

## บทที่ 5

### บทสรุป

จากการศึกษา เรื่อง "ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวรของประชาชนในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง" มีจุดมุ่งหมายเพื่อการศึกษา คือ

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรของประชาชนพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรของประชาชนพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง
3. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวรของประชาชนในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง
4. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรที่พึงประสงค์ของประชาชนในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง

วิธีดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ข่าวสาร ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวร และภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรที่พึงประสงค์ของประชาชนในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 800 คน โดยแบ่งเป็น นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย 400 คน ผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย 400 คน โดยมีอายุ 15 ปีขึ้นไป และอาศัยอยู่ในพื้นที่ให้บริการของมหาวิทยาลัยนเรศวรภาคเหนือตอนล่าง 9 จังหวัด โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling)

#### สรุปผลการวิจัย

##### 1. ข้อมูลส่วนที่ 1 นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

###### 1.1 ลักษณะทั่วไปทางประชากร

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ของประชาชนในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง โดยศึกษา นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า เพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีช่วงอายุ 15-19 มี คะแนนเกรดเฉลี่ยสะสมอยู่ในช่วง 3.00 – 3.49 มากที่สุด ส่วนใหญ่ศึกษาโปรแกรม วิทยาศาสตร์ อาชีพของบิดาและมารดาส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ย 23,333.43 บาท

## 1.2 การเปิดรับข่าวสาร

จากการศึกษา การเปิดรับข่าวสารทั่วไปและการเปิดรับข่าวสารที่น่าสนใจเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวร จากสื่อ 3 อันดับแรก พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายเลือกเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อลำดับที่ 1 ได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต ลำดับที่ 2 ได้แก่ สื่อบุคคล และลำดับที่ 3 ได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยนเรศวร

จากการศึกษา ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีความถี่การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรจากสื่อต่าง ๆ ดังนี้

1.2.1 สื่อบุคคล พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีความถี่การเปิดรับข้อมูลข่าวสารในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา ที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรจากสื่อบุคคล โดยในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย โดยจำแนกเป็นแต่ละประเภท ดังนี้ บุคลากรจากมหาวิทยาลัยนเรศวร ครอบครัวและญาติพี่น้อง และเพื่อน รุ่นพี่ รุ่นน้อง พบว่าการรับข่าวสารอยู่ในระดับน้อย ในขณะที่ครูแนะแนวและครูในโรงเรียน พบว่าการรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง

1.2.2 สื่อหนังสือพิมพ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย มีความถี่การเปิดรับข้อมูลข่าวสารในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา ที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรจากสื่อหนังสือพิมพ์ โดยในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

1.2.3 สื่อโทรทัศน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีความถี่การเปิดรับข้อมูลข่าวสารในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา ที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรจากสื่อโทรทัศน์ โดยในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

1.2.4 สื่อวิทยุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีความถี่การเปิดรับข้อมูลข่าวสารในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา ที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรจากสื่อวิทยุ โดยในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

1.2.5 สื่ออินเทอร์เน็ต พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีความถี่การเปิดรับข้อมูลข่าวสารในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา ที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรจากสื่ออินเทอร์เน็ต โดยในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย โดยจำแนกเป็นแต่ละประเภท ดังนี้ เว็บไซต์ เช่น เด็กดี เอ็มไทย สนุก ฯลฯ พบว่าการรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่หนังสือพิมพ์ออนไลน์ เช่น ไทยรัฐ มติชน เดลินิวส์ ฯลฯ พบว่าการรับข่าวสารอยู่ในระดับน้อยที่สุด

1.2.6 สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยนเรศวร พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา ที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรจากสื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย โดยจำแนกเป็นแต่ละประเภท ดังนี้ แผ่นพับ/ใบปลิว/โปสเตอร์ เอกสารแนะนำหลักสูตร เว็บไซต์มหาวิทยาลัยนเรศวร Facebook มหาวิทยาลัยนเรศวร และกิจกรรมแนะนำหลักสูตร สัมมนา พบว่าการรับข่าวสารอยู่ในระดับน้อย ในขณะที่จุลสาร มน.สัมพันธ์ เอกสารผลงานเด่นมหาวิทยาลัยนเรศวร NU newsletter สารสนเทศมหาวิทยาลัยนเรศวร (ภาษาไทย) สารสนเทศมหาวิทยาลัยนเรศวร (ภาษาอังกฤษ) ป้ายคัตเอาต์ วิทยุทัศน์แนะนำมหาวิทยาลัย พบว่าการรับข่าวสารอยู่ในระดับน้อยที่สุด

### 1.3 การรับรู้ข่าวสาร

จากการศึกษา การรับรู้เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรที่ถูกต้องและไม่ถูกต้องในภาพรวมพบว่า มีการรับรู้เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรอยู่ในระดับ “น้อย” แต่เมื่อพิจารณาการรับรู้เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรในประเด็นต่าง ๆ การรับรู้ประเด็นด้านการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยนเรศวรจะมีการรับรู้มากที่สุด รองลงมาคือการรับรู้ประเด็นด้านการวิจัย การรับรู้ประเด็นด้านนโยบาย พันธกิจ วิทยุทัศน์ การรับรู้ด้านคุณภาพของบัณฑิต การรับรู้ประเด็นด้านศิษย์เก่า ตามลำดับ

### 1.4 ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวร

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวรในภาพรวมอยู่ในระดับดี มีจุดเด่นภาพลักษณ์ด้านนโยบาย พันธกิจ วิทยุทัศน์ ในเรื่องสืบสานศิลปวัฒนธรรมของประเทศอย่างต่อเนื่อง และจัดอบรมสัมมนาถ่ายทอดความรู้ที่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศ

### 1.5 ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์

ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยนเรศวร พบว่า นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายพึงประสงค์ภาพลักษณ์ด้านการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัย ที่ต้องการให้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการ และให้มีการบริหารการจัดการที่โปร่งใสตรวจสอบได้

### 1.6 ข้อเสนอแนะภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ของประชาชนในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง โดยศึกษา นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย มีผู้แสดงความคิดเห็น ทั้งหมด 257 คน พบว่าเสนอแนะด้านการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยนเรศวรมากที่สุด รองลงมาเสนอแนะด้าน

