

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง "ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตภูมิภาคตะวันออก" ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ของการศึกษาไว้ 2 ประการ ดังนี้

1. เพื่อเปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตภูมิภาคตะวันออก

2. เพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในด้านความมีชื่อเสียง คุณภาพของบัณฑิต ความเป็นเลิศทางวิชาการ การยอมรับของสังคมและการทำประโยชน์ให้แก่สังคม

ทั้งนี้เพื่อให้คำตอบตามวัตถุประสงค์ข้างต้นอย่างครบถ้วนและชัดเจนการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จึงใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตภูมิภาคตะวันออก จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ซึ่งการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างข้างต้นทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเอกชนและภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนแต่ละแห่งสรุปได้ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยตามระเบียบการวิจัยดังกล่าวข้างต้น สามารถนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้ดังนี้

1.1 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตภูมิภาคตะวันออก

จากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่ใช้สำรวจความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตภูมิภาคตะวันออก พบว่า การเปิดรับข่าวสารทั่วไปของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตภูมิภาคตะวันออกมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือสื่ออินเทอร์เน็ต และ สื่อบุคคล โดยเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 ในช่วงเวลา 18.01 – 21.00 น. สื่ออินเทอร์เน็ตที่นักเรียนเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ www.google.co.th และในด้านการ

เปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชนมีระดับการเปิดรับข่าวสารในระดับที่น้อย เมื่อพิจารณาการเปิดรับข่าวสารของแต่ละมหาวิทยาลัยพบว่า นักเรียนมีการเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ จากสื่อ โทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต วิทยุกระจายเสียง อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ ไปสเตรอร์ นิตยสาร / วารสาร สื่อบุคคล และสื่ออื่น ๆ มากที่สุด และมีการเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยศรีปทุมจาก สื่อแผ่นพับ และสื่อกิจกรรมมากที่สุด โดยการเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชนที่สะดวก สำหรับนักเรียน คือ การส่งจดหมายมาที่บ้าน เมื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชน เมื่อพิจารณารายด้าน

เพศ พบว่า การเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชนจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร / วารสาร ไปสเตรอร์ แผ่นพับ และโดยรวมชายและเพศหญิงแตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อดังกล่าวดีกว่าเพศชาย ส่วนการเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชนจาก โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง อินเทอร์เน็ต กิจกรรม สื่อบุคคล และสื่ออื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

อายุ การเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชนจากโทรทัศน์ พบว่า นักเรียนที่มีอายุ 16 ปี มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ มากกว่านักเรียนที่มีอายุ 17 ปี และนักเรียนที่มีอายุ 18 ปี การเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชนจากอินเทอร์เน็ต พบว่า นักเรียนที่มีอายุ 16 ปี มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต มากกว่านักเรียนที่มีอายุ 17 ปี นักเรียนที่มีอายุ 18 ปี และนักเรียนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป การเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชนจากนิตยสาร / วารสาร พบว่า นักเรียนที่มีอายุ 17 ปี มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ นิตยสาร / วารสาร มากกว่านักเรียนที่มีอายุ 18 ปี การเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชนจากกิจกรรม พบว่า นักเรียนที่มีอายุ 16 ปี มีการเปิดรับข่าวสารจากกิจกรรม มากกว่านักเรียนที่มีอายุ 17 ปี การเปิดรับข่าวสารของ มหาวิทยาลัยเอกชนจากสื่อบุคคล พบว่า นักเรียนที่มีอายุ 16 ปี มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล มากกว่านักเรียนที่มีอายุ 17 ปี และนักเรียนที่มีอายุ 18 ปี การเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัย เอกชนโดยรวม พบว่า นักเรียนที่มีอายุ 16 ปี มีการเปิดรับข่าวสารโดยรวมของมหาวิทยาลัยเอกชน มากกว่านักเรียนที่มีอายุ 17 ปี นักเรียนที่มีอายุ 18 ปี และนักเรียนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป และนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 อายุ 18 ปี มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชนโดยรวม มากกว่าอายุ 17 ปี ส่วนการเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชนจากสื่อวิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ ไปสเตรอร์ แผ่นพับ สื่ออื่น ๆ กับอายุไม่แตกต่างกัน

