

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาตามทัศนคติของประชาชน

Image of Institutions of Higher Learning in Songkhla as Seen by Local Citizens

นิติยา ศรีพูล

Nitiya Sripoon

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

Abstract

The purpose of this research was to study the behavior of the people residing in Songkhla province on how they received news, information and formed their attitudes relating to institutions of higher learning in the province. The study was conducted as a survey research using questionnaires for collecting data. The population was made up of those who were at least 15 years old and residing in the Songkhla area. Using Yamane's table having 95 % reliability for calculating the sampling population, a total of 400 individuals were selected for the study. Random sampling in each district was then made. Data analysis were analysed to find related statistics including frequencies, percentages, means, and standard of deviation.

Results of the study were as follows: (1) The sampling population gained their news and information about universities in Songkla through the internet the most. These people accessed the internet approximately 3-4 days per week. (2) Most of the people who took part in the survey indicated that they were informed about the universities' duties, functions and responsibilities. (3) The sampling population was agreeable in all areas in regard to elements associated with the universities' tasks and performance. Being well-known had the highest statistical mean. Second in significance was instruction and administration. The study also found that the sampling population put these universities in the following orders from highest to lowest in terms of their attitudes: Prince of Songkla University, Thaksin University, Songkla Rajabhat University, Rajamangala University of Technology, and Hatyai University respectively. (4) overall image of these institutions of higher learning was deemed to be favorable. Educational management gained the highest average, community participation and involvement was second, while quality of the graduates and infrastructure received the lowest numbers. Images of these five universities were respectively ranked as follows: Prince of Songkla University, Thaksin University, Songkla Rajabhat University, Rajamangala University of Technology, and Hatyai University.

Key words: Images, universities in Songkhla, people's attitudes

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาตามทัศนคติของประชาชน 2) เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาตามทัศนคติของประชาชน 3) เพื่อศึกษาทัศนคติต่อมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาตามทัศนคติของประชาชน และ 4) เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาตามทัศนคติของประชาชน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบโควต้าตามอำเภอ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.96 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า ประชาชนในจังหวัดสงขลา 1) มีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ประเภทอินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยเปิดรับข่าวสาร 3 – 4 วันต่อสัปดาห์ 2) ส่วนใหญ่ทราบข่าวสารเกี่ยวกับภารกิจ บทบาท และหน้าที่ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลา 3) มีทัศนคติต่อมหาวิทยาลัย ในจังหวัดสงขลา โดยภาพรวม และทุกด้าน อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยทัศนคติด้านความมีชื่อเสียงมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการเรียนการสอน และด้านการบริหาร นอกจากนี้พบว่า ทัศนคติต่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยทักษิณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย และมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ตามลำดับ และมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลา โดยภาพรวม และทุกด้าน อยู่ในระดับดี โดยภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชน ด้านคุณภาพนักศึกษาและบัณฑิต และด้านอาคารสถานที่และอุปกรณ์ ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่าภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยทักษิณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย และมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ตามลำดับ

คำสำคัญ : ภาพลักษณ์, มหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลา, ทัศนคติของประชาชน

บทนำ

การศึกษาเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อเยาวชนของชาตินับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน รัฐบาลจึงมุ่งให้การสนับสนุนการศึกษาโดยการจัดตั้งสถาบันทางการศึกษาขึ้นเพื่อรองรับกับความต้องการของประชากรที่มุ่งจะเข้าศึกษาต่อเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต มหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐและเอกชนจึงถูกก่อตั้งขึ้นอย่างมากมาจนทำให้ระบบการศึกษาต้องเข้าสู่ความเป็นธุรกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เกิดการแข่งขันกันมากขึ้นในการที่จะผลิตบัณฑิตออกมาอย่างมีคุณภาพ และสามารถนำความรู้ไปใช้ในการประกอบอาชีพได้ ทำให้มหาวิทยาลัยต้องมีการปรับตัว ปรับกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอด และสามารถแข่งขันกับคู่แข่งระหว่างมหาวิทยาลัยในทุก ๆ ด้าน ทั้งนี้เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เลือกที่จะเข้าศึกษาในสถาบันของตน