- คุณภาพของบัณฑิต และเสนอแนะด้านการวิจัย ตามลำดับ โดยจำแนกเป็นรายละเอียดแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัย พบว่า ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง และจัดกิจกรรมการแนะแนว การศึกษาและออกค่ายการศึกษา โดยให้รุ่นพี่ที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยนเรศวร มาแนะแนว การศึกษาที่ในโรงเรียนเก่า

ด้านคุณภาพของบัณฑิต พบว่า ต้องการให้พัฒนาการเรียนการสอนด้าน ภาษาอังกฤษเพิ่มมากขึ้น และคาดหวังว่าจบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยนเรศวรสามารถหางานทำ ได้ทันที สามารถแข่งขันได้ในประชาคมอาเซียน โดยนิสิตทุกคนมีคุณภาพ

ด้านวิจัย พบว่า ต้องการให้มีการวิจัยมากขึ้น

## 1.7 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ผลการพิสูจน์สมมติฐานดังนี้

1.7.1 สมมติฐานข้อที่ 1 การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

### 1) การเปิดรับข่าวสารทั่วไป

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อ ทุกสื่อไม่สัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

### 2) ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร

ผลการทดสอบสมมติฐาน ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจาก สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยนเรศวร มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

ส่วนสื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ปัจจุบันของ มหาวิทยาลัยนเรศวร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ กำหนดไว้

1.7.2 สมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ปัจจุบันของมหาวิทยาลัยนเรศวร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

1.7.3 สมมติฐานที่ 3 ลักษณะประชากรในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่างที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่านักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีเพศ อายุ โรงเรียน ระดับการศึกษา ภูมิภาค และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

ในขณะที่นักเรียนมัธยมศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยสะสม โปรแกรมที่ศึกษา อาชีพของบิดา และอาชีพของมารดาแตกต่างกันมีภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

1.7.4 สมมติฐานที่ 4 ลักษณะประชากรในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่างที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่านักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มี เกรดเฉลี่ยสะสม โปรแกรมที่ศึกษา แตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

ในขณะที่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มี เพศ อายุ โรงเรียน ระดับการศึกษา ภูมิภาค อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวแตกต่างกันมีภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

## 2. ข้อมูลส่วนที่ 2 ผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย

### 2.1 ลักษณะทั่วไปทางประชากร

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ของประชาชนในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง โดยศึกษา ผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า เพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีช่วงอายุ 41-50 ปี มากที่สุด มีความสัมพันธ์เป็นมารดามากที่สุด มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ ต่ำกว่ามัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า ปวช. มากที่สุด อาชีพของบิดาและมารดาส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร ครอบครัวมีรายได้เฉลี่ย 22,331.57 บาท

## 2.2 การเปิดรับข่าวสาร

จากการศึกษา การเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อ 3 อันดับแรก พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายเปิดรับสื่อลำดับที่ 1 ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ ลำดับที่ 2 ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ และลำดับที่ 3 ได้แก่ สื่อบุคคล

จากการศึกษา ถ้ามหาวิทยาลัยนเรศวรมีข่าวสารที่น่าสนใจ จะเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อ 3 อันดับแรก พบว่าผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวร เปิดรับสื่อลำดับที่ 1 ได้แก่ สื่อบุคคล ลำดับที่ 2 ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ และลำดับที่ 3 ได้แก่ สื่อบุคคล

จากการศึกษา ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรจากสื่ออย่างน้อยเพียงใด โดยแบ่งเป็นสื่อต่าง ๆ ดังนี้

2.2.1 สื่อบุคคล พบว่าผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา ที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรจากสื่อบุคคล โดยในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยจำแนกเป็นแต่ละประเภท ดังนี้ ครูแนะแนว/ครูในโรงเรียน พบว่าการรับข่าวสารอยู่ในระดับน้อย แต่ในขณะที่ บุคลากรจากมหาวิทยาลัยนเรศวร ครอบครัว/ญาติพี่น้องเพื่อน/รุ่นพี่/รุ่นน้อง พบว่าพบว่าการรับข่าวสารอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2.2.2 สื่อหนังสือพิมพ์ พบว่าผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา ที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรจากสื่อหนังสือพิมพ์ โดยในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยจำแนกเป็นแต่ละประเภท ดังนี้ หนังสือพิมพ์มติชน หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์ข่าวสด หนังสือพิมพ์แนวหน้า หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ หนังสือพิมพ์คมชัดลึก หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ พบว่าการรับข่าวสารอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2.2.3 สื่อโทรทัศน์ พบว่าผู้ปกครองเป็นนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา ที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรจากสื่อโทรทัศน์ โดยในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2.2.4 สื่อวิทยุ พบว่าผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา ที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรจากสื่อวิทยุ โดยในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2.2.5 สื่ออินเทอร์เน็ต พบว่าผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา ที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรจากสื่ออินเทอร์เน็ต โดยในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2.2.6 สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยนเรศวร พบว่าผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีความถี่การเปิดรับข้อมูลข่าวสารในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา ที่เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรจากสื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยนเรศวร โดยในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

### 2.3 การรับรู้ข่าวสาร

จากการศึกษา การรับรู้เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรที่ถูกต้องและไม่ถูกต้องในภาพรวมพบว่า ผู้ปกครองนักเรียน มีการรับรู้เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรอยู่ในระดับ “น้อย” แต่เมื่อพิจารณาการรับรู้เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรในประเด็นต่าง ๆ การรับรู้ประเด็นด้านการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยนเรศวรจะมีการรับรู้มากที่สุด รองลงมาคือการรับรู้ประเด็นด้านการวิจัย การรับรู้ประเด็นด้านนโยบาย พันธกิจ วิสัยทัศน์ การรับรู้ด้านคุณภาพของบัณฑิต การรับรู้ประเด็นด้านศิษย์เก่า ตามลำดับ

### 2.4 ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวร

ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวรในภาพรวมอยู่ในระดับดี มีจุดเด่นภาพลักษณ์ด้านคุณภาพของบัณฑิต ในเรื่องนิสิตมหาวิทยาลัยนเรศวรสามารถนำความรู้ไปใช้ในการดำเนินชีวิตแก้ไขปัญหาและมีความสามารถเป็นที่ยอมรับของสังคม

