

พฤติกรรม การเปิดรับสื่อและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร
Media Exposure and Satisfaction with Internal Media about the Graduate
Identification of Rajamangala University of Technology Isan
Sakon Nakhon Campus

วารุณี กิตติสุทธิ์ (Warunee Kittisut)* ดร.ปิยฉัตร ล้อมชวการ (Dr.Piyachat Lomchavakarn)**
ดร.กมลรัฐ อินทรทัศน์ (Dr.Kamolrat Intaratat)**

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เพื่อศึกษาพฤติกรรม การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน มทร.อีสาน วิทยาเขตสกลนคร ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในฯ เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี คือวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างได้มาโดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 400 คน มาจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีคำนวณจากสูตรของทาโร่ ยามาเน่ กำหนดความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ 0.05 เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การทดสอบค่าเอฟ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือวิจัย คือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยพบว่า สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่นักศึกษาได้รับข้อมูลมากที่สุด ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.10 โดยมีความพึงพอใจลำดับแรกคือสื่ออินเทอร์เน็ต รองลงมาคือสื่อป้ายไว้นิลและโปสเตอร์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน พบว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกันและอายุที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพฤติกรรม การเปิดรับสื่อผ่านพับสื่อเสียงตามสาย สื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ABSTRACT

The purpose of this research are Behavior of media exposure internal of Rajamangala University of Technology Isan Sakon Nakhon Campus. Satisfaction of internal media. factor that affect to sationfaction of internal media is the blended research are quantitative research and qualitative research. The sampling group are 400 people. This number calculate from Taro Yamane formula Determine the tolerances from the sample 0.05 The measurement for this research is questaionare. Data analysis by using statistics such as average, standard deviation, T test, F value test, Coefficient Pearson Correlation. For qualitative research is In depth questionare. They use for research any information by using internet conclusion as 1 internal media is the media that student easily to access to get the most information cause they can research all the time they wanted. Satisfaction of internal media conclusion result too high around 4.10 as the first satisfaction is internet. the second are vinyl

*นักศึกษา หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

**รองศาสตราจารย์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

then poster factor that affect with satisfaction of internal media found student that different of gender and age have affect with satisfaction of internal media around 0.05 by static and behavior with brochure , voice communication , internet and person have affect with satisfaction of internal media around 0.05 by static

คำสำคัญ: พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความพึงพอใจต่อสื่อ อัตลักษณ์บัณฑิต

Keywords: Media exposure, Behavior media, Satisfaction graduate identity

บทนำ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน เกิดขึ้นตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2548 เหตุผล โดยที่มาตรา 36 แห่งพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 บัญญัติให้สถานศึกษาของรัฐที่จัดการศึกษา ระดับปริญญาเป็นนิติบุคคล เพื่อให้สถานศึกษาของรัฐดำเนินการได้โดยอิสระสามารถพัฒนาระบบบริหาร และการจัดการที่เป็นของตนเอง มีความคล่องตัวมีเสรีภาพทางวิชาการและอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสภามหาวิทยาลัยฯ ดังนั้นสมควรจัดตั้งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำนวน 9 แห่ง ขึ้นแทนสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน เป็นหนึ่งในจำนวนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง เป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่เน้นด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี ที่มีวัตถุประสงค์ให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูง ที่มุ่งเน้นการปฏิบัติ ทำการสอน ทำการวิจัย ผลิตครูวิชาชีพ ให้บริการทางวิชาการในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม โดยต่อยอดให้ผู้สำเร็จการอาชีวศึกษามีโอกาสในการศึกษาต่อด้านวิชาชีพจนถึงระดับปริญญา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ปัจจุบันเปิดสอน 2 คณะ ได้แก่ คณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี และคณะทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร มีการกำหนดอัตลักษณ์บัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน (graduates Identity) จะต้องเป็น “บัณฑิตนักปฏิบัติที่มีความรับผิดชอบ” และมีคุณลักษณะ ดังนี้ 1) technology Literacy คือ มีความรู้ทางเทคโนโลยี 2) elective Communication คือ มีทักษะการติดต่อสื่อสาร 3) collaboration คือ มีความร่วมมือส่วนรวม 4) ethics Morality มีคุณธรรมจริยธรรม 5) corporate Social Responsibility คือการมีความรับผิดชอบต่อสังคม และ 6) professional Skill คือการมีทักษะวิชาชีพ และจากที่มหาวิทยาลัยได้ใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในประชาสัมพันธ์เรื่อง อัตลักษณ์บัณฑิตของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร แก่นักศึกษาและบุคลากรให้ทราบทั่วกัน เพื่อที่จะสามารถปลูกฝังและเป็นเกณฑ์ที่ใช้ในการจัดการเรียนการสอนให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทุกคณะ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการสื่อสารภายในองค์กร ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เข้าถึงบุคลากรทุกกลุ่มเพื่อสร้างการรับรู้และการมีส่วนร่วม และเป็นแนวทางในการดำเนินงานของบุคลากรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันต่อไป (www.rmuti.ac.th)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

วิธีการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาวิเคราะห์และเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้เป็นนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร จำนวน 3,099 คน (แผนกงานส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน : 2560) กลุ่มตัวอย่างสุ่มจากประชากรที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane กำหนดความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่ 0.05 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) ในการวิจัย สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ครั้งนี้เป็น นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ชั้นปีที่ 1 - 4 จำนวน 10 คน และบัณฑิต มทร.อีสาน วิทยาเขตสกลนคร ที่จบไปปฏิบัติงานเป็นระยะเวลา 1 ปี จำนวน 10 คน และสถานประกอบการ 10 แห่ง โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นมาโดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลและกำหนดกรอบความคิดจากเนื้อหา ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแบบสอบถาม ประกอบด้วยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนครซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ามีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.8 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 43.3 ซึ่งมีอายุระหว่าง 17-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 65.3 รองลงมาคืออายุ 21-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.5 และน้อยที่สุด อายุ 26-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.3 ประชากรส่วนใหญ่สังกัดคณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมาคือคณะทรัพยากรธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 29.0 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยแต่ละเดือน 3,001-6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคือ 1,000-3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.00 และ 6,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.50 และมากกว่า 10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ดังนั้นนักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนมากจะมีอายุระหว่าง 17-20 ปี สังกัดคณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี และมีรายได้เฉลี่ย 3,001-6,000 บาท

2. พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เข้าถึงทุกสื่อประชาสัมพันธ์ของมทร.อีสาน วิทยาเขตสกลนคร ทั้งหมด ได้แก่ สื่อแผ่นพับ เสียงตามสาย จดหมายข่าวราย 3 เดือน ป้ายไว้นิล สื่อบุคคล และ อินเทอร์เน็ต โดยสรุปได้ ดังนี้

2.1 พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ด้านสื่อแผ่นพับ ส่วนใหญ่อ่านมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมา คือ 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 11.8 น้อยที่สุด 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ

4.5 ตามลำดับ ประเภทของสื่อแผ่นพับเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิตที่นิยมอ่านมากที่สุด ได้แก่ สื่อเกี่ยวกับกิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 62.0 รองลงมาคือ สื่อเกี่ยวกับการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 21.0 และ สื่อเกี่ยวกับบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 10.5 สื่ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.5 และสื่อเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ และการพบเห็นแผ่นพับเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิตที่ใด พบมากที่สุดคือสำนักงานวิทยาเขตสกลนคร คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาคือ คณะหรือสาขาวิชาที่สังกัด คิดเป็นร้อยละ 33.0 และโรงอาหาร คิดเป็นร้อยละ 16.0 และน้อยที่สุด ได้แก่ ห้องประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

2.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ด้านสื่อเสียงตามสาย ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยฟังเสียงตามสายอัตลักษณ์บัณฑิตทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100 ส่วนช่วงเวลาในการเปิดรับฟังเสียงตามสาย มากที่สุด ได้แก่ เวลา 12.30 -13.00 น. คิดเป็นร้อยละ 70.3 และน้อยที่สุดเวลา 07.30 – 08.00 น. คิดเป็นร้อยละ 29.8 ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการฟังเสียงตามสาย มากที่สุดคือ 11-20 นาที คิดเป็นร้อยละ 60.8 รองลงมาคือ 1-10 นาที คิดเป็นร้อยละ 27.5 และน้อยที่สุดคือ 21-30 นาที คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ ในส่วนประเภทเนื้อหาประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสายที่นิยมฟังมากที่สุดคือ สื่อเกี่ยวกับกิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมาคือ สื่อเกี่ยวกับการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 25.8 สื่อเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 13.5 สื่อเกี่ยวกับบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 11.0 และน้อยที่สุดคือสื่ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

2.3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ด้านสื่อจดหมายข่าวราย 3 เดือน ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยพบและอ่านจดหมายข่าวราย 3 เดือนเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิตทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100 และเคยอ่านจดหมายข่าวราย 3 เดือนเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มากที่สุด คือ มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาคือ 2 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 29.5 และ 3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 17.8 น้อยที่สุดได้แก่ 1 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ ในส่วนประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ในจดหมายข่าวราย 3 เดือน ที่นิยมอ่านมากที่สุดคือ สื่อเกี่ยวกับกิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมาคือ สื่อเกี่ยวกับการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 21.8 และ สื่อเกี่ยวกับบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 12.3 สื่อเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 7.8 และน้อยที่สุดคือ สื่ออื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ ในส่วนการพบเห็นเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต ในจดหมายข่าวราย 3 เดือน พบมากที่สุด คือ ที่คณะหรือสาขาวิชาที่สังกัด คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาคือ โรงอาหารของ มทร.อีสาน วิทยาเขตสกลนคร คิดเป็นร้อยละ 35.5 สำนักงานวิทยาเขต คิดเป็นร้อยละ 20.5 ที่อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 8 และน้อยที่สุดที่ห้องประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

2.4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ด้านสื่อป้ายไว้นิล ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยพบและอ่านป้ายไว้นิลเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิตทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100 และมีการใช้เวลาในการอ่านป้ายไว้นิลเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มากที่สุด คือ มากกว่า 3 นาที คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาคือ 1-3 นาที คิดเป็นร้อยละ 36.8 และน้อยที่สุด น้อยกว่า 1 นาที คิดเป็นร้อยละ 12.8 ตามลำดับ ในส่วนการพบเห็นป้ายไว้นิลเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต พบมากที่สุดคือทางเข้ามหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาคือ คณะหรือสาขาวิชาที่สังกัด คิดเป็นร้อยละ 26.8 ตระแกรงใหญ่หน้ามหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 26.5 โรงอาหาร มทร.อีสาน วิทยาเขตสกลนคร คิดเป็นร้อยละ 5 น้อยที่สุดคือด้านทิศตะวันออกของมหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

2.5 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ด้านสื่ออินเทอร์เน็ต (เฟสบุ๊คและเว็บไซต์) ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามยังเคยเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ต (เฟสบุ๊คและเว็บไซต์) เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิตทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100 มีการใช้เวลาในการเปิดรับข้อมูลจาก

เว็บไซต์และเฟสบุ๊คของ มทร.อีสาน วิทยาเขตสกลนคร ใน 1 สัปดาห์ มากที่สุดคือมากกว่า 5 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 84.5 รองลงมาคือ 4-5 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 8.0 และ 1-3 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 5.3 และน้อยที่สุดคือ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ ส่วนช่วงเวลาในการเปิดรับข้อมูลเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต จากเว็บไซต์และเฟสบุ๊ค มากที่สุดคือ เวลา 18.01 – 23.59 น. คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมาคือ เวลา 12.01-18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 29.8 เวลา 24.00-06.00 น. คิดเป็นร้อยละ 17.0 และน้อยที่สุด เวลา 06.01-12.00 น.คิดเป็นร้อยละ 13.5 ตามลำดับ การให้ข้อมูลเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิตทำให้เข้าใจถึงอัตลักษณ์บัณฑิตสูงสุดคือ มาก คิดเป็น ร้อยละ 69.0 รองลงมาคือมากที่สุด 23.5 ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 5.3 น้อยที่สุด ร้อยละ 5.0 และน้อย คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

2.6 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ด้านสื่อบุคคล ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยได้รับข้อมูลเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิตจากบุคลากรของมทร.อีสาน วิทยาเขตสกลนครทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100 โดยบุคลากรให้ข้อมูลเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิตที่ต้องการชัดเจนถูกต้อง ทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100 และบุคลากรที่ให้ข้อมูลเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิตมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่ คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมาคือ อาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 28.2 และอื่นๆ ได้แก่ผู้บริหาร คิดเป็นร้อยละ 2.3 น้อยที่สุดคือ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

3. ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.10 เมื่อพิจารณารายข้อเรียงตามลำดับ ดังนี้

3.1 สื่ออินเทอร์เน็ต มีคะแนนเฉลี่ย 4.70 เมื่อพิจารณารายข้อมีความคิดเห็นต่อสื่ออินเทอร์เน็ต เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต ของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ลำดับแรกคือ รูปแบบตัวอักษร รองลงมาคือ ความเข้าใจต่อสื่ออินเทอร์เน็ต และลำดับสุดท้ายคือการออกแบบตกแต่งและการจัดหมวดหมู่สะดวกและประโยชน์ที่ได้รับจากสื่ออินเทอร์เน็ต

3.2 สื่อป้ายไว้นิลและโปสเตอร์ มีคะแนนเฉลี่ย 4.58 เมื่อพิจารณารายข้อมีความคิดเห็นต่อสื่อป้ายไว้นิลและโปสเตอร์ เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต ของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ลำดับแรกคือ การใช้สีสันทนป้ายไว้นิลและโปสเตอร์ รองลงมาคือ รูปภาพที่ใช้ประกอบ และลำดับสุดท้ายคือ ปริมาณป้ายไว้นิลและโปสเตอร์

3.3 สื่อบุคคล มีคะแนนเฉลี่ย 4.50 เมื่อพิจารณารายข้อมีความคิดเห็นต่อสื่อบุคคล เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต ของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ลำดับแรกคือ ประโยชน์ที่ได้รับจากสื่อบุคคล รองลงมาคือความชัดเจน และลำดับสุดท้ายคือวิธีการสื่อสารและการให้ข้อมูล

3.4 สื่อจดหมายข่าวราย 3 เดือน มีคะแนนเฉลี่ย 4.00 เมื่อพิจารณารายข้อมีความคิดเห็นต่อสื่อจดหมายข่าวราย 3 เดือน เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต ของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ลำดับแรกคือ ประโยชน์ที่ได้รับจากจดหมายข่าวราย 3 เดือน รองลงมาคือ ระยะเวลาในการออกจดหมายข่าวราย 3 เดือน และลำดับสุดท้ายคือคอลัมน์ภายในจดหมายข่าวราย 3 เดือนและการจัดวางรูปแบบคอลัมน์

3.5 สื่อเสียงตามสาย มีคะแนนเฉลี่ย 3.63 เมื่อพิจารณารายข้อมีความคิดเห็นต่อเสียงตามสาย เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต ของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ลำดับแรกคือ การดำเนินรายการของผู้จัดเสียงตามสาย รองลงมาคือ ภาษาที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ และลำดับสุดท้ายคือความสมบูรณ์ครบถ้วนของเนื้อหา

3.6 สื่อแผ่นพับ มีคะแนนเฉลี่ย 3.22 เมื่อพิจารณารายข้อมีความคิดเห็นต่อสื่อแผ่นพับ เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ลำดับแรกคือ ลักษณะรูปแบบของแผ่นพับที่

จัดพิมพ์ รองลงมาคือ ความสมบูรณ์ครบถ้วนของเนื้อหา และลำดับสุดท้ายคือช่วงเวลาการประชาสัมพันธ์และรูปแบบของตัวอักษร

4. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ซึ่งสรุปได้ ดังนี้

4.1 ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร แตกต่างกันตามตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคล

1) เพศที่ต่างกันของนักศึกษาที่มีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ด้านสื่ออินเทอร์เน็ต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2) อายุที่ต่างกันของนักศึกษาที่มีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ด้านสื่อบุคคล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3) สังกัดที่ต่างกันของนักศึกษาที่มีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ทุกด้าน คือแผ่นพับ เสียงตามสาย จดหมายข่าวราย 3 เดือน ป้ายไว้นิลและโปสเตอร์ อินเทอร์เน็ตและสื่อบุคคล ไม่แตกต่างกัน

4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันของนักศึกษาที่มีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ทุกด้าน คือแผ่นพับ เสียงตามสาย จดหมายข่าวราย 3 เดือน ป้ายไว้นิลและโปสเตอร์ อินเทอร์เน็ตและสื่อบุคคล ไม่แตกต่างกัน

4.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร

1) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อแผ่นพับ เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ด้านสื่ออินเทอร์เน็ต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเสียงตามสาย เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ด้านป้ายไว้นิลและโปสเตอร์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

3) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อจดหมายข่าวราย 3 เดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

4) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อป้ายไว้นิลและโปสเตอร์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

5) พฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ด้านแผ่นพับและอินเทอร์เน็ต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

6) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคล เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสกลนคร ด้านสื่อแผ่นพับ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

5. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสกลนคร ตามความคิดเห็นของนักศึกษา สรุปได้ ดังนี้

5.1 สื่อแผ่นพับของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสกลนคร โดยตัวหนังสือว่า ควรมีความทันสมัย รวมถึงรูปภาพประกอบควรใช้ภาพกราฟิกนอกเหนือจากภาพนักศึกษา รวมถึงการเพิ่มสถานที่จัดวางแผ่นพับ เพื่อการรับทราบข่าวสารอย่างทั่วถึง

5.2 สื่อเสียงตามสายของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสกลนคร ควรมีการเพิ่มระยะเวลาการจัดรายการจากเดิม 30 นาทีเป็น 40-50 นาที และเพิ่มจุดติดตั้งลำโพงเพื่อการรับฟังอย่างทั่วถึง เปิดเพลงสากลให้มากขึ้น

5.3 สื่อจดหมายข่าวราย 3 เดือน ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสกลนคร ควรมีการปรับสีสันทันสมัยให้มีความสดใสมากขึ้น ใช้โทนสีที่หลากหลาย แบ่งคอลัมน์ต่างๆ ให้ชัดเจน และสอดแทรกเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิตในทุกฉบับ นอกจากนี้ควรลดจำนวนตัวอักษรให้น้อยลง เพื่อเพิ่มพื้นที่สำหรับการลงภาพกิจกรรมมากขึ้น รวมถึงการเพิ่มสถานที่จัดวางจดหมายข่าวราย 3 เดือน

5.4 สื่อป้ายไว้นิลและโปสเตอร์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสกลนคร ควรมีการเพิ่มขนาดตัวอักษรให้ใหญ่ขึ้น เพื่อความชัดเจนในการอ่านขณะเดินหรือขับรถยนต์ ควรเพิ่มจุดติดตั้งป้ายไว้นิลและโปสเตอร์ตามสาขาวิชาต่างๆ ให้มากขึ้น ควรปรับปรุงคุณภาพของป้ายไว้นิลและโปสเตอร์ เพื่อยืดอายุการใช้งาน ควรเพิ่มจุดติดตั้งป้ายไว้นิลและโปสเตอร์ อาทิเช่น บริเวณหอใน หรือประตูหลังมหาวิทยาลัย

5.5 สื่อบุคคลของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสกลนคร ควรเพิ่มช่องทางในการติดต่อเจ้าหน้าที่ เช่น ไลน์ โทรศัพท์ นอกจากนี้ยังควรเพิ่มเวลาในการให้บริการ เช่น ช่วงพักกลางวัน และควรเพิ่มจำนวนบุคลากรที่ให้บริการด้านข่าวสารในมิติต่างๆ

5.6 สื่ออินเทอร์เน็ตของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสกลนคร ควรมีการปรับขนาดตัวอักษรให้ชัดเจนมากขึ้น และเพิ่มช่องทางการติดต่อกับเจ้าหน้าที่และอาจารย์ มีการอัปเดตข่าวสารให้บ่อยมากขึ้น หลากหลายสาขามากขึ้น

ซึ่งสรุปได้ว่ารูปแบบการนำเสนอ ตัวอักษร และสถานที่ติดตั้งสื่อ ระยะเวลา และปริมาณการผลิตสื่อให้มากขึ้น คือ ควรมีการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ในทุกมิติให้มากขึ้น เพื่อให้นักศึกษา คณาจารย์และบุคลากร ทราบข่าวสารประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับอัตลักษณ์ บัณฑิตและการจัดโครงการต่างๆ อย่างทั่วถึง

6. ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสกลนคร ตามความคิดเห็นของนักศึกษา บัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสกลนคร ที่จบไปปฏิบัติงานเป็นระยะเวลา 1 ปี และผู้ประกอบการ สรุปได้ดังนี้

6.1 อัตลักษณ์บัณฑิตด้านความรู้ทางเทคโนโลยี (Technology Literacy) ซึ่งสรุปได้ว่า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสกลนคร ได้มีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในห้องสมุด เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายในการ ยืม-คืน หนังสือและสื่อมัลติมีเดียต่างๆ และมีการพัฒนาและปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ตัวเครื่องคอมพิวเตอร์ใหม่รวมถึงซอฟต์แวร์ที่เป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยที่สามารถใช้งานได้ตลอดเวลาเพื่อให้รู้ทันเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยนักศึกษาได้มีการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน อาทิเช่น การค้นคว้าหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ

ผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ค หรือสมาร์ทโฟน เพื่อจัดทำรายงาน การบ้าน ตามสิ่งที่ได้รับมอบหมายจากอาจารย์ผู้สอน หลายครั้งมีการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเพื่อประกอบการทำงานหรือการส่งโครงการเข้าประกวดในระดับต่างๆ เช่น ระดับมหาวิทยาลัย ระดับภาค และระดับประเทศ ซึ่งชิ้นงานเหล่านั้นมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยหรือเข้ามาเสริมงานให้มีความทันสมัย เช่น การเขียนแอปพลิเคชัน การแข่งขันหุ่นยนต์ การสร้างโรงเรือนควบคุมอุณหภูมิ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นแหล่งความรู้ขนาดใหญ่สำหรับผู้เรียน เป็นสื่อการศึกษาของโลกยุคใหม่ ผู้เรียนสามารถ ค้นหาข้อมูลในลักษณะใด ๆ ก็ได้ ไม่ว่าจะเป็นข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือในรูปแบบของสื่อ ประสม โดยการสืบค้นผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่โยงกับแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั่วโลก กิจกรรมการเรียน การสอนบนเครือข่ายมีผลทำให้ผู้เรียนมีการรับรู้เกี่ยวกับสังคม วัฒนธรรม และโลกมากขึ้น และจากที่สถาบันได้ส่งเสริมให้บัณฑิตได้รับการเรียนการสอนผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศนั้น ทำให้บัณฑิตมีความรู้และทักษะเพียงพอที่จะใช้เทคโนโลยีมาใช้แสวงหาความรู้ด้วยตนเองได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตและสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร สามารถใช้เทคโนโลยีในสถานประกอบการได้อย่างคล่องแคล่วพอสมควร

6.2 อัตลักษณ์บัณฑิตด้านทักษะการติดต่อสื่อสาร (Elective Communication) ซึ่งสรุปได้ว่ามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร มีการจัดกิจกรรมหรือโครงการเพื่อให้นักศึกษาได้เข้าร่วมอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งในบางกิจกรรมเป็นกิจกรรมที่ฝึกให้นักศึกษารู้จักกับการกล้าแสดงออก กล้าพูดในที่ชุมชน การประชุมวางแผนงานร่วมกัน การรับฟังความคิดเห็นและการทำงานร่วมกับผู้อื่น จึงทำให้เกิดการสื่อสารกันในระหว่างการทำกิจกรรมและการติดต่อประสานงานต่างๆ ทั้งระหว่างนักศึกษากับอาจารย์ นักศึกษากับเจ้าหน้าที่ และนักศึกษากับนักศึกษาเอง ส่วนศิษย์เก่ามีเทคนิคการติดต่อสื่อสารผ่านความมีมนุษยสัมพันธ์ กล้าพูดคุย กล้าแสดงออก ส่วนบางคนมีลักษณะด้านพฤติกรรมที่ไม่กล้าพูดคุย กลัวจะพูดผิด หรือไม่ตรงกับสิ่งที่ถาม แต่เมื่อได้ทำกิจกรรม หรือเข้าร่วมโครงการของมหาวิทยาลัยบ่อยๆ จะทำให้เกิดความมั่นใจในการพูดกับเพื่อน หรือพูดในที่ชุมชน และเมื่อจบการศึกษาจะต้องมีการสอบสัมภาษณ์เพื่อเข้าทำงานในสถานประกอบการ หรือบริษัท ซึ่งบัณฑิตยังต้องฝึกฝนตนเองให้สามารถพูดคุยกับคนได้ ไม่เขินอาย สามารถสื่อสารสิ่งที่ตนเอง มีการเตรียมตัวสิ่งที่ตนเองอยากนำเสนอ ผ่านน้ำเสียง ท่าทาง วิธีการและเนื้อหาที่จะพูด เพราะการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญทั้งการสื่อสารกับมนุษย์ หรือการสื่อสารผ่านเทคโนโลยี ก็ถือเป็นทักษะอย่างหนึ่งที่จะทำให้สามารถอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข และทักษะการสื่อสารที่อยากให้นักศึกษาทุกคนมีคือทักษะในการสืบค้นและการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์หรือเทคโนโลยีสารสนเทศ สำหรับงานในหน้าที่ มีความรอบรู้และทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในปัจจุบัน สามารถสื่อสารและถ่ายทอดความรู้ในสาขาวิชาที่ศึกษาได้ มีทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารได้และมีความรู้ในการใช้ภาษาไทยในการสื่อสารได้อย่างคล่องแคล่ว

6.3 อัตลักษณ์บัณฑิตด้านความร่วมมือส่วนรวม (Collaboration) ซึ่งสรุปได้ว่ามหาวิทยาลัยมีการจัดกิจกรรมเพื่อให้นักศึกษาต้องรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม สามารถระดมความคิดเห็น สามารถวางแผนการทำงานเพื่อให้งานสำเร็จ บัณฑิตสามารถทำงานส่วนรวมหรืองานที่อาศัยการมีส่วนร่วมของคนมากมาย มีรุ่นพี่คอยแนะนำหรือให้ความช่วยเหลือ โดยการชักชวนให้ไปทำงานที่สถานประกอบการเดียวกัน หรือแนะนำได้ว่าสถานประกอบการไหนยังมีความต้องการคนทำงานในแต่ละสาขา หลายคนมีงานทำเพราะเคยทำงานร่วมกับรุ่นพี่ หรือมีความสัมพันธ์อันดีผ่านกิจกรรมการให้ความร่วมมือ ทำงานเพื่อส่วนรวม เมื่อเข้ามาทำงานในสถานประกอบการก็มีงานหรือกิจกรรมที่สถานประกอบการขอความร่วมมือส่วนมาเสมอ ซึ่งอาจไม่ใช่งานหลักที่ตนเองรับผิดชอบอยู่ ก็สามารถทำได้ เมื่อเข้ามาอยู่ในสถานประกอบการ ก็ทำหน้าที่หลักของตนเองไปเรื่อยๆ แต่บางครั้งต้องขอความช่วยเหลือหรือขอความร่วมมือจากเพื่อนร่วมงาน หรือข้ามแผนกงาน บัณฑิตสามารถทำงานได้อย่างไม่มีเงื่อนไข ทำด้วยความเต็มใจ และสามารถปฏิบัติตัวให้

เป็นไปในทิศทางเดียวกับสถานประกอบการได้ บัณฑิตพร้อมที่จะเรียนรู้และปฏิบัติตามที่สถานประกอบการวางแผนการดำเนินงานหรือกิจกรรมต่างๆ ไว้ สามารถให้ความร่วมมือกับส่วนรวมอย่างดี

6.4 อัตลักษณ์บัณฑิตด้านคุณธรรมจริยธรรม (Ethics Morality) ซึ่งสรุปได้ว่า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร มีกิจกรรมเกี่ยวกับการสร้างคุณธรรม จริยธรรมที่นักศึกษาต้องปฏิบัติ เช่น การปฏิบัติธรรมในช่วงวันเข้าพรรษา หรือ การสนับสนุนกิจกรรมของมหาวิทยาลัย มีการจัดโครงการปฏิบัติธรรมทุกวันพระ โดยเปิดโอกาสให้นักศึกษาเข้าวัด ปฏิบัติธรรม นั่งสมาธิ ที่วัดทุกวันพระ และมีการให้หน่วยกิจกรรมตามเกณฑ์ที่กำหนด นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เช่น การทำจิตอาสาพัฒนาโรงเรียนในพื้นที่ยากไร้ และพื้นที่โดยรอบมหาวิทยาลัย มีกิจกรรมจิตอาสาล้างห้องน้ำ ปิดกวาดเช็ดถู ซ่อมแซมไฟฟ้า ซ่อมเครื่องยนต์ เครื่องกลของวัด เพื่อให้พระได้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างราบรื่น โดยจะมีการเวียนไปตามวัดต่างๆ ในอำเภอพังโคน และอำเภอใกล้เคียง รวมถึงกิจกรรมจิตอาสาทำความสะอาดในมหาวิทยาลัยและชุมชนใกล้เคียง ซึ่งเป็นการปลูกฝังให้ว่าที่บัณฑิตมีคุณธรรมจริยธรรม ซึ่งเป็นคุณสมบัติหนึ่งของชาวพุทธ เมื่อมีการเก็บของมีค่าได้ตามที่ต่างๆ ภายใน บริเวณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ก็จะนำของมีค่านั้น มาฝากประกาศตามหาเจ้าของ และบัณฑิตเมื่อเข้ามาทำงานจะพบว่าคุณธรรมจริยธรรมนั้นคือความดีและความถูกต้องที่ผ่านการแสดงออก เมื่อเข้ามาทำงานในบริษัทหรือสถานประกอบการ นั่นคือ ชีวิตการทำงานที่แท้จริง เราจะต้องมีสติในการทำงาน เพราะบางงานจะผิดพลาดไม่ได้ หากเกิดความผิดพลาด อาจส่งผลกระทบต่อสถานประกอบการ มีความซื่อสัตย์ เมื่อพบปัญหาในการทำงานก็รู้จักการแก้ไขปัญหาที่ถูกต้อง มีความพยายามทำให้งานหรือหน้าที่ของตนเองสำเร็จ นอกจากนี้ยังนำไปสู่ความรับผิดชอบในการทำงาน ไม่เกียจงาน มีความพากเพียรในการทำงาน และทำให้ตนเองมีน้ำใจต่อเพื่อนร่วมงาน ไม่เอาัดเอาเปรียบหรือประพฤตินิดเดียวต่อเพื่อนร่วมงาน มีความเคารพผู้บังคับบัญชา มีความจริงใจต่อตนเองและเพื่อนร่วมงาน สิ่งเหล่านี้จะทำให้เราสามารถทำงานได้อย่างมีความสุข บัณฑิตจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร สามารถปฏิบัติตามระเบียบของสถานประกอบการได้อย่างดี มีความซื่อสัตย์ มีคุณธรรม จริยธรรม สถานประกอบการมีการใช้คนให้เหมาะกับงาน

6.5 อัตลักษณ์บัณฑิตด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) ซึ่งสรุปได้ว่าการดำเนินชีวิตในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ปัจจุบันจะมีกฎ ระเบียบ ข้อตกลงหลายอย่างให้นักศึกษาจะต้องปฏิบัติตาม และเพื่อฝึกให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม จะต้องรู้จักแบ่งเวลาในการเรียน และการเข้าร่วมกิจกรรมที่มหาวิทยาลัยจัดขึ้น การสร้างชิ้นงานหรือโปรเจกต์ให้สำเร็จตามที่วางแผนไว้ ก็เป็นสิ่งที่ทำให้นักศึกษารู้จักมีความรับผิดชอบต่อตัวเองและผู้เกี่ยวข้องระยะเวลาในการเรียนตั้งแต่เริ่มจนจบการศึกษา บัณฑิตต้องรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมายให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ หรือทำให้ได้ภายในเวลาที่กำหนด การจะทำให้งานสำเร็จต้องอาศัยความร่วมมือจากเพื่อนร่วมงาน การประสานงานกับคนภายในองค์กร และภายนอกองค์กร การติดต่อประสานงานกับลูกค้า คือสิ่งที่เราต้องเรียนรู้ด้วยตนเอง

6.6 อัตลักษณ์บัณฑิตด้านทักษะวิชาชีพ (Professional Skill) ซึ่งสรุปได้ว่า มหาวิทยาลัยมุ่งเน้นการศึกษาทั้งทางทฤษฎีในการเรียนรู้ด้านวิชาชีพของแต่ละสาขาโดยตรง และส่งเสริมให้มีการแข่งขันทักษะวิชาชีพ การจัดการโครงการ การอบรม การศึกษาดูงานในศาสตร์ที่เรียนโดยตรง เพื่อให้มองเห็นภาพการทำงานอย่างกว้างๆ ของวิชาชีพที่เรียน รวมถึงการที่อาจารย์พานักศึกษาเข้าร่วมการประกวดในเวทีระดับประเทศต่างๆ ซึ่งเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้นักศึกษานำความรู้ที่เป็นทฤษฎีและประสบการณ์จากการศึกษาในมหาวิทยาลัยมาคิดสร้างสรรค์แผนการดำเนินงานที่เน้นการสร้างผลงานในเชิงนวัตกรรมที่เป็นสิ่งประดิษฐ์ที่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิตของคนในสังคม และมีรายวิชาสหกิจศึกษา ณ สถานประกอบการ ที่นักศึกษาต้องเข้าไปทำงานในสถานประกอบการจริงเป็นเวลา 4 เดือน และมีการนำวิชาชีพที่เรียนเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กรในรูปแบบการทำโปรเจกต์ ต้องมีชิ้นงานและการจัดทำเล่มวิจัย เพื่อให้มีความ

เชี่ยวชาญทั้งทักษะวิชาชีพและด้านวิชาการ เพื่อให้ได้เห็นถึงสถานที่จริง สถานการณ์จริง การทำงานจริง ก่อนที่จะจบการศึกษาและไปสมัครงานเพื่อใช้วิชาชีพที่เรียนมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ที่สำคัญอาจารย์ผู้สอน มีบทบาทในการสร้างทักษะวิชาชีพอย่างมาก ซึ่งสิ่งเหล่านี้มันหล่อหลอมให้บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสกลนคร เป็นบัณฑิตที่มีทักษะวิชาชีพและความเชี่ยวชาญในศาสตร์ที่เรียน และเมื่อจบการศึกษาแล้วสามารถประกอบวิชาชีพตรงตามที่ตนเองเรียนมาได้ ซึ่งสรุปได้ว่าบัณฑิตจาก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสกลนคร มีความสามารถในการปฏิบัติงานได้ตรงตามเป้าหมาย ตามสาขาวิชาชีพที่เรียนมา สามารถทำงานได้ทันทีเมื่อจบการศึกษาหลายรายที่มาสหกิจ 4 เดือน แล้วสามารถรับเข้าทำงานต่อได้เลย เพราะสถานประกอบการหลายแห่งต้องการความเชี่ยวชาญในวิชาชีพมากกว่าความเชี่ยวชาญด้านวิชาการอย่างเดียว

อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรม的开รับสื่อและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสกลนคร นักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 17-20 ปี ส่วนใหญ่สังกัดคณะอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี และมีรายได้เฉลี่ยแต่ละเดือน 3,001-6,000 บาท ซึ่งผลการศึกษา สรุปผลและอภิปรายผลได้ดังนี้

1. พฤติกรรม的开รับสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี วิทยาเขตสกลนคร ด้านสื่อแผ่นพับ ส่วนใหญ่อ่านมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ประเภทของสื่อแผ่นพับเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิตที่นิยมอ่านมากที่สุด ได้แก่ สื่อเกี่ยวกับกิจกรรม และพบมากที่สุดคือสำนักงานวิทยาเขตสกลนคร สื่อจดหมายข่าวราย 3 เดือน ส่วนใหญ่เคยอ่านจดหมายข่าวราย 3 เดือนมากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน ในส่วนประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ในจดหมายข่าวราย 3 เดือน ที่นิยมอ่านมากที่สุดคือ สื่อเกี่ยวกับกิจกรรม และพบมากที่สุด คือ ที่คณะหรือสาขาวิชาที่สังกัด สื่อป้ายไวเนล ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการอ่านป้ายไวเนลเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มากกว่า 3 นาที ในส่วนการพบเห็นป้ายไวเนลเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต พบมากที่สุดคือทางเข้ามหาวิทยาลัย สื่ออินเทอร์เน็ต มีการใช้เวลาในการเปิดรับข้อมูลมากกว่า 5 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาในการเปิดรับข้อมูลคือ 18.01 – 23.59 น. และการให้ข้อมูลเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิตทำให้เข้าใจถึงอัตลักษณ์บัณฑิตมาก และและสื่อบุคคล โดยบุคลากรให้ข้อมูลเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิตที่ต้องการชัดเจนถูกต้องทั้งหมด และบุคลากรที่ให้ข้อมูลเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิตมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่ จึงสรุปได้ว่า สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่นักศึกษาได้รับข้อมูลมากที่สุด เนื่องจากเป็นสื่อที่มีความชัดเจน สามารถเข้ามาอ่านได้ตลอดเวลา มีพื้นที่เพียงพอสำหรับการให้ข้อมูล สามารถอ้างอิงและมีความน่าเชื่อถือด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวรพล รักเจียม (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรม的开รับสื่อและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี” ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรม的开รับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในจากสื่อวิทยุกระจายเสียง สถานีวิทยุ FM 90.25 MHz พบว่า ความถี่ในการรับฟังใน 1 สัปดาห์ ฟัง 1-2 ครั้ง ร้อยละ 58.71 ฟังช่วงเวลา 12.07-18.00 น. ร้อยละ 60.86 และรับฟังเกี่ยวกับรายการบันเทิงร้อยละ 56.75 มาที่สุดจากสื่อเอกสารประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ (SPUC-News) พบว่าความถี่ในการอ่านใน 1 เดือน อ่าน 1 ครั้ง ร้อยละ 64.97 อ่านเกี่ยวกับกิจกรรมร้อยละ 41.10 และพบเห็นที่โรงอาหารร้อยละ 37.57 มากที่สุดจากสื่อแผ่นป้ายไวเนลใช้เวลาในการอ่าน 1-2 นาที ร้อยละ 45.21 อ่านเกี่ยวกับกิจกรรม ร้อยละ 49.71 และพบเห็นที่ทางเข้าประตู 1 ร้อยละ 77.30 มากที่สุดคือแผ่นพับ พบว่าความถี่ในการอ่านใน 1 เดือน อ่าน 1 ครั้ง ร้อยละ 65.36 อ่านเกี่ยวกับกิจกรรมร้อยละ 41.68 และพบเห็นที่สำนักงานประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 37.96 มากที่สุดคืออินเทอร์เน็ตความถี่ในการเปิดรับข้อมูลใน 1 สัปดาห์ 1-3 ชั่วโมง ร้อยละ 52.25 เปิดรับข้อมูลช่วงเวลา 12.01-18.00 น. ร้อยละ 38.36 ข้อมูลที่ต้องการเกี่ยวกับการศึกษา/วิชาการ ร้อยละ 53.42 มากที่สุด และสอดคล้องกับภัทรกร นิยมทอง (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ ความพึงพอใจและความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากร

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์” พบว่า 1) กระบวนการประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ ประกอบด้วย การแสวงหาข้อมูลและสำรวจกลุ่มเป้าหมาย การวางแผนการประชาสัมพันธ์ การเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ การนำแผนประชาสัมพันธ์ไปปฏิบัติการเผยแพร่สู่กลุ่มเป้าหมาย และการประเมินผลประชาสัมพันธ์ 2) สื่อประชาสัมพันธ์ที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุดคือ วิทยุกระจายเสียง โดยเนื้อหาที่เปิดรับมากที่สุด คือ ข่าวสารประชาสัมพันธ์

2. ความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีคะแนนเฉลี่ย 4.10 โดยมีความพึงพอใจลำดับแรกคือสื่ออินเทอร์เน็ต ในส่วนของ รูปแบบตัวอักษร รองลงมาคือสื่อป้ายไว้นิลและโปสเตอร์ ในส่วนของการใช้สีสันทนป้ายไว้นิลและโปสเตอร์ สื่อบุคคล ในส่วนของประโยชน์ที่ได้รับจากสื่อบุคคล สื่อจดหมายข่าวราย 3 เดือน ในส่วนของประโยชน์ที่ได้รับจากจดหมายข่าวราย 3 เดือน สื่อเสียงตามสาย ในส่วนของการดำเนินรายการของผู้จัดเสียงตามสาย และลำดับสุดท้ายคือสื่อแผ่นพับ ในส่วนของลักษณะรูปแบบของแผ่นพับที่จัดพิมพ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวรพล รักเจียม (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี” ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($X = 3.85$, $S.D. = 0.71$) ลำดับแรกพึงพอใจสื่ออินเทอร์เน็ต ($x=3.91$, $S.D.=0.75$) รองลงมาคือสื่อแผ่นป้ายไว้นิล ($X=3.91$, $S.D.=0.67$) และสอดคล้องกับผลการศึกษาของภัทรภร นิยมทอง (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ ความพึงพอใจและความต้องการสื่อประชาสัมพันธ์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์” พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านวิชาการ กิจกรรมของมหาวิทยาลัย และการประชาสัมพันธ์ตามลำดับ 4) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านสื่อประชาสัมพันธ์ และด้านเนื้อหาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการศึกษาของณัฐแก้ว ช่องรอด (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์” ผลการศึกษาพบว่า สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายในที่นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ เว็บไซต์ รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์มหาวิทยาลัย ป้ายไว้นิล โทรทัศน์วงจรปิด และบอร์ดประชาสัมพันธ์

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ซึ่งสรุปได้ว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกันและอายุที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแผ่นพับ สื่อเสียงตามสาย สื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อบุคคล เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 สอดคล้องกับผลการศึกษากานดา มีชัย (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ทักษะคิด และแนวทางการพัฒนารูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี” พบว่า ผลการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์พบว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติที่แตกต่างกัน ส่วนชั้นปีและคณะของนักศึกษา มีผลให้ทัศนคติต่อสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับผลการศึกษาของณัฐแก้ว ช่องรอด (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์” ผลการศึกษาพบว่าผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ระหว่างชั้นปี ภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายสื่อแต่ละสื่อแล้ว พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกสื่อ สื่อโทรทัศน์วงจรปิด และสื่อหนังสือพิมพ์มหาวิทยาลัย

ที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับที่ Cho and Cheon (2004) ได้ศึกษาเรื่อง “Why Do People Avoid Advertising On The Internet?” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการหลีกเลี่ยงโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต ได้แก่โฆษณาที่ขัดขวางการใช้งาน ความหลากหลายของโฆษณาที่มีมากเกินไป และประสบการณ์ทางลบต่อโฆษณาที่เคยประสบมาก่อน โดยพบว่าโฆษณาที่ขัดขวางการใช้งานส่งผลต่อพฤติกรรมการหลีกเลี่ยงโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตมากที่สุด

4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน เรื่องอัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ตามความคิดเห็นของนักศึกษา โดยสื่อแผ่นพับ ตัวหนังสือว่าควรมีความทันสมัย รวมถึงรูปภาพประกอบควรใช้ภาพกราฟิกนอกเหนือจากภาพนักศึกษา รวมถึงการเพิ่มสถานที่จัดวางแผ่นพับ เพื่อการรับทราบข่าวสารอย่างทั่วถึง สื่อเสียงตามสาย ควรมีการเพิ่มระยะเวลาการจัดรายการจากเดิม 30 นาทีเป็น 40-50 นาที และเพิ่มจุดติดตั้งลำโพงเพื่อการรับฟังอย่างทั่วถึง เปิดเพลงสากลให้มากขึ้น สื่อจดหมายข่าวราย 3 เดือน ควรมีการปรับสีสันทันสมัย มีความสดใสมากขึ้น ใช้โทนสีที่หลากหลาย แบ่งคอลัมน์ต่างๆ ให้ชัดเจน และสอดแทรกเรื่องอัตลักษณ์บัณฑิตในทุกฉบับ นอกจากนี้ควรลดจำนวนตัวอักษรให้น้อยลง เพื่อเพิ่มพื้นที่สำหรับการลงภาพกิจกรรมมากขึ้น รวมถึงการเพิ่มสถานที่จัดวางจดหมายข่าวราย 3 เดือน สื่อป้ายไวเนลและโปสเตอร์ ควรมีการเพิ่มขนาดตัวอักษรให้ใหญ่ขึ้น เพื่อความชัดเจนในการอ่าน ขณะเดินหรือขับรถยนต์ ควรเพิ่มจุดติดตั้งป้ายไวเนลและโปสเตอร์ตามสาขาวิชาต่างๆ ให้มากขึ้น ควรปรับปรุงคุณภาพของป้ายไวเนลและโปสเตอร์ เพื่อยืดอายุการใช้งาน ควรเพิ่มจุดติดตั้งป้ายไวเนลและโปสเตอร์ อาทิเช่น บริเวณหอใน หรือประตูหลังมหาวิทยาลัย สื่อบุคคล ควรเพิ่มช่องทางในการติดต่อเจ้าหน้าที่ เช่น ไลน์ โทรศัพท์ นอกจากนี้ยังควรเพิ่มเวลาในการให้บริการ เช่น ช่วงพักกลางวัน และควรเพิ่มจำนวนบุคลากรที่ให้บริการด้านข่าวสารในมิติต่างๆ และสื่ออินเทอร์เน็ต ควรมีการปรับขนาดตัวอักษรให้ชัดเจนมากขึ้น และเพิ่มช่องทางการติดต่อกับเจ้าหน้าที่และอาจารย์ มีการอัปเดตข่าวสารให้บ่อยมากขึ้น หลากหลายสาขามากขึ้น

5. ความคิดเห็นต่ออัตลักษณ์บัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ด้านความรู้ทางเทคโนโลยี (Technology Literacy) สรุปได้ว่า มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร ได้มีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอน มีการพัฒนาและปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ตัวเครื่องคอมพิวเตอร์ใหม่รวมถึงซอฟต์แวร์ที่เป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยที่สามารถใช้งานได้ตลอดเวลาเพื่อให้รู้ทันเทคโนโลยีสมัยใหม่ นักศึกษาได้มีการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน การสอนบนเครือข่ายมีผลทำให้ผู้เรียนมีการรับรู้เกี่ยวกับสังคม วัฒนธรรม และโลกมากขึ้น และจากที่สถาบันได้ส่งเสริมให้บัณฑิตได้รับการเรียนการสอนผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศนั้น ทำให้บัณฑิตมีความรู้และทักษะเพียงพอที่จะใช้เทคโนโลยีมาใช้แสวงหาความรู้ด้วยตนเองได้ อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตและสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและบัณฑิตที่จบจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร สามารถใช้เทคโนโลยีในสถานประกอบการได้อย่างคล่องแคล่วพอสมควร

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณรศ.ดร.ปิยฉัตร ล้อมชวการ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย และ รศ.ดร.กมลรัฐ อินทรทัศน์ ที่ปรึกษาร่วม ที่กรุณาให้คำแนะนำปรึกษาตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างยิ่ง ขอคุณมทร.อีสาน วิทยาเขตสกลนคร ที่ให้ข้อมูลต่างๆ ที่เอื้อต่อการทำงานวิจัย ตลอดจนผู้ให้สัมภาษณ์ อันได้แก่ ศิษย์ปัจจุบัน ศิษย์เก่าทุกท่านและสถานประกอบการทุกแห่ง ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ขอคุณบิดามารดา ผู้ให้กำเนิดและอบรมสั่งสอนให้มีความอดทนและความพยายามในการศึกษา ให้ประสบความสำเร็จ ขอคุณสามีและบุตรสาวที่เป็นกำลังใจและสนับสนุนการศึกษาในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กิตติมา สุรสนธิ (2551). ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชฎาภรณ์ หลวงแก้ว (2559). รูปแบบและช่องทางการสื่อสารเพื่อส่งต่อนโยบายจากผู้บริหารสู่ปฏิบัติของพนักงานการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณรงค์ สมพงษ์ (2553). สื่อเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่. พิมพ์ลักษณ์ กรุงเทพฯ : โอ. เอส. พรีนติ้ง เฮ้าส์.
- ณัฐแก้ว ช้องรอด. พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. ว.ราชภัฏเพชรบูรณ์สาร 2560; 19 (1) : 65
- ณัฐนันท์ ศิริเจริญ (2558). หลักการโฆษณาประชาสัมพันธ์และการสื่อสารเพื่อการพัฒนา. กรุงเทพฯ: บายฮาร์ท มีเดีย.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ (2552). เศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพณิชยการพระนคร.
- ธิดา กัลยาณมิตร (2552). ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- บุญญาพร มารุ่งเรือง (2553). การสื่อสารในห้องสมุดมหาวิทยาลัยของรัฐ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร มหาบัณฑิต, คณะบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พรจิต สมบัติพานิช (2557). โฆษณาในทศวรรษที่ 2000-2010: การศึกษาถึงปัจจัยด้านสื่อที่มีต่อรูปแบบโฆษณา. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาสื่อสารมวลชน, คณะวารสารศาสตร์และสื่อมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2556). การตลาดเพื่อสังคม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พีระ จิรโสภณ. (2556). หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ภัทรภร นิยมทอง.. ประสิทธิภาพในการบริการด้านประชาสัมพันธ์ ศึกษากรณีของงานประชาสัมพันธ์ กองบริการท่าอากาศยาน การท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย [วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารทั่วไป] ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา; 2557
- วรพล รักเจียม. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี [วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรบัณฑิตสาขาสหศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการเรียนรู้และสื่อสารมวลชน]. กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี; 2557.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2546). การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศศินันท์ พักคง. (2560). การรับรู้สิทธิประโยชน์ทดแทนกรณีชราภาพของผู้ประกันตน ศึกษากรณี สำนักงานประกันสังคมเขตพื้นที่ 2 (ประชาชน). สารนิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต, คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และสมชาย หิรัญกิตติ. (2538). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัท ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- เสนาะ ดิยาวี. (2541). การบริหารงานบุคคล กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสรี วงศ์มณฑา. (2550). 108 การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : บริษัท เอ. เอ็น การพิมพ์.