การแข่งขันของมหาวิทยาลัยคือการทำอะไรที่จะทำให้มีภาพลักษณ์ที่ดีที่สุดปรากฏต่อสายตาบุคคลภายนอกสถาบันของตนให้มากที่สุดเท่าที่จะปรากฏได้ เนื่องจากภาพลักษณ์เป็นความประทับใจที่บุคคลมีต่อองค์กรหรือสถาบัน โดยมีการสั่งสม พัฒนา และปรับเปลี่ยนตามประสบการณ์ที่ได้พบเห็น ภาพลักษณ์เป็นได้ทั้งบวกและลบ ซึ่งสะท้อนให้เห็นจุดดีและจุดด้อยขององค์กรหรือสถาบันนั้น ๆ ภาพลักษณ์ที่สะท้อนออกมาในด้านดี แสดงว่าองค์กรหรือสถาบันนั้นมีความแข็งแกร่งและเป็นที่ยอมรับของชุมชน ในขณะที่ภาพลักษณ์สะท้อนออกมาในด้านลบก็จำเป็นต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้องค์กรหรือสถาบันนั้นมีคุณภาพและพัฒนาภาพลักษณ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน และสังคม (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2540) เช่นเดียวกับมหาวิทยาลัยในจังหวัด

สงขลา ซึ่งมีทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน ได้แก่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา และมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ที่จำเป็นต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีเป็นที่ยอมรับของชุมชนและสังคม

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาตามทัศนะของประชาชนเพื่อเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับมหาวิทยาลัยในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และสามารถนำมาเป็นข้อมูลในการสร้างสรรค์ภาพลักษณ์อันพึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลา

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาตามทัศนะของประชาชน
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาตามทัศนะของประชาชน
3. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาตามทัศนะของประชาชน
4. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาตามทัศนะของประชาชน

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง กรอบแนวคิด

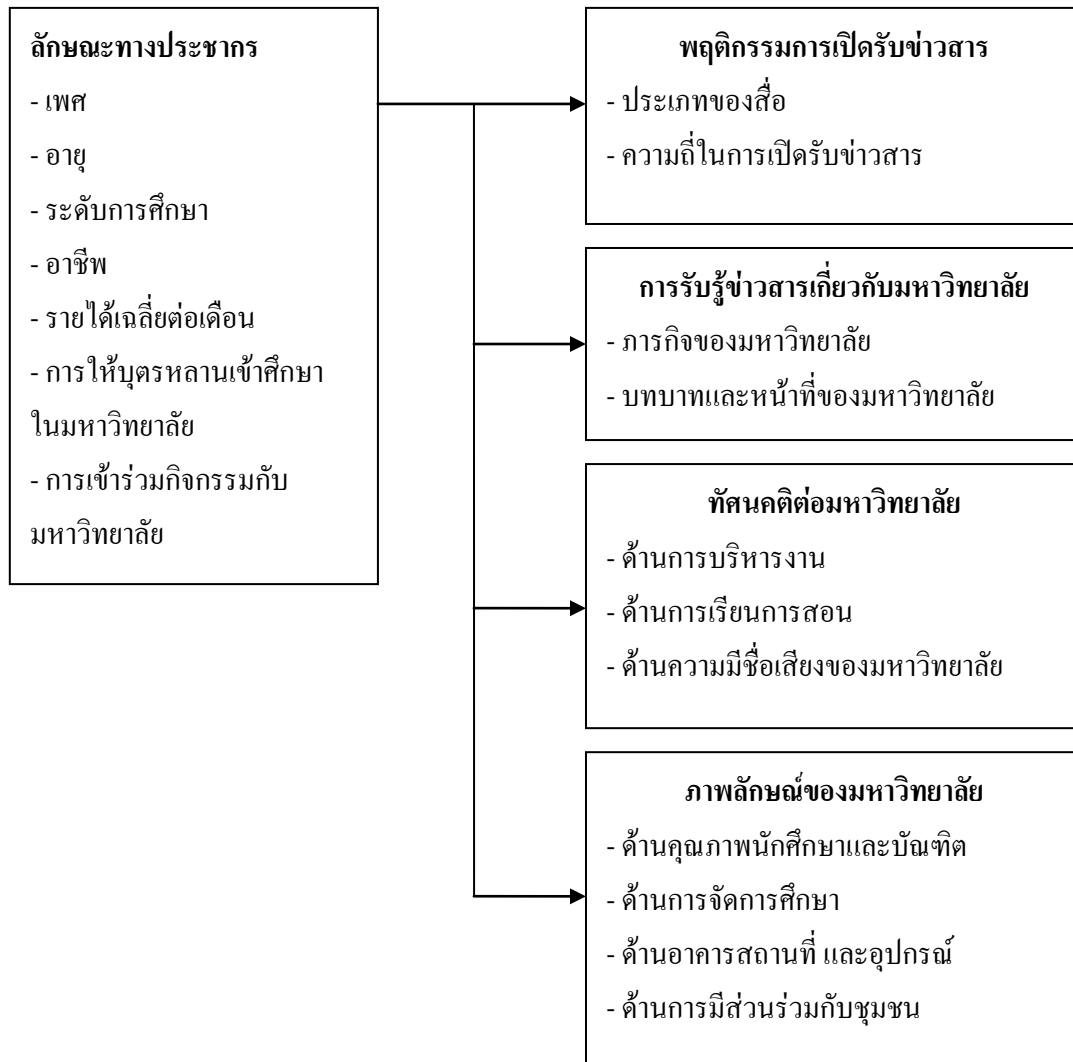
1. **แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์** ภาพลักษณ์ (Image) หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์กร สถาบัน ภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้น ๆ อาจได้มาจากประสบการณ์ทางตรง และประสบการณ์ทางอ้อมของเขาเอง เช่น ได้พบประสบมาด้วยตนเอง หรือได้ยินได้ฟังมาจากคำบอกเล่าของผู้อื่น เพื่อนฝูง ญาติมิตร หรือจากกิตติศัพท์เล่าลือต่าง ๆ นานา เป็นต้น (Kotler, 2000, วิรัช ลภีรัตนกุล.2544) ภาพลักษณ์สามารถเกิดขึ้นได้เองตามธรรมชาติ และเกิดจากการที่องค์กรหรือบุคคลใช้การสื่อสารที่ออกแบบขึ้นเพื่อให้ข่าวสาร ข้อมูล โดยหวังให้บุคคลสร้างเป็นภาพลักษณ์ด้วยตัวเอง ดังนั้นภาพลักษณ์จึงสามารถแปรเปลี่ยนได้เมื่อบุคคลได้รับข้อมูลเพิ่มเติมจากเดิม ดังนั้นในการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาตามทัศนะของประชาชน ผู้วิจัยได้ศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านคุณภาพนักศึกษาและบัณฑิต ด้านการจัดการศึกษา ด้านอาคารสถานที่ และอุปกรณ์ และด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชน ซึ่งหากมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาที่มีภาพลักษณ์ในเชิงบวกจะนำไปสู่การให้ความร่วมมือสนับสนุน แต่ถ้าเป็นภาพลักษณ์ให้เชิงลบจะนำไปสู่การต่อต้าน การเมินเฉยหรือการไม่สนับสนุนจากชุมชนและสังคม

2. **แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร** ในกระบวนการสื่อสารของมนุษย์มีองค์ประกอบที่สำคัญเกี่ยวข้องอยู่ 2 ฝ่าย คือ ผู้ส่งสาร และผู้รับสาร การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ส่งสารออกไปแล้วมีผู้รับสาร และจะมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นถ้าผู้รับสารเข้าใจ และตีความหมายของตรงกับความหมายของผู้ส่งสาร ทั้งนี้ผู้รับข่าวสารส่วนใหญ่มักเลือกรับข่าวสารจากสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด และได้ประโยชน์มากที่สุด เนื่องจากปัจจัยหลาย ๆ อย่าง เช่น ความพร้อม ความสะดวก ค่าใช้จ่าย เวลาที่จะรับสื่อ ประเภทของสื่อ เป็นต้น (Schramm, 1973) ดังนั้นในการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาตามทัศนะของประชาชนนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารจากประเภทของสื่อและความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาของประชาชน ซึ่งพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารดังกล่าวจะส่งผลเชื่อมโยงกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลา

3. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ การรับรู้ คือการแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ ซึ่งเกิดขึ้นในจิตใจของแต่ละบุคคล อันเนื่องมาจากการตีความหรือแปลความอาการสัมผัส (Sensation) ของร่างกายกับสิ่งเร้าหรือสิ่งแวดล้อม โดยอาศัยประสบการณ์เดิมเป็นเครื่องช่วย ดังนั้นการวัดการรับรู้จึงต้องวัดจากสิ่งที่บุคคลแสดงออก อันได้แก่ ความรู้สึกนึกคิด ความรู้ ความเข้าใจ ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อสิ่งเร้า โดยอาจใช้แบบทดสอบหรือแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวัด ซึ่งจะทำได้มองเห็นได้ชัดว่าบุคคลนั้นมีการรับรู้ต่อสถานการณ์นั้นอย่างไร (เสรี วงษ์มณฑา. 2542) ดังนั้นในการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลา ตามทัศนะของประชาชน จำเป็นต้องศึกษาถึงการรับรู้ของประชาชนเกี่ยวกับภารกิจ และบทบาทหน้าที่ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลา ซึ่งการรับรู้เป็นหนทางที่นำไปสู่การแปลความหมายที่เข้าใจกันได้ และเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่ทำให้เกิดความคิดรวบยอดและทัศนคติที่ดีอันจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยเช่นกัน

4. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ ทัศนคติ หมายถึง ความคิด ความรู้ ประสบการณ์ หรือความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีผลต่อแนวโน้มในการตัดสินใจของบุคคลนั้น และแสดงพฤติกรรมต่อสภาพแวดล้อมนั้น โดยทัศนคตินั้นเกิดจากการเรียนรู้ และการประเมินจากประสบการณ์ การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น การเลียนแบบหรือความเกี่ยวข้องกับสิ่งนั้น ๆ ดังนั้นการวัดทัศนคติสามารถวัดได้ โดยอาจใช้แบบทดสอบหรือแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวัด (Allport. 1946, Turstone. 1969) ดังนั้นในการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาตามทัศนะของประชาชน ผู้วิจัยได้ศึกษาทัศนคติของประชาชนที่มีต่อมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลา ด้านการบริหารงาน ด้านการเรียนการสอน และด้านความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย ซึ่งทัศนคติดังกล่าวมีผลทั้งทางบวกและลบต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในที่สุด

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาตามทัศนะของประชาชน ดังภาพที่ 1



วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่มีอายุ 15 ปี ขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน ได้มาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้าตามอำเภอ 16 อำเภอ ๆ ละ 25 คน ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.66 – 1.00 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิไปทดลองใช้จำนวน 30 ชุด ได้ค่าความเชื่อมั่น (α) เท่ากับ 0.96 วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. ประชาชนในจังหวัดสงขลาพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ประเภทอินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยเปิดรับข่าวสาร 3 – 4 วันต่อสัปดาห์
2. ประชาชนในจังหวัดสงขลามีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับภารกิจ บทบาท และหน้าที่ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลา โดยส่วนใหญ่ตอบว่าทราบ

3. ผลการวิเคราะห์ระดับทัศนคติต่อมหาวิทยาลัย ในจังหวัดสงขลา โดยภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับทัศนคติต่อมหาวิทยาลัย ทุกด้าน อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติด้านความมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการเรียนการสอน และด้านการบริหาร ตามลำดับ นอกจากนี้พบว่า ค่าเฉลี่ยของระดับทัศนคติต่อมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อยู่ในระดับเห็นอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยทักษิณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย และมหาวิทยาลัยหาดีใหญ่ ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ระดับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาตามทัศนะของประชาชน พบว่า ค่าเฉลี่ยของระดับภาพลักษณ์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยของระดับภาพลักษณ์ทุกด้าน อยู่ในระดับดี โดยภาพลักษณ์ด้านการจัดการศึกษา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชน ด้านคุณภาพนักศึกษาและบัณฑิต และด้านอาคารสถานที่และอุปกรณ์ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่าค่าเฉลี่ยของระดับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย โดยรวม อยู่ในระดับดี โดยภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยทักษิณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย และมหาวิทยาลัยหาดีใหญ่ ตามลำดับ (รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยของระดับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาตามทัศนะของประชาชน

ภาพลักษณ์	(1)		(2)		(3)		(4)		(5)		(6)	
	\bar{X}	แปล ความ	\bar{X}	แปล ความ	\bar{X}	แปล ความ	\bar{X}	แปล ความ	\bar{X}	แปล ความ	\bar{X}	แปล ความ
1. ด้านคุณภาพ นักศึกษาและบัณฑิต	4.16	ดี	3.94	ดี	3.82	ดี	3.70	ดี	3.46	ดี	3.82	ดี
2. ด้านการจัด การศึกษา	4.15	ดี	4.06	ดี	3.87	ดี	3.83	ดี	3.79	ดี	3.94	ดี
3. ด้านอาคารสถานที่ และอุปกรณ์	4.01	ดี	3.85	ดี	3.77	ดี	3.67	ดี	3.62	ดี	3.78	ดี
4. ด้านการมี ส่วนร่วมกับชุมชน	4.00	ดี	4.01	ดี	3.96	ดี	3.85	ดี	3.69	ดี	3.90	ดี
รวม	4.08	ดี	3.96	ดี	3.85	ดี	3.76	ดี	3.64	ดี	3.86	ดี

(1) แทน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, (2) แทน มหาวิทยาลัยทักษิณ, (3) แทน มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

(4) แทน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, (5) แทน มหาวิทยาลัยหาดีใหญ่ และ (6) แทน ภาพรวม

การอภิปรายผล

จากการวิจัย ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาตามทัศนะของประชาชน ผู้วิจัยได้อภิปรายผลในประเด็นสำคัญ ดังนี้

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาตามทัศนะของประชาชน พบว่า ค่าเฉลี่ยของระดับภาพลักษณ์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ด้านคุณภาพนักศึกษาและบัณฑิต มีค่าเฉลี่ยของระดับภาพลักษณ์ อยู่ในระดับดี ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เนื่องจากบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ มีคุณธรรมและจริยธรรมในการประกอบอาชีพ ได้รับการยอมรับจากสังคม สอดคล้องกับการศึกษาของวาสิณี วรรณศรี (2549) ที่ศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เขตพื้นที่การศึกษาเชียงราย เขต 1 ผลการวิจัย พบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ด้านคุณภาพของนักศึกษาและบัณฑิต อยู่ในระดับดี

2. ด้านการจัดการศึกษา มีค่าเฉลี่ยของระดับภาพลักษณ์ อยู่ในระดับดี ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เนื่องจากมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาส่วนใหญ่มีการจัดการเรียนการสอนโดยมีหลักสูตรที่ทันสมัย เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน มีความหลากหลายน่าสนใจ มีการจัดการเรียนการสอนที่เน้นทั้งทฤษฎีและฝึกปฏิบัติ มีบุคลากร โดยเฉพาะในสายวิชาการที่มีศักยภาพที่มีคุณวุฒิการศึกษาตรงตามสาขาที่เปิดการสอน จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้คุณวุฒิของอาจารย์ยังเป็นดัชนีที่สำคัญในการประเมินคุณภาพการศึกษา โดยเฉพาะการที่สังคมมีความเชื่อว่าหากคณาจารย์มีความรู้ความสามารถก็จะสามารถสั่งสอนลูกศิษย์ให้มีความรู้ความสามารถด้วยเช่นกัน (พัชรารัตน์ เกษะประการ. 2550) สอดคล้องกับการศึกษาของอรอุมา ไชยเศรษฐ์ (2551) ที่ศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยพายัพในทัศนะของนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพ และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ปัจจุบันของมหาวิทยาลัยพายัพ โดยรวม อยู่ในระดับดี

3. ด้านอาคารสถานที่และอุปกรณ์ มีค่าเฉลี่ยของระดับภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เนื่องจากอาคารสถานที่ที่เป็นรูปธรรมที่สามารถมองเห็น ได้ชัดเจน ง่ายต่อการประเมินภาพลักษณ์ และสามารถรับรู้ได้ผ่านการมองเห็นสถานที่จริง หรือเห็นได้จากแผ่นพับ โปสเตอร์ เว็บไซต์ หรือจากสื่อการแนะนำมหาวิทยาลัย ดังนั้นการมีอาคารสถานที่ที่สะอาดเรียบร้อย สวยงามก็เป็นแนวทางหนึ่งในการเสริมสร้างความนิยม จนทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีได้เช่นกัน สอดคล้องกับการศึกษาของหยาดพิรุณ สุภรากรสกุล (2554) ที่ศึกษา การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์และมหาวิทยาลัยอื่นในพื้นที่ใกล้เคียงในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการศึกษา พบว่า ภาพลักษณ์ด้านอาคารสถานที่ อยู่ในระดับดี

4. ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชน มีค่าเฉลี่ยของระดับภาพลักษณ์ อยู่ในระดับดี ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เนื่องจากมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาส่วนใหญ่มีการจัดหลักสูตรเพื่อการผลิตบัณฑิตด้านท้องถิ่น มีการจัดหลักสูตรและกิจกรรมที่เปิดสอนหลากหลายสาขตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและตลาดแรงงาน นอกจากนี้มีการจัดหาและคัดเลือกบุคคลจากท้องถิ่นในจังหวัดสงขลาที่ทำคุณประโยชน์กับชุมชน พร้อมมอบประกาศเกียรติคุณหรือปริญญาดิคมศักดิ์กับบุคคลดีเด่นเป็นประจำทุกปี และมีนโยบายบริหารงานแบบมีส่วนร่วม

ร่วมกับประชาชนในท้องถิ่นและสังคม และส่งเสริม สนับสนุนให้นักศึกษาทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชนอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับการศึกษาของรัชชก สมศักดิ์ (2552) ที่ศึกษาการสำรวจภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการวิจัย พบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ด้านการมีส่วนร่วมกับชุมชน อยู่ในระดับดี

นอกจากนี้ยังพบว่าภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยทักษิณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย และมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ตามลำดับ ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เนื่องจากมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์เป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงมั่นคง และน่าเชื่อถือ มีอาคารสถานที่เรียนที่ส่งเสริมบรรยากาศทางวิชาการ มีคณะและสาขาที่หลากหลายให้เลือกมากกว่ามหาวิทยาลัยอื่น ๆ นอกจากนี้ภายในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ยังมีโรงพยาบาลที่มีชื่อเสียงด้านการรักษาพยาบาลสำหรับให้บริการประชาชนทั่วไป ซึ่งกลายเป็นโลโก้ของมหาวิทยาลัยที่ทำให้คนจดจำได้ง่ายมากกว่ามหาวิทยาลัยอื่น ๆ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่าภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาด้านอาคารสถานที่และอุปกรณ์มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้นมหาวิทยาลัยควรปรับปรุงอาคารสถานที่ และอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการเรียนการสอนให้มีความทันสมัย เหมาะสม และเพียงพอ ทั้งนี้เนื่องจากภาพลักษณ์ด้านนี้เป็นภาพลักษณ์ที่รับรู้ได้ง่าย

เอกสารอ้างอิง

- พรทิพย์ พิมลสินธุ์. 2540. ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพฯ : ปรกาศพริ้ง.
- พัชรภรณ์ เกษะประกร. 2550. การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- รัชชก สมศักดิ์. 2552. การสำรวจภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตจังหวัดเพชรบูรณ์. รายงานการวิจัย โครงการวิจัยเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. 2544. นิเทศศาสตร์กับการประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วาสนี วรรณศรี. 2549. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ในทัศนะของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เขตพื้นที่การศึกษาเชียงใหม่ เขต 1. ปัญหาพิเศษ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2540. ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์พิมพ์พัฒนาภาษา.
- หยาดพิรุณ สุภรากรสกุล. (2554). การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์และมหาวิทยาลัยอื่นในพื้นที่ใกล้เคียงในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเพชรบูรณ์. รายงานการวิจัย โครงการวิจัยเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.

อรอุมา ไชยเศรษฐ. 2551. ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยพายัพในทัศนะของนักศึกษามหาวิทยาลัยพายัพและนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Allport, G.W. 1946. Pattern and Growth in Personality. New York : Holt – Rein Chart & Winston.

Schramm, Wilber. 1973. How Communication Work's. New York : John Willey and Sons.

Thurstone, L.L. 1967. Attitude Theory Measurement. New York : John Willey and Sons.

Kotler, Philip. 2000. Marketing management. 10 th Edition. New Jersey : Prentice – Hall Inc.