แผนการเรียน การเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชนจากโทรทัศน์ของ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 แผนการเรียนอื่น ๆ มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ มากกว่า แผนการเรียนศิลป์ - สังคม การเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชนจากวิทยุกระจายเสียงของ

ของมหาวิทยาลัยเอกชนจากสื่ออื่น ๆ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 เกรตเฉลี่ย 2.1-2.5 เกรตเฉลี่ย 2.6-3.0 เกรตเฉลี่ย 3.1-3.6 และเกรตเฉลี่ย 3.6 ขึ้นไป มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออื่น ๆ มากกว่านักเรียนที่มีเกรตเฉลี่ยต่ำกว่า 1.5 และนักเรียนที่มีเกรตเฉลี่ย 3.1-3.6 มีการเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชนจากสื่ออื่น ๆ มากกว่านักเรียนที่มีเกรตเฉลี่ย 2.1-2.5 ส่วนการเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชนจากสื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อนิตยสาร / วารสาร สื่อโปสเตอร์ สื่อแผ่นพับ สื่อกิจกรรม สื่อบุคคลและการเปิดรับข่าวสารโดยรวมกับเกรตเฉลี่ย พบว่าไม่แตกต่างกัน

รายได้ของครอบครัว รายได้ของครอบครัวไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร

1.2 เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในด้านความมีชื่อเสียง คุณภาพของบัณฑิต ความเป็นเลิศทางวิชาการ การยอมรับของสังคมและการทำประโยชน์ให้แก่สังคม

จากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามที่ใช้สำรวจความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตภูมิภาคตะวันออก พบว่า

การศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนเมื่อพิจารณารายด้าน ได้แก่ ด้านความมีชื่อเสียง พบว่า ในส่วนของการเป็นมหาวิทยาลัยเอกชนที่บุคคลทั่วไปรู้จัก เป็นมหาวิทยาลัยเอกชนชั้นนำของประเทศ เป็นมหาวิทยาลัยเอกชนที่ได้รับการยอมรับจากสังคม เป็นมหาวิทยาลัยเอกชนที่เก่าแก่ และเป็นมหาวิทยาลัยเอกชนที่ได้รับการชื่นชมจากสังคม มหาวิทยาลัยกรุงเทพได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงกว่ามหาวิทยาลัยเอกชนอื่น ๆ

การศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชน ด้านคุณภาพของบัณฑิต พบว่า บัณฑิตของมหาวิทยาลัยมีคุณภาพทัดเทียมกับบัณฑิตจากสถาบันการศึกษาอื่น ๆ บัณฑิตของมหาวิทยาลัยเป็นที่ยอมรับของสังคม และบัณฑิตได้รับรางวัลจากการประกวดโครงการต่าง ๆ มหาวิทยาลัยกรุงเทพได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงกว่ามหาวิทยาลัยเอกชนอื่น ๆ ส่วนในด้านของบัณฑิตเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานและบัณฑิตของมหาวิทยาลัยเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงสร้างคุณประโยชน์ให้กับสังคม มหาวิทยาลัยรังสิตได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงกว่ามหาวิทยาลัยเอกชนอื่น ๆ

การศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนด้านความเป็นเลิศทางวิชาการ พบว่า ในส่วนของการเป็นมหาวิทยาลัยที่มีเทคโนโลยีทันสมัยเอื้อต่อการเรียนการสอน เป็นมหาวิทยาลัยที่นักศึกษาได้รับรางวัลจากการเข้าประกวดโครงการต่างๆ และเป็นมหาวิทยาลัยที่มีคณาจารย์เป็นผู้มีความรู้เชี่ยวชาญในสาขาที่สอน มหาวิทยาลัยกรุงเทพได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงกว่ามหาวิทยาลัยเอกชนอื่น ๆ ส่วนการเป็นมหาวิทยาลัยเอกชนที่มีหลักสูตรหลากหลายสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงาน มหาวิทยาลัยรังสิตได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงกว่า

มหาวิทยาลัยเอกชนอื่น ๆ ส่วนในด้านของหลักสูตรของมหาวิทยาลัยมีคุณภาพและได้มาตรฐาน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงกว่ามหาวิทยาลัยเอกชนอื่น ๆ

การศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชน ด้านการยอมรับของสังคมและการทำประโยชน์ให้แก่สังคม พบว่ามหาวิทยาลัยมีการเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการสู่สังคม มีการจัดงานต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมและทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมอยู่เสมอ มหาวิทยาลัยรังสิตได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงกว่ามหาวิทยาลัยเอกชนอื่น ๆ ในด้านของนักศึกษาของมหาวิทยาลัยมีกิจกรรมเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมอย่างสม่ำเสมอ และมีงานค้นคว้าด้านการประดิษฐ์และงานวิจัยของมหาวิทยาลัยที่มีประโยชน์ต่อสังคม มหาวิทยาลัยกรุงเทพได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงกว่ามหาวิทยาลัยเอกชนอื่น ๆ ส่วนการที่มหาวิทยาลัยช่วยเหลือกิจกรรมของสังคมมาโดยตลอด มหาวิทยาลัยกรุงเทพและมหาวิทยาลัยรังสิตได้รับคะแนนเฉลี่ยที่เท่ากันและสูงกว่ามหาวิทยาลัยเอกชนอื่น ๆ

โดยเมื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชน เมื่อพิจารณารายด้าน

เพศ พบว่าเพศหญิงมีภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนดีกว่าเพศชายทุกด้าน

อายุ นักเรียนที่มีอายุ 18 ปี มีภาพลักษณ์โดยรวม ภาพลักษณ์ด้านความมีชื่อเสียงและความเป็นเลิศทางวิชาการดีกว่านักเรียนที่มีอายุ 17 ปี นักเรียนที่มีอายุ 16 ปี มีภาพลักษณ์ด้านความเป็นเลิศทางวิชาการดีกว่านักเรียนที่มีอายุ 17 ปี ส่วนในด้านของคุณภาพบัณฑิตและการยอมรับของสังคมและการทำประโยชน์ให้แก่สังคม ไม่มีความแตกต่างกัน

แผนการเรียน นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 แผนการเรียนอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์สูงสุด ในด้านภาพลักษณ์โดยรวม ภาพลักษณ์ด้านความมีชื่อเสียง ภาพลักษณ์ความเป็นเลิศทางวิชาการ และภาพลักษณ์ด้านคุณภาพบัณฑิต นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 แผนการเรียนศิลป์ - คำนวณ มีค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์โดยรวม ภาพลักษณ์ด้านความมีชื่อเสียง ภาพลักษณ์ความเป็นเลิศทางวิชาการ และภาพลักษณ์ด้านคุณภาพบัณฑิต มากกว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 แผนการเรียนวิทย์ - คณิต นอกจากนี้ แผนการเรียนอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนด้านการยอมรับของสังคมและการทำประโยชน์ให้แก่สังคมมากกว่าแผนการเรียนวิทย์-คณิต แผนการเรียนศิลป์-ภาษา และแผนการเรียนศิลป์-สังคม และ แผนการเรียนศิลป์-ภาษา มีค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ด้านการยอมรับของสังคมและการทำประโยชน์ให้แก่สังคม มากกว่าแผนการเรียนวิทย์-คณิต และแผนการเรียนศิลป์-สังคม

เกรดเฉลี่ย เกรดเฉลี่ยของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ไม่มีผลต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชน

รายได้ของครอบครัว รายได้ของครอบครัวนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ไม่มีผลต่อ
ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชน

การศึกษาข้อเสนอแนะที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ใน
เขตภูมิภาคตะวันออกในเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนและการประชาสัมพันธ์
เผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัย พบว่า

ภาพลักษณ์โดยรวมของมหาวิทยาลัยเอกชน กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น
มหาวิทยาลัยเอกชน เป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงมีคุณภาพใกล้เคียงกับมหาวิทยาลัยของรัฐ เป็น
ที่รู้จักของบุคคลทั่วไป มีคุณภาพในการจัดการเรียนการสอน มีอุปกรณ์เทคโนโลยีที่ทันสมัย มี
คณาจารย์ที่มีคุณภาพ มีหลักสูตรที่หลากหลาย เป็นมหาวิทยาลัยที่ได้รับการยอมรับจากสังคม
แต่มีค่าใช้จ่ายสูง

ภาพลักษณ์ด้านความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเอกชน กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น
ว่า มหาวิทยาลัยเอกชนมีชื่อเสียงที่ทัดเทียมกับมหาวิทยาลัยของรัฐ เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปและ
ได้รับการยอมรับจากผู้ปกครองและนักเรียน

ภาพลักษณ์ด้านคุณภาพบัณฑิตของมหาวิทยาลัยเอกชน กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น
ว่า บัณฑิตของมหาวิทยาลัยเอกชนมีคุณภาพทัดเทียมกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ เป็นที่ต้องการของ
ตลาดแรงงาน บัณฑิตมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในสังคม บัณฑิตมีความรู้ความสามารถในการ
ทำงาน

ภาพลักษณ์ด้านความเป็นเลิศทางวิชาการ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น
มหาวิทยาลัยเอกชนมีหลักสูตรที่มีคุณภาพและได้รับมาตรฐาน มีหลักสูตรที่หลากหลายสามารถ
ตอบสนองความต้องการของตลาดแรงงานมีอุปกรณ์ที่ทันสมัย นักศึกษามีความรู้สามารถแข่งขัน
กับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ได้

ภาพลักษณ์ด้านการยอมรับและการทำประโยชน์ให้แก่สังคม กลุ่มตัวอย่างมีความ
คิดเห็น
ว่า มหาวิทยาลัยเอกชนได้รับการยอมรับจากสังคมและ มีการทำประโยชน์ให้แก่สังคมอย่าง
สม่ำเสมอ

การประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชน กลุ่มตัวอย่างมีความ
คิดเห็น
ว่า ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้ มีการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ที่
หลากหลาย และน่าสนใจ

2. อภิปรายผล

2.1 การเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชน

ผลจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารสื่อจากมากที่สุด 3 อันดับ คือ สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อบุคคล ทั้งนี้จะเห็นว่าสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียง เข้าถึงได้ง่าย สามารถนำเสนอข่าวสารข้อมูลได้หลากหลายรูปแบบทั้งบันเทิงและข้อมูลสาระประโยชน์ด้านต่าง ๆ ในยุคปัจจุบันจะเห็นได้ว่าเกือบทุกบ้านจะมีโทรทัศน์ จึงทำให้โทรทัศน์กลายเป็นสื่อที่มีบทบาทต่อการรับรู้ข่าวสารของประชาชนในทุกเพศทุกวัย ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างจะดูโทรทัศน์คือช่วงเวลา ช่วงเวลา 18.01 – 21.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่นักเรียนกลับมาจากโรงเรียน ซึ่งประเด็นเหล่านี้จะเห็นว่า การเปิดรับข่าวสารของมนุษย์ ว่าตามธรรมชาติแล้วบุคคลมีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารอยู่ตลอดเวลา เพียงแต่จะเปิดรับสื่อประเภทใดและอย่างไร โดยปัจจัยเงื่อนไขที่นำพฤติกรรมกรสื่อสารของคนเราแตกต่างกัน คือ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก ระบบการสื่อสาร ขวัญเรือน กิติวัฒน์ (2541: 21-27) ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกพร ปิมแปง (2547) ที่ศึกษาเรื่องลักษณะการเปิดรับข่าวสารและการเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของนักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนวในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพทั่วประเทศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารโดยทั่วไปและข่าวสารของสถาบันการศึกษาจากสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด และการศึกษาของกรกนก วิโรจน์ศรีสกุล (2546) ที่ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในสายตาประชาชนเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่าประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ดังนั้นมหาวิทยาลัยเอกชนที่ต้องการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย ควรเลือกโทรทัศน์เป็นสื่อหลักในการส่งข่าวสารไปยังผู้รับสาร โดยพิจารณาเนื้อหาตามความสนใจ ความต้องการและความแตกต่างของผู้รับสาร โดยสรุปการส่งข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ ต้องคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสาร ซึ่ง แมคคอมบ์ส และ เบคเกอร์ Maxwell E. McCombs and Lee B. Becker, 1979 อ้างถึงใน จีระวรรณ อยู่ดีและคณะ, 2538: 3 กล่าวไว้ว่า บุคคลมีการเปิดรับข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการ คือ เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ เพื่อช่วยในการตัดสินใจ เพื่อการพูดคุยสนทนากับบุคคลอื่น เพื่อต้องการมีส่วนร่วม เพื่อเสริมความคิดเห็นและ เพื่อความบันเทิง การทราบว่าคุณสมบัติเป้าหมายเปิดรับสื่อใดบ้างนั้น มีความสำคัญสำหรับการวางแผนการสื่อสารอย่างยิ่งเพราะสื่อเป็นพาหนะนำสารที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อไปยังผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชนนั้นอยู่ในระดับน้อยถึงปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชนที่ใกล้เคียงกันโดยมีการเปิดรับข่าวสารมหาวิทยาลัยกรุงเทพในสื่อต่าง ๆ โดดเด่นกว่ามหาวิทยาลัยอื่นๆ ยกเว้น สื่อแผ่นพับและสื่อกิจกรรม มหาวิทยาลัยศรีปทุมมีความโดดเด่นกว่าทั้งนี้เนื่องจากมหาวิทยาลัยศรีปทุม ได้มีวิทยาเขตที่ชลบุรี ทำให้มีการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้มากกว่ามหาวิทยาลัยเอกชนอื่น ๆ ทั้งนี้ยังพบว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชน ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า ภาพลักษณ์ที่บุคคล หรือประชาชนมีต่อองค์กรจะเป็นอย่างไรย่อมขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนได้รับ สิ่งเหล่านี้ย่อมก่อตัวขึ้นเป็นความประทับใจ ซึ่งอาจจะเป็นความประทับใจที่ดี หรือไม่ดีก็ได้แล้วแต่พฤติกรรม หรือการกระทำขององค์กร หน้าที่สำคัญของนักประชาสัมพันธ์ คือ การสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ดีให้กับองค์กร ซึ่งต้องทำอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ โดยต้องให้ข่าวสารความรู้ และประสบการณ์ประชาชนอย่างเพียงพอ (พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร อ้างถึงในพรทิพย์ พิมลสินธุ์ 2537: 152) ผลการวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยโดยเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก (กรรณกวิโรจน์ศรีสกุล 2546) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ โสภณเสถียร (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และภาพลักษณ์ของกองบัญชาการทหารสูงสุด ในสายตาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของกองบัญชาการทหารสูงสุด

2.2 ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชน

จากการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชน ในด้านความมีชื่อเสียง คุณภาพของบัณฑิต ความเป็นเลิศทางวิชาการ การยอมรับของสังคมและการทำประโยชน์ให้แก่สังคม ซึ่งภาพลักษณ์ทั้ง 4 ด้านนี้ถือเป็นภารกิจหลักของมหาวิทยาลัยเอกชนที่ได้กำหนดในพระราชบัญญัติ สถาบันอุดมศึกษาเอกชน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2535 โดยได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งมหาวิทยาลัยเอกชนไว้ว่า ต้องมีหน้าที่ในการจัดการศึกษา ทำการวิจัย ให้บริการทางวิชาการแก่สังคม และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า มหาวิทยาลัยเอกชนทั้ง 5 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต และมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มีภาพลักษณ์ทั้ง 4 ด้านใกล้เคียงกัน ทั้งนี้เนื่องจากมหาวิทยาลัยเอกชนทั้ง 5 แห่งได้มีการกำหนดปรัชญา ปณิธาน วิสัยทัศน์ และพันธกิจ ที่สอดคล้องกับภารกิจหลักที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติ จึงทำให้มีการสร้างภาพลักษณ์ในแต่ละด้านให้เป็นที่ยอมรับ

ของผู้คนในสังคม และสร้างความสำเร็จให้เกิดขึ้นเมื่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนดีก็จะมีผลต่อการเข้าศึกษาต่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกพร ปิมแปง (2547) ที่ศึกษาเรื่องลักษณะการเปิดรับข่าวสารและการเลือกศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของนักเรียน ผู้ปกครอง และอาจารย์แนะแนวในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญและสายอาชีพทั่วประเทศ ผลจากการวิจัยพบว่า มหาวิทยาลัยเอกชนที่นักเรียนต้องการสมัครเข้าศึกษาต่อคือมหาวิทยาลัยกรุงเทพมากที่สุด รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์และ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ตามลำดับ ด้วยเหตุผลเพราะเป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง มีโอกาสเข้าง่ายและสังคมยอมรับ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุเทพ พันประสิทธิ์ และยงยุทธ นาคแดง (2531) ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการเลือกศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลจากการวิจัยพบว่า ผู้สมัครได้ให้ความสำคัญกับลักษณะของสถาบัน ในเรื่อง สาขาที่มีการเปิดสอน และคุณภาพของบัณฑิตที่จบออกไปมากที่สุด ซึ่งจะเห็นได้ว่ามหาวิทยาลัยเอกชนต้องให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ เป็นอย่างยิ่ง การสร้างภาพลักษณ์ต้องใช้ระยะเวลาไม่สามารถสร้างได้ในเพียงข้ามคืน นอกจากนี้ยังจำเป็นต้องมีการกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ซึ่งอาจจะมีการกำหนดไว้ในปรัชญา ปณิธาน วิสัยทัศน์ และพันธกิจของมหาวิทยาลัย มีการประเมินภาพลักษณ์ปัจจุบัน เพื่อนำผลที่ได้มาแก้ไขปรับปรุง ให้มีภาพลักษณ์ที่ดีและธำรงรักษาภาพลักษณ์ที่ดีอยู่แล้วให้คงอยู่ต่อไป นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยกรุงเทพยังมีภาพลักษณ์ในแต่ละด้านตามทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้เด่นกว่ามหาวิทยาลัยเอกชนอื่น ๆ เป็นที่น่าสังเกตว่าทั้งที่มหาวิทยาลัยศรีปทุม ได้มีวิทยาเขตในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ คือมีวิทยาเขตชลบุรี ซึ่งเป็นสถานที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง แต่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้กลับรู้จักและให้การยอมรับมหาวิทยาลัยกรุงเทพมากกว่า ทั้งนี้เนื่องจากมหาวิทยาลัยกรุงเทพมีการทำประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อมวลชนอย่างสม่ำเสมอ ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออื่น ๆ จึงทำให้นักเรียนรู้จักและให้การยอมรับจึงทำให้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพมีความโดดเด่นกว่ามหาวิทยาลัยเอกชนอื่น ๆ ในทุก ๆ ด้าน

เปรียบเทียบภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนกับลักษณะทางประชากร จากการวิจัยพบว่า เพศหญิงมีภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนที่ดีกว่าเพศชายในทุกด้าน สามารถอธิบายได้ว่า เนื่องด้วยในระบบการศึกษาในระดับอุดมศึกษานั้นเพศชายนั้นยังมีทางเลือกมากกว่าเพศหญิงไม่ว่าจะเป็นสถาบันการศึกษาทางด้านทหาร ตำรวจ หรือสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวกับช่าง ซึ่งสถาบันการศึกษาเหล่านี้จะเหมาะสมกับเพศชายมากกว่าเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

กรรณก วิโรจน์ศรีสกุล (2546) ที่ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในสายตาประชาชนเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าประชาชนที่มีเพศแตกต่างกันมีทัศนคติและภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยแตกต่างกัน อายุที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ต่อมหาวิทยาลัยเอกชนที่แตกต่างกันด้วย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักเรียนที่มีอายุต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเอกชนที่แตกต่างกัน มีทัศนคติที่ต่างกัน ย่อมทำให้ภาพลักษณ์ต่อมหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกัน

3. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

3.1 ข้อเสนอแนะทั่วไปจากการวิจัย

3.1.1 จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าภาพลักษณ์โดยรวมของมหาวิทยาลัยเอกชนอยู่ในระดับดี โดยให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ด้านความมีชื่อเสียงและคุณภาพของบัณฑิต ดังนั้นมหาวิทยาลัยเอกชนควรสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในทุกๆ ด้านเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของคนสังคมเพื่อจะส่งผลต่อการเข้าศึกษาต่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะในเรื่องของค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูงของมหาวิทยาลัยเอกชน ซึ่งมหาวิทยาลัยเอกชน ควรมีการจัดหาทุนเพื่อเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายให้กับนักเรียนที่มีความต้องการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชนต่อไป

3.1.2 จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการให้มหาวิทยาลัยเอกชนมีการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้มากขึ้น โดยต้องการให้มีการนำเสนอในรูปแบบที่หลากหลายและมีการบอกรายละเอียดของข้อมูลให้มากขึ้น เช่น หลักสูตรที่เปิดสอน ค่าใช้จ่าย แนวทางประกอบอาชีพ และมีความต้องการให้ส่งเอกสารแนะนำมหาวิทยาลัยไปที่บ้าน นอกจากนี้สื่อประเภทกิจกรรมถือว่าเข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น โดยกลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นอยากให้มหาวิทยาลัยเอกชนมาแนะนำการศึกษาที่โรงเรียน ซึ่งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรที่พิจารณาในการใช้สื่อต่าง ๆ ให้เหมาะสมทั้งนี้มหาวิทยาลัยเอกชนควรมีการศึกษาถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเพื่อที่จะได้ออกแบบสารหรือสื่อประชาสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับธรรมชาติของผู้รับสารหรือเหมาะสมกับความต้องการของผู้รับสารเพื่อให้การใช้สื่อเกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3.1.3 จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชนน้อยแต่ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนอยู่ในระดับดี ดังนั้นหน่วยงานที่รับผิดชอบด้าน

การประชาสัมพันธ์ควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเพื่อรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของมหาวิทยาลัยเอกชนในทัศนะของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ตลอดไป

3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตภูมิภาคตะวันออกในการวิจัยควรมีการขยายกลุ่มตัวอย่างให้เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายและเป็นนักเรียนจากทั่วประเทศเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่สมบูรณ์มากขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนและเป็นแนวทางในการวางแผนการการประชาสัมพันธ์ให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3.2.2 ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

3.2.3 ผลการวิจัยในครั้งนี้ สามารถใช้เป็นข้อมูล เพื่อทำการวิจัยในหัวข้ออื่น ที่มีลักษณะการวิจัยในแนวทิศทางเดียวกัน ตลอดจนเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจทั่วไป อาจารย์ นักศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง