามารถใช้ประโยชน์จากสื่อได้มากกว่า สามารถเปิดรับข่าวสารที่มีคุณภาพมากกว่า ผู้ที่มีระดับความรู้ต่ำ

บุคคลผู้มีความรู้สูงโดยทั่วไปนั้นจะเป็นผู้ที่มีความสามารถในการเป็นผู้รับสารที่ดีอยู่ด้วย เนื่องจากมีความสามารถในการรับรู้คำศัพท์ เนื้อหา ข้อมูลต่าง ๆ ของสาร ประกอบกับมีความรู้พื้นฐานในเรื่องราวต่าง ๆ รอบตัว มีความสามารถในการเข้าใจในตัวสาร นอกจากนั้นบุคคลผู้มีความรู้สูงจะเป็นผู้กระทำการต่าง ๆ ตามหลักเหตุผล และหลักฐานสนับสนุน จึงถูกชักจูงใจได้ยากอีกด้วย (Burgoon, 1974 อ้างใน ประมะ สตะเวทิน, 2546)

4) สถานภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Status) สถานภาพทางเศรษฐกิจมีผลกระทบต่อผู้รับสารในด้านของ พฤติกรรม ความเชื่อ ค่านิยม และเป้าหมาย ซึ่งสามารถแยกเป็นปัจจัยย่อยได้ ดังนี้

4.1) รายได้ (Income) รายได้มีความเกี่ยวข้องกับการศึกษา เนื่องจากบุคคลผู้มีการศึกษาสูง ย่อมที่จะมีรายได้สูงด้วย จากผลการวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ผู้ที่มีรายได้สูงจะเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ และรับสารต่าง ๆ สูงไปด้วย มีการใช้สื่อที่หลากหลายในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เพราะการใช้สื่อต่าง ๆ ย่อมต้องมีต้นทุนในการเข้าถึงสื่อ (กาญจนา แก้วเทพ, 2542) บุคคลผู้มาจากครอบครัวที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจที่ดี จะมีความรอบรู้ในเรื่องราวต่าง ๆ ที่หลากหลาย มีโอกาสในการเข้าถึงสื่อที่มากกว่า บุคคลที่มาจากครอบครัวที่มีสถานภาพไม่ดีหรือยากจน (กิติมา สุรสุนธิ, 2544) นอกจากนั้นผู้ที่มีรายได้สูง มักจะมีการเปิดรับข่าวสารที่มีความเกี่ยวข้องกับสภาพเศรษฐกิจ เหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวที่เกิดขึ้น เนื่องจากสามารถนำข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ ไปใช้เป็นประโยชน์ต่อหน้าที่การงานซึ่งอยู่ในตำแหน่งที่สูงด้วย โดยบุคคลกลุ่มนี้จะเน้นในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มากกว่า ต่างจากบุคคลผู้มีรายได้ต่ำกว่าที่นิยมเปิดรับสื่อโทรทัศน์เพื่อความบันเทิง เพราะสามารถรับสารได้ง่ายกว่าหนังสือพิมพ์ ไม่จำเป็นต้องใช้ทักษะต่าง ๆ เช่น ทักษะด้านการอ่าน ในการเปิดรับสาร (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

4.2) อาชีพ (Occupation) ผู้ที่มีอาชีพที่แตกต่างกันก็จะมี สถานภาพทางสังคม ความเชื่อ ทศนคติ ที่แตกต่างกันออกไปซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการเปิดรับที่แตกต่างกัน (ประมะ สตะเวทิน, 2546)

4.3) พื้นฐานทางครอบครัว (Family Background) เป็นปัจจัยมีผลอย่างมากต่อความคิดความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมของบุคคล บุคคลผู้ที่มีพื้นฐานทางครอบครัวแตกต่างกัน ย่อมมีความคิดค่านิยม ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะประชากรทำให้ทราบถึงปัจจัยทางลักษณะประชากรที่มีอิทธิพลต่อการเกิดความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมการเลือกเปิดรับสื่อต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ จิตสวาท ปาละสิงห์ (2555) ที่พบว่า ประชาชนที่มีอายุ และอาชีพต่างกันจะมีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน โดยการเลือกที่จะบริโภคสื่ออื่นนั้นมีความแตกต่างกันออกไปตามความประสงค์ของผู้รับสารเนื่องจากความแตกต่างในความต้องการใช้ประโยชน์ที่ได้จากข่าวสารและสื่อที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคลและผลการศึกษาของ ศวิตา ธรรมพิทักษ์ (2550) ซึ่งพบว่า นักศึกษาที่

มีสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจได้แก่ เพศ รูปแบบการศึกษา ระดับชั้น สาขาที่ศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารจากทางสถานศึกษาที่แตกต่างกัน โดยสามารถนำปัจจัยต่าง ๆ ในด้านลักษณะทางประชากรของผู้รับสารจากงานวิจัยข้างต้น มาปรับใช้เพื่อศึกษากลุ่มเป้าหมายในงานวิจัยครั้งนี้ นั่นคือนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา โดยมุ่งศึกษาปัจจัยทางลักษณะด้าน เพศแผนการศึกษาเกรดเฉลี่ยรายได้ครอบครัว ซึ่งเป็นปัจจัยที่อิทธิพลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ และภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

การกระทำต่าง ๆ ของมนุษย์เพื่อการดำเนินชีวิตในสังคมล้วนแล้วแต่พึ่งประโยชน์จากข้อมูลข่าวสาร โดยแต่ละบุคคลจะไม่เปิดรับข้อมูลทุกอย่างที่เข้ามาแต่จะมีการคัดสรรเลือกรับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อตน คัดสรรสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการเปิดรับข้อมูล เพื่อให้ได้เพียงเฉพาะข้อมูลที่ตนมีความต้องการและคิดว่าเป็นประโยชน์ต่อตนเองเท่านั้น ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับสื่อด้วยว่าจะตอบโจทย์เป้าหมายในการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ของแต่ละบุคคลได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งความต้องการดังกล่าวก็แตกต่างกันไปตามค่านิยม ทศนคติ ประสบการณ์ และความเชื่อของแต่ละบุคคล

ผู้รับสารจะมีกระบวนการในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตน พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจึงเป็นการศึกษาเกี่ยวกับตัวผู้รับสาร โดยผู้รับสารจะมีกระบวนการในการคัดสรรข่าวสาร 3 ขั้นตอนดังนี้ (พีระ จิระโสภณ, 2538)

1) การเลือกเปิดรับ ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะทำการเปิดรับสารที่มีความสอดคล้องกับ ทศนคติ ความเชื่อ และค่านิยมเดิมที่ตนมีอยู่เนื่องจากการเปิดรับสารที่ความขัดแย้งต่อทศนคติ ความเชื่อ และค่านิยมเดิมจะทำให้เกิดความไม่สมดุลทางจิตใจ เพื่อเป็นการปกป้องและสนับสนุนความเชื่อเดิมจึงทำการเปิดรับสารที่สอดคล้องต่อความเชื่อของตน

2) การเลือกรับรู้ หรืออาจเรียกได้ว่าการตีความข้อมูลข่าวสารของผู้รับสารซึ่งอาจจะเป็นไปได้ในทิศทางเดียวกันหรือขัดแย้งกันกับจุดมุ่งหมายของผู้ส่งสารก็ได้ เนื่องจากผู้รับสารจะทำการตีความจากประสบการณ์ ความคิด ความเชื่อของตน หรืออาจเลือกตีความในเฉพาะบางส่วนที่ตนเองสนใจ

3) การเลือกจดจำ ผู้รับสารจะเลือกจดจำเพียงสารที่สอดคล้องกับความเชื่อเดิมของตนและไม่สนใจในส่วนที่ขัดแย้ง เพื่อเป็นการสนับสนุนความเชื่อและทศนคติเดิมที่มีอยู่

McCombs และ Becker (1979) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของบุคคลจากสื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการ 4 ข้อดังนี้

- 1) เพื่อรู้เหตุการณ์ รับรู้สิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว เพื่อความทันสมัย
- 2) เพื่อการตัดสินใจ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการประเมินทางเลือกในการกระทำต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน

3) เพื่อสนทนา เข้าสังคมสามารถพูดคุยกับบุคคลอื่นรอบ ๆ ตัว

4) เพื่อการมีส่วนร่วม เป็นส่วนหนึ่งของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

นอกจากนั้นประเภทของสื่อที่แตกต่างกันก็มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้รับสาร Schramm (1973) ได้อธิบายว่าสื่อแต่ละประเภทมีความสามารถในการสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป สื่อประเภทหนึ่งอาจเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารบางประเภทได้ดีกว่าสื่ออีกชนิดหนึ่ง เช่น ในการสื่อสารเพื่อชักจูงใจ การใช้สื่อบุคคลจะสามารถทำให้บรรลุเป้าหมายของการสื่อสารได้ง่ายกว่า

ประมะ สตะเวทิน (2539) ได้จำแนกสื่อไว้ 3 ประเภท ได้แก่

1) สื่อมวลชน เป็นสื่อที่สามารถเข้าผู้รับสารได้ในวงกว้าง ในระยะเวลาที่รวดเร็ว พร้อมทั้งสามารถให้รายละเอียดของข้อมูลข่าวสารได้เป็นอย่างดี สื่อประเภทนี้ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และนิตยสาร

2) สื่อบุคคล สื่อบุคคลเป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญในระบบสังคม สามารถให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้รับสารได้โดยตรง และเนื้อหาของสารสามารถมีความยืดหยุ่นเพื่อปรับให้เข้าใจผู้รับสารแต่ละบุคคลได้ง่าย

3) สื่อเฉพาะกิจ เป็นสื่อที่สร้างขึ้นเพื่อเข้าถึงบุคคลบางกลุ่มโดยเฉพาะ โดยจะมีกลุ่มเป้าหมายทางการสื่อสารที่ชัดเจน เช่น สื่อสิ่งพิมพ์และโสตทัศนูปกรณ์ต่าง ๆ

McLeod และ O'Keefe (1972) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการชี้วัดพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร โดยได้ระบุเครื่องมือที่ใช้ในการวัดพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร 2 ประเภท ได้แก่

1) ช่วงเวลา ทำการวัดจากช่วงเวลาที่คุณใช้สื่อในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

2) ความถี่ทำการวัดจากความถี่ที่แต่ละบุคคลมีการเข้าถึงสื่อที่แตกต่างกันออกไป

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจะเห็นได้ว่าข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญซึ่งแต่ละบุคคลเพื่อใช้ในการตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารซึ่งถือเป็นกระบวนการสื่อสารขั้นพื้นฐานของมนุษย์ เฉพาะในเรื่องที่ตนเองสนใจเท่านั้นโดยแต่ละคนจะมีเกณฑ์ในการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อที่แตกต่างกันออกไป ตามความต้องการ ความเชื่อ ทักษะคิด ค่านิยม ประสบการณ์เฉพาะของแต่ละบุคคล หรือสภาพแวดล้อมในสังคมนั้น ๆ นำไปสู่พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันออกไป สอดคล้องกับการศึกษาของ อธิพร จันทระประทีน (2553) ในเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และความรู้ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานครที่มีต่อระบบ

แอดมิชชันส์ ที่พบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มี แผนการเรียน เกรดเฉลี่ยสะสม และรายได้เฉลี่ยรวมของครอบครัวที่แตกต่างกับ จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับระบบแอดมิชชันส์ที่แตกต่างกันออกไป และผลการศึกษาของ อีร์ศักดิ์ เกตุหิรัฐ (2547) ที่พบว่า ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นในด้านเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน ซึ่งทำให้สามารถเข้าใจได้ถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา อันเป็นผลมาจากปัจจัยเฉพาะลักษณะบุคคล เช่น เพศ เกรดเฉลี่ย แผนการเรียน ที่แตกต่างกันซึ่งนำไปสู่การเกิด ความรู้ ทักษะ และภาพลักษณ์ต่อคณะครู ศาสตราจารย์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เพราะฉะนั้นการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้รับสารจึงเป็นเรื่องจำเป็น เพื่อให้ผู้ส่งสารได้ทราบช่องทางการสื่อสาร ซึ่งจะทำให้ผู้ส่งสารสามารถเลือกใช้กลยุทธ์การสื่อสารให้เหมาะสมกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มเป้าหมายได้

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

นักวิชาการได้ให้ความหมายของคำว่าภาพลักษณ์ไว้มากมายดังนี้

เสวี วงษ์มณฑา (2541) ได้อธิบายถึงภาพลักษณ์ว่าเป็นสิ่งที่อาจจะไม่ตรงกับความเป็นจริงก็ได้ เนื่องจากภาพลักษณ์เกิดจากความจริงผสมผสานกับความคิดเห็นส่วนตัวของแต่ละบุคคล ซึ่งจะปลูกฝังอยู่ในตัวบุคคลยากที่จะทำการเปลี่ยนแปลง ไม่ใช่ความจริงแต่เพียงอย่างเดียว มีการผสมในเรื่องของการรับรู้เข้าไปด้วย

วาสนา จันทรสว่าง (2541) อธิบายว่า ภาพลักษณ์หรือบางครั้งใช้คำว่า ภาพพจน์ หมายถึง ชื่อเสียงขององค์กร บุคคล หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด งานประชาสัมพันธ์เป็นงานสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ มุ่งสร้างภาพที่ดี เหมาะสมถูกต้องสร้างความตราตรึงใจให้เกิดขึ้นทั้งในจิตใจของบุคลากรและบุคคลภายนอก เพราะงานประชาสัมพันธ์นั้นม้งานที่ต้องทำสองแนวหรือสองมิติเสมอไป คือ ประชาสัมพันธ์ภายใน เป็นเรื่องของการสร้างความเข้าใจ สร้างแนวร่วมในเชิงความคิดสร้างค่านิยมร่วมกันภายในองค์กร เพื่อให้บุคลากรเกิดความภาคภูมิใจ ความจงรักภักดี ร่วมแรงร่วมใจในการทำงานสร้างความสำเร็จให้แก่องค์กร และประชาสัมพันธ์ภายนอก มุ่งตรงไปที่กลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นบุคคลภายนอก ประชาชนกลุ่มต่างๆหรือประชาชนทั่วไปในสังคม โดยการสร้างภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาให้เกิดขึ้นในจิตใจ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้มีความเข้าใจ เกิดการยอมรับ เกิดความเชื่อถือและศรัทธาต่อองค์กร

ธัญญา เชรขรรฐา (2532) กล่าวว่า ภาพลักษณ์คือความรู้ที่เรามีเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ประกอบด้วย ความรู้เกี่ยวกับความเป็นจริง ความรู้เกี่ยวกับการประเมินค่าของเราเอง ทั้งนี้ ความรู้เกี่ยวกับความเป็นจริงคือข้อเท็จจริงและคุณค่าโดยการสร้างภาพลักษณ์นั้น ต้องใช้ความจริงและมาตรการในการประเมินคุณค่ารวมกัน

Kotler (2000) กล่าวว่า ภาพลักษณ์คือผลรวมที่เกิดขึ้นจากความคิด สิ่งที่เชื่อ ความตราตรึงใจ ที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่ง ดังนั้น ค่านิยม ความเชื่อ ทศนคติ ของบุคคลจะมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้น

วิจิตร อาวะกุล (2541) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพของสถาบัน หน่วยงาน บริษัทห้างร้าน หรือบุคคล เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจว่าดี ไม่ดี ชอบ ไม่ชอบ เชื่อถือ ไม่เชื่อถือ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ฯลฯ หรือเฉย ๆ อยู่ตรงกลางไม่ดี ไม่เลว ถ้าความเห็นของคนส่วนมากเป็นเช่นไรภาพลักษณ์ของ หน่วยงานก็จะเป็นเช่นนั้น ถ้าผลออกมาไม่ดีหรือปานกลาง ก็จะต้องรีบเร่งสร้างภาพพจน์ให้ดีขึ้น มิฉะนั้นหากภาพลักษณ์ตกต่ำลง จะพาให้การดำเนินงานของสถาบันนั้นล้มเหลวได้

วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์ (2548) ได้อธิบายถึงความหมายของภาพลักษณ์องค์กรดังนี้

I = Institution ความน่าเชื่อถือขององค์กรที่แสดงออกมาจากสิ่งต่าง ๆ เช่น ตึกที่ทันสมัย โครสร้างที่มีความสวยงาม ตราสัญลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ

M = Management ศักยภาพของผู้บริหารองค์กร ที่เป็นที่ยอมรับของสังคมในวงกว้าง อาจเป็นบุคคลผู้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในสังคม

A = Action การดำเนินงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร ที่มีประสิทธิภาพ สร้างความน่าเชื่อถือ และยอมรับจากสังคม

G = Goodness ความมีคุณธรรมที่ดีงาม ได้รับการยกย่องสนับสนุนจากสังคม อาจเป็นการกระทำที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อสังคม เรียกได้ว่าความเป็นคนดีขององค์กร

E = Employee พนักงานและบุคลากรขององค์กรเปรียบเสมือนหน้าด่านที่จะต้องพบเจอกับผู้คนในสังคม ซึ่งหากพนักงานมีคุณสมบัติและการกระทำที่เหมาะสมย่อมเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

Robinson และ Barlow (1959 อ้างใน จิราภรณ์ สีขาว, 2536) ได้อธิบายเกี่ยวกับ ภาพลักษณ์องค์กรเพิ่มเติมว่าเป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจสอดคล้องกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อองค์กร โดยอาจจะเกิดขึ้นจากสิ่งที่พบเจอมาด้วยตนเองหรือได้รับข้อมูลต่อมาก็ได้

ความสำเร็จขององค์กรในระยะยาวจะมีภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นปัจจัยที่สำคัญ ในยุคสมัยที่การติดต่อสื่อสารมีความเจริญก้าวหน้ามากขึ้นทำให้ผู้คนสามารถรับข่าวสารต่าง ๆ ได้กว้างมากขึ้น หากมีภาพลักษณ์องค์กรที่ดีจะเป็นการช่วยสนับสนุนความน่าเชื่อถือไว้วางใจในตัวเองค์กร และยังช่วย บั่นทอนความเสียหายที่จะเกิดขึ้นจากวิกฤตที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้อีกด้วย (ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร, 2537)

วิจิตร อาวะกุล (2541) กล่าวถึงส่วนประกอบของภาพลักษณ์ว่า ภาพลักษณ์ที่ดีและไม่ดีอาจเกิดขึ้นจากหลายสิ่งหลายอย่างขององค์กร เช่น

- 1) พฤติกรรมของบุคลากร
- 2) บทบาทในสังคมขององค์กรและของพนักงาน การพูด การเผยแพร่แนวความคิด
- 3) อาคาร สถานที่โอเอ่า สะอาด สกปรก (การดูแลตรวจตรา ให้การนิเทศ)
- 4) สินค้า ตรา เครื่องหมาย (ศิลปะ รสนิยมที่ดี)
- 5) การบริการ สะดวก
- 6) การมุ่งมั่นทำความดี อย่างต่อเนื่อง

เสรี วงษ์มณฑา (2541) กล่าวว่า สิ่งทีก่อให้เกิดภาพพจน์ มีดังต่อไปนี้

- 1) ผู้บริหาร ความรู้ความสามารถของผู้บริหารถือเป็นสิ่งสำคัญ ถ้าผู้บริหารมีวิสัยทัศน์ที่ดี องค์กรก็จะได้รับภาพพจน์ที่ดีไปด้วย
- 2) พนักงาน องค์กรที่ดีนั้นย่อมต้องมีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
- 3) สินค้า สินค้าและบริการที่สามารถมีคุณภาพตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ รวมถึงความสวยงามของผลิตภัณฑ์จะช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับองค์กร
- 4) การดำเนินธุรกิจ หมายถึง การค้าขายและการคืนกำไรสู่สังคมเพราะบริษัทแต่ละบริษัทนั้น จะมีภาพพจน์ที่ดีได้ก็ต่อเมื่อมีการดำเนินธุรกิจที่ซื่อสัตย์สุจริตตรงไปตรงมา มีคุณธรรม มีจริยธรรม นอกจากนั้นแล้วควรมีการคืนกำไรสู่สังคม เช่น กิจกรรมสาธารณะและการกุศลต่าง ๆ
- 5) กิจกรรมสังคม การมีส่วนร่วมทำประโยชน์ให้กับสังคม เช่น การช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส เป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดี ซึ่งในยุคปัจจุบันองค์กรขนาดใหญ่หลาย ๆ แห่งให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก
- 6) เครื่องมือเครื่องใช้หรืออุปกรณ์ในสำนักงาน รวมถึงเครื่องแบบพนักงานที่มีตราขององค์กร ติดอยู่จะสะท้อนให้เห็นถึงภาพพจน์ขององค์กรได้ดี

ภาพลักษณ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพราะภาพลักษณ์เปรียบเสมือนพื้นฐานทางความคิดที่คนมีต่อองค์กร สินค้าหรือบริการ หากมีภาพลักษณ์ที่ดีอยู่แล้ว การดำเนินงานต่อเนื่องเพื่อให้การประชาสัมพันธ์บรรลุผลจะเป็นสิ่งที่มีจะเป็นไปได้ง่าย ตรงกันข้ามหากมีภาพลักษณ์ไม่ดี การดำเนินงานเพื่อสร้างความรู้สึที่ดีให้เกิดขึ้นเป็นเรื่องยาก

ภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นได้นั้นก็ต่อเมื่อบุคคลเกิดความรู้ ความเข้าใจ ต่อองค์กร สินค้าหรือบริการ แล้วเกิดการสรุปข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับรู้มาซึ่งอาจเกิดขึ้นได้จาก 2 สถานการณ์ คือ การเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติจากการดำเนินงานขององค์กรและเกิดขึ้นจากการสื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กร เพื่อที่จะให้องค์กรมีภาพลักษณ์ในรูปแบบที่อยากจะเป็น ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีนั้นจะต้องมีการรับรู้บ่อย ๆ ซ้ำ ๆ จากหลาย ๆ ช่องทาง จากสื่อที่หลากหลายชนิด (ดวงพร คานูณวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง, 2536)

สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม (2550) กล่าวว่า คุณสมบัติทางด้านภาพลักษณ์ขององค์กรนั้น เป็นคำอธิบายเกี่ยวกับองค์กรซึ่งมีพื้นฐานมาจากค่านิยม และถูกกำหนดขึ้นเพื่อสะท้อนค่านิยมของกลุ่มประชาชนเป้าหมาย เมื่อองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีแล้ว ผลลัพธ์ที่ออกมาย่อมสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อถือ ไว้วางใจของประชาชน และสิ่งนั้นจะผลักดันให้เกิดการยอมรับสนับสนุน และสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นสุดยอดตราสินค้าได้ต่อไปการวัดภาพลักษณ์องค์กรจึงมีความสำคัญและเป็นการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ขององค์กรว่าตรงตามที่องค์กรกำหนดไว้หรือไม่และมีข้อผิดพลาดประการใดที่องค์กรควรแก้ไข เพื่อสร้างการรับรู้ที่ดีขึ้นของกลุ่มเป้าหมายนั้น

วศมล สบายวัน (2553) ได้ทำการวิจัยเพื่อพัฒนาแบบวัดภาพลักษณ์องค์กรพบว่าข้อความวัดภาพลักษณ์องค์กรนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 6 องค์กรประกอบ 50 ข้อคำถาม

องค์กรประกอบที่ 1 ภาพลักษณ์ด้านองค์กร ประกอบด้วยข้อความวัดภาพลักษณ์ 17 ข้อความ ดังนี้

- 1) องค์กรเป็นองค์กรที่ไม่มีความมั่นคง
- 2) องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ
- 3) องค์กรมีระบบการบริหารงานที่ดี
- 4) องค์กรเป็นองค์กรที่มีขาดความรับผิดชอบ
- 5) องค์กรมีนโยบายการบริหารงานที่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ
- 6) องค์กรเป็นองค์กรที่ล้ำสมัย
- 7) องค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่
- 8) องค์กรมีนโยบายการบริหารงานที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคม
- 9) องค์กรมีการพัฒนาวิธีการทำงานอยู่เสมอ
- 10) องค์กรมีนโยบายการทำงานที่ชัดเจน
- 11) องค์กรมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้บริโภค
- 12) องค์กรไม่ได้เป็นองค์กรชั้นนำของประเทศ
- 13) องค์กรเป็นแหล่งข้อมูลทางวิชาการให้แก่สังคมได้
- 14) องค์กรมีการจัดฝึกอบรมให้แก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ
- 15) องค์กรบริหารงานภายใต้กรอบของกฎหมาย
- 16) องค์กรสามารถอำนวยความสะดวกในทุกเรื่อง
- 17) บุคคลภายนอกอยากจะทำมาทำงานที่องค์กรของท่าน

องค์ประกอบที่ 2 ภาพลักษณ์ด้านพนักงาน ประกอบด้วยข้อความวัดภาพลักษณ์ 9 ข้อความ
ดังนี้

- 18) พนักงานขององค์กรประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี
- 19) พนักงานขององค์กรทำหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ
- 20) พนักงานขององค์กรมีความรับผิดชอบ
- 21) พนักงานขององค์กรขาดทักษะในการสื่อสาร
- 22) การแต่งกายของพนักงานขององค์กรไม่เหมาะสม
- 23) พนักงานขององค์กรมีบุคลิกภาพดี
- 24) พนักงานขององค์กรมีมนุษยสัมพันธ์ดี
- 25) ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าของพนักงาน
- 26) พนักงานขององค์กรให้ข้อมูลตรงกับความต้องการ

องค์ประกอบที่ 3 ภาพลักษณ์ด้านผู้บริหาร ประกอบด้วยข้อความวัดภาพลักษณ์ 7 ข้อความ
ดังนี้

- 27) ผู้บริหารขององค์กรเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ
- 28) ผู้บริหารขององค์กรไม่เป็นที่ยอมรับนับถือ
- 29) ผู้บริหารขององค์กรเป็นผู้ที่ขาดวิสัยทัศน์
- 30) ผู้บริหารขององค์กรมีบุคลิกภาพดี
- 31) ผู้บริหารขององค์กรเป็นคนซื่อสัตย์
- 32) ผู้บริหารขององค์กรมีความเป็นผู้นำ
- 33) ผู้บริหารขององค์กรทำธุรกิจอย่างตรงไปตรงมา

องค์ประกอบที่ 4 ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม
ประกอบด้วยข้อความวัดภาพลักษณ์ 6 ข้อความ ดังนี้

- 34) องค์กรเป็นองค์กรที่ทำให้เกิดการหมุนเวียนเงินทุนในระบบเศรษฐกิจของประเทศ
- 35) องค์กรเป็นองค์กรที่ละเลยต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม
- 36) องค์กรเป็นองค์กรที่ให้การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่เด็กและเยาวชน
- 37) องค์กรเป็นองค์กรที่ทำให้เกิดการจ้างงาน
- 38) องค์กรเป็นองค์กรที่ให้การสนับสนุนกิจกรรมของสถาบันการศึกษา
- 39) องค์กรเป็นองค์กรที่ไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของประชาชน

องค์ประกอบที่ 5 ภาพลักษณ์ด้านสินค้าและบริการ ประกอบด้วยข้อความวัดภาพลักษณ์

6 ข้อความ ดังนี้

- 40) สินค้าและบริการขององค์กรสามารถให้ความสะดวกสบายในชีวิตประจำวันได้
- 41) สินค้าและบริการขององค์กรได้มาตรฐาน
- 42) สินค้าและบริการขององค์กรมีความหลากหลาย
- 43) สินค้าและบริการขององค์กรมีคุณภาพดี
- 44) สินค้าหรือบริการขององค์กรมีความคุ้มค่า ด้านราคา
- 45) สินค้าหรือบริการขององค์กรสามารถตอบสนองความต้องการได้

องค์ประกอบที่ 6 ภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่ ประกอบด้วย

ข้อความวัดภาพลักษณ์ 5 ข้อความ ดังนี้

- 46) องค์กรมีการออกแบบอาคารสถานที่อย่างลงตัว
- 47) องค์กรมีการตกแต่งภายในที่สวยงาม
- 48) องค์กรมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน
- 49) องค์กรมีระบบการดูแลความสะอาดที่ไม่มีประสิทธิภาพ
- 50) องค์กรมีอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ครบครัน

ดังนั้นจากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ อาจกล่าวได้ว่าภาพลักษณ์คือผลรวมของความคิด ความรู้สึก ทศนคติ ที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล ผ่านพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ ของแต่ละบุคคลโดยเป็นได้ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ขึ้นอยู่กับกระบวนการในการเปิดรับและคัดกรองสารของแต่ละบุคคลเช่นกัน ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ รูปแบบการดำเนินชีวิต และลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล ภาพลักษณ์ขององค์กรหรือสถาบันก็เช่นกันล้วนเกิดจากการดำเนินงานขององค์กรนั้น ๆ ทั้งในด้าน ตัวองค์กร ผู้บริหาร พนักงาน สินค้าและบริการ และการจัดการสถานที่

สถานอุดมศึกษาทั้งในรูปแบบของภาครัฐและภาคเอกชนก็มีวิธีการดำเนินงานและการจัดการบริหารงานที่คล้ายคลึงกับองค์กรธุรกิจ และในปัจจุบันยังไม่มีแบบวัดภาพลักษณ์โดยเฉพาะหรือโดยตรงสำหรับสถานอุดมศึกษา ประกอบกับทางคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ก็มีความประสงค์ที่จะทำการศึกษาด้านภาพลักษณ์ของตนเองเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อไปในอนาคต ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดเกี่ยวกับแบบวัดภาพลักษณ์ขององค์กรของ วศมล สบายวัน (2553) มาดัดแปลงเพื่อให้ความเหมาะสมกับบริบทของสถานศึกษา เพื่อสร้างแบบวัดภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

สมทรัพย์ อภิชาติบุตร (2541) ได้อธิบายถึงแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจว่าการตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดจากหลาย ๆ ทางเลือกก่อนที่จะนำทางเลือกนั้นไปปฏิบัติ โดยใช้หลักเหตุผลจากทางเลือกหรือข้อมูลทั้งหมดที่มีอยู่เพื่อให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ ส่วนการตัดสินใจเลือกอาชีพนั้นเป็นกระบวนการที่บุคคลได้พิจารณาไตร่ตรองจากข้อมูลต่าง ๆ ที่มีอยู่ และเลือกแนวทางที่ตนเองต้องการ เพื่อนำไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตนเองตั้งใจและเกิดความพอใจสูงสุดในอาชีพนั้น

ดวงนภา เขมะลักษณ์ (2547) กล่าวว่า การตัดสินใจ เป็นกระบวนการประเมินผลเกี่ยวกับทางเลือกหรือตัวเลือกที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายการคาดคะเนผลที่เกิดจากทางเลือกปฏิบัติที่จะส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายได้มากที่สุด

ดลนภา หวงสุวรรณ (2544) ได้เสนอถึงการตัดสินใจว่ามีความหมาย 2 อย่าง คือ ในแนวกว้างและแนวแคบ ซึ่งในแนวกว้างการตัดสินใจเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนเริ่มต้นที่การรับรู้ว่ามีความจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงและสิ้นสุดลงที่การยอมรับ และนำการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติเป็นส่วนแนวแคบของการตัดสินใจ

กระบวนการในการตัดสินใจเป็นการหาทางออกที่ประเมินแล้วว่าดีที่สุดเพื่อที่จะใช้ในการแก้ปัญหาโดยเกณฑ์ในการประเมินแบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้ (อุมาพร เพิ่มพูน, 2541 อ้างใน ชูชัย เทพสาร, 2546)

- 1) ขั้นตอนแสวงหาข้อมูลข่าวสาร
- 2) ขั้นตอนการกำหนดทางเลือก
- 3) ขั้นตอนการวิเคราะห์ทางเลือก
- 4) ขั้นตอนการเปรียบเทียบค่าทางเลือก
- 5) ขั้นตอนการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด

ชนันท์สิริ สายเป่า (2543) ได้อธิบายขั้นตอนของการตัดสินใจแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่

- 1) การระบุปัญหา เพื่อตรวจสอบถึงจุดสำคัญในประเด็นที่เกิดขึ้น เพื่อที่บ่งชี้ปัญหาที่แน่ชัด
- 2) การจำแนกสาเหตุของปัญหา วิเคราะห์ถึงต้นตอของปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อที่จะสามารถ

หาทางออกที่เหมาะสมได้

3) การสร้างและเลือกทางเลือก เมื่อสามารถระบุปัญหาที่แน่ชัดได้แล้ว จึงเกิดการสร้างทางเลือกในการแก้ไขปัญหา และอาศัยกลยุทธ์ในการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด

4) การดำเนินตามทางเลือก ที่ได้เลือกแล้วว่าสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างดีที่สุด โดยมีการตรวจสอบทางเลือกอื่นควบคู่ไปด้วยเพื่อเตรียมรับมือกับเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด

Taylor (1997 อ้างใน วุฒิชัย จำนง, 2540) อธิบายกระบวนการในการตัดสินใจว่ามีขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 1) การแยกแยะตัวปัญหา กระบวนการนี้จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลประสบกับปัญหาหรือสิ่งต่างที่ไม่คาดถึงเป็นขั้นตอนการทำความเข้าใจกับปัญหาที่เกิดขึ้น
 - 2) การหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตัวปัญหา เป็นขั้นตอนของการแสวงหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหาให้ได้มากที่สุด เพื่อที่จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการแก้ไขปัญห
 - 3) การประเมินค่าข่าวสาร คัดกรองข้อมูลที่มีประโยชน์สามารถนำไปใช้คิดวิเคราะห์ต่อไปได้
 - 4) การกำหนดทางเลือก ซึ่งจะมีการกำหนดทางเลือกขึ้นมากมายที่จะใช้ในการแก้ไขปัญห
- ในสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งอาจมีทั้งทางเลือกที่ดีและไม่ดีรวมอยู่
- 5) การเลือกทางเลือก เป็นกระบวนการในการเลือกทางเลือกที่เหมาะสม และสามารถแก้ไขปัญหได้อย่างดีที่สุด
 - 6) การปฏิบัติ ดำเนินงานตามทางเลือกที่ได้เลือกไว้แล้ว

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจสามารถนำไปปรับใช้กับงานวิจัยชิ้นนี้ ในด้านพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา โดยพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้เรียนจะเกิดจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของคณะและมหาวิทยาลัยผ่านสื่อต่าง ๆ นำมาคัดกรองคิดวิเคราะห์ผสมผสานกับค่านิยมทางความคิด ปัจจัยพื้นฐาน และทัศนคติของแต่ละบุคคล จนเกิดเป็นพฤติกรรมการตัดสินใจศึกษาต่อของผู้เรียนแต่ละบุคคล

2.6 สมมติฐานการวิจัย

2.6.1 นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกัน

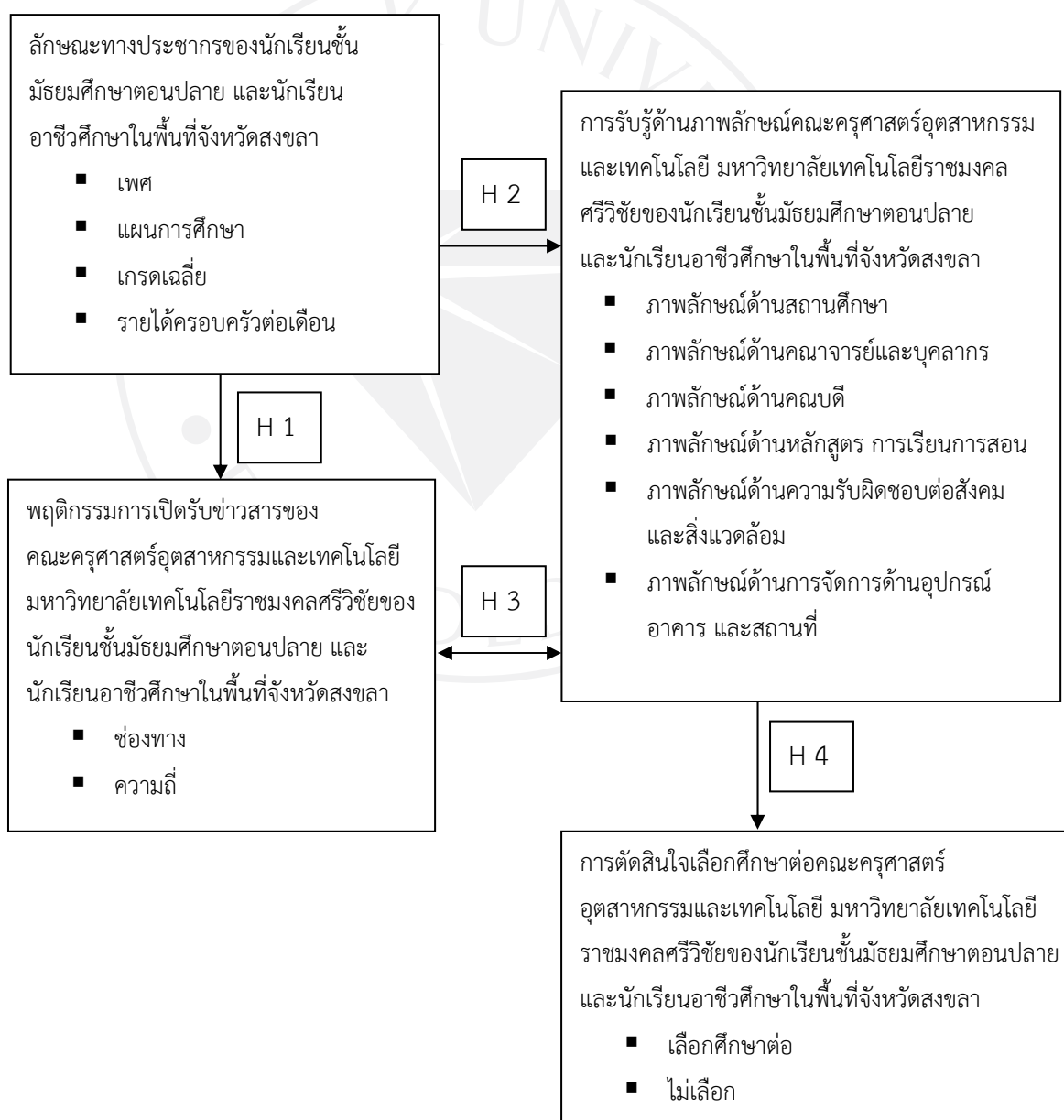
2.6.2 นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกัน

2.6.3 ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

2.6.4 นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่แตกต่างกันจะมีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่แตกต่างกัน

2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ภาพที่ 2.1: กรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลาพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย และการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลาโดยมีรายละเอียดของวิธีการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การทดสอบเครื่องมือ
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการวิจัยครั้งนี้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นผู้มีคุณสมบัติในการสมัครเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาจำนวน 19,334 คน

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.5 ตามสูตรต่อไปนี้

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

โดยที่	n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	=	ขนาดของประชากร
	e	=	ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ .05

$$\begin{aligned} \text{เมื่อแทนค่าตามสูตร} \quad n &= \frac{19,334}{(1+19,334(0.05)^2)} \\ &= 392 \text{ คน} \end{aligned}$$

จากการแทนค่าสูตรในข้างต้น ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 200 ตัวอย่าง โดยในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา

3.2 การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ใช้การเลือกสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) วิธีสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) กล่าวคือ แบ่งตามรูปแบบการศึกษา ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.1) มัธยมศึกษาตอนปลาย

1.2) อาชีวศึกษา

โดยใช้การแบ่งกลุ่มตามสัดส่วนดังนี้

ตารางที่ 3.1: จำนวนนักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามรูปแบบการศึกษา

รูปแบบการศึกษา	จำนวนประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
มัธยมศึกษาตอนปลาย	6,676	70
อาชีวศึกษา	12,658	130
รวม	19,334	200

2) จากขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยจะใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยการจับฉลากจากรายชื่อเพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนที่ได้กำหนดไว้

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลาพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย และการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยคำถามเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ใช้ระเบียบวิจัยเชิงสำรวจแบบวัดผลเพียงครั้งเดียวโดยใช้แบบสอบถาม ชนิดปลายปิด จำนวน 200 ชุด ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ผู้วิจัยได้แบ่งข้อมูลออกเป็นกลุ่ม ๆ ในตัวแปรที่ประกอบเป็นข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งตัวแปรดังกล่าวเกิดจากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสารตามหลักลักษณะประชากร โดยผู้วิจัยเลือกศึกษาเฉพาะตัวแปรที่มีความเหมาะสมกับงานวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วยคำถาม ชนิดปลายปิด จำนวน 4 ข้อดังนี้

1) เพศ

- 1.1) ชาย
- 1.2) หญิง

2) แผนการศึกษา

- 2.1) วิทยุ – คณิต
- 2.2) ศิลป์ – คำนวณ
- 2.3) ศิลป์ – ภาษา
- 2.4) ศิลป์ – สังคม
- 2.5) อื่น ๆ

3) เกรดเฉลี่ยสะสม

- 3.1) ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ากับ 1.50
- 3.2) 1.51 – 2.00
- 3.3) 2.01 – 2.50
- 3.4) 2.51 – 3.00
- 3.5) 3.01 – 3.50
- 3.6) 3.51 ขึ้นไป

4) รายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน

- 4.1) ต่ำกว่า 50,000 บาท
- 4.2) 50,001 – 100,000 บาท
- 4.3) 100,001 – 150,000 บาท
- 4.4) 150,001 – 300,000 บาท
- 4.5) มากกว่า 300,000 บาท

ตอนที่ 2 ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามจากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและดัดแปลง เพิ่มเติม รูปแบบของคำถามจากแบบประเมินข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของ วิมลพรรณ อภาเวท และสาวิตรี ชีวะสารณ์ (2553); ยุทธภูมิ สุวรรณเวช (2551) และอรอุมา ไชยเศรษฐ (2551) โดยแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม ชนิดปลายปิด 1 ข้อ ดังนี้

1) ท่านมีการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยจากสื่อต่าง ๆ มากน้อยเพียงใดในระยะเวลา 1 เดือน ซึ่งสามารถแบ่งคำถามเกี่ยวกับสื่อที่เปิดรับข่าวสารได้เป็น วิทยู โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร/ นิตยสาร/ บุรุษประชาสัมพันธ์/ ใบปลิว/ แผ่นพับ/ โบชัวร์ วารสารของทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยบุคคล อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย และกิจกรรมต่าง ๆ ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยผู้วิจัยให้คะแนนการวัดตามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert Scales) ดังนี้

เป็นประจำ (ทุกวัน)	ให้	5	คะแนน
บ่อยครั้ง (5 – 6 ครั้งต่อสัปดาห์)	ให้	4	คะแนน
บางครั้ง (3 – 4 ครั้งต่อสัปดาห์)	ให้	3	คะแนน
แทบจะไม่เคย (1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์)	ให้	2	คะแนน
ไม่เคยเลย	ให้	1	คะแนน

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลและแปลความหมายค่าคะแนนอภิปรายผล 5 ระดับดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{คะแนนอันตรายภาคชั้น} &= (\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด})/ \text{ช่วงคะแนน} \\
 &= (5-1)/ 5 \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว ผู้วิจัยกำหนดการแปลความหมายตามลำดับคะแนนประเมินความถี่ในการเปิดรับสื่อ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง มีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับคณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยเป็นประจำ
คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง มีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับคณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัยบ่อยครั้ง
คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง มีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับคณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยบางครั้ง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง แทบจะไม่เคยมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง ไม่มีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับคณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ตอนที่ 3 การรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในมุมมองของนักเรียน

ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามจากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและดัดแปลง เพิ่มเติมจากงานวิจัยเพื่อพัฒนาแบบวัดภาพลักษณ์องค์กรของ วศมล สบายวัน (2533) ซึ่งมีค่าการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์อัลฟ่า ดังนี้

ตารางที่ 3.2: ค่าการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์อัลฟาจากงานวิจัยเพื่อพัฒนาแบบวัดภาพลักษณ์องค์กร

ภาพลักษณ์	ค่า Alpha (α)
ภาพลักษณ์ด้านองค์กร	.9287
ภาพลักษณ์ด้านพนักงาน	.9178
ภาพลักษณ์ด้านผู้บริหาร	.9185
ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม	.8318
ภาพลักษณ์ด้านสินค้าและบริการ	.9686
ภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่	.9000
แบบสอบถามทั้งหมด	.9808

ที่มา: วศมล สบายวัน. (2533). *แบบวัดภาพลักษณ์องค์กร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.

โดยแบบสอบถามประกอบด้วยชุดคำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์ อดุสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย 6 ด้าน ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษาภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากรภาพลักษณ์ด้านคณบดีภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียนการสอนและภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่ ประกอบด้วยคำถาม ชนิดปลายปิด จำนวน 46 ข้อ ดังนี้

1) ด้านภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา

1.1) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เป็นคณะที่ไม่มี ความมั่นคง

1.2) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ประสบความสำเร็จในการผลิตบุคลากรด้านครุศาสตร์อุตสาหกรรมและนักถ่ายทอดเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับการพัฒนาชาติ

1.3) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีระบบการบริหารงานที่ดี

1.4) บัณฑิตคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีความขยัน อดทน และตั้งใจในการทำงาน

1.5) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีนโยบายการบริหารงานที่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคม

- 1.6) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เป็นคณะที่ล้ำสมัย
- 1.7) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี เปิดโอกาสให้บุคลากรก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่
- 1.8) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีนโยบายการบริหารงานที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคม
- 1.9) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีการพัฒนาวิธีการทำงานอยู่เสมอ
- 1.10) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีนโยบายการทำงานที่ชัดเจน
- 1.11) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อนักเรียนและนักศึกษา
- 1.12) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ไม่ได้เป็นคณะชั้นนำของจังหวัดสงขลา
- 1.13) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี เป็นแหล่งข้อมูลทางวิชาการให้แก่สังคมได้
- 1.14) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมีการจัดฝึกอบรมให้กับบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ
- 1.15) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีการบริหารงานภายใต้กรอบของกฎหมาย
- 1.16) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สามารถอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้ามาติดต่อได้ในทุกเรื่อง
- 1.17) บุคลากรภายนอกอยากจะทำมาทำงานที่คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
- 2) ด้านภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากร
- 2.1) คณาจารย์และบุคลากรของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี
- 2.2) คณาจารย์และบุคลากรของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ทำหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ
- 2.3) คณาจารย์และบุคลากรของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมีความรับผิดชอบ
- 2.4) คณาจารย์และบุคลากรของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีขาดทักษะในการสื่อสาร

2.5) การแต่งกายของคณาจารย์และบุคลากรของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ไม่เหมาะสม

2.6) คณาจารย์และบุคลากรของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีบุคลิกภาพดี

2.7) คณาจารย์และบุคลากรของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีมนุษยสัมพันธ์ดี

2.8) ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของคณาจารย์และบุคลากร

2.9) คณาจารย์และบุคลากรของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีให้ข้อมูลตรงกับความต้องการของผู้มาติดต่อ

3) ภาพลักษณ์ด้านคณบดี

3.1) คณบดีของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ

3.2) คณบดีของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ไม่เป็นที่ยอมรับนับถือ

3.3) คณบดีของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี เป็นผู้ที่ขาดวิสัยทัศน์

3.4) คณบดีของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีบุคลิกภาพที่ดี

3.5) คณบดีของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี เป็นคนซื่อสัตย์

3.6) คณบดีของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีความเป็นผู้นำ

3.7) คณบดีของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ทำงานอย่าง

ตรงไปตรงมา

4) ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

4.1) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยละเลยต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม

4.2) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ให้การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่เด็กและเยาวชน

4.3) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีให้การสนับสนุนกิจกรรมในด้านการศึกษา

4.4) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของประชาชน

5) ภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียนการสอน

5.1) หลักสูตร การเรียนการสอนของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยเป็นหลักสูตรที่ได้มาตรฐานการศึกษา

5.2) หลักสูตร การเรียนการสอนของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมีความหลากหลาย

5.3) หลักสูตร การเรียนการสอนของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีเป็นหลักสูตรที่มีคุณภาพ

5.4) หลักสูตร การเรียนการสอนของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนได้

6) ภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่

6.1) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมีการออกแบบอาคารสถานที่อย่างลงตัว

6.2) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมีการตกแต่งภายในที่เหมาะสม

6.3) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน

6.4) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมีระบบการดูแลความสะอาดที่ไม่มีประสิทธิภาพ

6.5) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมีอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ครบครัน โดยผู้วิจัยได้ตัดคำถามข้อที่ 34, 37, 40 และ 44 จากแบบวัดภาพลักษณ์องค์กรของ วศมล สบายวัน (2533) เนื่องจากความแตกต่างของบริบทขององค์กรและสถานศึกษา

จากนั้นผู้วิจัยจะทำการ Recode ข้อมูลในข้อที่เป็นคำถามในเชิงลบแล้วจึงนำผลที่ได้ไปทำการวิเคราะห์ต่อไป

ผู้วิจัยให้คะแนนการวัดตามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของ ลิเคิร์ต (Likert Scales) ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	5	คะแนน
เห็นด้วย	ให้	4	คะแนน
ไม่แน่ใจ	ให้	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ให้	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	1	คะแนน

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค
ชั้น (Interval Scale) ใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลและแปลความหมายค่าคะแนนอภิปรายผล
5 ระดับดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2548)

$$\begin{aligned} \text{คะแนนอันตรภาคชั้น} &= (\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{ช่วงคะแนน} \\ &= (5-1) / 3 \\ &= 1.33 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าว ผู้วิจัยกำหนดการแปลความหมายตามลำดับคะแนนประเมินการรับรู้
ภาพลักษณ์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 3.67 – 5.00	หมายถึง มีการรับรู้ภาพลักษณ์บวก ของคณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
คะแนนเฉลี่ย 2.34 – 3.66	หมายถึง มีการรับรู้ภาพลักษณ์ปานกลาง ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 2.33	หมายถึง มีการรับรู้ภาพลักษณ์ลบ ของคณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ตอนที่ 4 การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม เพื่อศึกษาความประสงค์ที่จะเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์
อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยโดยแบบสอบถามคำถาม
ชนิดปลายปิด 3 ข้อ ดังนี้

1) ท่านมีความประสงค์ที่จะเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยหรือไม่

1.1) เลือกศึกษาต่อ (โปรดทำแบบสอบถามต่อในข้อที่ 2)

1.2) ไม่เลือก (โปรดทำแบบสอบถามต่อในข้อที่ 3)

2) ท่านมีความประสงค์ที่จะเลือกศึกษาต่อ เนื่องจากภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์
อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในด้านใดมากที่สุด

- 2.1) ภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา
- 2.2) ภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากร
- 2.3) ภาพลักษณ์ด้านคณบดี
- 2.4) ภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียนการสอน
- 2.5) ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- 2.6) ภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่
- 2.7) อื่น ๆ โปรดระบุ

3) ท่านมีความประสงค์ที่จะไม่เลือกศึกษาต่อ เนื่องจากภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์
อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในด้านใดมากที่สุด

- 3.1) ภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา
- 3.2) ภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากร
- 3.3) ภาพลักษณ์ด้านคณบดี
- 3.4) ภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียนการสอน
- 3.5) ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- 3.6) ภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่
- 3.7) อื่น ๆ โปรดระบุ

3.4 การทดสอบเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม
ข้อมูล มีการทดสอบความตรง และความเที่ยงของเครื่องมือ ดังนี้

3.4.1 การทดสอบความตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้
ตรวจสอบโครงสร้างของคำถาม และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้เพื่อพิจารณาว่าแบบสอบถามมี
ความเหมาะสม มีความชัดเจนตรงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาและสัมพันธ์สอดคล้องกับแนวคิดที่
ใช้ในการศึกษา จากนั้นทำการปรับปรุงแก้ไข แล้วจึงนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

3.4.2 การทดสอบความเที่ยง (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขเสร็จเรียบร้อยแล้ว
จากการทดสอบความตรง (Validity) ไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ลักษณะใกล้เคียงกับ
กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 ชุด โดยข้อมูลดังกล่าวไม่นับรวมอยู่ในการเก็บข้อมูลจริงของการวิจัย
จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาทดสอบความเที่ยงของเครื่องมือ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการ
หาค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือ (Reliability Coefficient Alpha) โดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์

ของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) โดยผู้วิจัยได้กำหนดค่าความเที่ยงของเครื่องมือ โดยรวมและรายด้าน จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.7 จึงจะนำเครื่องมือไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง โดยมีค่าความเที่ยงภายในของคำถามแต่ละส่วน ดังนี้

3.4.2.1 แบบสอบถามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ประกอบด้วยข้อคำถาม 11 ข้อ มีค่าความเที่ยงเท่ากับ .930

3.4.2.2 แบบสอบถามการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ประกอบด้วยข้อคำถาม 46 ข้อ ที่มีค่าความเที่ยงโดยรวมเท่ากับ .922 และเมื่อทำการพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ 1) ภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 17 ข้อ มีค่าความเที่ยงภายในเท่ากับ .717 2) ภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากร ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 9 ข้อ มีค่าความเที่ยงภายในเท่ากับ .740 3) ภาพลักษณ์ด้านคณบดี ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 7 ข้อ มีค่าความเที่ยงภายในเท่ากับ .741 4) ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 4 ข้อ มีค่าความเที่ยงภายในเท่ากับ .710 5) ภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียนการสอน ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 4 ข้อ มีค่าความเที่ยงภายในเท่ากับ .906 และ 6) ภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่ ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ มีค่าความเที่ยงภายในเท่ากับ .784

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.5.1 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่ได้ผ่านการทดสอบความตรงและความเที่ยง ด้วยตนเองโดยการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก จากกลุ่มตัวอย่าง นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา ซึ่งแบ่งออกเป็น มัธยมศึกษาตอนปลาย และอาชีวศึกษา ตามจำนวน (ในขั้นตอนที่ 1 ของการสุ่มตัวอย่าง)

3.5.2 ภายหลังจากทำการเก็บข้อมูลครบ 200 ชุด ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาลงรหัส (Coding) และทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อหาค่าทางสถิติ และทำการทดสอบสมมติฐานตามที่กำหนดไว้

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสำรวจด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ ดังนี้

3.6.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูล เช่น ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.6.2 การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ตามสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น คือ ข้อมูลส่วนบุคคลของนักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา ได้แก่ เพศ แผนการศึกษา เกรดเฉลี่ย และรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในระยะเวลา 1 เดือน

ใช้การวิเคราะห์สถิติแบบ t – Test เพื่อทดสอบค่าความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลของนักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษา ในด้าน เพศ กับการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One way ANOVA) เพื่ออธิบายความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลของนักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษา ในด้าน แผนการศึกษา เกรดเฉลี่ย และรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน กับการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

สมมติฐานข้อที่ 2 นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น คือ ข้อมูลส่วนบุคคลของนักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา ได้แก่ เพศ แผนการศึกษา เกรดเฉลี่ย และรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน

ตัวแปรตาม คือ การรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ใช้การวิเคราะห์สถิติแบบ t – Test เพื่อทดสอบค่าความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลของนักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษา ในด้าน เพศ กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ใช้การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One way ANOVA) เพื่ออธิบายความแตกต่างของข้อมูลส่วนบุคคลของนักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษา ในด้าน แผนการศึกษา เกรดเฉลี่ย และรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ตัวแปรต้น คือ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ตัวแปรตาม คือ การรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman Correlation) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

สมมติฐานข้อที่ 4 นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่แตกต่างกันจะมีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่แตกต่างกัน

ตัวแปรต้น คือ การรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ของ 4 นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษา

ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนตัวแปรพหุนาม (Multivariate Analysis of Variance: MANOVA) เพื่อทดสอบว่าการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่แตกต่างกันจะมีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยต่างกันหรือไม่ อย่างไร

บทที่ 4

บทวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยในเชิงปริมาณ โดยกลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นผู้มีความสนใจในการสมัครเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา จำนวน 200 คน การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

4.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นผู้มีความสนใจในการสมัครเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	120	60.00
หญิง	80	40.00
รวม	200	100.00
แผนการศึกษา		
วิทย์ - คณิต	29	14.50
ศิลป์ - คำนวณ	8	4.00
ศิลป์ - ภาษา	12	6.00
ศิลป์ - สังคม	21	10.50
อื่น ๆ (อาชีวศึกษา)	130	65.00
รวม	200	100.00

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เกรดเฉลี่ยสะสม		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1.50	2	1.00
1.51 – 2.00	7	3.50
2.01 – 2.50	40	20.00
2.51 – 3.00	53	26.50
3.01 – 3.50	59	29.50
3.51 ขึ้นไป	39	19.50
รวม	200	100.00
รายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน		
ต่ำกว่า 50,000 บาท	151	75.50
50,001 – 100,000 บาท	32	16.00
100,001 – 150,000 บาท	7	3.50
150,001 – 300,000 บาท	6	3.00
มากกว่า 300,000 บาท	4	2.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 ส่วนเพศหญิงมีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00

ด้านแผนการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียนอาชีวศึกษา จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาคือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย แผนการศึกษาวิทย์ – คณิต จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50

ด้านเกรดเฉลี่ยสะสม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ระหว่าง 3.01 – 3.50 จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมาคือ มีเกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ระหว่าง 2.51 – 3.00 จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50

ด้านรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาท จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50 รองลงมาคือ 50,001 – 100,000 บาท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00

4.1.2 ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในระยะเวลา 1 เดือน

ผู้วิจัยทำการประเมินรูปแบบของคำถามจากแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของสถานอุดมศึกษาของ วิมลพรรณ อาภาเวท และสาวิตรี ชีวะสารณ์ (2553); ยุทธภูมิ สุวรรณเวช (2551) และอรอุมา ไชยเศรษฐ (2551) และได้ทำการดัดแปลงเพิ่มเติมเพื่อใช้ในการวัดความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในระยะเวลา 1 เดือน ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.2: จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในระยะเวลา 1 เดือน

สื่อที่เปิดรับ	ความถี่ในการเปิดรับ						ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	บางครั้ง	แทบจะไม่เคย	ไม่เคยเลย	รวม			
วิทยุ	12 (6.0)	19 (9.5)	59 (29.5)	66 (33.0)	44 (22.0)	200 (100.0)	2.45	1.115	แทบจะไม่เคย
โทรทัศน์	68 (34.0)	54 (27.0)	34 (17.0)	19 (9.5)	25 (12.5)	200 (100.0)	3.61	1.367	บ่อยครั้ง
หนังสือพิมพ์	11 (5.5)	22 (11.0)	53 (26.5)	73 (36.5)	41 (20.5)	200 (100)	2.45	1.101	แทบจะไม่เคย
วารสาร / นิตยสาร	11 (5.5)	27 (13.5)	61 (30.5)	68 (34.0)	33 (16.5)	200 (100)	2.57	1.086	แทบจะไม่เคย
บุชประชาสัมพันธ์	12 (6.0)	29 (14.5)	70 (35.0)	59 (29.5)	30 (15.0)	200 (100.0)	2.67	1.085	บางครั้ง
ใบปลิว/ แผ่นพับ/ โบชัวร์	13 (6.5)	37 (18.5)	58 (29.0)	66 (33.0)	26 (13.0)	200 (100.0)	2.73	1.107	บางครั้ง
วารสารของทางมหาวิทยาลัย	12 (6.0)	45 (22.5)	60 (30.0)	42 (21.0)	41 (20.5)	200 (100)	2.73	1.194	บางครั้ง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ): จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในระยะเวลา 1 เดือน

สื่อที่เปิดรับ	ความถี่ในการเปิดรับ						ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	เป็นประจำ	บ่อยครั้ง	บางครั้ง	แทบจะไม่เคย	ไม่เคยเลย	รวม			
บุคคล	44 (22.0)	83 (41.5)	44 (22.0)	16 (8.0)	13 (6.5)	200 (100)	3.65	1.107	บ่อยครั้ง
อินเทอร์เน็ต	93 (46.5)	57 (28.5)	31 (15.5)	11 (5.5)	8 (4.0)	200 (100.0)	4.08	1.095	บ่อยครั้ง
เว็บไซต์ของคณะ	27 (13.5)	45 (22.5)	55 (27.5)	34 (17.0)	39 (19.5)	200 (100.0)	2.93	1.311	บางครั้ง
กิจกรรมต่าง ๆ ของคณะ	23 (11.5)	41 (20.5)	48 (24.0)	47 (23.5)	41 (20.5)	200 (100)	2.79	1.298	บางครั้ง
รวม							2.967	.8105	บางครั้ง

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในระยะเวลา 1 เดือนอยู่ในระดับ บางครั้ง ($\bar{X} = 2.96$, S.D. = .810) แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เป็นบางครั้งในระยะเวลา 1 เดือน ทั้งนี้ หากพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 1.095) รองลงมาคือ สื่อบุคคล เช่น ครู ผู้ปกครอง เพื่อน ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 1.107) สื่อโทรทัศน์ ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 1.367) สื่อเว็บไซต์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ($\bar{X} = 2.93$, S.D. = 1.311) สื่อกิจกรรมต่าง ๆ ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ($\bar{X} = 2.79$, S.D. = 1.298) สื่อวารสารของทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย และ สื่อใบปลิว/ แผ่นพับ/ โบชัวร์ ($\bar{X} = 2.73$, S.D. = 1.194) และ ($\bar{X} = 2.73$, S.D. = 1.107) สื่อชุมชนสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.67$, S.D. = 1.085) สื่อวารสาร/ นิตยสาร ($\bar{X} = 2.57$, S.D. = 1.086) สื่อวิทยุ และสื่อหนังสือพิมพ์ ($\bar{X} = 2.45$, S.D. = 1.115) และ ($\bar{X} = 2.45$, S.D. = 1.101) ตามลำดับ

4.1.3 การรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามจากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและดัดแปลงเพิ่มเติม จากงานวิจัยเพื่อพัฒนาแบบวัดภาพลักษณ์องค์กรของ วศมล สบายวัน (2533) ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.3: จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม			
ภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา									
1. เป็นคณะที่มีความมั่นคง	16 (8.0)	36 (18.0)	93 (46.5)	40 (20.0)	15 (7.5)	200 (100.0)	2.99	1.002	ภาพลักษณ์ปานกลาง
2. ประสบความสำเร็จในการผลิตบุคลากรและนักทอเทคโนโลยี	28 (14.0)	108 (54.0)	59 (29.5)	3 (1.5)	2 (1.0)	200 (100.0)	3.79	.736	ภาพลักษณ์บวก
3. มีระบบบริหารงานที่ดี	27 (13.5)	92 (46.0)	75 (37.5)	3 (1.5)	3 (1.5)	200 (100.0)	3.69	.780	ภาพลักษณ์บวก
4. เป็นคณะที่มีความรับผิดชอบ	9 (4.5)	49 (24.5)	84 (42.0)	39 (19.5)	19 (9.5)	200 (100.0)	2.95	1.001	ภาพลักษณ์ปานกลาง
5. มีนโยบายการบริหารงานที่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคม	22 (11.0)	80 (40.0)	91 (45.5)	5 (2.5)	2 (1.0)	200 (100.0)	3.85	.760	ภาพลักษณ์บวก
6. เป็นคณะที่ล้ำสมัย	12 (6.0)	41 (20.5)	81 (40.5)	49 (24.5)	17 (8.5)	200 (100.0)	2.91	1.013	ภาพลักษณ์ปานกลาง
7. เปิดโอกาสให้บุคลากรก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่	37 (18.5)	95 (47.5)	63 (31.5)	1 (0.5)	4 (2.0)	200 (100.0)	3.80	.814	ภาพลักษณ์บวก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ด้าน
 ภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
 ราชมงคลศรีวิชัย

ภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม			
8. มีนโยบายในการบริหารงานที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคม	28 (14.0)	93 (46.5)	75 (37.5)	4 (2.0)	-	200 (100.0)	3.73	.722	ภาพลักษณ์บวก
9. มีการพัฒนาการทำงานอยู่เสมอ	30 (15.0)	90 (45.0)	76 (38.0)	3 (1.5)	1 (0.5)	200 (100.0)	3.73	.750	ภาพลักษณ์บวก
10. มีนโยบายการทำงานที่ชัดเจน	22 (11.0)	103 (51.5)	71 (35.5)	3 (1.5)	1 (0.5)	200 (100.0)	3.71	.699	ภาพลักษณ์บวก
11. มีสัมพันธภาพที่ดีต่อนักเรียนและนักศึกษา	42 (21.0)	96 (48.0)	58 (29.0)	3 (1.5)	1 (0.5)	200 (100.0)	3.88	.770	ภาพลักษณ์บวก
12. เป็นคณะชั้นนำของจังหวัดสงขลา	4 (2.0)	10 (5.0)	111 (55.5)	55 (27.5)	20 (10.0)	200 (100.0)	2.61	.812	ภาพลักษณ์ปานกลาง
13. เป็นแหล่งข้อมูลทางวิชาการให้แก่สังคมได้	24 (12.0)	92 (46.0)	78 (39.0)	6 (3.0)	-	200 (100.0)	3.67	.724	ภาพลักษณ์บวก
14. มีการจัดฝึกอบรมให้กับบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ	23 (11.5)	68 (34.0)	103 (51.5)	4 (2.0)	2 (1.0)	200 (100.0)	3.53	.763	ภาพลักษณ์ปานกลาง
15. มีการบริหารงานภายใต้กรอบของกฎหมาย	34 (17.0)	94 (47.0)	67 (33.5)	4 (2.0)	1 (0.5)	200 (100.0)	3.78	.765	ภาพลักษณ์บวก
16. สามารถอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาติดต่อได้ในทุกเรื่อง	29 (14.5)	87 (43.5)	79 (39.5)	3 (1.5)	2 (1.0)	200 (100.0)	3.69	.773	ภาพลักษณ์บวก
17. บุคคลภายนอกอยากจะเข้ามาทำงาน	25 (12.5)	87 (43.5)	83 (41.5)	3 (1.5)	2 (1.0)	200 (100.0)	3.65	.755	ภาพลักษณ์ปานกลาง
เฉลี่ยรวม ภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา							3.509	.3963	ภาพลักษณ์ปานกลาง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ด้าน
 ภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
 ราชมงคลศรีวิชัย

ภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม			
ภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากร									
18. คณาจารย์และบุคลากรประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี	32 (16.0)	92 (46.0)	71 (35.5)	4 (2.0)	1 (0.5)	200 (100.0)	3.75	.762	ภาพลักษณ์บวก
19. คณาจารย์และบุคลากรทำหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ	34 (17.0)	96 (48.0)	66 (33.0)	4 (2.0)	-	200 (100.0)	3.80	.737	ภาพลักษณ์บวก
20. คณาจารย์และบุคลากรมีความรับผิดชอบ	38 (19.0)	81 (40.5)	77 (38.5)	3 (1.5)	1 (0.5)	200 (100.0)	3.76	.791	ภาพลักษณ์บวก
21. คณาจารย์และบุคลากรมีทักษะในการสื่อสาร	7 (3.5)	27 (13.5)	94 (47.0)	50 (25.0)	22 (11.0)	200 (100.0)	2.73	.948	ภาพลักษณ์ปานกลาง
22. การแต่งกายของคณาจารย์และบุคลากรเหมาะสม	12 (6.0)	42 (21.0)	71 (35.5)	53 (26.5)	22 (11.0)	200 (100.0)	2.84	1.066	ภาพลักษณ์ปานกลาง
23. คณาจารย์และบุคลากรมีบุคลิกภาพที่ดี	24 (12.0)	117 (58.5)	57 (28.5)	2 (1.0)	-	200 (100.0)	3.82	.643	ภาพลักษณ์บวก
24. คณาจารย์และบุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ดี	32 (16.0)	107 (53.5)	57 (28.5)	4 (2.0)	-	200 (100.0)	3.84	.707	ภาพลักษณ์บวก
25. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของคณาจารย์และบุคลากร	29 (14.5)	90 (45.0)	76 (38.0)	5 (2.5)	-	200 (100.0)	3.72	.739	ภาพลักษณ์บวก
26. คณาจารย์และบุคลากรให้ข้อมูลตรงกับความต้องการของผู้มาติดต่อ	28 (14.0)	87 (43.5)	78 (39.0)	5 (2.5)	2 (1.0)	200 (100.0)	3.67	.784	ภาพลักษณ์บวก
เฉลี่ยรวม ภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากร							3.581	.4651	ภาพลักษณ์ปานกลาง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ด้าน
 ภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
 ราชมงคลศรีวิชัย

ภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม			
ภาพลักษณ์ด้านคนบติ									
27. คนบติเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ	40 (20.0)	95 (47.5)	57 (28.5)	6 (3.0)	2 (1.0)	200 (100.0)	3.83	.817	ภาพลักษณ์บวก
28. คนบติเป็นที่ยอมรับนับถือ	10 (5.0)	30 (15.0)	93 (46.5)	54 (27.0)	13 (6.5)	200 (100.0)	2.85	.928	ภาพลักษณ์ปานกลาง
29. คนบติเป็นผู้มีวิสัยทัศน์	7 (3.5)	46 (23.0)	77 (38.5)	49 (24.5)	21 (10.5)	200 (100.0)	2.84	1.008	ภาพลักษณ์ปานกลาง
30. คนบติมีบุคลิกภาพที่ดี	32 (16.0)	94 (47.0)	69 (34.5)	5 (2.5)	-	200 (100.0)	3.77	.743	ภาพลักษณ์บวก
31. คนบติเป็นคนซื่อสัตย์	27 (13.5)	82 (41.0)	86 (43.0)	4 (2.0)	1 (0.5)	200 (100.0)	3.65	.755	ภาพลักษณ์ปานกลาง
32. คนบติมีความเป็นผู้นำ	39 (19.5)	91 (45.5)	66 (33.0)	4 (2.0)	-	200 (100.0)	3.83	.760	ภาพลักษณ์บวก
33. คนบติทำงานอย่างตรงไปตรงมา	33 (16.5)	71 (35.5)	89 (44.5)	6 (3.0)	1 (0.5)	200 (100.0)	3.65	.808	ภาพลักษณ์ปานกลาง
เฉลี่ยรวม ภาพลักษณ์ด้านคนบติ							3.486	.4674	ภาพลักษณ์ปานกลาง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ด้าน
 ภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
 ราชมงคลศรีวิชัย

ภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม			
ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม									
34. คณะให้ความสำคัญต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม	10 (5.0)	32 (16.0)	79 (39.5)	51 (25.5)	28 (14.0)	200 (100.0)	2.72	1.051	ภาพลักษณ์ปานกลาง
35. คณะให้การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่เด็กและเยาวชน	30 (15.0)	89 (44.5)	73 (36.5)	6 (3.0)	2 (1.0)	200 (100.0)	3.70	.797	ภาพลักษณ์บวก
36. ให้การสนับสนุนกิจกรรมในด้านการศึกษา	39 (19.5)	99 (49.5)	53 (26.5)	8 (4.0)	1 (0.5)	200 (100.0)	3.84	.801	ภาพลักษณ์บวก
37. คณะคำนึงถึงความปลอดภัยของประชาชน	12 (6.0)	36 (18.0)	85 (42.5)	49 (24.5)	18 (9.0)	200 (100.0)	2.87	1.007	ภาพลักษณ์ปานกลาง
เฉลี่ยรวม ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม							3.282	.5132	ภาพลักษณ์ปานกลาง
ภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียน การสอน									
38. เป็นหลักสูตรที่ได้มาตรฐานการศึกษา	40 (20.0)	93 (46.5)	62 (31.0)	4 (2.0)	1 (0.5)	200 (100.0)	3.84	.782	ภาพลักษณ์บวก
39. หลักสูตร การเรียน การสอน มีความหลากหลาย	37 (18.5)	95 (47.5)	63 (31.5)	4 (2.0)	1 (0.5)	200 (100.0)	3.82	.771	ภาพลักษณ์บวก
40. หลักสูตร การเรียน การสอน เป็นหลักสูตรที่มีคุณภาพ	33 (16.5)	98 (49.0)	65 (32.5)	4 (2.0)	-	200 (100.0)	3.80	.730	ภาพลักษณ์บวก
41. สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนได้	36 (18.0)	98 (49.0)	59 (29.5)	7 (3.5)	-	200 (100.0)	3.82	.764	ภาพลักษณ์บวก
เฉลี่ยรวม ภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียน การสอน							3.816	.6450	ภาพลักษณ์บวก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้ด้าน
 ภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
 ราชมงคลศรีวิชัย

ภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ	ระดับความคิดเห็น						ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม			
ภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่									
42. มีการออกแบบอาคารสถานที่อย่างลงตัว	39 (19.5)	93 (46.5)	61 (30.5)	6 (3.0)	1 (0.5)	200 (100.0)	3.82	.796	ภาพลักษณ์บวก
43. มีการตกแต่งภายในที่เหมาะสม	34 (17.0)	90 (45.0)	66 (33.0)	8 (4.0)	2 (1.0)	200 (100.0)	3.73	.825	ภาพลักษณ์บวก
44. มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน	23 (11.5)	101 (50.5)	70 (35.0)	5 (2.5)	1 (0.5)	200 (100.0)	3.70	.723	ภาพลักษณ์บวก
45. การดูแลรักษาความสะอาดไม่มีประสิทธิภาพ	25 (12.5)	55 (27.5)	83 (41.5)	33 (16.5)	4 (2.0)	200 (100.0)	3.32	.960	ภาพลักษณ์ปานกลาง
46. มีอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ครบครัน	36 (18.0)	83 (41.5)	75 (37.5)	6 (3.0)	-	200 (100.0)	3.75	.783	ภาพลักษณ์บวก
เฉลี่ยรวม ภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่							3.662	.6089	ภาพลักษณ์ปานกลาง
เฉลี่ยรวม ภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย							3.543	.3764	ภาพลักษณ์ปานกลาง

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ด้านภาพลักษณ์ในระดับ การรับรู้ภาพลักษณ์ปานกลาง ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = .376) แสดงให้เห็นถึงการสร้างเอกลักษณ์ และการสื่อสารประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เมื่อทำการพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงจากลำดับมากไปน้อย ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียนการสอน ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = .645) ภาพลักษณ์ด้านการจัดการอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่ ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = .608) ภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากร ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = .465) ภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = .396)

ภาพลักษณ์ด้านคนบตี ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = .467) ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.28$, S.D. = .513)

โดยเมื่อทำการพิจารณาในรายข้อย่อยของภาพลักษณ์ในแต่ละด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย 3 อันดับ ได้แก่

1) ภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียนการสอนหลักสูตร การเรียนการสอนของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เป็นหลักสูตรที่ได้มาตรฐานการศึกษา ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = .782) หลักสูตรการเรียนการสอนของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เรียนได้ ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = .764) หลักสูตรการเรียนการสอนของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมีความหลากหลาย ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = .771)

2) ภาพลักษณ์ด้านการจัดการอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมีการออกแบบอาคารสถานที่อย่างลงตัว ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = .796) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมีอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ครบครัน ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = .783) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมีการตกแต่งภายในที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = .825)

3) ภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากรคณาจารย์และบุคลากรของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = .707) คณาจารย์และบุคลากรของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมีบุคลิกภาพที่ดี ($\bar{X} = 3.82$, S.D. = .643) คณาจารย์และบุคลากรของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีทำหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = .737)

4) ภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีสัมพันธภาพที่ดีต่อนักเรียนและนักศึกษา ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = .770) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมีนโยบายการบริหารงานที่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคม ($\bar{X} = 3.85$, S.D. = .760) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี เปิดโอกาสให้บุคลากรก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = .814)

5) ภาพลักษณ์ด้านคนบตี คนบตีของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีความเป็นผู้นำ ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = .760) คนบตีของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = .817) คนบตีของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมีบุคลิกภาพที่ดี ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = .743)

6) ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ให้การสนับสนุนกิจกรรมในด้านการศึกษา ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = .801) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ให้การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่เด็กและเยาวชน ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = .797) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีคำนึงถึงความปลอดภัยของประชาชน ($\bar{X} = 2.87$, S.D. = 1.007)

4.1.4 การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความประสงค์ที่จะเลือกศึกษาต่อ		
เลือกศึกษาต่อ	90	45.00
ไม่เลือกศึกษาต่อ	110	55.00
รวม	200	100.00
เลือกศึกษาต่อเนื่องจากภาพลักษณ์		
ภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา	32	35.70
ภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากร	7	7.80
ภาพลักษณ์ด้านคณบดี	4	4.40
ภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียนการสอน	39	43.30
ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	4	4.40
ภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่	3	3.30
อื่น ๆ	1	1.10
รวม	90	100.00
ไม่เลือกศึกษาต่อเนื่องจากภาพลักษณ์		
ภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา	4	3.60
ภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากร	2	1.80
ภาพลักษณ์ด้านคณบดี	3	2.70
ภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียนการสอน	19	17.30
ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	5	4.60

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.4 (ต่อ): จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ

การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เลือกศึกษาต่อเนื่องจากภาพลักษณ์ (ต่อ)		
ภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่	6	5.50
อื่น ๆ	71	64.50
รวม	110	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เลือกไม่ศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 และเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00

กลุ่มตัวอย่างที่เลือกศึกษาต่อส่วนใหญ่ เลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เนื่องจากภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียนการสอน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 43.30 รองลงมาได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 35.60 ภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากร จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80 ภาพลักษณ์ด้านคณบดีและภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เท่ากันที่จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4.40 ภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 และเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยด้วยเหตุผลอื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.10 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เลือกศึกษาต่อส่วนใหญ่ ไม่เลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เนื่องด้วยเหตุผลอื่น ๆ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมาได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียนการสอน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30 ภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.60 ภาพลักษณ์ด้านคณบดี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.70 และภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากร จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานของงานวิจัย

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลสมมติฐานของงานวิจัย โดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics) คือ การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent-samples T-test) วิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance: One way ANOVA) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman Correlation) และวิเคราะห์ความแปรปรวนตัวแปรพหุนาม (Multivariate Analysis of Variance: MANOVA) ดังนี้

4.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางด้านเพศที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.5: การเปรียบเทียบความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	Sig.
ชาย	120	3.07	.812	2.277*	.024
หญิง	80	2.80	.785		

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 4.5 พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางด้านเพศที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($t_{(198,200)} = 2.277^*$, $p < .05$) โดยนักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่เป็นเพศหญิง จะมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมากกว่าเพศชาย

สมมติฐานที่ 1.2 นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางด้านแผนการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.6: การเปรียบเทียบความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามแผนการศึกษา

แผนการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
วิทย์ – คณิต	29	2.59	.720	2.200	.070
ศิลป์ – คำนวณ	8	2.81	.221		
ศิลป์ – ภาษา	12	2.97	.719		
ศิลป์ – สังคม	21	3.20	.700		
อื่น ๆ	130	3.01	.846		

จากตารางที่ 4.6 พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางด้านแผนการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยไม่แตกต่างกัน ($F_{(4,199)} = 2.200, p > .05$)

สมมติฐานที่ 1.3 นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางด้านเกรดเฉลี่ยสะสมที่ต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7: การเปรียบเทียบความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสม

เกรดเฉลี่ยสะสม	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	F	Sig.
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1.50	2	3.40	.964	3.089*	.010
1.51 – 2.00	7	2.35	.924		
2.01 – 2.50	40	3.24	.750		
2.51 – 3.00	53	3.02	.823		
3.01 – 3.50	59	2.98	.736		
3.51 ขึ้นไป	39	2.67	.832		

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 4.7 พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางด้านเกรดเฉลี่ยสะสมที่ต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกัน ($F_{(5,199)} = 3.089, p < .05$)