### 2.5 ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์

ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยนเรศวร พบว่า ผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายพึงประสงค์ภาพลักษณ์ด้านคุณภาพของบัณฑิต ซึ่งต้องการให้นิสิตมหาวิทยาลัยนเรศวรมีความรู้และความสามารถเป็นที่ยอมรับของสังคมมากที่สุด และสามารถนำความรู้ไปใช้ในการดำเนินชีวิตและแก้ไขปัญหาได้รองลงมา

### 2.6 ข้อเสนอแนะภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ของประชาชนในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง โดยศึกษา ผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย มีผู้แสดงความคิดเห็นทั้งหมด 48 คน พบว่า เสนอแนะด้านคุณภาพของบัณฑิตมากที่สุด รองลงมาเสนอแนะด้านการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยนเรศวร เสนอแนะด้านนโยบาย พันธกิจ และวิสัยทัศน์ เสนอแนะด้านการวิจัย ตามลำดับ โดยจำแนกเป็นรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้

ด้านคุณภาพของบัณฑิต พบว่า ต้องการให้พัฒนาการเรียนการสอนด้านภาษาอังกฤษเพิ่มมากขึ้น ต้องการให้นิสิตทุกคนมีคุณภาพ แทรกการเรียนการสอนด้านจริยธรรม ศีลธรรม เป็นคนดีและสร้างชื่อเสียงให้กับมหาวิทยาลัย และต้องการให้มีทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่เรียนดีแต่ยากจนเพิ่มมากขึ้น

ด้านการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัย พบว่า ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง และเผยแพร่ความรู้ของ มหาวิทยาลัยมายังหน่วยงานราชการต่าง ๆ ในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่างมากขึ้น

ด้านนโยบาย พันธกิจ และวิสัยทัศน์ พบว่าต้องการให้มหาวิทยาลัยอยู่ชั้นแนวหน้า ของประเทศและมีการสืบสานศิลปวัฒนธรรมมากขึ้น

ด้านวิจัย พบว่า ต้องการให้มีการวิจัยมากขึ้น

## 2.7 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

2.7.1 สมมติฐานข้อที่ 1 การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

### 1) การเปิดรับข่าวสารทั่วไป

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากทุกสื่อ ไม่สัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

### 2) ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจาก สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยนเรศวร มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

ส่วนสื่อบุคคล และสื่อวิทยุ ไม่สัมพันธ์กับภาพลักษณ์ปัจจุบันของ มหาวิทยาลัยนเรศวร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

2.7.2 สมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับ ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

เมื่อพิจารณารายด้านการรับรู้ข่าวสาร พบว่า ด้านนโยบาย พันธกิจ และ วิสัยทัศน์ ด้านวิจัย ด้านคุณภาพของบัณฑิต ด้านศิษย์เก่า และด้านการบริหารจัดการของ มหาวิทยาลัยนเรศวร มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวร อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

2.7.3 สมมติฐานข้อที่ 3 ลักษณะประชากรในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง ที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ของประชาชน ในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง โดยศึกษา ผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า โรงเรียนของบุตร หลานผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับการชั้นการศึกษาของบุตร หลานผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย และ ภูมิภาคที่ที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ของ มหาวิทยาลัยนเรศวร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

ในขณะที่ผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มี เพศ อายุ ความสัมพันธ์ผู้ปกครองกับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน มัธยมศึกษาตอนปลาย อาชีพของผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายและรายได้ที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้อง กับสมมติฐานที่กำหนดไว้

2.7.4 สมมติฐานข้อที่ 4 ลักษณะประชากรในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง ที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ของประชาชน ในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง โดยศึกษา ผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า โรงเรียนของบุตร หลานผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับการชั้นการศึกษาของบุตร หลานผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย และ ภูมิภาคที่แตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ที่พึง ประสงค์เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ สมมติฐานที่กำหนดไว้

ในขณะที่ผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มี เพศ อายุ ความสัมพันธ์ผู้ปกครองกับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน มัธยมศึกษาตอนปลาย อาชีพของผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายและรายได้ที่แตกต่างกัน

กันมีภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

## อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอธิบายเกี่ยวกับการศึกษาภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวรของประชาชนในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่างได้ดังนี้

สมมติฐานที่ข้อที่ 1 การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวร จากสมมติฐาน พบว่า ด้านความถี่ในการเปิดข่าวสาร จากสื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งสอดคล้องกับผลการทดสอบสมมติฐานที่กำหนดไว้

แสดงให้เห็นว่าเมื่อประชาชน มีการเปิดรับข่าวสารมากขึ้น ย่อมมีภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรมากขึ้นตามไปด้วย มีความสอดคล้องกับ พงษ์เทพ วรกิจ โภคาทร (2537) ที่กล่าวในแง่ปัจเจกบุคคลว่า เมื่อประชาชนเปิดรับข่าวสารมากขึ้น ย่อมมีภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น เพราะการเปิดรับข่าวสารเท่ากับให้มีช่องทางการสื่อสารมาสู่ผู้รับสาร ในขณะที่ พีระ จิรโสภณ (2529) กล่าวว่า การเปิดรับ หมายถึงแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกหรือสนใจหรือเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจที่มีอยู่เดิม และ อำนวย วีระวรรณ (2540) กล่าวว่า เครื่องมือในการสร้างภาพลักษณ์ก็คือการประชาสัมพันธ์หรือการสื่อสาร ภาพลักษณ์จะปล่อยให้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติไม่ได้อาจทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ครบถ้วน ไม่เป็นระบบและอาจผิดพลาด ภาพลักษณ์องค์กรจึงจำเป็นต้องมีการบริหาร ซึ่งเครื่องมือที่สำคัญในการบริหารภาพลักษณ์ก็คือ การประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์มีลักษณะที่สำคัญ จำเป็นจะต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสื่อมวลชนและประชาชนทั่วไป และวิรัช ลภีรัตนกุล (2553) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ภายนอก คือการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชนภายนอกกลุ่มต่าง ๆ อันได้แก่ประชาชนทั่วไป จึงจำเป็นต้องใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้ามาช่วยเผยแพร่กระจายสู่สาธารณชน อันได้แก่ สื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนต์ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าการเปิดรับข่าวสารของประชาชนจากสื่อต่าง ๆ มีผลต่อการเกิดภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรกนก วิโรจน์ศรีสกุล (2546) ที่ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในสายตาประชาชนเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และงานวิจัยของ จวีรัตน์ รณรงค์นุรักษ์ (2549) ที่ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ใน

ทัศนคติของประชาชน กรุงเทพมหานคร พบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์

ในขณะที่การเปิดรับข่าวสารทั่วไป พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากทุกสื่อของนักเรียนและผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายไม่สัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวร

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวร

ผลการทดสอบสมมติฐาน กลุ่มผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

เมื่อประชาชนมีการรับรู้ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยนเรศวร ย่อมทำให้เกิดภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จีวีรัตน์ รัตนวงค์นุรักษ์ (2549) กล่าวว่าภาพลักษณ์เป็นเรื่องของกระบวนการของความคิดจิตใจ ต้องอาศัยการตีความและให้ความหมายสำหรับตนเอง ภาพลักษณ์จึงเป็นการแทนความหมายเชิงอัตวิสัย หรือความประทับใจ ภาพปรากฏความคล้ายคลึง หรือเป็นการแทนความหมายการรับรู้ (Perception) ตีความกระบวนการของการรับรู้อย่างเลือกสรร และให้ความหมายต่อสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้คือกระบวนการเกิดภาพลักษณ์ (Process of Imagery) ซึ่งมักจะมีความหมายสำคัญยิ่งต่อการรับรู้ในสิ่งที่ไม่มีความหมายแน่นอนชัดเจนในตัวของมันเอง และ อรุณรัตน์ ชินวรรณ (2553) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ คือ กระบวนการในการจัดการการบริหารข้อมูลข่าวสารขององค์การเพื่อให้ข่าวสารขององค์การเกิดการสื่อสารที่ดี เป็นที่รับรู้ของคนภายในองค์การและนอกองค์การ ทำให้เกิดทัศนคติที่ดีและเกิดความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงาน องค์การ สถาบัน นำมาซึ่งความร่วมมือให้การสนับสนุนจากประชาชน จนในที่สุดองค์การก็ประสบความสำเร็จ

ในขณะที่กลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า การรับรู้ข่าวสารไม่สัมพันธ์กับภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ เพราะ การรับรู้ คือ การตีความหมาย โดยอาศัยประสบการณ์ของเรา และประสบการณ์ของเรามีอิทธิพลต่อการรับรู้และความหมายต่อสิ่งที่เราพบ (ปรมะ สตะเวทิน, 2530) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการรับรู้ข่าวสารของนักเรียนมัธยมศึกษาอาจยังขาดประสบการณ์ที่ก่อให้เกิดการรับรู้ข่าวสารกับมหาวิทยาลัยนเรศวร

ดังนั้น หากมหาวิทยาลัยนเรศวรต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ควรสร้างเกิดการรับรู้อย่างต่อเนื่องจนก่อให้เกิดประสบการณ์ที่ดีแก่ประชาชน และเมื่อประชาชนมีการรับรู้ที่ดีมากขึ้นก็จะส่งผลให้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรดีตามไปด้วย

สมมติฐานข้อที่ 3 ลักษณะประชากรในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่างที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน "ลักษณะประชากรในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่างที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรแตกต่างกัน" พบว่า ประชาชนในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง โดยศึกษานักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่มีเพศ อายุ โรงเรียน ด้านระดับการศึกษา ภูมิลำเนาที่และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรแตกต่างกัน

และผลการทดสอบสมมติฐาน "ลักษณะประชากรในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่างที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรแตกต่างกัน" พบว่า ประชาชนในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง โดยศึกษาผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มี โรงเรียน ระดับการศึกษา นักเรียนมัธยมศึกษา นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายของผู้ปกครอง และภูมิลำเนาของผู้ปกครอง นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่แตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรแตกต่างกัน

สอดคล้องกับแนวคิดของ พีระ จิรโสภณ (2529, อ้างอิงใน วราพร ดำจับ, 2549) กล่าวว่า บุคคลจะไม่รับข้อมูลข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมามีทั้งหมด แต่จะเลือกรับข่าวสารเพียงบางส่วนที่มีประโยชน์ แรงผลักดันที่จะทำให้บุคคลหนึ่งมีการเลือกรับสื่อที่นั้นเกิดจากคุณสมบัติพื้นฐานของผู้รับสารในด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) เพศ (Sex) อาจกล่าวได้ว่าสังคมและวัฒนธรรมได้กำหนดบทบาทของเพศชายและเพศหญิง ไว้ต่างกันทำให้ความคิด ค่านิยม ทักษะคติ รวมถึงพฤติกรรม ความต้องการ ตัดสินใจยอมรับสิ่งต่าง ๆ ของคนทั้งสองกลุ่มนี้มีความแตกต่างกัน มีงานวิจัยหลายชิ้นที่ชี้ให้เห็นว่า เพศหญิงจะถูกชักจูงได้ง่ายกว่าเพศชาย โดยมองว่าเพศชายใช้เหตุผลมากกว่าและจดจำข่าวสารได้ดีกว่าเพศหญิง ในการเปิดรับข่าวสารสื่อจะพบว่าเพศหญิงใช้เวลาดูโทรทัศน์และเปิดฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่าดูโทรทัศน์ 2) อายุ (Age) ถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับแผนความคิดพฤติกรรมและยังเป็นสิ่งกำหนดความยากง่ายในการจูงใจด้วย ซึ่งการศึกษาทางจิตวิทยาพบว่า เมื่อคนอายุมากขึ้น โอกาสที่จะเปลี่ยนใจหรือจูงใจจะน้อยลง ทั้งนี้เนื่องจากในแง่ของการสื่อสารแล้ว ถือว่า อายุ ของผู้รับสารมีอิทธิพลกับการสื่อสารในรูปของความสนใจ ความเชื่อพฤติกรรมการรับของผู้รับสาร 3) การศึกษา (Education) หรือความรู้ (Knowledge) มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับการรับสาร กล่าวคือ การศึกษาก่อให้เกิดความรู้ ความคิด ความต้องการหรืออุดมการณ์ที่แตกต่างกันออกไป บุคคลยิ่งมีการศึกษาสูงจะสนใจข่าวสารมากขึ้น จึงได้เปรียบในฐานะเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจสารได้ดี แต่มักเชื่ออะไรง่าย ๆ จะต้องมีหลักฐานสนับสนุนเพียงพอ ทำให้ใช้สื่อมวลชนในการแสวงหาข่าวสารและมักใช้สื่อสิ่งพิมพ์เป็นหลัก นอกจากนี้ยังพบว่าผู้มีการศึกษาสูงมักมีโอกาสในการรับรู้ข่าวสารมากกว่าผู้มีการศึกษาต่ำกว่า 4) ภูมิลำเนา (Birth Place)

ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ ซึ่งโยงใยกับฐานะทางเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมท้องถิ่น มีผลทำให้คนอยู่ในพื้นที่ที่แตกต่างกันมีทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวราพร ดำจับ (2549) ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในทัศนคติของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตภูมิภาคตะวันออก” ซึ่งผลการวิจัยพบว่านักเรียนที่มี เพศ อายุ และแผนการเรียนที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ต่อมหาวิทยาลัยเอกชนต่างกัน เช่นเดียวกับการศึกษาของ อรุมา ไชยเศรษฐ (2551) ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยแพทย์ในทัศนะของนักศึกษามหาวิทยาลัยแพทย์และนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเชียงใหม่” ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาของมหาวิทยาลัยแพทย์ในชั้นปีต่าง ๆ มีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน

แต่ในขณะที่เกรดเฉลี่ยสะสม โปรแกรมที่ศึกษา อาชีพของบิดา และอาชีพของมารดาแตกต่างกัน ของประชาชนในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง โดยศึกษาผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่ามีภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ไม่แตกต่างกัน

และเพศ อายุ ความสัมพันธ์กับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย อาชีพและรายได้ของประชาชนในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง โดยศึกษาผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่ามีภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ไม่แตกต่างกัน

สอดคล้องกับแนวคิดจากแนวความคิดของขวัญเรือน กิติวัฒน์ (2533, หน้า 21-27) บัณฑิตบุคคลมักรวมกันเป็นกลุ่มทางสังคมมากกว่า และนำเอาลักษณะพื้นฐานบางประการของแต่ละคนที่เหมือนกันมาจัดเข้าไว้เป็นกลุ่ม ลักษณะพื้นฐานดังกล่าว ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ บุคคลที่อยู่กลุ่มเดียวกันจะยอมรับเนื้อหาของการสื่อสารคล้ายคลึงกัน และสอดคล้องกับนโยบาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจของมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ที่ก่อตั้งเพื่อมุ่งกระจายโอกาสและความเสมอภาคทางการศึกษาให้กับประชากรในภูมิภาคโดยเฉพาะในเขตภาคเหนือตอนล่าง 9 จังหวัด และต้องขับเคลื่อนเข้าไปให้บริการในชุมชนอย่างทั่วถึง (สุจินต์ จินายน, 2555) ย่อมทำให้มีการตอบสนองต่อเนื้อหาไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

สมมติฐานที่ 4 ลักษณะประชากรในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่างที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนครสวรรค์แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน “ลักษณะประชากรในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่างที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนครสวรรค์แตกต่างกัน” พบว่า ประชาชนในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง โดยนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มี เกรดเฉลี่ยสะสม โปรแกรมที่ศึกษา แตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนครสวรรค์แตกต่างกัน

และผลการทดสอบสมมติฐาน "ลักษณะประชากรในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่างที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรแตกต่างกัน" พบว่า ประชาชนในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง โดยศึกษาผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มี โรงเรียน ระดับชั้น การศึกษานักเรียน และผู้มีอำนาจที่แตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรแตกต่างกัน

เมื่อประชาชนมีลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน ย่อมทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของคัทลิปและเซ็นเตอร์ (Cutlip and Center, 1994, p. 4 อ้างอิงใน อรุณรัตน์ ชินวรรณ, 2553) ว่า การประชาสัมพันธ์ คือ การติดต่อเผยแพร่ข่าวสารนโยบายของหน่วยงานไปยังประชาชนทั้งหลายที่มีส่วนสัมพันธ์ ขณะเดียวกันก็เป็นแนวทางตรวจสอบความคิดเห็น ความรู้ และความต้องการของประชาชนให้หน่วยงานหรือองค์กรทราบเพื่อสร้างความสนับสนุนอย่างแท้จริงให้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย และวิรัช ลภีรัตนกุล (2553, หน้า 216 -217) ได้กล่าวว่า การวิจัยและรับฟังความคิดเห็น (Research-Listening) เป็นขั้นตอนของการดำเนินงานขั้นแรก ส่วนใหญ่เป็นการค้นคว้าหาข้อเท็จจริง และข้อมูลต่าง ๆ โดยใช้การวิจัยและรับฟังความคิดเห็น ซึ่งเป็นการสำรวจตรวจสอบประจําชาติ ทศนคติ ตลอดจน ปฏิกริยาของประชาชนที่เกี่ยวข้องที่มีต่อการดำเนินงาน หรือตอนนโยบายขององค์กร สรุปแล้ว งานในขั้นนี้คือ การถามตนเองว่า องค์กรของเรามีปัญหาอะไรบ้าง

จากแนวคิดข้างต้นจึงสรุปได้ว่า การสำรวจ การรับฟังความคิดเห็น ความต้องการ จากประชาชนในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง ทำให้รับทราบภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรให้มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อไป

ในขณะที่ประชาชนในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง โดยนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มี เพศ อายุ โรงเรียน ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครอบครัวแตกต่างกันมีภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่แตกต่าง ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

และประชาชนในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง โดยผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่มี เพศ อายุ ความสัมพันธ์กับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย อาชีพและรายได้ของผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายที่แตกต่างกัน มีภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์เกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวร ไม่แตกต่าง ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้

ดังนั้น มหาวิทยาลัยนเรศวรจึงต้องมีการเพิ่มความชัดเจนของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวรแก่ประชาชนแต่ละกลุ่ม ให้มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรที่ตรงกัน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์ประชาสัมพันธ์ เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ ความเข้าใจ ความเชื่อมั่น ความศรัทธา และภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับมหาวิทยาลัยนเรศวรต่อไปในอนาคต

### ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

สำหรับผลการศึกษา “ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวรของประชาชนในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง” พบว่า ประชาชนในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง โดยแบ่งเป็นการศึกษานักเรียนและผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารและการรับรู้ข่าวสารมหาวิทยาลัยนเรศวรในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย แต่ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรยังคงอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวรของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่า มหาวิทยาลัยนเรศวรมีจุดเด่นภาพลักษณ์ด้านนโยบาย พันธกิจ วิสัยทัศน์ ในเรื่องสืบสานศิลปวัฒนธรรมของประเทศอย่างต่อเนื่องและจัดอบรมสัมมนาถ่ายทอดความรู้ที่มีประโยชน์ต่อสังคมและประเทศ ในส่วนภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวรของผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย พบว่ามหาวิทยาลัยนเรศวรมีจุดเด่นภาพลักษณ์ด้านคุณภาพของบัณฑิต นิสิตมหาวิทยาลัยนเรศวรสามารถนำความรู้ไปใช้ในการดำเนินชีวิตแก้ไขปัญหาและมีความสามารถเป็นที่ยอมรับของสังคม อภิปรายได้ว่า ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งมหาวิทยาลัยจนถึงปัจจุบันกว่า 20 ปี ซึ่งได้สะสมผลงานด้านต่าง ๆ ไว้เป็นระยะเวลาอันยาวนาน ทำให้ประสบการณ์ของประชาชนในภูมิภาค ภาคเหนือตอนล่างที่มีต่อมหาวิทยาลัยนเรศวรมีอยู่ในระดับหนึ่ง มหาวิทยาลัยนเรศวรมีพันธกิจที่จะเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานสากล โดยมุ่งกระจายโอกาสและความเสมอภาคทางการศึกษาให้กับประชาชน และขับเคลื่อนเข้าไปให้บริการในชุมชนให้ได้อย่างทั่วถึงในภูมิภาคโดยเฉพาะในเขตภาคเหนือตอนล่าง 9 จังหวัด ได้แก่ พิษณุโลก พิจิตร สุโขทัย กำแพงเพชร เพชรบูรณ์ อุตรดิตถ์ ตาก นครสวรรค์ อุทัยธานี โดยการจัดการเรียนการสอน ในสาขาวิชาต่าง ๆ ทั้งกลุ่มสังคมศาสตร์ กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและกลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ ให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมและประเทศชาติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวิรัช ลภีรัตนกุล (2553, หน้า 77) ได้กล่าวไว้ว่า “ภาพลักษณ์ (Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลตามความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อองค์การสถาบัน ภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้น ๆ อาจจะได้มาจากทั้งประสบการณ์ทางตรงและประสบการณ์ทางอ้อม และยังสอดคล้องกับแนวคิดของวนาวัลย์ ดาตี (2552) ได้อธิบายการเกิดภาพลักษณ์องค์กรไว้ว่า เป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่ได้รับรู้เกี่ยวกับการดำเนินกิจการในด้านต่าง ๆ ขององค์กร

ในเมื่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรของประชาชนในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่างพบว่าอยู่ในลักษณะภาพลักษณ์ที่ดี หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวร จึงควรทำงานในการเผยแพร่ข่าวสารให้สม่ำเสมอและถูกต้อง เพื่อรักษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรให้อยู่ในระดับดีต่อไป ให้สอดคล้องกับการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของมหาวิทยาลัยนเรศวรภายใต้ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัย เช่น เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ผลงานวิจัยให้สู่การยอมรับคุณภาพ และความเป็นเลิศจนนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ พัฒนาช่องทางการสื่อสารระหว่างมหาวิทยาลัยกับศิษย์เก่าให้มีความหลากหลาย มีการประชาสัมพันธ์เชิงรุก โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยมีความถูกต้อง ชัดเจน และเป็นจริง

ดังนั้น การสร้างภาพลักษณ์องค์กร สถาบัน หน่วยงาน หรือสินค้าต่าง ๆ มิใช่การสร้างขึ้นมาเองลอย ๆ แต่จะต้องเป็นไปตามการกำหนด วิสัยทัศน์ขององค์กร เมื่อองค์กรกำหนดวิสัยทัศน์แล้ว จึงกำหนดนโยบายเพื่อให้เป็นรูปธรรมในการปฏิบัติ จากนั้นจึงนำไปสู่การดำเนินงาน ฝ่ายประชาสัมพันธ์มีหน้าที่ในการดำเนินงานตาม นโยบายขององค์กรที่ตนเองสังกัดอยู่เพื่อสร้างภาพหรือขยายผลทางด้านงานดำเนินงาน ให้องค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดีตามวิสัยทัศน์ที่ถูกกำหนดไว้ ตั้งแต่เริ่มต้น (นรินทร์ นำเจริญ, 2549)

นอกจากนี้การศึกษา ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยนเรศวร พบว่า นักเรียนและผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายพึงประสงค์ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรอยู่ในระดับพึงประสงค์ภาพลักษณ์มาก ในด้านการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยนเรศวรและคุณภาพบัณฑิต ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะจากประชาชนทั้งสองกลุ่มในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง อำนวย วิระวรรณ (2540) กล่าวว่า ภาพลักษณ์จะปล่อยให้เกิดขึ้นเองไม่ได้ ซึ่งภาพลักษณ์ที่ปล่อยให้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ อาจทำให้ได้ภาพลักษณ์ที่ไม่ครบถ้วน ไม่เป็นระบบ และอาจผิดพลาด ภาพลักษณ์ขององค์กรจึงจำเป็นต้องมีการบริหาร ซึ่งเครื่องมือที่สำคัญในการบริหารภาพลักษณ์ก็คือ การประชาสัมพันธ์ และ ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์คือภาพลักษณ์ที่ฝ่ายบริหารและประชาชนต้องการให้เกิดขึ้นกับหน่วยงาน กับสินค้า หรือบริการ และพยายามทุกอย่างเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ปรารถนาขึ้น (Jenkins, Frank, 1977) จากผลการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรยังสอดคล้องกับการศึกษาของ อรุณา ไชยเศรษฐ (2551) ที่ศึกษา "ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยพายัพในทัศนะของนักศึกษา มหาวิทยาลัยพายัพและนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดเชียงใหม่" พบว่าภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ต่อมหาวิทยาลัยพายัพในด้านค่าใช้จ่าย ซึ่งค่าใช้จ่ายในการศึกษา เป็นส่วนหนึ่งในการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยนั่นเอง

ดังนั้นมหาวิทยาลัยนเรศวรจึงควรให้ความสำคัญของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวร โดยให้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือ ถึงแม้ว่าภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรจะมีทิศทางไปในที่ดี แต่มหาวิทยาลัยนเรศวรควรจำเป็นต้องรักษาภาพลักษณ์ให้ดีที่สุด โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนให้มากที่สุด โดยเลือกการใช้สื่อในการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษา เช่น สื่ออินเทอร์เน็ตเหมาะสมกับกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย (จากผลการศึกษาพบว่า นักเรียนเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นอันดับที่ 1) ในขณะที่สื่อบุคคลเหมาะสมกับผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย (จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ปกครองนักเรียนเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลเป็นอันดับที่ 1) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วาสนา จันทร์สว่าง (2541) ได้กล่าวไว้ว่า ในกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคมยุคโลกาภิวัตน์ ภาพลักษณ์ได้ทวีความสำคัญขึ้นเรื่อย ๆ เพราะสังคมปัจจุบันเป็นสังคมข้อมูลข่าวสารและสังคมแห่งการสื่อสารที่บุคคลและองค์กรต่าง ๆ จะมีลักษณะเป็นสาธารณะมากขึ้น การมีภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรและของบุคลากรนับว่าเป็นสิ่งจำเป็นมากในการที่จะทำให้องค์กรมีชื่อเสียง ได้รับความร่วมมือ เชื่อถือศรัทธา ส่งผลให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน

การศึกษา ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวรของประชาชนในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง สอดคล้องกับการศึกษาของ กรกนก วิโรจน์ศรีสกุล (2546) ศึกษา เรื่อง “ภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในสายตาประชาชนเขตกรุงเทพมหานคร” ที่พบว่า ภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่มีภาพลักษณ์ไปในทิศทางบวก ซึ่งมีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับน้อย และเมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยนเรศวร พบว่า ทศนคติภาพลักษณ์ด้านนโยบาย พันธกิจ วิสัยทัศน์ มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์สูงที่สุด รองลงมาคือ ทศนคติด้านการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยนเรศวร ทศนคติด้านการวิจัย ทศนคติด้านคุณภาพของบัณฑิต และทศนคติด้านศิษย์เก่า ตามลำดับ เช่นเดียวกับการศึกษาของ วราพร ดำจับ (2549) ศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในทัศนคติของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตภูมิภาคตะวันออก” พบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนมีความโดดเด่นด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านความมีชื่อเสียงพบว่ามหาวิทยาลัยกรุงเทพโดดเด่นกว่ามหาวิทยาลัยอื่น ๆ สำหรับด้านคุณภาพบัณฑิตมหาวิทยาลัยกรุงเทพและมหาวิทยาลัยรังสิตมีความโดดเด่นใกล้เคียงกันและโดดเด่นกว่ามหาวิทยาลัยเอกชนอื่น ๆ ในด้านความเป็นเลิศวิชาการพบว่ามหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตมีความโดดเด่นกว่ามหาวิทยาลัยเอกชนอื่น ๆ และด้านการยอมรับของสังคมและการทำประโยชน์แก่สังคมพบว่ามหาวิทยาลัยกรุงเทพและมหาวิทยาลัยรังสิตมีความโดดเด่นใกล้เคียงกันและโดดเด่นกว่ามหาวิทยาลัยเอกชนอื่น ๆ

## ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษาภาพลักษณ์ปัจจุบันและภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ ผู้วิจัยขอเสนอการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับมหาวิทยาลัยนเรศวรโดยจำแนกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

**ตาราง 117 แสดงการจัดการการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับมหาวิทยาลัยนเรศวร โดยจำแนกเป็นประเด็น**

ประเด็นการศึกษาวิจัย	ประชาชนในเขตพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง	
	นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย	ผู้ประกอบการนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย
<b>ด้านนโยบาย พันธกิจ วิสัยทัศน์</b>		
การเลือกเปิดรับสื่อ	สื่ออินเทอร์เน็ต	สื่อบุคคล
การรับรู้ข่าวสาร	น้อย	น้อย
ภาพลักษณ์ปัจจุบัน	ภาพลักษณ์เชิงบวก	ภาพลักษณ์เชิงบวก
ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์	มีความต้องการมาก	มีความต้องการมาก
<b>สรุปและข้อเสนอแนะ</b>	มหาวิทยาลัยควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านนโยบายต่างที่เป็นประโยชน์ ๆ กับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ให้มากขึ้น ผ่านตามสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ต	ผู้บริหารมหาวิทยาลัยควรเผยแพร่ข่าวสารด้านนโยบายต่างของมหาวิทยาลัยกับประชาชนในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่างมากขึ้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีและรักษาภาพลักษณ์ที่ดีต่อไป
<b>ด้านการวิจัย</b>		
การเลือกเปิดรับสื่อ	สื่ออินเทอร์เน็ต	สื่อบุคคล
การรับรู้ข่าวสาร	น้อย	น้อย
ภาพลักษณ์ปัจจุบัน	ภาพลักษณ์เชิงบวก	ภาพลักษณ์เชิงบวก
ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์	มีความต้องการมาก	มีความต้องการมาก
<b>สรุปและข้อเสนอแนะ</b>	มหาวิทยาลัยควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการวิจัยของอาจารย์และนิสิตให้มากขึ้นเพื่อรักษาภาพลักษณ์ด้านการวิจัย	หน่วยงานของมหาวิทยาลัยควรนำเสนอข่าวสารด้านการวิจัยทางด้านการเกษตรมากขึ้นเพราะจากการศึกษาลักษณะประชากรพบว่า ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร เพื่อสร้างภาพลักษณ์ด้านการวิจัยที่ตอบสนองความต้องการของอาชีพส่วนใหญ่ในพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง

## ตาราง 117 (ต่อ)

ประเด็นการศึกษาวิจัย	ประชาชนในเขตพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง	
	นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย	ผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย
<b>ด้านคุณภาพของบัณฑิต</b>		
การเลือกเปิดรับสื่อ	สื่ออินเทอร์เน็ต	สื่อบุคคล
การรับรู้ข่าวสาร	น้อย	น้อย
ภาพลักษณ์ปัจจุบัน	ภาพลักษณ์เชิงบวก	ภาพลักษณ์เชิงบวก
ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์	มีความต้องการมาก	มีความต้องการมาก
<b>สรุปและข้อเสนอแนะ</b>	มหาวิทยาลัยควรนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับนิสิตที่ได้รับรางวัลจากเวทีการประกวดผลงานต่าง ๆ ในระดับประเทศและในประเทศให้มากขึ้นผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และเลือกเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารกับโรงเรียนที่นิสิตเคยศึกษาในระดับมัธยมศึกษา เพื่อสร้างแบบอย่างที่ดีกับนักเรียนรุ่นน้องและเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างมหาวิทยาลัยกับโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตพื้นที่ให้บริการ	มหาวิทยาลัยควรเลือกจัดกิจกรรมแนะแนวสัญจรในวันหรือช่วงเวลาที่โรงเรียนจัดกิจกรรมพบผู้ปกครอง และจัดประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรางวัลผลความสำเร็จของนิสิตที่มาศึกษาในรั้วของมหาวิทยาลัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการศึกษาและสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เพราะจากประเด็นต่าง ๆ ด้านภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ ประเด็นด้านคุณภาพของบัณฑิตมีความต้องการมากที่สุด
<b>ด้านศิษย์เก่า</b>		
การเลือกเปิดรับสื่อ	สื่ออินเทอร์เน็ต	สื่อบุคคล
การรับรู้ข่าวสาร	น้อย	น้อย
ภาพลักษณ์ปัจจุบัน	ภาพลักษณ์เชิงบวก	ภาพลักษณ์เชิงบวก
ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์	มีความต้องการมาก	มีความต้องการมาก
<b>สรุปและข้อเสนอแนะ</b>	มหาวิทยาลัยนเรศวรควรนำเสนอ ผลงาน และรางวัลของศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยให้มากขึ้น และส่งเอกสารแสดงความยินดีแก่โรงเรียนที่ศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยนเรศวรเคยศึกษาอยู่ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างมหาวิทยาลัยกับโรงเรียน อันจะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีด้านศิษย์เก่ามากขึ้น	มหาวิทยาลัยนเรศวรควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมของสมาคมศิษย์เก่ามากขึ้น และควรสร้างกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการช่วยเหลือชุมชน เพื่อให้ศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จักและเป็นที่รักของคนในพื้นที่ให้บริการ ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อไป

## ตาราง 117 (ต่อ)

ประเด็นการศึกษาวิจัย	ประชาชนในเขตพื้นที่ให้บริการภาคเหนือตอนล่าง	
	นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย	ผู้ปกครองนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย
<b>ด้านการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยนเรศวร</b>		
การเลือกเปิดรับสื่อ	สื่ออินเทอร์เน็ต	สื่อบุคคล
การรับรู้ข่าวสาร	น้อย	น้อย
ภาพลักษณ์ปัจจุบัน	ภาพลักษณ์เชิงบวก	ภาพลักษณ์เชิงบวก
ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์	มีความต้องการมาก	มีความต้องการมาก
<b>สรุปและข้อเสนอแนะ</b>	มหาวิทยาลัยควรนำเสนอข้อมูลข่าวสารในประเด็นด้านการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดการของมหาวิทยาลัยให้มากขึ้น เพื่อรักษาภาพลักษณ์ที่ดีและตอบสนองความต้องการภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของมหาวิทยาลัยนเรศวร	มหาวิทยาลัยควรนำเสนอข้อมูลข่าวสารในประเด็นด้านการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดการของมหาวิทยาลัย และการบริหารราชการที่มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ให้มากขึ้นเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและแสดงถึงการนำระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับสังคมและยุคสมัยปัจจุบัน

2. จากผลการศึกษาที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับข่าวสารและหากมีข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยนเรศวรจะเลือกเปิดรับจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด ดังนั้นทางหน่วยงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยนเรศวร ได้แก่ งานประชาสัมพันธ์ กองกลยุทธ์การตลาด กองกองบริการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ควรร่วมมือวางแผน ตลอดจนการเลือกใช้สื่ออินเทอร์เน็ตให้เข้าถึงประชาชนให้มากขึ้น และจัดวางระเบียบข่าวสารที่น่าสนใจในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรให้สอดคล้องกับลักษณะของประชากร ตลอดจนปรับปรุงเว็บไซต์และข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยให้สามารถสืบค้นข้อมูลข่าวสารง่ายขึ้น

3. จากผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยนเรศวรอยู่ในระดับน้อย แต่ในขณะเดียวกันภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนเรศวรมีภาพลักษณ์ไปในทิศทางบวกแสดงให้เห็นว่ามหาวิทยาลัยนเรศวรมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาประชาชน แต่ผลการวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ พบว่าประชาชนยังมีความต้องการภาพลักษณ์ด้านต่างของมหาวิทยาลัยนเรศวรในทิศทางความต้องการมาก ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและรับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์ควร

ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยนเรศวรอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ เพื่อรักษาและเพิ่มพูนภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยนเรศวรต่อไป

4. จากผลการการศึกษาเรื่องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านศิษย์เก่าและภาพลักษณ์ด้านศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยนเรศวรไปในทิศทางทางน้อย ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านศิษย์เก่าและการประชาสัมพันธ์ ควรมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านศิษย์เก่าให้มากขึ้น โดยเลือกใช้สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อบุคคล และสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรให้สอดคล้องกับลักษณะประชากรของประชาชน

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาวิจัยภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวรให้ครอบคลุมพื้นที่และกลุ่มประชากรที่หลากหลาย ในพื้นที่บริการของมหาวิทยาลัยนเรศวรทั้ง 9 จังหวัด เพื่อจะได้ทราบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยจากทัศนคติของประชาชนในพื้นที่ 9 จังหวัดและกลุ่มประชากรกลุ่มต่าง ๆ มากขึ้น

2. จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยนเรศวรอยู่ในระดับน้อย จึงควรมีการศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยนเรศวร และศึกษาสื่อของมหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อนำมาปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ให้มีรูปแบบที่น่าสนใจและทั่วถึงมากกว่านี้

3. ควรมีการศึกษาการเลือกใช้สื่อการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตของประชาชนประชาชนในเขตภาคเหนือตอนล่างให้มากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันสื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในด้านต่างมากขึ้น อาทิ การติดต่อสื่อสาร สืบค้นข้อมูล ความบันเทิง ฯลฯ ของประชาชนในสังคมปัจจุบัน เพื่อนำมาปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ในสื่ออินเทอร์เน็ต