สมมติฐานที่ 1.4 นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางด้านรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.8: การเปรียบเทียบความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ต่ำกว่า 50,000 บาท	151	2.93	.821	2.368	.054
50,001 – 100,000 บาท	32	3.04	.670		
100,001 – 150,000 บาท	7	3.23	.659		
150,001 – 300,000 บาท	6	2.43	.867		
มากกว่า 300,000 บาท	4	3.90	1.031		

จากตารางที่ 4.8 พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางด้านรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยไม่แตกต่างกัน ($F_{(4,199)} = 2.368$, $p > .05$)

4.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางข้อมูลส่วนบุคคลที่ต่างกันจะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางด้านเพศที่ต่างกันจะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9: การเปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t	Sig.
ชาย	120	3.52	.375	-.701	.484
หญิง	80	3.56	.379		

จากตารางที่ 4.9 พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางด้านเพศที่ต่างกันจะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยไม่แตกต่างกัน ($t_{(198,200)} = -.701, p > .05$)

สมมติฐานที่ 2.2 นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางด้านแผนการศึกษาที่ต่างกันจะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10: การเปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามแผนการศึกษา

แผนการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
วิทย์ – คณิต	29	3.56	.365	.083	.988
ศิลป์ – คำนวณ	8	3.53	.325		
ศิลป์ – ภาษา	12	3.55	.342		
ศิลป์ – สังคม	21	3.50	.326		
อื่น ๆ	130	3.54	.392		

จากตารางที่ 4.10 พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางด้านแผนการศึกษาที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยไม่แตกต่างกัน ($F_{(4,199)} = .083, p > .05$)

สมมติฐานที่ 2.3 นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางด้านเกรดเฉลี่ยสะสมที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11: การเปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสม

เกรดเฉลี่ยสะสม	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1.50	2	3.63	.830	.581	.715
1.51 -2.00	4	3.40	.304		
2.01 – 2.50	40	3.61	.353		
2.51 – 3.00	53	3.53	.438		
3.01 – 3.50	59	3.54	.373		
3.50 ขึ้นไป	39	3.49	.306		

จากตารางที่ 4.11 พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางด้านเกรดเฉลี่ยสะสมที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยไม่แตกต่างกัน ($F_{(5,199)} = .581, p > .05$)

สมมติฐานที่ 2.4 นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางด้านรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12: การเปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ต่ำกว่า 50,000 บาท	151	3.58	.381	2.672*	.033
50,001 – 100,000 บาท	32	3.45	.332		
100,001 – 150,000 บาท	7	3.22	.451		
150,001 – 300,000 บาท	6	3.35	.148		
มากกว่า 300,000 บาท	4	3.66	.205		

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 4.12 พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางด้านรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($F_{(4,199)} = 2.672^*$, $p > .05$)

ตารางที่ 4.13: การเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์
 อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน		ความแตกต่าง ของค่าเฉลี่ย	Sig.
ต่ำกว่า 50,000 บาท	50,001 – 100,000 บาท	.126	.080
	100,000 – 150,000 บาท	.358*	.013
	150,001 – 300,000 บาท	.230	.137
	มากกว่า 300,000 บาท	-.081	.665
50,001 – 100,000 บาท	ต่ำกว่า 50,000 บาท	-.126	.080
	100,000 – 150,000 บาท	.231	.136
	150,001 – 300,000 บาท	.103	.530
	มากกว่า 300,000 บาท	-.207	.291
100,000 – 150,000 บาท	ต่ำกว่า 50,000 บาท	-.358*	.013
	50,001 – 100,000 บาท	-.231	.136
	150,001 – 300,000 บาท	-.127	.536
	มากกว่า 300,000 บาท	-.439	.060
150,001 – 300,000 บาท	ต่ำกว่า 50,000 บาท	-.230	.137
	50,001 – 100,000 บาท	-.103	.530
	100,000 – 150,000 บาท	.127	.536
	มากกว่า 300,000 บาท	-.311	.194
มากกว่า 300,000 บาท	ต่ำกว่า 50,000 บาท	.081	.665
	50,001 – 100,000 บาท	.207	.291
	100,000 – 150,000 บาท	.439	.060
	150,001 – 300,000 บาท	.311	.194

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 4.13 พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางด้าน
 รายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาท จะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์
 อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มากกว่านักเรียนชั้นมัธยมปลาย
 และนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางด้านรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน 100,000 – 150,000 บาท
 อย่างมีนัยสำคัญ ($MD = .358^*$, $p < 0.05$)

4.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ตารางที่ 4.14: ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีกับการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร	การรับรู้ด้านภาพลักษณ์	
	r	Sig.
วิทยุ	.305*	.000
โทรทัศน์	.111	.118
หนังสือพิมพ์	.199*	.005
วารสาร/ นิตยสาร	.274*	.000
บุชประชาสัมพันธ์	.235*	.001
ใบปลิว/ แผ่นพับ/ โบชัวร์	.324*	.000
วารสารของทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	.189*	.007
บุคคล เช่น ครู ผู้ปกครอง เพื่อน	.230*	.001
อินเทอร์เน็ต	.196*	.005
เว็บไซต์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี	.331*	.000
กิจกรรมต่าง ๆ ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี	.338*	.000
รวมเฉลี่ย	.363*	.000

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีอย่างมีนัยสำคัญ ($r = .363^*$, $p < 0.05$) และขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า มีเพียงความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์
อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีจากสื่อโทรทัศน์เท่านั้น ที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านภาพลักษณ์
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ($r = .111, p >$
 0.05)

4.2.4 สมมติฐานข้อที่ 4 นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีการรับรู้ด้าน
ภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่
แตกต่างกันจะมีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15: ผลรวมการวิเคราะห์ความแปรปรวนตัวแปรพหุนาม ระหว่างการรับรู้ด้านภาพลักษณ์
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
กับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

แหล่งความแปรปรวน	Test name	Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี	Wilks' Lambda	.918	2.875*	6.000	193.00	.010

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 4.15 พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีการรับรู้ด้าน
ภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่
แตกต่างกัน จะมีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ($F_{(1,200)} = 2.875^*, p < .05$)

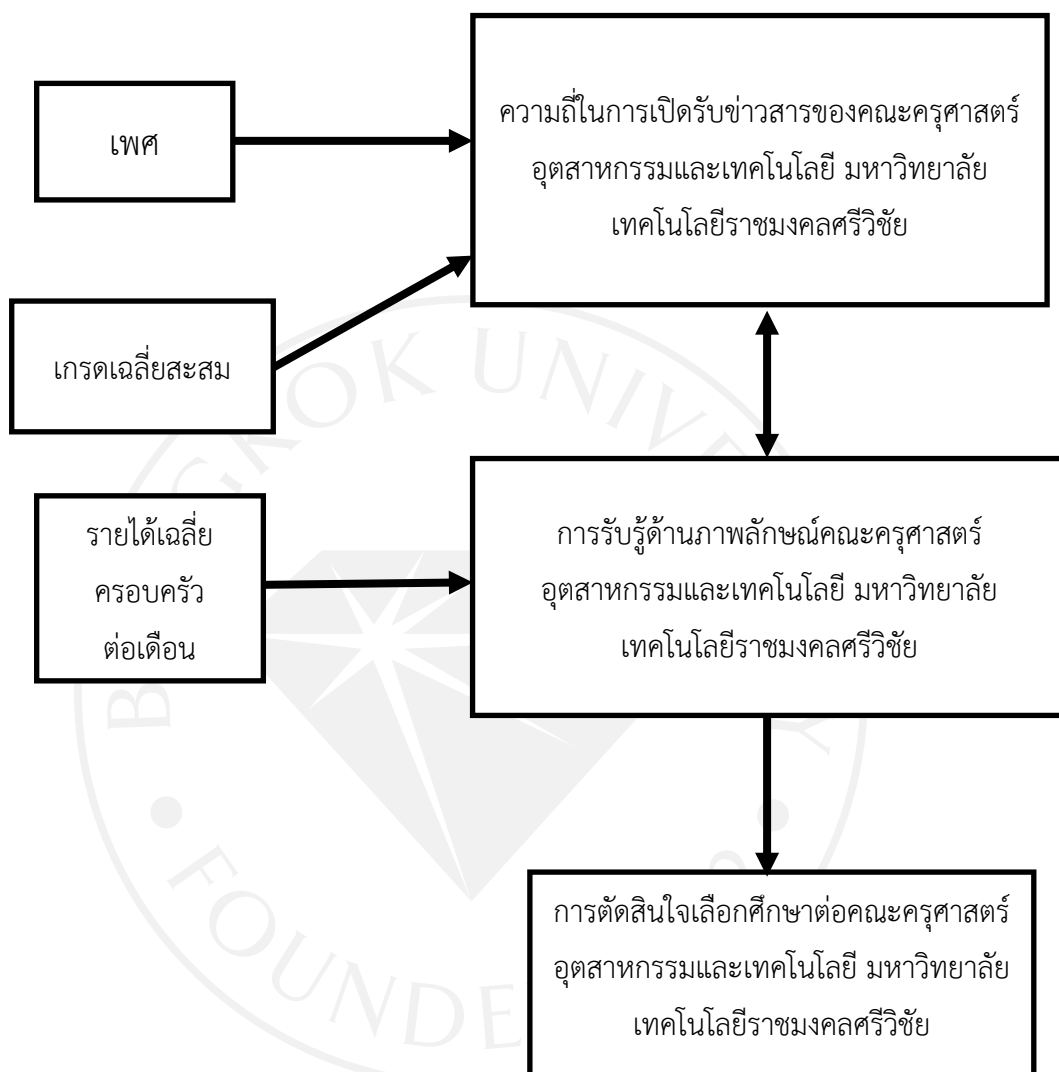
ตารางที่ 4.16: ภาพย่อยผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนตัวแปรพหุนาม ระหว่างการรับรู้ด้าน
ภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลศรีวิชัย กับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ
เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

แหล่งความแปรปรวน	Dependent Variable	SS	df	MS	F	Sig.
การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี	ภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา	2.144	1	2.144	14.583	.000
	ภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากร	1.754	1	1.754	8.405	.004
	ภาพลักษณ์ด้านคณบดี	1.094	1	1.094	5.119	.025
	ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	.109	1	.109	.413	.521
	ภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียนการสอน	4.568	1	4.568	11.560	.001
	ภาพลักษณ์ด้านการจัดการอุปกรณ์ อาคาร สถานที่	2.728	1	2.728	7.600	.006

* $p < 0.05$

จากตารางที่ 4.16 พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่แตกต่างกัน จะมีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่ต่างกัน ได้แก่ ภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา ($F_{(1,200)} = 14.583^*$, $p < .05$) ภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากร ($F_{(1,200)} = 8.405^*$, $p < .05$) ภาพลักษณ์ด้านคณบดี ($F_{(1,200)} = 5.119^*$, $p < .05$) ภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียนการสอน ($F_{(1,200)} = 11.560^*$, $p < .05$) และภาพลักษณ์ด้านการจัดการอุปกรณ์ อาคาร สถานที่ ($F_{(1,200)} = 7.600^*$, $p < .05$)

ภาพที่ 4.1: สรุปผลการวิจัยเชิงสำรวจ



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “การรับรู้ด้านภาพลักษณ์และการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์
อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา
ตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณมีรูปแบบเป็นการ
วิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจำนวน 200 ชุด จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูล
ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยมีสถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)
ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์
เชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ t – Test ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of
Variance: One way ANOVA) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Spearman Correlation) และ ค่าความ
แปรปรวนตัวแปรพหุนาม (Multivariate Analysis of Variance: MANOVA) ในการวิเคราะห์เชิง
อนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย โดยมีการสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ
ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคล

จากการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษา
ในพื้นที่จังหวัดสงขลา พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.00
และ 40.00 ตามลำดับ โดยกำลังศึกษาอยู่ในอาชีวศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาคือ
แผนการศึกษา วิทย – คณิต และ แผนการศึกษา ศิลป์ – สังคม คิดเป็นร้อยละ 14.50 และ 10.50
ตามลำดับ นักเรียนส่วนใหญ่มีเกรดเฉลี่ยสะสม 3.01 – 3.50 คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมาคือ 2.51
– 3.00 และ 2.01- 2.50 คิดเป็นร้อยละ 26.50 และ 20.00 ตามลำดับ และมีรายได้เฉลี่ยครอบครัว
ต่ำกว่า 50,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.50 รองลงมาคือ มีรายได้เฉลี่ยครอบครัว 50,001 –
100,000 บาท และ 100,001 – 150,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.00 และ 3.50 ตามลำดับ

5.1.2 ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

จากการศึกษาประเมินรูปแบบของคำถามจากแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
ของสถานอุดมศึกษาของ วิมลพรรณ อาภาเวท และสาวิตรี ชีวะสารณ์ (2553); ยุทธภูมิ สุวรรณเวช
(2551) และอรอุมา ไชยเศรษฐ์ (2551) และได้ทำการดัดแปลงเพิ่มเติมเพื่อให้มีความสอดคล้องกับ
สถานศึกษามาก

ขึ้นเพื่อศึกษาความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียน อาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และเทคโนโลยี ซึ่งประกอบไปด้วย 11 สื่อ ได้แก่ 1) สื่อวิทยุ 2) สื่อโทรทัศน์ 3) สื่อหนังสือพิมพ์ 4) สื่อวารสาร/ นิตยสาร 5) สื่อบุรุษประชาสัมพันธ์ 6) สื่อใบปลิว/ แผ่นพับ/ โบชัวร์ 7) สื่อวารสารของ ทางมหาวิทยาลัย 8) สื่อบุคคล เช่น ครู ผู้ปกครอง เพื่อน 9) สื่ออินเทอร์เน็ต 10) สื่อเว็บไซต์ของคณะ ครุศาสตร์และ 11) สื่อกิจกรรมต่าง ๆ ของคณะครุศาสตร์ โดยรวมอยู่ในระดับ บางครั้ง ($\bar{X} = 2.96$, S.D. = .810)

เมื่อทำการพิจารณาเป็นรายสื่อพบว่าสื่อที่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ในระดับบ่อยครั้ง 3 สื่อ โดยสื่ออินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 1.095) รองลงมาคือ สื่อบุคคล และสื่อโทรทัศน์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.65$, S.D. = 1.107) และ ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 1.367) ตามลำดับ และมีสื่อที่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะ ครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ในระดับแทบจะไม่เคย 3 สื่อ ได้แก่สื่อวารสาร/ นิตยสาร นิตยสาร ($\bar{X} = 2.57$, S.D. = 1.086) สื่อวิทยุ และสื่อหนังสือพิมพ์ ($\bar{X} = 2.45$, S.D. = 1.115) และ ($\bar{X} = 2.45$, S.D. = 1.101) ตามลำดับ

5.1.3 การรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและดัดแปลง เพิ่มเติม จากงานวิจัยเพื่อพัฒนาแบบวัด ภาพลักษณ์องค์กรของ วศมล สบายวัน (2533) เพื่อใช้ศึกษาการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา มีการรับรู้ด้านภาพลักษณ์ของคณะ ครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยรวมทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ 1) ภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา 2) ภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากร 3) ภาพลักษณ์ด้าน คณบดี 4) ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 5) ภาพลักษณ์ด้านหลักสูตรการ เรียนการสอนและ 6) ภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่ในระดับ ภาพลักษณ์ปานกลาง ($\bar{X} = 3.54$, S.D. = .376)

เมื่อทำการพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียน อาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา มีการรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับภาพลักษณ์บวก ($\bar{X} = 3.81$, S.D. = .645) ในด้านภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียน การสอน ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ เทคโนโลยี ส่วนที่เหลืออีก 5 ด้าน ได้แก่ ภาพลักษณ์การจัดการอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่

ภาพลักษณ์คณาจารย์และบุคลากร ภาพลักษณ์สถานศึกษา ภาพลักษณ์คณบดี และภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีการรับภาพลักษณ์ในระดับ ภาพลักษณ์ปานกลาง ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = .608), ($\bar{X} = 3.58$, S.D. = .465), ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = .396), ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = .467) และ ($\bar{X} = 3.28$, S.D. = .513) ตามลำดับ

5.1.4 การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

จากการศึกษาเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย พบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา มีการตัดสินใจใกล้เคียงได้ คือเลือกศึกษาต่อ ร้อยละ 45.00 และไม่เลือกศึกษาต่อ 55.00

เมื่อทำการพิจารณาในส่วนของผู้เรียนที่เลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พบว่า มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อเนื่องภาพภาพลักษณ์ในด้านหลักสูตร การเรียนการสอน มากที่สุด ร้อยละ 43.30 รองลงมาคือ ภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา ร้อยละ 35.70 และในส่วนของผู้เรียนที่ไม่เลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พบว่า มีการตัดสินใจไม่เลือกศึกษาต่อเนื่องภาพภาพลักษณ์ในด้านหลักสูตร การเรียนการสอน มากที่สุด ร้อยละ 17.30

5.1.5 สรุปผลการศึกษาตามสมมติฐาน

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ 4 ข้อ ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานมีดังต่อไปนี้

5.1.5.1 สมมติฐานข้อที่ 1 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา ได้แก่ เพศ และเกรดเฉลี่ยสะสม ที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

5.1.5.2 สมมติฐานข้อที่ 2 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้เรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา ได้แก่ รายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน ที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้

ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

โดยเมื่อทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางด้านรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนต่ำกว่า 50,000 บาท จะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มากกว่านักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางด้านรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน 100,000 – 150,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญ .05

5.1.5.3 สมมติฐานข้อที่ 3 ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

จากการศึกษาพบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในสื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวารสาร/ นิตยสาร สื่ออุประชาสัมพันธ์ สื่อใบปลิว/ แผ่นพับ / โบชัวร์ สื่อวารสารของทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สื่อบุคคล สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อเว็บไซต์ของคณะครุศาสตร์ และสื่อกิจกรรมต่าง ๆ ของคณะครุศาสตร์ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี อย่างมีนัยสำคัญ .05 และขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

5.1.5.4 สมมติฐานข้อที่ 4 นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่แตกต่างกันจะมีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่แตกต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา ภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากรภาพลักษณ์ด้านคณบดี ภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียนการสอน และภาพลักษณ์ด้านการจัดการอุปกรณ์ อาคาร สถานที่ที่แตกต่างกันจะมีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ .05

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

5.2.1 อภิปรายผลการศึกษาโดยใช้สถิติพรรณนา

5.2.1.1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา ทั้งเพศชายและหญิงมีจำนวนไม่แตกต่างกันมากนักและส่วนใหญ่ศึกษาในแผนการศึกษาแบบอาชีวศึกษาและแผนการศึกษาวิทย์ – คณิต ทางด้านเกรดเฉลี่ยสะสมแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือมีเกรดอยู่ระหว่าง 3.01 – 3.50 และ 2.51 – 3.00 โดยทั้ง 2 กลุ่มมีจำนวนที่ใกล้เคียงกันและส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน ต่ำกว่า 50,000 บาท ซึ่งผลการศึกษามีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ภัทรา บุญสุยา (2545) ที่พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่มีผลการเรียนระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ในช่วง 2.01 – 2.99 ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในแผนการเรียน วิทยาศาสตร์ – คณิตศาสตร์ (วิทย์ – คณิต) และรายได้ของผู้ปกครอง อยู่ในช่วง 12,001 – 2,5000 บาท/ เดือน แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในช่วงนักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาในจังหวัดสงขลา มีข้อมูลส่วนบุคคลหรือลักษณะทางประชากรในด้าน คะแนนเฉลี่ยสะสม แผนการศึกษา และรายได้ครอบครัวต่อเดือน ที่คล้ายคลึงกัน

5.2.1.2 ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในระยะเวลา 1 เดือน

ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในระยะเวลา 1 เดือน โดยรวมอยู่ในระดับบางครั้ง เมื่อทำการพิจารณาในแต่ละสื่อพบว่า สื่ออินเทอร์เน็ตมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารมากที่สุด รองลงมาคือสื่อบุคคล และสื่อโทรทัศน์ โดยทั้ง 3 สื่อมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับ บ่อยครั้ง ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อธิพร จันทระประทีน (2553) ที่พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ส่วนใหญ่มีระดับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อใหม่มากที่สุด รองลงมาคือสื่อบุคคล และสื่อมวลชนตามลำดับ โดยมีการเปิดรับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตเป็นอันดับแรก และการศึกษาของ วิมลพรรณ อาภาเวท และสาวิตรี ชีวะสารณ์ (2553) ที่พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาคือสื่อบุคคล และสื่อโทรทัศน์ แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมของนักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารในปัจจุบัน โดยมีสื่อใหม่หรืออินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางหลักในการเปิดรับข่าวสาร

5.2.1.3 การรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ผลการศึกษาพบว่า พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา มีการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในระดับภาพลักษณ์ปานกลาง เมื่อทำการพิจารณาในภาพลักษณ์แต่ละด้านพบว่า ภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียนการสอน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับภาพลักษณ์บวก ส่วนในด้านภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา ภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากร ภาพลักษณ์ด้านคณบดี ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และภาพลักษณ์ด้านอุปกรณ์ อาคารสถานที่ มีการรับรู้ภาพลักษณ์ในระดับภาพลักษณ์ปานกลาง สอดคล้องกับจุดแข็งของคณะครุศาสตร์ ในด้านการเรียนการสอน ที่มีการจัดการเรียนการสอนที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน มีการพัฒนาสื่อการสอนและนวัตกรรมการเรียนการสอน การจัดการเรียนการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความรู้และทักษะที่นำไปใช้ในการปฏิบัติได้จริง โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้รู้ในชุมชนมีส่วนร่วมทุกหลักสูตร

5.2.1.4 การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ที่ใกล้เคียงกันระหว่างเลือกและไม่เลือกศึกษาต่อ เมื่อทำพิจารณาในส่วนที่ตัดสินใจเลือกศึกษาต่อพบว่า มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อเนื่องจากภาพลักษณ์ในด้านหลักสูตร การเรียนการสอน มากที่สุด รองลงมาคือ ภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในเรื่องการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ที่พบว่านักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษา มีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียนการสอน ในระดับภาพลักษณ์บวก และเมื่อทำการพิจารณาในส่วนที่ตัดสินใจไม่เลือกศึกษาต่อพบว่า มีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อเนื่องเหตุผลอื่น ๆ เช่น ปัญหาเรื่องค่าใช้จ่าย และ ปัญหาในทางเดินทาง มากที่สุด

5.2.2 อภิปรายผลการศึกษาตามสมมติฐาน

5.2.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษา ที่มีข้อมูลส่วนบุคคลในแผนการศึกษาและรายได้เฉลี่ยครอบครัวแตกต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยไม่แตกต่างกันใน

ขณะที่นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษา ที่มีข้อมูลส่วนบุคคลในด้านเพศและเกรดเฉลี่ย สะสมแตกต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสารตามหลัก ลักษณะประชากร ที่เป็นการศึกษาถึงตัวแปรที่สามารถวัดได้ง่ายอย่างตรง ๆ เช่น เพศ อายุ การศึกษา ซึ่งนักวิชาการสื่อสารเชื่อว่าตัวแปรทางลักษณะประชากร (Demographic Variables) เหล่านี้มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมในการสื่อสารของมนุษย์ ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรมในการสื่อสารที่แตกต่างกัน ออกตามลักษณะของกลุ่มประชากรที่มีอยู่ (DeFleur, 1970 อ้างใน อรทัย ศรีสันติสุข, 2541) ลักษณะประชากรกล่าวได้ว่าเป็นลักษณะเฉพาะที่มีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมในการสื่อสาร หากจะทำการวิเคราะห์พฤติกรรมในการสื่อสารที่มีความแตกต่างกันแล้วนั้น ในกลุ่มคนที่มีจำนวนน้อยก็ทำได้ง่าย แต่หากว่าต้องการทำการวิเคราะห์ในกลุ่มคนที่มีจำนวนมาก จึงต้องมีการนำหลักลักษณะทางประชากรมาใช้ในการแบ่งกลุ่มเพื่อทำการวิเคราะห์พฤติกรรม การสื่อสาร (ประมะ สตะเวทิน, 2546) ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมต่าง ๆ ที่ แตกต่างกัน รวมถึงพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้วย นอกจากนี้ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ กับการใช้สื่อและระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคล บุคคลผู้มีความรู้ที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อและการใช้ประโยชน์จากสื่อที่แตกต่างกันไปด้วย โดยผู้ที่มีความรู้มากกว่าจะ สามารถใช้ประโยชน์จากสื่อได้มากกว่า สามารถเปิดรับข่าวสารที่มีคุณภาพมากกว่า ผู้ที่มีระดับความรู้ น้อย (Robinson, 1972) บุคคลผู้มีความรู้สูงโดยทั่วไปนั้นจะเป็นผู้ที่มีความสามารถในการ เป็นผู้รับสารที่ดีอยู่ด้วย เนื่องจากมีความสามารถในการรับรู้คำศัพท์ เนื้อหา ข้อมูลต่าง ๆ ของสาร ประกอบกับมีความรู้พื้นฐานในเรื่องราวต่าง ๆ รอบตัว ทำให้สามารถเข้าใจเนื้อหาของสารได้เป็น อย่างดี (Burgoon, 1974 อ้างใน ประมะ สตะเวทิน, 2546)

ดังนั้นปัจจัยด้านข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และเกรดเฉลี่ยสะสม ของนักเรียนชั้น มัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษา ในพื้นที่จังหวัดสงขลา จึงมีอิทธิพลต่อความถี่ในการเปิดรับ ข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดย นักเรียนเพศหญิงและเพศชาย มีพฤติกรรมและกิจกรรมต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน อันเป็นผลมาจากค่านิยม ความเชื่อ และบทบาททางสังคมของแต่ละเพศ ทำให้มีช่วงเวลาที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสารและความถี่ ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันออกไป และเกรดเฉลี่ยสะสมของนักเรียนที่แตกต่างกันแสดง ได้ถึงระดับของความรู้และความเข้าใจต่อสารต่าง ๆ จากต่างสื่อที่แตกต่างกันออกไป ทำให้มี พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีแตกต่างกันออกไป

5.2.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกัน

จากผลการศึกษาพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษา ที่มีปัจจัยทางข้อมูลส่วนตัว ในด้านรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนนักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษา ที่มีปัจจัยทางข้อมูลส่วนตัว ในด้านเพศ แผนการศึกษา และเกรดเฉลี่ยสะสมที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยไม่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสารตามหลักลักษณะประชากรที่อธิบายว่าบุคคลที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน ทำให้มีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในกลุ่มแต่ละกลุ่มย่อมที่จะมีกิจกรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตตลอดจนพฤติกรรมในช่วงเวลาต่าง ๆ กันไปโดยสถานภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Status) เป็นหนึ่งในตัวแปรที่สำคัญในการวิเคราะห์ผู้รับสารตามหลักลักษณะประชากร เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการศึกษา เนื่องจากบุคคลผู้มีการศึกษาสูง ย่อมที่จะมีรายได้สูงด้วย จากผลการวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ผู้ที่มีรายได้สูง จะมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆตามไปด้วย มีการใช้สื่อที่หลากหลายในการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร เพราะการใช้สื่อต่าง ๆ ย่อมต้องมีต้นทุนในการเข้าถึงสื่อ ทั้งนี้ตัวแปรที่สามารถบ่งบอกสถานภาพทางเศรษฐกิจได้ได้แก่ รายได้ อาชีพ พื้นฐานครอบครัว (กาญจนา แก้วเทพ, 2542) นำไปสู่การรับรู้ภาพลักษณ์ที่แตกต่างกัน โดยตามแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ภาพลักษณ์ คือ ผลรวมที่เกิดขึ้นจากความคิด สิ่งที่เชื่อ ความตราตรึงใจ ที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่ง ดังนั้น ค่านิยม ความเชื่อ ทักษะคติ ของบุคคลจะมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้น (Kotler, 2000) สิ่งเหล่านี้ประเมินจากพื้นฐานของประสบการณ์ที่มีอยู่ในแต่ละบุคคล เมื่อบุคคลมีสถานะทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันนำไปสู่พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร ประสบการณ์ ทักษะคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน ทำให้แต่ละบุคคลมีพื้นฐานของความรู้และประสบการณ์ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแตกต่างกัน นำไปสู่การรับรู้ทางด้านภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ ที่แตกต่างกันออกไป

ดังนั้นปัจจัยทางข้อมูลส่วนตัว ในด้านรายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน ของนักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา จึงมีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

5.2.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

จากการศึกษาพบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จากสื่อโทรทัศน์ของนักเรียนชั้นมัธยมปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษา ในพื้นที่จังหวัดสงขลา ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ในขณะที่ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จากสื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวารสาร/ นิตยสาร สื่อบุรุษประชาสัมพันธ์ สื่อใบปลิว/ แผ่นพับ/ โบชัวร์ สื่อวารสารของทาง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สื่อบุคคล สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อเว็บไซต์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี และสื่อกิจกรรมต่าง ๆ ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของ Kotler (2000) ซึ่งได้อธิบายถึงภาพลักษณ์ว่าภาพลักษณ์คือผลรวมที่เกิดขึ้นจากความคิด สิ่งที่เชื่อ ความตราตรึงใจ ที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่จะไม่ตรงกับความเป็นจริงก็ได้ เนื่องจากภาพลักษณ์เกิดจากความจริงผสมผสานกับความคิดเห็นส่วนตัวของแต่ละบุคคล ซึ่งจะปลูกฝังอยู่ในตัวบุคคลยากที่จะทำการเปลี่ยนแปลง ไม่ใช่ความจริงแต่เพียงอย่างเดียว มีการผสมในเรื่องของการรับรู้เข้าไปด้วย (เสรี วงษ์มณฑา, 2541) โดยข้อมูลและความรู้ต่าง ๆ นั้นเกิดขึ้นจากพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคล ตามแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งได้อธิบายพฤติกรรมดังกล่าวว่าการกระทำต่าง ๆ ของมนุษย์เพื่อการดำรงชีวิตในสังคมแล้วแต่พึงประโยชน์จากข้อมูลสาร โดยแต่ละบุคคลจะไม่เปิดรับข้อมูลทุกอย่างที่เข้ามาแต่จะมีคัดสรรเลือกรับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อตน คัดสรรสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการเปิดรับข้อมูล เพื่อให้ได้เพียงเฉพาะข้อมูลที่ตนมีความต้องการและคิดว่าเป็นประโยชน์ต่อตนเองเท่านั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสื่อด้วยว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการข้อมูลต่าง ๆ ของแต่ละบุคคลได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งความต้องการดังกล่าวก็แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ค่านิยม ทศนคติ และความเชื่อของแต่ละบุคคลโดยสามารถแบ่งออกเป็นขั้นตอน (พีระ จิระโสภณ, 2538) ได้แก่ 1) การเลือกเปิดรับ ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะทำการเปิดรับสารที่มีความสอดคล้องกับ ทศนคติ ความเชื่อ และค่านิยมเดิมที่ตนมีอยู่ 2) การเลือกรับรู้ หรืออาจเรียกได้ว่าการตีความข้อมูลข่าวสารของผู้รับสารซึ่งอาจจะเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือขัดแย้งกันกับจุดมุ่งหมายของผู้ส่งสารก็ได้ เนื่องจากผู้รับสารจะทำการตีความจากประสบการณ์ ความคิด ความเชื่อของตน หรืออาจเลือกตีความในเฉพาะบางส่วนที่ตนเองสนใจและ 3) การเลือกจดจำ ผู้รับสารจะเลือกจดจำเพียงสารที่สอดคล้องกับความเชื่อเดิมของตนและไม่สนใจในส่วนที่ขัดแย้ง เพื่อเป็นการสนับสนุนความเชื่อและทศนคติเดิมที่มีอยู่

ดังนั้นความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ของนักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษา ในพื้นที่ จังหวัดสงขลา จึงมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย และเมื่อทำการพิจารณาเพิ่มเติมในกรณีของสื่อ โทรทัศน์ ซึ่งมีความถี่การเปิดรับข่าวสารในระดับบ่อยครั้ง แต่สื่อดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี เนื่องจากประเภทของสื่อที่แตกต่างกันมี ผลต่อความคิด ความเชื่อ ความรู้สึก และพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยสื่อโทรทัศน์อาจสามารถเข้าถึง กลุ่มผู้รับสารที่เป็นนักเรียนมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาได้มาก แต่ไม่สามารถสร้างความรู้ การจดจำ และความเชื่อ ได้ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Schramm (1973) ที่ว่าช่องทางการสื่อสาร ชนิดหนึ่งสามารถทำงานได้ดีช่องทางการสื่อสารอีกชนิดหนึ่งสำหรับภารกิจเฉพาะอย่าง

สมมติฐานข้อที่ 4 นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีการรับรู้ด้าน ภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่ แตกต่างกันจะมีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่แตกต่างกัน

จากการศึกษาพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษา ในพื้นที่ จังหวัดสงขลา ที่มีการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา ภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากร ภาพลักษณ์ด้านคณบดีภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียนการสอน และภาพลักษณ์ด้านการจัดการ อุปกรณ์ อาคาร สถานที่ แตกต่างกันจะมีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนนักเรียนที่มีการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกัน จะมีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลศรีวิชัยที่ไม่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซึ่งได้อธิบายเกี่ยว กับ การตัดสินใจของบุคคลไว้ว่าการตัดสินใจเป็นกระบวนการทางเลือกที่ดีที่สุดจากหลาย ๆ ทางเลือก ก่อนที่จะนำทางเลือกนั้นไปปฏิบัติ โดยใช้หลักเหตุผลพิจารณาไตร่ตรองจากข้อมูลต่าง ๆ ที่มีอยู่และ เลือกแนวทางที่ตนเองต้องการ จากทางเลือกหรือข้อมูลทั้งหมด (สมทรัพย์ อภิชาติบุตร, 2541) การตัดสินใจ เป็นกระบวนการประเมินผลเกี่ยวกับทางเลือกหรือตัวเลือกที่จะนำไปสู่การบรรลุ เป้าหมายการคาดคะเนผลที่เกิดจากทางเลือกปฏิบัติที่จะส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายได้มากที่สุด ดวณภา เขมะลักษณ์ (2547) และ Taylor (1997 อ้างใน วุฒิชัย จำนง, 2540) ได้อธิบายกระบวนการ ในการตัดสินใจว่ามีขั้นตอนดังต่อไปนี้ 1) การแยกแยะตัวปัญหา กระบวนการนี้จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคล

ประสบกับปัญหาหรือสิ่งต่างที่ไม่คาดถึง เป็นขั้นตอนการทำความเข้าใจกับปัญหาที่เกิดขึ้น 2) การหาข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตัวปัญหา เป็นขั้นตอนของการแสวงหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหาให้ได้มากที่สุด เพื่อที่จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการแก้ไขปัญหา 3) การประเมินค่าข่าวสาร คัดกรองข้อมูลที่มีประโยชน์สามารถนำไปใช้วิเคราะห์ต่อไปได้ 4) การกำหนดทางเลือก ซึ่งจะมีการกำหนดทางเลือกขึ้นมากมายที่จะใช้ในการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งอาจมีทั้งทางเลือกที่ดีและไม่ดีรวมอยู่ 5) การเลือกทางเลือก เป็นกระบวนการในการเลือกทางเลือกที่เหมาะสม และสามารถแก้ไขปัญหาก็ได้อย่างดีที่สุด 6) การปฏิบัติ ดำเนินงานตามทางเลือกที่ได้เลือกไว้แล้ว

ดังนั้นภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ในด้านภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา ภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากรภาพลักษณ์ด้านคณบดีภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียนการสอน และภาพลักษณ์ด้านการจัดการอุปกรณ์ อาคาร สถานที่ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ของนักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษา ในพื้นที่จังหวัดสงขลา

5.3 บทสรุปการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลาที่มีข้อมูลส่วนบุคคลในด้าน เพศ และเกรดเฉลี่ยสะสม ที่แตกต่างกันจะมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และนักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาที่มีปัจจัยทางข้อมูลส่วนบุคคลในด้าน รายได้เฉลี่ยครอบครัวที่แตกต่างกันจะมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสารตามหลักลักษณะประชากร ที่ศึกษาการศึกษาถึงตัวแปรที่สามารถวัดได้ง่ายอย่างตรง ๆ เช่น เพศ อายุ การศึกษา ซึ่งตัวแปรทางลักษณะประชากรเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการสื่อสารของมนุษย์ ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรมในการสื่อสารที่แตกต่างกันออกตามลักษณะของกลุ่มประชากรที่มีอยู่ (DeFleur, 1970 อ้างใน อรทัย ศรีสันติสุข, 2541) และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อธิพร จันทระประทีน (2553) ที่พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีแผนการเรียน เกรดเฉลี่ยสะสม และรายได้เฉลี่ยรวมของครอบครัวที่แตกต่างกับ จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับระบบแอดมิชชันส์ที่แตกต่างกันออกไป และผลการศึกษาของ อธิศักดิ์ เกตุหิรัญ (2547) ที่พบว่า ลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นในด้านเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน

ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จากสื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวารสาร/ นิตยสาร สื่อบุรุษประชาสัมพันธ์ สื่อใบปลิว/ แผ่นพับ/ โบชัวร์ สื่อวารสารของทางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย สื่อบุคคล สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อเว็บไซต์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี และสื่อกิจกรรมต่าง ๆ ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการรับรู้ด้านภาพลักษณ์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุดจินดา ดังก้อง (2551) ที่ทำการศึกษารื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางในทัศนะของประชาชนในจังหวัดลำปาง โดยพบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของประชาชนมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกและเป็นความสัมพันธ์กันในระดับสูง

นักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษา ในพื้นที่จังหวัดสงขลา ที่มีการรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา ภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากรภาพลักษณ์ด้านคณบดี ภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียนการสอน และภาพลักษณ์ด้านการจัดการอุปกรณ์ อาคาร สถานที่แตกต่างกันจะมีการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

5.4.1 ข้อเสนอแนะต่ออาจารย์และผู้ปกครอง

จากผลการศึกษา พบว่า ความถี่การเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสถานอุดมศึกษา มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ด้านภาพลักษณ์ของสถานศึกษาของนักเรียนในระดับมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษา และนำไปสู่การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักเรียน โดยสื่อที่มีความถี่ในการเปิดรับในระดับบ่อยครั้งและมีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ด้านภาพลักษณ์ของสถานศึกษาได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อบุคคล แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมของนักเรียนในปัจจุบันในการพยายามแสวงหาข้อมูลข่าวสารด้วยตนเองจากสื่ออินเทอร์เน็ตและการเปิดรับข้อมูลเพิ่มเติมจากสื่อบุคคล ทั้งจาก ผู้ปกครอง อาจารย์ และเพื่อน ดังนั้น อาจารย์และผู้ปกครองจึงควรตระหนักถึงความสำคัญของตนในฐานะของสื่อบุคคลและเป็นผู้ถ่ายทอดข้อมูลที่ตี ให้ความรู้ ข่าวสาร ข้อคิดเห็นเสนอแนะ การวิเคราะห์และแนะนำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถานอุดมศึกษา เพื่อเป็นประโยชน์ต่อนักเรียนในการนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประกอบในการตัดสินใจเลือกศึกษาในสถานศึกษาและคณะที่มีความเหมาะสม และตรงกับความต้องการของตัวนักเรียนมากที่สุด

5.4.2 ข้อเสนอแนะต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

จากผลการศึกษา พบว่า การรับรู้ด้านภาพลักษณ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อที่คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย โดยนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา มีการรับรู้ด้านภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี โดยรวมอยู่ในระดับภาพลักษณ์ปานกลาง มีเพียงภาพลักษณ์ในด้านการจัดการ การเรียนการสอนเท่านั้น ที่มีการรับรู้อยู่ในระดับภาพลักษณ์บวก ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับผลการศึกษาถึงปัจจัยทางด้านภาพลักษณ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อที่คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ซึ่งภาพลักษณ์ด้านการจัดการ การเรียนการสอนเป็นปัจจัยด้านภาพลักษณ์ที่ทำให้นักเรียนเลือกศึกษาต่อมากที่สุด นอกจากนี้ผลการศึกษา ยังทำให้ทราบถึงความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากทางคณะและมหาวิทยาลัยผ่านสื่อต่าง ๆ โดยมีสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อบุคคล และสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อหลัก ซึ่งทางคณะครุศาสตร์สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการวางแผนและพัฒนากลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่โดดเด่นและชัดเจนเป็นภาพลักษณ์บวกในทัศนะของนักเรียนในพื้นที่จังหวัดสงขลาและพื้นที่ใกล้เคียงได้

5.4.3 ข้อเสนอแนะต่อสถานอุดมศึกษา

จากการศึกษา พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานอุดมศึกษามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของสถานอุดมศึกษาของนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและนักเรียนอาชีวศึกษา และอิทธิพลของการรับรู้ภาพลักษณ์ต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในคณะและสถานอุดมศึกษาของนักเรียน ดังนั้นสถานอุดมศึกษาต่าง ๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน จึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาหลักสูตร การเรียนการสอน บุคลากร หรือ ปัจจัยอื่น ๆ ที่ต้นมีความชำนาญและเป็นสิ่งที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และมีการวางแผนกลยุทธ์ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ความโดดเด่นนั้นเพื่อให้เกิดเป็นภาพลักษณ์ของสถานอุดมศึกษาที่มีความแข็งแรง เพื่อสร้างความพร้อมในการรับมือกับการแข่งขันของสถานอุดมศึกษาที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นในปัจจุบัน

5.5 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

5.5.1 งานวิจัยครั้งต่อไปควรจะมีการเพิ่มเติมในส่วนของการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือสัมภาษณ์กลุ่มกับนักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษา เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมในการเป็นรับข่าวสารและกระบวนการในการตัดสินใจเลือกสถานอุดมศึกษาเพื่อศึกษาต่อในเชิงลึก เนื่องจากพฤติกรรมของนักเรียนในแต่ละพื้นที่และช่วงเวลามีความแตกต่างกันไป ซึ่งนักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วงของวัยรุ่นที่มีการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมต่าง ๆ ค่อนข้างรวดเร็ว เพื่อสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวางแผนเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถานอุดมศึกษาได้ดียิ่งขึ้น

5.5.2 การวิจัยครั้งต่อไปควรสร้างเครื่องมือที่มีความเฉพาะทางในการวัดภาพลักษณ์ของสถานอุดมศึกษานั้น ๆ เนื่องจากแต่ละสถานอุดมศึกษามีรูปแบบของการดำเนินงานและปัจจัยต่าง ๆ ที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งการสร้างเครื่องมือที่มีความเฉพาะทางในการวัดภาพลักษณ์ของสถานอุดมศึกษาจะทำให้การวัดมีความน่าเชื่อถือเพิ่มมากขึ้น

5.5.3 การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ นอกเหนือจากปัจจัยทางด้านภาพลักษณ์ของสถานอุดมศึกษาที่มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อของนักเรียนมัธยมปลายและนักเรียนอาชีวศึกษาด้วย เพื่อให้ผลการศึกษามีความสมบูรณ์มากขึ้น

บรรณานุกรม

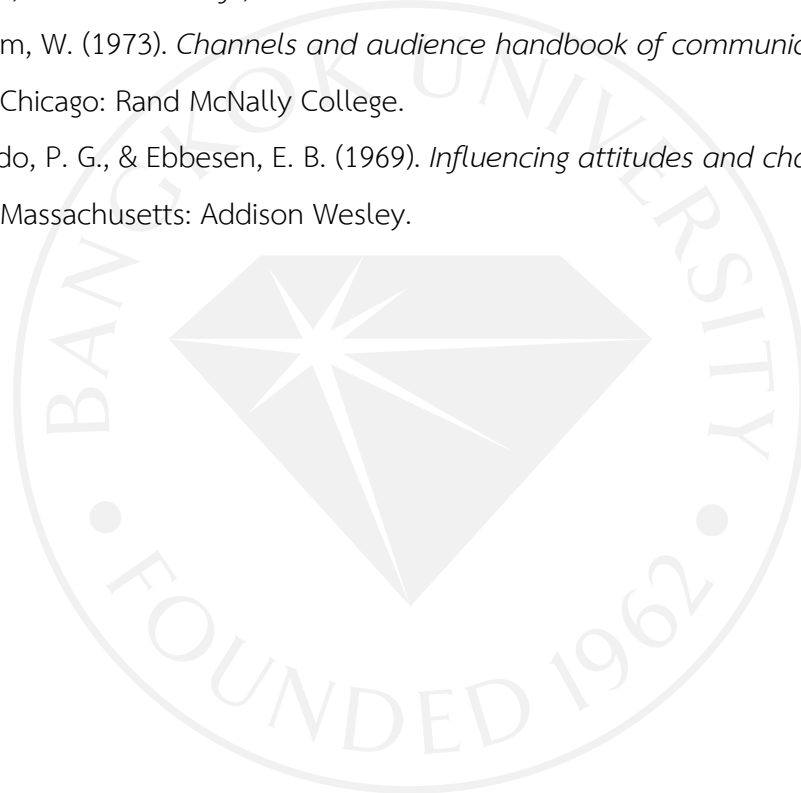
- กิติมา สุรสนธิ. (2544). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: ชวนพิมพ์ธรรมศาสตร์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2542). *การวิเคราะห์สื่อแก่นความคิดและเทคนิค* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เอติสัน เพรส โปรดักส์.
- กรกนก วิโรจศรีสกุล. (2546). *ภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในสายตาของประชาชนเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ และเจียรชัย อิศรเดช. (2549). *สื่อพื้นบ้าน ขานรับงานสุขภาพ*. นนทบุรี: ม.ป.พ.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2548, 1-8 กันยายน). ผลกระทบการเปิดเสรีการศึกษาต่อการอุดมศึกษาไทย. *การศึกษาวัดนี้*, 50.
- จิตสวาท ปาละสิงห์. (2555). *การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ของคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาในทัศนะของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร. (2538). *การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ และประสิทธิผลการสร้างภาพลักษณ์ของโครงการดาวเทียมไทยคม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิระจิตต์ รากา. (2540). *การตัดสินใจและการควบคุม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จรีรัตน์ รัตนรักษ์. (2549). *ภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะคติของประชาชนกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จารุณี บุญนิพัทธ์. (2539). *พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความตระหนักทัศนคติ และการมีส่วนร่วมเรื่องสิ่งแวดล้อมของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูชัย เทพสาร. (2546). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกบริษัทรักษาความปลอดภัย กรณีศึกษาผู้ประกอบการซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยนรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนันท์ศิริ สายเป้า. (2543). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้านการค้าต่างประเทศจากธนาคารพาณิชย์ของบริษัทผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าและส่งออกในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดารณี พานทอง พาลุสุข และสุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ. (2545). *ทฤษฎีการจูงใจ* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

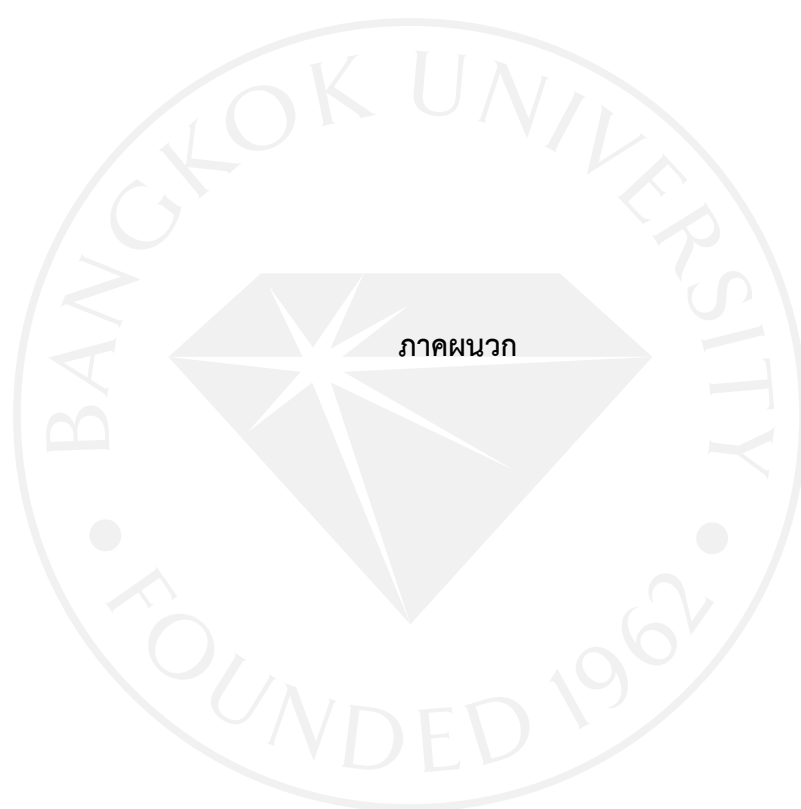
- ดลนภา หวงสุวรรณ. (2544). *ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินค้าของลูกค้ำ ธนาคารออมสินในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดวงนภา เขมะลักษณ์. (2547). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดวงพร คานูณวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง. (2536). *สื่อสารการประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*.
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทิพย์มาศ ทองมณี. (2530). *ปัจจัยการเลือกเรียนในวิทยาลัยนาฏศิลป์สังกัดกรมศิลปากร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- ธัญญา เชนฐา. (2532). *แนวคิดการประชาสัมพันธ์ ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นภเนตร ธรรมบวร. (2541). *บทบาทของครอบครัวกับการศึกษา* (รายงานการวิจัยประกอบการร่างพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- ประมะ สตะเวทิน. (2529). *หลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ประมะ สตะเวทิน. (2539). *แนวความคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา* (พิมพ์ครั้งที่ 9). นนทบุรี:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ประมะ สตะเวทิน. (2539). *การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:
พิมพ์ลักษณ์.
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ปวีณา คำพุกกะ และวรวิทย์ คำศรี. (2555, 2 กรกฎาคม – ธันวาคม). การตัดสินใจเข้าศึกษาต่อมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*.
- พีระ จิระโสภณ. (2538). *หลักและทฤษฎีการสื่อสาร* [เอกสารประกอบการสอน]. ม.ป.ท.:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ภัทรา บุญสุยา. (2545). *ศึกษาระดับและเปรียบเทียบความเชื่อเรื่องบุญ-บาป ตามกฎแห่งกรรมในพระพุทธศาสนา ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 สังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ สหวิทยาเขตนครหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา*. สงขลา:
มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- ยุทธภูมิ สุวรรณเวช. (2551). *ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในทัศนะของสถานประกอบการ* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ยุบล เป็ญจรงค์กิจ. (2534). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- รักชนก สมศักดิ์. (2552). การสำรวจภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ในทัศนะของนักเรียน
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ (รายงานผลการวิจัย). เพชรบูรณ์:
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- รณชัย คงกะพันธ์. (2555). ภาพลักษณ์วิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์การศึกษานอกสถานที่ตั้งวิทยาลัย
เทคโนโลยีภูเก็ตในมุมมองของประชาชนจังหวัดภูเก็ต. สืบค้นจาก
<http://library.rpu.ac.th/e-book.html>.
- วศมล สบายวัน. (2533). แบบวัดภาพลักษณ์องค์กร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร
มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.
- วันทนา เนาว์วัน และพระพรพรรณ สุขสมวัฒน์. (2552). ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยราชภัฏ
พระนครศรีอยุธยาในมุมมองของประชาชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (รายงานผลการวิจัย).
พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- วาสนี วรรณศรี. (2549). ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ในทัศนะของนักเรียนระดับชั้น
มัธยมศึกษาตอนปลาย เขตพื้นที่การศึกษาเชียงใหม่ เขต 1. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร
มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วาสนา จันทร์สว่าง. (2541). ภาพลักษณ์ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วิจิตร อาวะกุล. (2541). เทคนิคการประชาสัมพันธ์ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- วิมลพรรณ อภาเท และสาวิตรี ชีวะสาธน์. (2553). การศึกษาภาพลักษณ์ของคณะเทคโนโลยี
สื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครในทัศนะของนักเรียนมัธยมศึกษาปี
ที่ 6. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2540). การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์ (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์. (2548). บทความทางวิชาการการสร้างภาพลักษณ์โรงเรียน. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วุฒิชัย จำนง. (2540). พฤติกรรมการตัดสินใจ (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: บารมีการพิมพ์โอเดียนส์โตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญกิตติ และธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์ศิริ. (2550). การจัดการและพฤติกรรม
องค์กร. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- ศวิตา ธรรมพิทักษ์. (2550). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการแต่งกายตามกฎ
ของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สุดจินดา ดังก้อง. (2550). *ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางในทัศนะของประชาชนในจังหวัดลำปาง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุทธิลักษณ์ หวังสันติธรรม. (2550). *กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์* [เอกสารประกอบการสอน]. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2556). *แผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมทรัพย์ อภิชาติบุตร. (2541). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจศึกษาต่อระดับมัธยมศึกษาตอนปลายของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดกาญจนบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2541). *ภาพพจน์นั้น...สำคัญไฉน?*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- อธิพร จันทระประทีน. (2553). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติ ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในกรุงเทพมหานครที่มีต่อระบบแอดมิชชั่นส์ ปี 2553*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภิศักดิ์ อุ่มจันสา และพัชรารัตน์ ลันศรี. (2553). *ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร ในทัศนะของผู้บริหารสถานศึกษาและอาจารย์แนะแนวในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน*. สืบค้นจาก <http://www4.csc.ku.ac.th/~research/researchShow.php?rid=56>.
- อรอุมา ไชยเศรษฐ. (2551). *ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยพายัพในทัศนะของนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพและนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อรัญญา ศรีสันติสุข. (2541). *วิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์ หน่วยที่ 1-7* [เอกสารประกอบการสอน]. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ฮวาง หยวน. (2552). *การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนของนักศึกษาจีนในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- Hunt, T., & Ruben, B. D. (1993). *Mass communication producers and consumers*. New York: Harper Collins College.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Likert, R. (1932). *Technique for the measurement of attitudes archives of psychology*. New York: McGraw Hill International Book.

- McCombs, M. E., & Becker, L. B. (1979). *Using mass communication theory*.
New Jersey: Prentice Hall.
- McLeod, J. M., & O'Keefe, G. T. (1972). *Socialization perspective: Current perspectives in mass communication research*. London: Sage.
- Robinson, J. P. (1972). Mass communication and information diffusion. In F. G. Kline & P. J. Tichenor (Eds.), *Current perspectives in mass communication research* (pp. 71 – 93). London: Sage.
- Rokeach, M. (1970). *Beliefs, attitudes and values*. San Francisco: Jossey Basso.
- Schramm, W. (1973). *Channels and audience handbook of communication*.
Chicago: Rand McNally College.
- Zimbardo, P. G., & Ebbesen, E. B. (1969). *Influencing attitudes and changing behavior*.
Massachusetts: Addison Wesley.





ข้อมูลคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีก่อตั้งขึ้นเป็นส่วนงานภายในมหาวิทยาลัย ตามประกาศสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เมื่อวันที่ 27 เดือน สิงหาคม พ.ศ.2552 โดยอาศัยอำนาจตามความในมาตรา 17 แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ.2548 และมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติการบริหารส่วนงานภายในของสภาอุดมศึกษา พ.ศ.2550 ประกอบกับมติสภามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ในคราวประชุมครั้งที่ 5/2552 เมื่อวันที่ 29 พฤษภาคม 2552 และครั้งที่ 7/2552 เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2552

ปรัชญา

ผลิตบุคลากรด้านครุศาสตร์อุตสาหกรรมและนักถ่ายทอดเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาการศึกษา ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับการพัฒนาชาติ

ปณิธาน

พัฒนาคนให้มีความเป็นเลิศทางวิชาชีพครูและทางเทคโนโลยี โดนมิจิตวิญญาณความเป็นครู มีคุณธรรม เป็นผู้ใฝ่รู้อยู่เสมอ และมีความห่วงหาต่อชาติศาสตร์กษัตริย์ มีความตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม

วิสัยทัศน์

ผลิตบัณฑิตครูช่างและนักถ่ายทอดเทคโนโลยี ที่คิดเป็น ทำเป็น มีความรู้คู่คุณธรรม เป็นที่ยอมรับและตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้เรียนและสังคม

พันธกิจ

ผลิตบัณฑิต ให้มีประสิทธิภาพและมีจริยธรรมและสร้างงานวิจัย และสิ่งประดิษฐ์ที่มีคุณภาพ และได้มาตรฐานพร้อมพัฒนาองค์ความรู้ทางวิชาการสู่ชุมชนและสังคม ตลอดจนทำนุบำรุงศาสนา ศิลปวัฒนธรรมไทยและรักษาสิ่งแวดล้อม

เป้าประสงค์

1. เพื่อผลิตครูอาชีวศึกษาให้มีความรู้และทักษะสำหรับการสอน การอบรมและการให้ความรู้ทางเทคโนโลยี
2. เพื่อผลิตนักเทคโนโลยีให้มีความรู้ทักษะปฏิบัติงานและสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยหลักวิชาการ
3. เพื่อผลิตบัณฑิตให้มีคุณธรรม จริยธรรมความมีระเบียบวินัย สำนึกจรรยาบรรณวิชาชีพ ตลอดจนธำรงรักษาไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณีศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของไทยและมีทักษะในการหาความรู้ใหม่ด้วยตนเอง

กลยุทธ์

1. เป็นองค์กรแห่งความร่วมมือด้านวิชาการและวิชาชีพเพื่อสร้างบัณฑิตที่พึงประสงค์
2. พัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่ ๆ ทางครุศาสตร์อุตสาหกรรมสู่ความเป็นเลิศ
3. เป็นแหล่งอ้างอิงทางการศึกษา ด้านวิชาการและวิชาชีพของสังคม มีเครือข่ายทางการศึกษา
4. สนับสนุนการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

การเรียนการสอน

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย หลักสูตรผลิตครูช่างอุตสาหกรรมเป็นหลักสูตรครู 5 ปี ที่ได้รับรองปริญญาจากคุรุสภา ประกอบด้วย 4 สาขา ได้แก่ สาขาอุตสาหกรรม สาขาไฟฟ้า สาขาแมคคาทรอนิกส์ และสาขาเทคโนโลยี สื่อสารมวลชน โดยผู้สำเร็จการศึกษาจะได้รับใบประกอบวิชาชีพครูสามารถสอนในสถานศึกษาทั้งของภาครัฐและเอกชน ร่วมเป็นผู้ฝึกอบรม ผู้จัดการหรือหัวหน้างานในสถานประกอบการหรือโรงงานอุตสาหกรรมได้อย่างมีคุณภาพ เนื่องจากผู้เรียนหลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิตแต่ละสาขาวิชา มีหน่วยกิต 173 – 180 หน่วยกิต โดยมีความรู้ทั้งทฤษฎีและปฏิบัติ ทั้งด้านวิศวกรรมศาสตร์ในสาขาวิชาต่าง ๆ โดยเน้นผลิตบัณฑิตสาขาด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและการศึกษามีการนำสื่อเทคโนโลยีหรือสื่อนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการจัดการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ทุกหลักสูตรให้มีคุณภาพ มีการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นการฝึกปฏิบัติ มีการปฏิบัติการสอนเป็นเวลา 1 ปี มีการประเมินผลการเรียนการสอนของอาจารย์ผู้สอนโดยให้นักศึกษาประเมินผลการสอนแล้วนำผลที่ได้ไปพัฒนาการเรียนการสอนต่อไป

นอกจากนั้นคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ได้มีการบริการวิชาการแก่ชุมชนโดยให้นักศึกษามีส่วนร่วมในการลงมือปฏิบัติในสถานการณ์จริงและมีการส่งอาจารย์ในคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ในท้องถิ่น เพื่อทำงานวิจัย เพื่อพัฒนาท้องถิ่น ทำให้มีประสบการณ์สามารถนำมาประยุกต์ในการสอนและยังมีการพัฒนาศักยภาพอาจารย์ โดยการส่งเสริมให้มีการทำวิจัยร่วมกับการเรียนการสอน และส่งเสริมให้อาจารย์ลาศึกษาต่อและเข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ให้ทันสมัยอยู่เสมอ

จุดแข็ง

1. มีการจัดการเรียนการสอนที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน มีการพัฒนาสื่อการสอนและนวัตกรรมการเรียนการสอน การจัดการเรียนการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ
2. มีการเตรียมความพร้อมก่อนการเปิดหลักสูตรใหม่และการปรับปรุงหลักสูตรให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรทุกเรื่อง

3. มีการประเมินผลการเรียนการสอนของผู้สอนโดยให้นักศึกษาเป็นผู้ประเมินผล แล้วนำผลที่ได้ไปพัฒนาการเรียนการสอน

4. มีการพัฒนาศักยภาพอาจารย์โดยการส่งเสริมให้อาจารย์ลาศึกษาและเข้าร่วมอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ให้ทันสมัยอยู่เสมอ

5. มีการจัดการเรียนการสอนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีความรู้และทักษะที่นำไปใช้ในการปฏิบัติได้จริง โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้รู้ในชุมชนมีส่วนร่วมทุกหลักสูตร

6. มีการสำรวจภาวการณ์ปฏิบัติงานของบัณฑิตอย่างต่อเนื่อง
จุดอ่อน

1. มีงานวิจัยทางกานศึกษาน้อย

2. มีอาจารย์ส่วนน้อยที่สนใจทำวิจัย/นวัตกรรมสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาศักยภาพ

3. ไม่มีกลไกที่ชัดเจนในการส่งเสริมและสร้างแรงจูงใจให้อาจารย์คิดค้นงานวิจัย

4. เป็นหลักสูตรระยะยาว 5 ปี ทำให้บางรายวิชาล่าสมัย

5. บัณฑิตคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีทักษะต่ำในการสื่อสารภาษาอังกฤษ
กิจกรรมการพัฒนานักศึกษา

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมีการจัดบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา เช่น คอมพิวเตอร์ สื่อการเรียน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ จัดสภาพแวดล้อม สภาพห้องเรียน จัดบริการให้คำปรึกษาแก่นักศึกษาทั้งที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับวิชาการ จัดบริการแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อนักศึกษาและศิษย์เก่า เช่น ทุนให้เปล่า ทุนกู้ยืมเพื่อการศึกษา

มีการส่งเสริมการจัดกิจกรรมให้กับนักศึกษาที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และคุณลักษณะ บัณฑิตที่พึงประสงค์ตลอดจนสอดคล้องกับกรอบมาตรฐานคุณวุฒิในแต่ละระดับการศึกษา โดยมีกระบวนการติดตามและประเมินผลโครงการและกิจกรรม แล้วนำผลการประเมินมาปรับปรุงพัฒนา กิจกรรมนักศึกษาอย่างต่อเนื่อง

จุดแข็ง

1. มีการจัดบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา เช่น คอมพิวเตอร์ สื่อการเรียน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

2. มีการติดตามและประเมินผลโครงการ/กิจกรรม แล้วนำผลการประเมินมาปรับปรุงพัฒนา กิจกรรมนักศึกษาอย่างต่อเนื่อง

จุดอ่อน

1. จำนวนกิจกรรมเพื่อพัฒนานักศึกษายังมีอยู่น้อย

การวิจัย

มีนโยบายในการวางแผนงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ เพื่อให้ให้นักวิจัยได้มีโอกาสทำวิจัยและงานสร้างสรรค์ มีการจัดสรรงบประมาณสนับสนุนผู้ที่สนใจในการทำวิจัย มีการจัดทำระบบฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องการบริหารงานวิจัยมีการสนับสนุนงบประมาณในการเผยแพร่ผลงานวิจัย มีการให้ความรู้และส่งเสริมให้มีการทำวิจัยและงานสร้างสรรค์โดยเฉพาะนักวิจัยหน้าใหม่เพื่อเป็นการพัฒนาตนเองและองค์กร

จุดแข็ง

1. นักวิจัยมีความรู้ความสามารถในการทำวิจัย
2. มีนโยบายและแผนงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ที่ชัดเจนสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของชาติ

จุดอ่อน

1. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ รวมถึงการนำไปจดทรัพย์สินทางปัญญา สิทธิบัตรและอนุสิทธิบัตร

2. ขาดแรงจูงใจในการทำวิจัย
3. มีเครือข่ายความร่วมมือด้านงานวิจัยร่วมกับองค์กรอื่นๆอยู่น้อย

การบริการวิชาการแก่สังคม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีการแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อดำเนินโครงการบริการวิชาการและวิชาชีพ เพื่อนำความรู้ความสามารถที่มีอยู่ของบุคลากรมาให้บริการวิชาการ วิชาชีพ และงานวิจัยเพื่อตอบสนองศักยภาพและบริการด้านวิชาการแก่ชุมชน

จุดแข็ง

1. คณาจารย์มีความรู้ความสามารถในการให้บริการวิชาการและวิชาชีพ และงานวิจัยเพื่อตอบสนองศักยภาพและบริการด้านวิชาการแก่ชุมชน

จุดอ่อน

1. การส่งเสริมให้คณาจารย์หาองค์ความรู้ใหม่ ๆ เพื่อนำมาถ่ายทอดยังมีอยู่น้อย
2. การมีส่วนร่วมของนักศึกษาในการถ่ายทอดองค์ความรู้ยังมีอยู่น้อย

การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมีการกำหนดนโยบายและแผนงานการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม มีการสนับสนุนงบประมาณ รวมทั้งส่งเสริมให้นักศึกษาและบุคลากรเข้าร่วมและดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ โดยกำหนดกิจกรรมด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ไว้ในแผนการดำเนินงาน

ด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม อีกทั้งยังมีการส่งนักศึกษาและบุคลากรไปร่วมกิจกรรมที่จัดโดยหน่วยงานภายนอกเพื่อร่วมสืบสานศิลปวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดีงาม

จุดแข็ง

1. มีการกำหนดนโยบายและแผนงานด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง
2. คณาจารย์ บุคลากร และนักศึกษา ให้ความสำคัญในการอนุรักษ์ พัฒนา และส่งเสริมสร้างวัฒนธรรมและเข้าร่วมกิจกรรมอนุรักษ์ พัฒนา และส่งเสริมวัฒนธรรม ทั้งภายในและภายนอกคณะ

จุดอ่อน

1. การบูรณาการงานด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมกับภารกิจอื่น ๆ ยังไม่ชัดเจน
2. การประสานงานของนักศึกษาร่วมกับหน่วยงานภายนอก เพื่อเป็นการเปิดโลกทัศน์ในการบูรณาการด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมยังมีอยู่น้อย

การบริหารจัดการ

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีระบบและกลไกในการบริหารทรัพยากรบุคคล เพื่อพัฒนาและธำรงรักษาไว้ให้บุคลากรมีคุณภาพและประสิทธิภาพ มีการพัฒนาบุคลากรทั้งสายวิชาการและสายสนับสนุน มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารแก่นักศึกษา ประชาชน และบุคคลทั่วไป

จุดแข็ง

1. มีการจัดสรรงบประมาณและส่งเสริมให้บุคลากรพัฒนาความรู้อยู่เสมอ

จุดอ่อน

1. ฐานข้อมูลเพื่อการดำเนินงานต่าง ๆ ยังไม่เป็นระบบที่ชัดเจน และขาดความต่อเนื่อง
2. ยังไม่มีการประเมินผลการปฏิบัติงานที่ชัดเจน
3. ยังขาดการนำระบบการบริหารความเสี่ยงมาใช้

การเงินและงบประมาณ

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีการจัดสรรงบประมาณและงบผลประโยชน์โดยแยกค่าใช้จ่ายตามหมวดต่าง ๆ ตามแผนการดำเนินการทางการเงิน มีการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกร่วมกัน

จุดแข็ง

1. มีการประชุมในการจัดสรรงบประมาณแผ่นดินและงบประมาณรายได้ที่ชัดเจน
2. สามารถใช้ทรัพยากรที่ได้รับนำมาจัดสรรให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยใช้ทรัพยากรร่วมกัน

จุดอ่อน

1. การวิเคราะห์ความต้องการใช้ทรัพยากรของคณะยังไม่ชัดเจน
2. การจัดสรรงบประมาณในการจัดซื้อครุภัณฑ์ถาวรและอาคารที่ปลูกสร้างมีไม่เพียงพอกับความต้องการของนักศึกษา

ระบบและกลไกการประกันคุณภาพการศึกษา

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี จัดให้มีระบบกลไกการประกันคุณภาพการศึกษา ภายในที่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการศึกษา โดยเฉพาะภารกิจหลักได้แก่ การเรียนการสอน การวิจัย นวัตกรรมและงานสร้างสรรค์ การบริการวิชาการ และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

จุดแข็ง

1. มีระบบกลไกการประกันคุณภาพการศึกษาภายในที่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการศึกษา

จุดอ่อน

1. ยังไม่มีการจัดทำฐานข้อมูลสารสนเทศที่สนับสนุนงานประกันคุณภาพ
2. ยังไม่สามารถนำระบบการประกันคุณภาพมาใช้กับภารกิจของคณะอย่างครบถ้วน
3. นักศึกษาไม่ได้นำกระบวนการประกันคุณภาพมาใช้ในการพัฒนาคุณภาพของโครงการ
4. ยังไม่มีการตรวจติดตามการดำเนินการประกันคุณภาพภายในอย่างต่อเนื่อง



แบบสอบถาม

เรื่อง “การรับรู้ด้านภาพลักษณ์และการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา”

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเพื่อศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ด้านภาพลักษณ์และการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยเพื่อผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและวิจัยด้านนิเทศศาสตร์ในอนาคต และเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการทำงานค้นคว้าอิสระในการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. แผนการศึกษา

วิทยุ - คณิต

ศิลป์ - คำนวณ

ศิลป์ - ภาษา

ศิลป์ - สังคม

อื่น ๆ โปรดระบุ.....

3. เกรดเฉลี่ยสะสม

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1.50

1.51- 2.00

2.01- 2.50

2.51- 3.00

3.01- 3.50

3.51 ขึ้นไป

4. รายได้เฉลี่ยครอบครัวต่อเดือน

ต่ำกว่า 50,000 บาท

50,001 -100,000 บาท

100,001 -150,000 บาท

150,001 -300,000 บาท

มากกว่า 300,000 บาท

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารของคณะกรรมการอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับการเปิดรับข่าวสารของท่าน

5. ท่านมีการเปิดรับข่าวสารของคณะกรรมการอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยจากสื่อต่าง ๆ มากน้อยเพียงใดในระยะเวลา 1 เดือน

สื่อที่เปิดรับ	เป็นประจำทุกวัน (5)	บ่อยครั้ง 5 - 6 ครั้งต่อ สัปดาห์ (4)	บางครั้ง 3 - 4 ครั้งต่อ สัปดาห์ (3)	แทบจะไม่เคย 1 - 2 ครั้งต่อ สัปดาห์ (2)	ไม่เคยเลย (1)
1. วิทยุ					
2. โทรทัศน์					
3. หนังสือพิมพ์					
4. วารสาร/ นิตยสาร					
5. บุคลากรสัมพันธ์					
6. ใบปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์					
7. วารสารของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย					
8. บุคคล เช่น ครู ผู้ปกครอง เพื่อน					
9. อินเทอร์เน็ต					
10. เว็บไซต์ของคณะกรรมการอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย					
11. กิจกรรมต่าง ๆ ของคณะกรรมการอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย					

ตอนที่ 3 การรับรู้ด้านภาพลักษณ์คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
ภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา					
1. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยเป็นคณะที่ไม่มีความมั่นคง					
2. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ประสบความสำเร็จในการผลิตบุคลากรด้านครุศาสตร์อุตสาหกรรมและนักถ่ายทอดเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับการพัฒนาชาติ					
3. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีระบบการบริหารจัดการที่ดี					
4. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี เป็นคณะที่ซื่อสัตย์สุจริตและรับผิดชอบต่อสังคม					
5. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีนโยบายการบริหารงานที่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคม					
6. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เป็นคณะที่ล้ำสมัย					
7. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีเปิดโอกาสให้บุคลากรก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่					

ภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
8. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีนโยบายการบริหารงานที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคม					
9. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีการพัฒนาวิธีการทำงานอยู่เสมอ					
10. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีนโยบายการทำงานที่ชัดเจน					
11. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีสัมพันธภาพที่ดีต่อนักเรียนและนักศึกษา					
12. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีศูนย์บริการวิชาการที่ให้บริการแก่สังคมและชุมชนในจังหวัดสงขลา					
13. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี เป็นแหล่งข้อมูลทางวิชาการให้แก่สังคมได้					
14. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีการจัดฝึกอบรมให้กับบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ					
15. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีการบริหารงานภายใต้กรอบของกฎหมาย					
16. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สามารถอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้ามาติดต่อได้ในทุกเรื่อง					

ภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
17. บุคคลภายนอกอยากเข้ามา ทำงานที่คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ เทคโนโลยี					
ภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากร					
18. คณาจารย์และบุคลากรของคณะ ครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี					
19. คณาจารย์และบุคลากรของคณะ ครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ทำหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ					
20. คณาจารย์และบุคลากรของคณะ ครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมี ความรับผิดชอบ					
21. คณาจารย์และบุคลากรของคณะ ครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ขาดทักษะในการสื่อสาร					
22. การแต่งกายของคณาจารย์และ บุคลากรของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม และเทคโนโลยี ไม่เหมาะสม					
23. คณาจารย์และบุคลากรของคณะ ครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีบุคลิกภาพดี					
24. คณาจารย์และบุคลากรของคณะ ครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีมนุษยสัมพันธ์ดี					

ภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
25. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของคณาจารย์และบุคลากร					
26. คณาจารย์และบุคลากรของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีให้ข้อมูลตรงกับความต้องการของผู้มาติดต่อ					
ภาพลักษณ์ด้านคนบติ					
27. คนบติของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ					
28. คนบติของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยีเป็นที่ยอมรับนับถือ					
29. คนบติของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี เป็นผู้ที่ขาดวิสัยทัศน์					
30. คนบติของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีบุคลิกภาพที่ดี					
31. คนบติของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี เป็นคนซื่อสัตย์					
32. คนบติของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีความเป็นผู้นำ					

ภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
33. สมบัติของคณะกรรมการ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ทำงานอย่าง ตรงไปตรงมา					
ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม					
34. คณะกรรมการอุตสาหกรรมและ เทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ละเลยต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม					
35. คณะกรรมการอุตสาหกรรมและ เทคโนโลยี ให้การสนับสนุนทุนการศึกษา แก่เด็กและเยาวชน					
36. คณะกรรมการอุตสาหกรรมและ เทคโนโลยีไม่คำนึงถึงผลกระทบ ด้านการศึกษา					
37. คณะกรรมการอุตสาหกรรมและ เทคโนโลยีไม่คำนึงถึงความปลอดภัยของ ประชาชน					
ภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียนการสอน					
38. หลักสูตร การเรียนการสอนของคณะ กรรมการอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย เป็นหลักสูตรที่ได้มาตรฐานการศึกษา					
39. หลักสูตร การเรียนการสอนของคณะ กรรมการอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีมี ความหลากหลาย					
40. หลักสูตร การเรียนการสอนของคณะ กรรมการอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี เป็นหลักสูตรที่มีคุณภาพ					

ภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่แน่ใจ (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง (1)
41. หลักสูตร การเรียนการสอนของคณะ ครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สามารถตอบสนองความต้องการของ ผู้เรียนได้					
ภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่					
42. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ เทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมีการออกแบบอาคาร สถานที่อย่างลงตัว					
43. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ เทคโนโลยีมีการจัดสภาพแวดล้อม เหมาะสม					
44. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ เทคโนโลยีมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ ได้มาตรฐาน					
45. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ เทคโนโลยีมีระบบการดูแลความสะอาดที่ ไม่มีประสิทธิภาพ					
46. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและ เทคโนโลยีมีอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ ครบครัน					

ตอนที่ 4 การตัดสินใจเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับ การตัดสินใจของท่าน

1. ท่านมีความประสงค์ที่จะเลือกศึกษาต่อคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยหรือไม่

เลือกศึกษาต่อ (โปรดทำแบบสอบถามต่อในข้อที่ 2)

ไม่เลือก (โปรดทำแบบสอบถามต่อในข้อที่ 3)

2. ท่านมีความประสงค์ที่จะเลือกศึกษาต่อ เนื่องจากภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในด้านใดมากที่สุด

ภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา

ภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากร

ภาพลักษณ์ด้านคณบดี

ภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียนการสอน

ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่

อื่น ๆ โปรดระบุ.....

3. ท่านมีความประสงค์ที่จะไม่เลือกศึกษาต่อ เนื่องจากภาพลักษณ์ของคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยในด้านใดมากที่สุด

ภาพลักษณ์ด้านสถานศึกษา

ภาพลักษณ์ด้านคณาจารย์และบุคลากร

ภาพลักษณ์ด้านคณบดี

ภาพลักษณ์ด้านหลักสูตร การเรียนการสอน

ภาพลักษณ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ภาพลักษณ์ด้านการจัดการด้านอุปกรณ์ อาคาร และสถานที่

อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

นายพิชญ์ เดชาติวงศ์ ณ อยุธยา

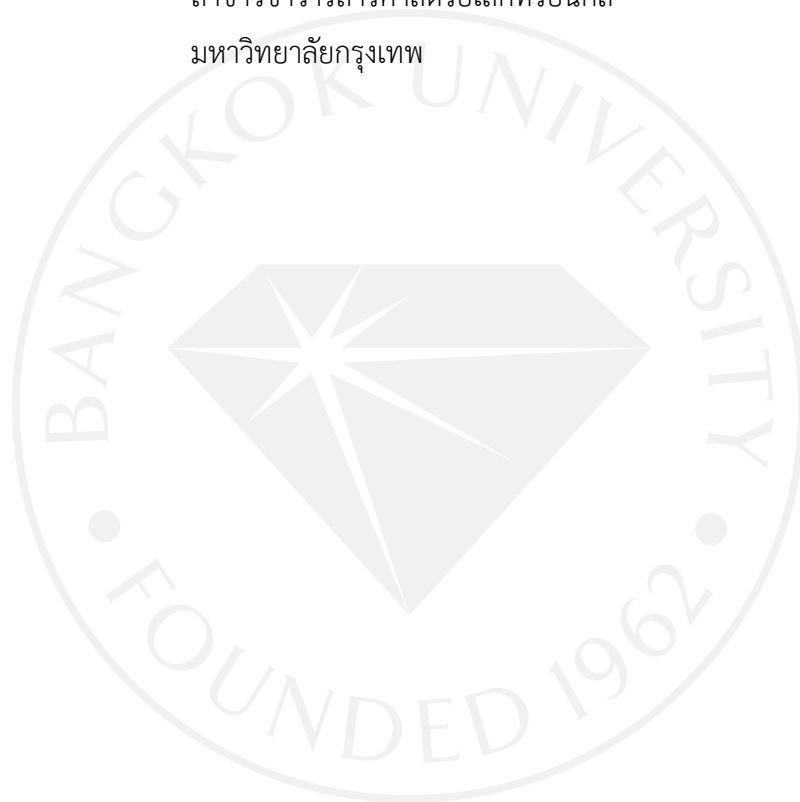
ผู้วิจัย

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นายพิชญ์ เตชตังศ์ ณ ออยุธยา

อีเมล shamuz151@gmail.com

ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีนิเทศศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาวารสารศาสตร์อิเล็กทรอนิกส์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาฉบับนี้โดย
ละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นพ.วิเศษ กระจ่างวงศ์ ณ ชุมพร)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลิ้มลาวัลย์)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน
(ดร.ปฐมา สตะเวทิน)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร