

การศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

พฤษภาคม 2556

การศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

พฤษภาคม 2556

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

พฤษภาคม 2556

เกษศิริพันธ์ มั่งมี. (2556). การศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ. สารนิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์ ดร.สมชาย เทพแสง.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อการศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม ญี่ปุ่นวาเซดะ ใน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความเชื่อถือ 2) ด้านการยอมรับ และ 3) ด้านความศรัทธา จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ และรวบรวมข้อเสนอแนะของผู้ปกครองที่มีต่อ ภาพลักษณ์โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ปกครองนักเรียนในโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ทั้ง 3 หลักสูตร รวมกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด 323 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับปฏิบัติมากที่สุด ถึงน้อยที่สุด ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .95 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test Independent) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One- Way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า

1) ภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน คือ ความเชื่อถือ การยอมรับ และความศรัทธา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากทุกด้าน

2) การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ จำแนก ตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ สรุปได้ดังนี้ ผู้ปกครองที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนโดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

3) ข้อเสนอแนะของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและ วัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ พบว่า

3.1 การบริการมีความเป็นมืออาชีพ ข้อมูลข่าวสารทันสมัย และมีสื่อสารให้ผู้ปกครอง นักเรียนรับทราบเสมอ

3.2 โรงเรียนมีคุณภาพและมาตรฐาน สามารถสร้างอาชีพ และความภาคภูมิใจ ซึ่งครู จัดการเรียนการสอนแบบมืออาชีพ ความรู้ที่ได้นำไปใช้ได้จริง ส่งผลให้คุณภาพการศึกษาที่ได้รับเท่ากับการเรียนในประเทศญี่ปุ่น

A STUDY OF SCHOOL IMAGE OF WASEDA JAPANESE LANGUAGE
AND CULTURE SCHOOL



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Education Degree in Educational Administration
at Srinakharinwirot University

May 2013

Kessirin Mangmee. (2013). *A Study of School Image of Waseda Japanese Language And Culture School*. Master's Project, M.Ed. (Educational Administration).
Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University.
Project Advisor: Dr. Somchai Thepsaeng.

This research aims to study the image of Japanese Language and Culture School in 3 aspects: 1) Trustworthiness 2) Recognition and 3) Appreciation, classified according to age, educational level, profession, and income level. The suggestions by student patrons pertaining to school image were also compiled. Study samples consisted of patrons of the students attending the 3 courses at the school, amounting to total 323 persons altogether. The tool employed in data collection was the questionnaire format having the response classified into 5 comparative levels, ranging from the highest to the lowest, with the total confidence index standing at 0.95. Statistical figures used in analysis application consisted of percentile, mean value, standard deviation, t-test, independent and One-Way Analyses of Variance (ANOVA)

The research finding were as follows.

1) Overall image of Waseda Japanese Language and Culture School was ranked in the high level. At the same time, the image impacts each particular area of trustworthiness, recognition, and appreciation, were also ranked in the high level.

2) In evaluating the image of Waseda Japanese Language and Culture School upon the patrons classified according to age, educational level, profession, and income level, they were found not to hold significant differences with regard to the school overall image.

3) The suggestions by student patrons on school image could be summarized as follows :

3.1 School services were conducted in a professional manner with up-to-date information regularly provided to student patrons.

3.2 The school education was carried out by professional teachers, in providing the same high quality standard as in Japan, practical for further work and study.

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ ดร.สมชาย เทพแสง อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ให้คำปรึกษาพร้อมทั้งข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับงานวิจัย ซึ่งท่านได้ให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยตลอดมา จึงขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูง ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการพิจารณาเค้าโครงและคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์เรือเอก ดร.อภิสิทธิ์ ทรงบัณฑิตย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พวงรัตน์ เกษรแพทย์ อาจารย์ ดร.สรภักดิ์สรณ์ ฉัตรกมลทัศน์ คณะกรรมการ สอบปากเปล่า รองศาสตราจารย์ ดร.ทัศนาศวรงค์ เรือเอก ดร.อภิสิทธิ์ ทรงบัณฑิตย์ ที่ได้ให้ คำแนะนำที่มีประโยชน์ทำให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณศาสตราจารย์ดร.ไพศิษฐ์ พิพัฒน์กุล รองศาสตราจารย์กฤษฎา วิสวธีรานนท์ กรรมการบริหารโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ เรือเอก ดร.อภิสิทธิ์ ทรงบัณฑิตย์ อาจารย์ประจำภาควิชาการบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ดร.ราชันย์ บุญธิมา อาจารย์ประจำ สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พ.ต.ท.ดร.ดิฐภัทร บวรชัย อาจารย์ สบ (2) คณะตำรวจศาสตร์ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือ

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้แก่ผู้วิจัยในการศึกษา ตามหลักสูตรการบริหารการศึกษา ซึ่งทำให้ผู้วิจัยรู้ว่าการศึกษาระดับมหาบัณฑิตของผู้วิจัยมิได้ สิ้นสุดลงเพียงการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จเท่านั้น หากแต่ผู้วิจัยได้ซึมซับกระบวนการวิจัย ที่เรียนรู้ให้เป็นการเรียนรู้สืบเนื่องต่อไปอย่างไม่สิ้นสุด และนำความรู้ไปยังประโยชน์แก่ผู้อื่นและสังคม ต่อไป

ท้ายสุดผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะผู้บริหาร ครู บุคลากร โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น วาเซดะ และพ่อ แม่ พี่ น้อง เพื่อนๆ ที่ให้กำลังใจ และสนับสนุนการศึกษาในระดับปริญญาโท ทำให้ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากสถาบันการศึกษาที่มีคุณภาพแห่งนี้จนสำเร็จ

เกษศิริรินทร์ มั่งมี

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	5
ความสำคัญของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
สมมติฐานในการวิจัย.....	12
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
หลักการ แนวคิด การจัดการศึกษาของเอกชน.....	14
ความเป็นมาของการศึกษาโรงเรียนเอกชน.....	14
ประเภทและระดับการศึกษาของโรงเรียนเอกชน.....	16
การบริหารโรงเรียนเอกชน.....	17
การจัดการศึกษานอกระบบ.....	19
ความหมายและความสำคัญของการศึกษานอกระบบ.....	19
ประเภทของกิจกรรมการศึกษานอกระบบ.....	20
แนวคิด หลักการ ความเชื่อพื้นฐานและหลักการศึกษานอกระบบ.....	21
ปรัชญาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษานอกระบบ.....	23
บริบทของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ.....	24
หลักการแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์.....	26
ความหมายของภาพลักษณ์.....	27
ความสำคัญของภาพลักษณ์.....	29
ประเภทของภาพลักษณ์.....	31
องค์ประกอบของภาพลักษณ์.....	33

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2 (ต่อ)	
วิธีการค้นหาภาพลักษณ์.....	36
การเกิดภาพลักษณ์และกระบวนการรับรู้ภาพลักษณ์.....	39
ทฤษฎีการบริหารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์.....	40
ภาพลักษณ์โรงเรียน.....	43
ด้านความเชื่อถือ.....	47
ด้านการยอมรับ.....	50
ด้านความศรัทธา.....	58
วรรณกรรมตัวแปรอิสระ.....	59
อายุ.....	59
ระดับการศึกษา.....	60
อาชีพ.....	61
รายได้.....	61
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	62
งานวิจัยในประเทศ.....	62
งานวิจัยต่างประเทศ.....	65
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	67
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	67
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	68
การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ.....	68
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	69
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	70
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	70

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	73
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	83
สรุปผลการวิจัย.....	84
อภิปรายผล.....	84
ข้อเสนอแนะ.....	88
บรรณานุกรม.....	90
ภาคผนวก.....	104
ภาคผนวก ก.....	105
ภาคผนวก ข	107
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	116

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	67
2 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรที่ศึกษา.....	73
3 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและ วัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ โดยรวมและรายด้าน.....	74
4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและ วัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ด้านความเชื่อถือ โดยรวมและรายข้อ.....	75
5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและ วัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ด้านการยอมรับ โดยรวมและรายข้อ.....	76
6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและ วัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ด้านความศรัทธา โดยรวมและรายข้อ.....	77
7 วิเคราะห์เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น วาเซดะ จำแนกตามอายุ โดยรวมและรายด้าน.....	78
8 วิเคราะห์เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น วาเซดะ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวมและรายด้าน.....	79
9 วิเคราะห์เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น วาเซดะ จำแนกตามอาชีพ โดยรวมและรายด้าน.....	80
10 วิเคราะห์เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น วาเซดะ จำแนกตามรายได้ โดยรวมและรายด้าน.....	81

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	12
2 แบบจำลองคุณภาพการบริการจากความแตกต่างระหว่างการรับรู้ และความคาดหวังของการให้บริการของลูกค้า.....	57



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในโลกของการแข่งขันสิ่งที่จะต้องเผชิญคือ ความไม่หยุดนิ่งของกระแสโลกองค์กรการจะประสบความสำเร็จได้ จะต้องอาศัยชื่อเสียง และการบริหารภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image & Brand Management) (พจน์ ใจชาญสุขกิจ. 2555: ออนไลน์) ทั้งภาคเอกชน และภาครัฐ หรือแม้กระทั่งโรงเรียน ปัจจุบันการสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญในยุค IT จำเป็นอย่างยิ่งโรงเรียนควรต้องปรับปรุงพัฒนาโรงเรียนให้มีภาพลักษณ์ (Self Image) ที่พึงประสงค์ของผู้ปกครอง ชุมชน ซึ่งถือว่าเป็นจุดขายที่สำคัญของโรงเรียน (วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์. 2555: ออนไลน์) ทั้งนี้เพื่อให้สามารถจัดการศึกษาตามความต้องการของสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การศึกษาเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาประเทศ เพราะการศึกษาช่วยพัฒนาคน (เกียรติศักดิ์ ทันจันทร์. 2543: 1) ให้สามารถนำความรู้ ความสามารถไปพัฒนาประเทศ สามารถทำงาน และคิดวิเคราะห์ได้อย่างถูกต้อง สามารถเรียนรู้ แสวงหาความรู้ ตลอดจนใช้ความรู้อย่างสร้างสรรค์มีสุขภาพร่างกาย และจิตใจสมบูรณ์แข็งแรงประกอบอาชีพได้สามารถปรับตัวได้ในสังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (สุนน ออมรวีวัฒน์. 2550: 461) จากความสำคัญ ของการศึกษา ดังกล่าว รัฐจึงเห็นความสำคัญ ดำเนินการปฏิรูปการศึกษาไทย ให้เป็นไปตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 โดยออกพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และในปัจจุบันได้มีการแก้ไขปรับปรุงเพิ่มเติม (ฉบับ 2) พ.ศ. 2545 ซึ่งมีความมุ่งหมาย และหลักการในมาตรา 6 ว่าการจัดการศึกษา ต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทย ให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรม มีจริยธรรม และวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุข (กรมวิชาการ. 2546: 5) ซึ่งสอดคล้องกับสำลี รักสุทธี (2542: 33) กล่าวถึงการศึกษาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคน ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีค่าในการพัฒนาประเทศถ้าประชาชนของประเทศได้รับการศึกษาที่ดีมีคุณภาพ การพัฒนาประเทศก็จะเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว และมีคุณภาพ นอกจากนี้อรุณ จันทวานิช (2542: 77) กล่าวถึงกระบวนการเรียนการสอนต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ โดยจัดกิจกรรมเน้นให้ผู้เรียนได้ปฏิบัติจริง สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง มีวิจรรณญาณ สามารถนำความคิดสร้างสรรค์ไปปรับเปลี่ยนวิธีการแก้ปัญหา กล้าตัดสินใจ มีความมั่นใจในตนเองมีการยอมรับผู้อื่น สามารถที่จะอยู่ได้ในสังคมอย่างฉลาด และเป็นสุขพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ได้ให้นิยามคำว่า “การศึกษา” หมายถึง “กระบวนการเรียนรู้ เพื่อความเจริญงอกงามของบุคคล และสังคม โดยการถ่ายทอดความรู้ การฝึก การอบรม การสืบสานทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์จรรโลงความก้าวหน้าทางวิชาการ การสร้างองค์ความรู้ อันเกิดจากการจัดสภาพแวดล้อม สังคม การเรียนรู้ และปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคคลเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต” และตาม พ.ร.บ.ฉบับดังกล่าว มีการกำหนด

หลักการจัดการเรียนรู้ไว้ใน มาตรา 8 การจัดการศึกษาให้ยึดหลัก ดังนี้ 1) เป็นการศึกษาตลอดชีวิต 2) ให้สังคมมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา 3) การพัฒนาสาระและกระบวนการเรียนรู้ให้เป็นไปอย่างต่อเนื่องและในหมวด 2 สิทธิและหน้าที่ทางการศึกษาในมาตรา 10 บัญญัติว่าการจัดการศึกษาต้องจัดให้บุคคลมีสิทธิ และโอกาสเสมอกัน ในการรับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ไม่น้อยกว่าสิบสองปี ที่รัฐต้องจัดให้อย่างทั่วถึง และมีคุณภาพโดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย ในมาตรา 45 ให้สถานศึกษาเอกชนจัดการศึกษาได้ทุกระดับและทุกประเภทการศึกษา ตามที่กฎหมายกำหนดโดยรัฐต้องกำหนดนโยบายและมาตรการที่ชัดเจนเกี่ยวกับ การมีส่วนร่วมของเอกชน ในด้านการศึกษา (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษากระทรวงศึกษาธิการ. 2547: 1)

กระทรวงศึกษาธิการ เปิดโอกาสให้โรงเรียนเอกชนเข้ามามีบทบาท ในการให้บริการทางการศึกษา เพื่อแบ่งเบาภาระของรัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่รัฐ ไม่สามารถจัดได้ หรือจัดได้ไม่เพียงพอ เพื่อรองรับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 และพระราชบัญญัติการศึกษาพ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ซึ่งมีบทบัญญัติเกี่ยวกับโรงเรียนเอกชนไว้หลายมาตรา ดังนี้ มาตรา 43 การบริหารและการจัดการศึกษาของเอกชน ให้เป็นอิสระโดยมีการกำกับ ติดตาม ประเมินคุณภาพ และมาตรการศึกษาจากรัฐต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การประเมินคุณภาพและมาตรฐานการศึกษา (กระทรวงศึกษาธิการ. 2546: 21-22) และเพื่อให้เป็นทางเลือกที่ดีอีกทางหนึ่ง ของผู้รับบริการทางการศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. 2542: 3) นอกจากนี้ยังมีการดำเนินการจัดการศึกษานอกระบบ(Non Formal Education)ของโรงเรียนเอกชน ซึ่งเป็นกิจกรรมการศึกษาทุกประเภทที่จัดขึ้น สำหรับประชาชนวัยผู้ใหญ่ที่อยู่นอกระบบโรงเรียนแต่ต่อมา มีการจัดบริการการศึกษาลักษณะนี้ครอบคลุมทุกช่วงอายุ (วิศน์ ศิลตระกูล. 2544: 4) ยึดหลักการและความมุ่งหมายโดยภาพรวม ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ ควบคู่กับหลักการศึกษานอกระบบ หลักความเสมอภาค การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบ กระบวนการเรียนรู้ ความหลากหลาย ความยืดหยุ่น การบูรณาการ การกระจายอำนาจ เพื่อให้การศึกษานอกระบบเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน ความเชื่อพื้นฐานของการจัดการศึกษานอกระบบเป็นความเชื่อที่แสดงจุดยืนอย่างชัดเจนว่า การศึกษาอาจเกิดขึ้นได้ทุกหนทุกแห่ง ไม่เฉพาะในโรงเรียนเท่านั้น (อัญชลี ธรรมะวิริกุล. 2556: ออนไลน์) การจัดการศึกษานอกระบบของโรงเรียนเอกชน เป็นการให้บริการแก่กลุ่มเป้าหมายประชากรนอกระบบ มีกระบวนการจัดการเรียนการสอน สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย (สำนักบริหารงานการศึกษานอกโรงเรียน. 2547: 24) โดยมีกิจกรรม ทางการศึกษาทุกรูปแบบที่จัดบริการ ทุกเพศ ทุกวัย โดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อให้ผู้เรียนได้รับความรู้ ทั้งในด้านที่จะเป็นพื้นฐานแก่การดำรงชีวิต การอ่าน เขียน การคิดคำนวณ เบื้องต้น ความรู้ทางด้านทักษะ การประกอบอาชีพ เพื่อเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตและปรับตัวเข้ากับสภาพสังคมสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ได้อย่างเหมาะสม (สมบัติ สุวรรณพิทักษ์. 2549: 196-197) สอดคล้องกับแนวคิดของ สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย (2551: 6) ที่อธิบายถึงการศึกษานอกระบบ คือประสบการณ์ และกิจกรรมทางการศึกษาทุกรูปแบบที่จัดขึ้นแก่ประชาชนที่อยู่นอกระบบโรงเรียน เพื่อให้ผู้เรียน

มีความรู้พื้นฐานในการประกอบอาชีพ และความรู้ด้านอื่น ๆ เพื่อเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตอย่างมีคุณธรรม

การดำเนินการจัดการศึกษานอกระบบของโรงเรียนเอกชน มีลักษณะการดำเนินงานแบบธุรกิจ และความอยู่รอดของโรงเรียนขึ้นอยู่กับ การยอมรับ จากผู้ปกครองด้วยคุณภาพ และความเข้มแข็งด้านวิชาการ (อนงค์พร เอกจำนงค์. 2548: 7)ความมั่นคงของโรงเรียนจึงขึ้นอยู่กับสมรรถภาพทางการสอน และฐานะทางการเงิน ซึ่งเป็นผลมาจากความนิยมศรัทธาและฐานะทางการเงินของผู้ปกครอง (มยุรี จารุปาน. 2532: 2) แต่การจัดการศึกษาของการศึกษานอกระบบเท่าที่ผ่านมาปรากฏว่าประสบปัญหาเพิ่มมากขึ้น ทั้งปัญหาการบริหารจัดการ ปัญหาบุคลากร ปัญหาค่าใช้จ่ายและรายได้ที่ไม่สมดุลกับรายจ่าย ปัญหาคุณภาพผลผลิต และภาพลักษณ์ของโรงเรียน และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การแข่งขันที่เริ่มเข้มข้นมากขึ้นทั้งกับการศึกษานอกระบบด้วยกัน หรือกับโรงเรียนรัฐบาลและโรงเรียนที่จะจัดตั้งใหม่ ๆ ในรูปแบบของโรงเรียนนานาชาติ ซึ่งนับว่าเป็นคู่แข่งที่สำคัญ ซึ่งต้องหันมาให้ความสนใจ รวมถึงการแข่งขันกับตนเอง ซึ่งปัญหาดังกล่าวอาจเกิดจากสาเหตุหลายประการทั้งที่เกิดจากนโยบายและแนวปฏิบัติ ระเบียบ กฎเกณฑ์ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการบริหารการศึกษาจากระบบการศึกษาโดยรวมของประเทศ และจากระเบียบการจัดการของโรงเรียนเอง ตลอดจนปัจจัยภายนอกอื่น ๆ (กรรณิกา ภิญญาคง. 2538: 18)

จากการศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัญหาของการจัดการศึกษานอกระบบของโรงเรียนเอกชนของประเทศไทย ของนักวิชาการ และนักการศึกษา พบว่า 1) มีความแตกต่างกันด้านคุณภาพระหว่างโรงเรียนเอกชนด้วยกัน โดยขึ้นอยู่กับความเก่าแก่ ขนาด ศักยภาพของผู้บริหาร ความเอาใจใส่ของครู และระบบการจัดการเรียนการสอน ทำให้ความยอมรับของครูและผู้ปกครองไม่เท่ากันระหว่างโรงเรียน ซึ่งปัญหาลักษณะเช่นเดียวกันนี้ เกิดขึ้นเช่นเดียวกับโรงเรียนของรัฐด้วย 2) ภาพลักษณ์โรงเรียนในสายตาประชาชนยังมีเรื่องต้องแก้ไขหลายเรื่อง เช่น การเก็บเงินค่าเล่าเรียนและค่าใช้จ่ายอื่นๆ สูง ครูไม่ได้รับเงินเดือนตามวุฒิ เป็นต้น 3) สัดส่วนจำนวนนักเรียนในโรงเรียนการศึกษานอกระบบโรงเรียนเอกชน เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนนักเรียนในโรงเรียนรัฐได้ลดลงในรอบ 10 ปี ที่ผ่านมา โดยเฉพาะในระดับมัธยมศึกษา 4) การควบคุมจากรัฐในด้าน กฎ ระเบียบ ยังไม่คล่องตัว ขาดระบบติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง 5) ความมั่นคงในวิชาชีพครูและอัตราเงินเดือนยังไม่จูงใจมากพอ (จรวายพร ธรณินทร์. 2543: 5) ดังนั้นการจัดการศึกษานอกระบบของโรงเรียนเอกชนจึงจำเป็นต้องพัฒนาและยกระดับคุณภาพของสถานศึกษาให้เป็นที่ยอมรับไว้วางใจจากผู้ปกครองนักเรียน ไม่ว่าจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ ในด้านของการสร้างความเชื่อถือ การยอมรับความจริงใจ ความเลื่อมใสศรัทธารวมถึงคุณลักษณะนักเรียนในภาพรวมอีกด้วยซึ่งทั้งหลายทั้งปวงเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญ และเป็นดัชนีชี้วัดที่สามารถจะสะท้อนให้เห็นถึงความร่วมมือ ความช่วยเหลือ ได้รับการสนับสนุนจากผู้ปกครองที่มีต่อสถานศึกษา โดยโรงเรียนเอกชนจะต้องพยายามวางแผน ในด้านต่างๆ ที่จะแสดงให้เห็นโรงเรียนมีเอกลักษณ์ ความเชี่ยวชาญ ความรับผิดชอบด้านการเรียนการสอน ที่สามารถตอบรับค่านิยม และความต้องการของกลุ่มผู้ปกครองให้ดีที่สุด ซึ่งจะเป็นผลทำให้โรงเรียนมีกำไรและอยู่รอดได้ (กมลทิพย์ ทองกำแหง. 2547: 2-3) ภาพลักษณ์ของ

โรงเรียนจึงมีความจำเป็นอย่างมากในการสร้างจุดเน้นขององค์การ เป็นส่วนที่แสดงถึงสิ่งต่างๆ ขององค์การออกไปสู่สายตาของผู้ใช้บริการคือ ผู้ปกครอง ถ้าภาพลักษณ์ขององค์การนั้นไปในทางบวก ก็จะทำให้ผู้ปกครองมีโอกาสเลือกเข้ามาใช้บริการ แต่ถ้าภาพลักษณ์นั้นไปในทางลบ ก็จะทำให้ผู้ปกครองเลือกไปหาสิ่งที่รู้สึกดีกว่า ซึ่งอาจจะทำให้สถานศึกษานั้น เกิดปัญหาผู้ใช้บริการลดลง (จิราภรณ์ สีขาว. 2536: 28; จิตลาวัณย์ บุนนาค. 2539: 12; ศศิพรรณ บิลมาโนช. 2538: 20) โดยการสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวกนั้น นับเป็นองค์ประกอบหนึ่ง ที่มีผลต่อการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ปกครอง ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเปรียบเสมือนกระจกเงา ที่สะท้อนภาพของโรงเรียนทั้งในด้านคุณภาพของอุปกรณ์ สถานที่ บุคลากร (เสริมชัย ระกำพล; และคณะ. 2543: 9) หากหน่วยงานหรือโรงเรียนใดมีภาพลักษณ์ที่ดี ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อหน่วยงานหรือโรงเรียนย่อมสวยงาม เกิดความน่าเชื่อถือ ศรัทธา การยอมรับ เป็นที่ไว้วางใจ (ดวงพร คำหนูณวัฒน์; และวาสนา จันทร์สว่าง. 2541: 61 – 62) การจัดการภาพลักษณ์ (Image Management) นับเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่ทำให้องค์การประสบความสำเร็จในปัจจุบัน เนื่องจากผู้บริโภคตัดสินใจเลือกบริการ โดยพิจารณาจากการรับรู้ในคุณค่า ทั้งคุณภาพและภาพลักษณ์ที่ได้รับการยอมรับในสังคม เพราะฉะนั้น องค์การต้องมีกลยุทธ์ที่ดีในการจัดการภาพลักษณ์ขององค์การ เพื่อนำองค์การไปสู่ความสำเร็จที่ตั้งไว้ ต้องมีรูปแบบการดำเนินงานที่ต้องอาศัยแนวคิดใหม่ๆ มาปรับใช้ให้ทันสมัยกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว (สุพลยุทธ์ ชาวสุทธิ. 2554: 1)

ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นผู้บริหารโรงเรียนเอกชน ซึ่งบริหารโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ซึ่งจัดตั้งขึ้นโดยความร่วมมือระหว่างเครือสหพัฒน์และมหาวิทยาลัยวาเซดะ ประเทศญี่ปุ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นให้กับชาวไทย ที่มีความประสงค์เดินทางไปศึกษาต่อที่ประเทศญี่ปุ่น ตลอดจนผู้ที่ต้องการ พัฒนาทักษะภาษาญี่ปุ่นเพื่อการทำงาน โดยใช้คณาจารย์ชาวญี่ปุ่นซึ่งล้วนมีคุณวุฒิ และประสบการณ์ในการสอนภาษาญี่ปุ่น จัดแบ่งการเรียนการสอนตามระดับความรู้ของผู้เรียน ตั้งแต่ระดับต้นจนถึงระดับสูง มุ่งพัฒนาทักษะทั้ง 4 ด้าน คือ การฟัง การพูด การอ่านและการเขียนอย่างสมดุลและมีคุณภาพเพื่อประโยชน์ในการใช้งานในชีวิตจริง ทั้งนี้ทางโรงเรียนมีการขยายสาขาไปยังพื้นที่อื่นๆ เช่น สาขาศรีราชา เป็นต้น

ดังนั้นผู้วิจัย จึงสนใจศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียน เพราะภาพลักษณ์เป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน ซึ่งหากโรงเรียนมีภาพลักษณ์ไม่เหมาะสม หรือไม่เป็นที่ยอมรับ ย่อมส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์การ จนทำให้องค์การประสบความล้มเหลว และเพื่อให้รู้ถึงสถานการณ์และแนวทางที่เหมาะสม ในการธำรงรักษาภาพลักษณ์ที่ดีและวางแผนป้องกันแก้ไขภาพลักษณ์ที่ไม่ดีของโรงเรียน และสามารถนำผลการวิจัยมาปรับปรุง และพัฒนาโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะให้ประสบผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย และเป็นที่ยอมรับของนักเรียน นักศึกษาและประชาชนทั่วไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดความมุ่งหมายไว้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ใน 3 ด้าน ได้แก่
 - 1) ด้านความเชื่อถือ 2) ด้านการยอมรับ และ 3) ด้านความศรัทธา
2. เพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
3. เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ สารสนเทศที่ได้จากการศึกษา เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้บริหาร ในการวางแผน ปรับปรุงพัฒนาให้เป็นโรงเรียนสอนภาษาญี่ปุ่นที่ได้มาตรฐาน มีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับทั้งจากผู้ปกครอง นักเรียน รวมไปถึงผู้ที่สนใจศึกษาภาษาญี่ปุ่น

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ จำนวน 534 คน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร ได้แก่ ผู้ปกครองนักเรียนในโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ทั้ง 3 หลักสูตร ตั้งแต่เดือนมกราคม-ธันวาคม ปี พ.ศ.2555 จำนวน 2,021 คน จำแนกเป็นระดับต้น 810 คน ระดับกลาง 705 คน และระดับสูง 506 คน

2) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ปกครองนักเรียนในโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะทั้ง 3 หลักสูตร ตั้งแต่เดือนมกราคม - ธันวาคม พ.ศ. 2555 โดยการกำหนดตามตาราง เคอร์ซี่; และ มอร์แกน (Krejcie; & Morgan. 1970: 608) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 323 คนจากนั้น ทำการแบบแบ่งชั้นโดยใช้ระดับความรู้เป็นชั้น แล้วสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) แบ่งเป็น ระดับต้น 129 คน ระดับกลาง 113 คน ระดับสูง 81 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

1) ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

- 1.1 อายุ
 - 1.1.1 ต่ำกว่า 40 ปี
 - 1.1.2 ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป
- 1.2 ระดับการศึกษา
 - 1.2.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - 1.2.2 ปริญญาตรีหรือสูงกว่า
- 1.3 อาชีพ
 - 1.3.1 ข้าราชการ
 - 1.3.2 พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - 1.3.3 พนักงานบริษัทเอกชน
 - 1.3.4 ธุรกิจส่วนตัว
- 1.4 รายได้
 - 1.4.1 ต่ำกว่า 40,000 บาท
 - 1.4.2 40,000-60,000 บาท
 - 1.4.3 ตั้งแต่ 60,000 บาทขึ้นไป

2) ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ใน 3 ด้าน ดังนี้

- 2.1 ด้านความเชื่อถือ
- 2.2 ด้านการยอมรับ
- 2.3 ด้านความศรัทธา

นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เข้าใจความหมายของคำที่ใช้ในการวิจัยให้ตรงกัน ผู้วิจัยจึงนิยามศัพท์เฉพาะไว้ ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลตามความรู้สึนึกคิด ความเชื่อ ความศรัทธา ความประทับใจที่มีต่อ องค์กร (Organization) สถาบัน (Institution) บุคคล (Person) หรือการดำเนินงาน (Management) ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจนี้อาจจะเป็นผลมาจากการได้รับประสบการณ์โดยตรงหรือโดยอ้อมที่บุคคลนั้นรับรู้มา

2. ภาพลักษณ์โรงเรียน หมายถึง สภาพของโรงเรียนในด้านต่างๆ ที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์ เป็นการสะท้อนออกถึงความรู้สึกและความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียน จากการบริหารจัดการการกระทำหรือพฤติกรรมของบุคลากรในโรงเรียน โดยพิจารณาจากองค์ประกอบใน 3 ด้าน คือ ด้านความเชื่อถือ ด้านการยอมรับ และด้านความศรัทธา

2.1 ด้านความเชื่อถือ หมายถึง ความคิดเห็นตลอดจนการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อผู้บริหาร ครู และเจ้าหน้าที่ โดยแสดงให้เห็นถึงการเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ มีการกำหนดหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน ใช้สื่อและนวัตกรรมที่ทันสมัย สามารถดำเนินกิจกรรมการเรียนการสอนบรรลุวัตถุประสงค์ ตามเป้าหมายที่วางไว้

2.2 ด้านการยอมรับ หมายถึง ความคิดเห็นตลอดจนการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรในโรงเรียนในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพทั้งด้านของผลผลิตหรือผลงานการได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมโรงเรียน และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การบริการ และการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ

2.3 ด้านความศรัทธา หมายถึง ความคิดเห็นตลอดจนการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีความประทับใจ ความไว้วางใจ ความภาคภูมิใจในความสำเร็จของบุตรหลานที่ศึกษาในโรงเรียน รวมทั้งการได้รับความนิยมนำบุตรหลานเข้ามาศึกษาหาความรู้ในโรงเรียนเพิ่มมากขึ้น โดยมีการบอกต่อและขยายการใช้บริการ ซึ่งได้รับความนิยมาอย่างต่อเนื่อง

3. ผู้ปกครอง หมายถึง บิดา มารดา หรือผู้ที่อุปการะเด็กซึ่งรับผิดชอบในการเลี้ยงดู และส่งเสียค่าใช้จ่ายในการเล่าเรียนของเด็กนักเรียน เช่น ปู่ ย่า ตา ยาย ลุง ป้า น้า อา โดยกำหนดให้ผู้ปกครอง 1 คน ต่อ เด็กนักเรียน 1 คน

4. สถานภาพของผู้ปกครอง หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของผู้ปกครองนักเรียน ประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

4.1 ระดับการศึกษา หมายถึง วุฒิทางการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง จำแนกเป็นต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรีหรือสูงกว่า

4.2 อายุ หมายถึง จำนวนปีเกิดของผู้ปกครองนักเรียนซึ่งแบ่งเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงอายุต่ำกว่า 40 ปี และ อายุ 40 ปีขึ้นไป

4.3 อาชีพ หมายถึง สภาพการทำงานในปัจจุบันของผู้ปกครองนักเรียนที่ทำรายได้หลักให้กับครอบครัว ซึ่งจำแนกออกเป็น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และธุรกิจส่วนตัว

4.4 รายได้ หมายถึง รายได้หลักของครอบครัวในแต่ละเดือน แบ่งเป็น 3 ช่วงคือ ต่ำกว่า 40,000 บาท 40,000-60,000 บาท และตั้งแต่ 60,000 บาทขึ้นไป

5. **โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ** หมายถึง โรงเรียนที่เปิดสอนหลักสูตรการเรียนการสอนวิชาภาษาญี่ปุ่นระดับต้น ระดับกลางและระดับสูง ทั้งภาคกลางวัน ภาคค่ำ และวันเสาร์ อีกทั้งได้จัดให้มีการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นให้กับองค์กรต่าง ๆ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ผู้วิจัยใช้แนวคิดและทฤษฎีเพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ภาพลักษณ์ของโรงเรียน ผู้วิจัยศึกษาจาก แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนตามแนวคิดของเกรกอรี; เวิร์ชแมนน์ (Gregory; & Wiechmann. 1991: 1-27; อ้างอิงจาก รำไพ เลียงจันทร์. 2542: 21-23); จิราภรณ์ สีขาว (2536: 28); จิตลาวัณย์ บุณนาค (2539: 12); ศศิพรรณ บิลมาโนช (2538: 20) โดยการสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวกนั้น นับเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีผลต่อการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ปกครอง ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเปรียบเสมือนกระจกเงาที่สะท้อนภาพของโรงเรียนทั้งในด้านคุณภาพของอุปกรณ์ สถานที่ บุคลากร (เสริมชัย ระกำพล; และคณะ. 2543: 9) หากหน่วยงานหรือโรงเรียนใดมีภาพลักษณ์ที่ดีภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อหน่วยงานหรือโรงเรียนย่อมสวยงามเกิดความน่าเชื่อถือ ศรัทธา การยอมรับ เป็นที่ไว้วางใจ (Berneys. 1961: 128; ดวงพร คำณูวัฒน์; และวาสนา จันทร์สว่าง. 2541: 61 – 62) สอดคล้องกับอุบลวรรณ ปิติพัฒนาโฆษิต (2542: 131) ระบุว่าองค์การที่มีภาพลักษณ์ที่ดี ประชาชนก็จะมี ความเชื่อถือ ศรัทธา ไว้วางใจ และทำให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน เช่นเดียวกับ เสรี วงศ์มณฑา (2542: 13) ที่กล่าวถึงภาพลักษณ์ว่าเป็นข้อเท็จจริง (Objective Facts) บวกกับการประเมินส่วนตัว (Personal Judgment) และเป็นเรื่องของ การรับรู้ (Perception) ที่มนุษย์เอาความรู้สึกส่วนตัว เข้าไปปะปนอยู่ในข้อเท็จจริง (กฤษณ์ ทองเลิศ. 2539: 137 – 138; พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. 2537: 46; พรทิพย์ พิมลสินธุ์. 2545: 55) อาจมีต่อบุคคลหรือองค์การก็ได้ โดยเกิดจากการรับรู้ที่ประทับใจ แล้วกลายเป็นภาพที่ฝังใจอยู่ในความรู้สึกนึกคิดของบุคคลอยู่นานแสนนาน ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีมีความสำคัญต่อการ มีชื่อเสียง ความเชื่อถือ ศรัทธา การยอมรับ และความไว้วางใจจากประชาชนที่มีต่อองค์การ สถาบัน เป็นสิ่งสะท้อนและได้รับการยอมรับว่า การดำเนินงานของสถาบันหรือองค์การมีประสิทธิภาพ ภาพลักษณ์ขององค์การสำคัญยิ่ง ต่อความสำเร็จของธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว (อุษา งามมีศรี. 2552: 13; วิรัช ลภีรัตนกุล. 2546: 75-78; ลักษณา สตะเวทิน. 2542: 100; ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร. 2537: 22; วิมลพรรณ อาภาเวท. 2546: 17; วัชรภรณ์ พยัคฆ์เมธี. 2546: 2)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดดังกล่าวมาสรุป เป็นองค์ประกอบของภาพลักษณ์โรงเรียน ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความเชื่อถือ 2) ด้านการยอมรับ และ 3) ด้านความศรัทธา ดังนี้

ด้านความเชื่อถือ ความเชื่อถือในโรงเรียน เกิดขึ้นได้จากประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ซึ่งครูและบุคลากรทางการศึกษาจัดว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญยิ่งในระบบการจัดการศึกษาเพราะจะเป็นส่วนสำคัญในการที่จะเปลี่ยนผู้เรียนให้มีคุณภาพตามที่ต้องการ (กรมวิชาการ. 2539: 13) บุคลากร ผู้บริหาร ครู และเจ้าหน้าที่ เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ประพฤติดี และปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ (จิราภรณ์ สีขาว. 2536: 28; จิตลาวัณย์ บุณนาค. 2539: 12; ศติพรรณ บิลมาโนช. 2538: 20) ดังที่สตีต วงษ์อิสเรศ (2540: 219-221) ได้กล่าวว่า ครูควรมีบุคลิกภาพที่ดี สามารถเป็นตัวอย่างแก่เด็กได้ ครูเป็นกำลังสำคัญที่จะช่วยอบรมบ่มนิสัย ให้ความรู้ และฝึกทักษะต่างๆ ครูดีมีคุณภาพสูง ต้องมีความรู้ดี มีความสามารถสูง มีคุณลักษณะ และจิตใจสูง เสียสละปรารถนาดีต่อเด็ก เพียรพยายามอบรมแนะแนว

ด้านการยอมรับ การยอมรับเป็นกระบวนการ (Process) ที่เกิดขึ้นทางจิตใจภายในบุคคล การยอมรับของแต่ละบุคคลนั้นถือว่าการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมอย่างหนึ่งสามารถอธิบายได้โดยผ่านขั้นตอนการรับรู้ การยอมรับจะเกิดขึ้นได้ เมื่อมีการเรียนรู้ด้วยตนเอง ประกอบการเรียนรู้จะได้ผลก็ต่อเมื่อบุคคลนั้น ได้ทดลองปฏิบัติจนเกิดความแน่ใจว่าสิ่งนั้นมีประโยชน์ (ปรีชาวันดี. 2545: 29) การยอมรับเป็นความต้องการที่สำคัญประการหนึ่งของมนุษย์จากลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ 5 ประการ (Maslow. 1970: 55-56; อ้างอิงจาก จันทรา พัทธร์เพียงจันทร์. 2547: 43) โรงเรียนที่ได้รับการยอมรับ สามารถพิจารณาได้จาก 1) ผู้ปกครองนิยมส่งบุตรหลานมาศึกษาต่อมากขึ้น 2) บุคลากรในโรงเรียนเป็นผู้นำในการดำเนินกิจกรรมของชุมชน 3) โรงเรียนมีโครงการที่ดำเนินการร่วมกับผู้ปกครองและชุมชน (จิราภรณ์ สีขาว. 2536: 28; จิตลาวัณย์ บุณนาค. 2539: 12; ศติพรรณ บิลมาโนช. 2538: 20) การสร้างการยอมรับของโรงเรียน เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้ปกครอง และชุมชนโรงเรียนควรสร้างการยอมรับ โดยการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองและชุมชน ในการจัดการศึกษา (สุปราณี รื่นพิทักษ์. 2545: 28) รวมทั้งการบริการให้ความช่วยเหลือหรือดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น อำนวยความสะดวก สบาย ถูกต้อง รวดเร็วให้แก่ผู้รับบริการ (เอนก สุวรรณบัณฑิต. 2548: 18; ภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. 2548: 21 – 22) การบริการที่ดีสร้างให้เกิดความประทับใจ และได้รับการยอมรับ ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร และภาพลักษณ์ขององค์กรก็จะดีตาม (ตรีเพ็ชร อ่าเมือง. 2555: ออนไลน์; กิตติกร แสนสุวรรณ. 2555: ออนไลน์)

ด้านความศรัทธา ถือเป็นรูปแบบของพฤติกรรม ที่มีความรู้สึกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2546 (2546: 1093) ได้อธิบายความหมายของคำว่า ศรัทธาคือ ความเชื่อ ความเลื่อมใสต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจนยึดเป็นแนวคิด เป็นวิถีชีวิต และเป็นรูปแบบของพฤติกรรมในการแสดงออก ความศรัทธาเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความจงรักภักดี ความเพียรพยายามในการกระทำ ในการแสดงออก ความศรัทธาเป็นพฤติกรรมที่แสดงถึงความจงรักภักดี ความเพียรพยายามในการกระทำให้เกิดความสำเร็จ (ไชย ณ พล. 2536: 21-43) ความศรัทธาคือความเชื่อมั่นหรือความไว้วางใจในบุคคลหรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด อย่างเช่น ความรัก ความภักดี

ความไว้วางใจ ความศรัทธา เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งที่ ในการสร้างความสำเร็จขององค์การ ศรัทธา เป็นความเชื่อในบุคคลอื่นโดยไม่มี การบังคับ ศรัทธาเป็น ความคาดหวัง ความเชื่อ ความไว้วางใจและความมั่นใจในการกระทำของบุคคล (Hoy; & Kupersmith. 1992: 44) ความศรัทธา เป็นพื้นฐานของความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับผู้ตามที่ทำให้การปฏิบัติงานประสบความสำเร็จมากที่สุด (Ouchi. 1981: 12) ศรัทธาเป็นขอบเขตที่บุคคลหนึ่งมีความเชื่อถือ ไว้วางใจในบุคคลอื่น การที่บุคคลหนึ่ง จะมีความศรัทธาต่อบุคคลหนึ่งนั้น แสดงว่าบุคคลผู้นั้นมั่นใจและไว้วางใจในการกระทำของบุคคลที่ตนศรัทธา (McCallister. 1993: 1010) การสร้างความศรัทธาถือเป็นบทบาทหน้าที่ที่สำคัญอย่างหนึ่งของผู้บริหาร และบุคลากรในโรงเรียน ซึ่งความศรัทธาจะนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโรงเรียน (Fisher; & Ellis. 1990: 28-29; Jones; Hendrick; & Epstein. 1979: 156) และจะนำไปสู่ความมีประสิทธิภาพในโรงเรียน

อายุ ศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัย ซึ่งอายุเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดฐานะของบุคคลในสังคม บุคคลที่มีอายุต่างกันจะมีความคิดเห็น และการปฏิบัติที่แตกต่างกัน เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงประสบการณ์ในชีวิต (ปรเม สตะเวทิน. 2533: 27) ตั้งผลการวิจัยชงชัย สันติวงษ์; และ ชัยยศ สันติวงษ์ (2533: 54); มามี โชติมา (2546: 68) ศึกษาความต้องการของผู้ปกครองในการจัดการศึกษาของโรงเรียนอนุบาลโชติมา เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ปกครองที่มีอายุแตกต่างกัน มีความต้องการให้โรงเรียนอนุบาลโชติมาจัดการศึกษาแตกต่างกัน ในทุกด้านทั้ง 4 ด้าน คือ 1) ด้านการจัดประสบการณ์และกิจกรรมการเรียนการสอน 2) ด้านการจัดสภาพแวดล้อมในโรงเรียน 3) ด้าน การจัดการบริการนักเรียน และ 4) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง

ระดับการศึกษา ศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัย เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์ (2539: 5) กล่าวว่า ผู้ที่มีความคิด มีปัญญา และมีวิสัยทัศน์ จะสามารถสร้างประสิทธิผลให้เกิดกับองค์การ สอดคล้องกับแนวคิด บีเวอร์ (Bever. 1987: 12; อ้างอิงจาก วิไลวรรณ วิทยารธรรมช. 2543: 45) ได้กล่าวว่าบิดามารดาที่มีการศึกษาในระดับสูงมักคาดหวังส่งเสริมให้ลูกมีการศึกษาในระดับสูงด้วย เพราะถือว่าการศึกษา เป็นวิถีทางสำคัญในการก้าวสู่ความสำเร็จในหน้าที่การงาน และเกียรติยศ ชื่อเสียงของลูกและครอบครัวในอนาคต ถ้าระดับการศึกษาของบิดามารดาต่ำ ก็จะขาดความรู้หรือมองไม่เห็นความสำคัญทางการศึกษา ทำให้ความคาดหวังทางการศึกษาต่ำลงไปด้วย หรือไม่คาดหวังทางการศึกษา แต่จะคาดหวังด้านการทำงานบ้านแบ่งเบาภาระและหารายได้หรือประกอบอาชีพมากกว่า เช่นเดียวกับ สุภร วัฒนพฤกษา (2538: บทคัดย่อ; อ้างอิงจาก นิภา รักผกาวงศ์. 2546: 47) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนแตกต่างกัน มิได้มีความคิดเห็นเหมือนกันหมดทุกคน แต่ไม่อาจยืนยันได้เสมอไปว่า ผู้ที่ได้รับการศึกษาสูงจะมีความคิดที่ดีกว่ากันได้

อาชีพ ศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัย อาชีพของผู้ปกครอง สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของบุคคลยังคงถูกกำหนดด้วยอาชีพ (สุภางค์ จันทวานิช. 2534: 1) อาชีพเป็นตัวบ่งชี้ถึงสถานภาพที่ดีที่สุด และยังเป็นตัวบ่งชี้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ เช่น ค่าจ้าง เงินเดือน

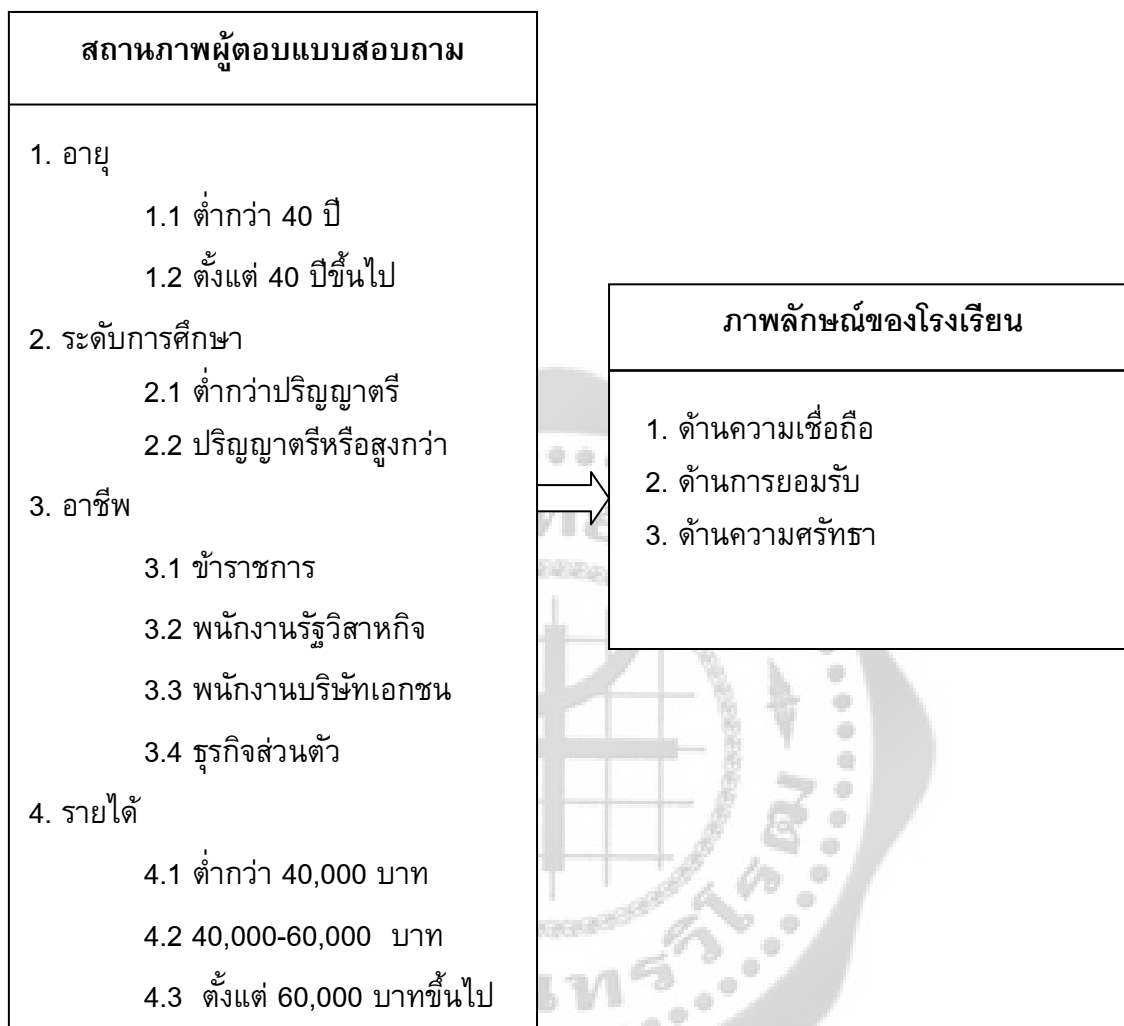
รายได้ และสถานภาพที่สูงขึ้น ย่อมต้องอาศัยกระบวนการขัดเกลาทางสังคมทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน ตลอดจนสถาบันทางการศึกษาเป็นสำคัญ ผู้ปกครองที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ต่างกันโอกาสเลื่อนชั้นทางสังคมก็ต่างกัน ดังนั้นอาชีพของผู้ปกครองจึงเป็นตัวกำหนดสถานภาพ ของบุคคลในสังคม จึงส่งผลต่อการเลื่อนสถานภาพทางสังคมของบุตรด้วย ลิปเซท; และเบอร์ดิค (Lipset; & Berdix. 1960: 184; อ้างอิงจาก สุรัตน์ ไชยชมภู. 2535: 48) กล่าวว่า อาชีพของบิดา มารดา มีความสำคัญต่อการเลื่อนสถานภาพทางสังคมได้มากน้อยเพียง ไດนั้น ขึ้นอยู่กับความ ต้องการที่จะส่งเสริมบุตรจากบิดา มารดา ในอาชีพต่าง ๆ อาชีพของบิดามารดา มีความสำคัญต่อ การเจริญก้าวหน้าของบุตร

รายได้ ศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัย พบว่า รายได้เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงคุณภาพ ชีวิตที่ดี (Walton. 1975: 91-117) ความคาดหวังของผู้ปกครองต่อพฤติกรรมของนักเรียนตามการ รับรู้ของนักเรียนพบว่าอาชีพ และรายได้ของ บิดา มารดา เป็นปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อการให้ลูกได้รับ การศึกษา โดยบิดา มารดา ที่ประกอบอาชีพในวิชาชีพสูง รายได้สูง หรือประกอบอาชีพที่มีรายได้ สูง จะสนับสนุนหรือคาดหวังให้ลูกเรียนต่อมากกว่า หรือสนับสนุนการเรียนได้มากกว่า ซึ่ง วราภรณ์ บุญประกอบผล (2543: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิตการทำงาน ผลการศึกษา พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานคือ สภาพตำแหน่ง เงินเดือน อายุราชการ สอดคล้อง กับมานูญ เพ็ชรแสง (2555: ออนไลน์) ที่พบว่าคุณภาพชีวิตการปฏิบัติงานของพนักงานในสำนัก งานใหญ่ ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพระดับการศึกษา อายุงาน ตำแหน่ง รายได้ต่อเดือน และฝ่ายงาน พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอายุงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นเดียวกับพัทนัย แก้วแพง; และคณะ (2549: 112) ที่พบว่าระยะเวลาปฏิบัติงานสุขภาพกายและจิต ชีวิตการทำงาน และรายได้ (เงินเดือน) และ สวัสดิการมีอิทธิพลด้านบวกต่อคุณภาพชีวิต

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาภาพลักษณ์ของ โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ผู้วิจัยได้นำไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดกรอบแนวคิด ในการวิจัย ดังภาพประกอบ 1

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ ดังนี้

1. ผู้ปกครองนักเรียนที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนแตกต่างกัน
2. ผู้ปกครองนักเรียนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนแตกต่างกัน
3. ผู้ปกครองนักเรียนที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนแตกต่างกัน
4. ผู้ปกครองนักเรียนที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอตามหัวข้อตามลำดับ ต่อไปนี้

1. หลักการ แนวคิด การจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชน
 - 1.1 ความเป็นมาของการศึกษาโรงเรียนเอกชน
 - 1.2 ประเภทและระดับการศึกษาของโรงเรียนเอกชน
 - 1.3 การบริหารโรงเรียนเอกชน
 - 1.4 การจัดการศึกษานอกระบบ
 - 1.4.1 ความหมายและความสำคัญของการศึกษานอกระบบ
 - 1.4.2 ประเภทของกิจกรรมการศึกษานอกระบบ
 - 1.4.3 แนวคิด หลักการ ความเชื่อพื้นฐานและหลักการศึกษานอกระบบ
 - 1.4.4 ปรัชญาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษานอกระบบ
 - 1.5 บริบทของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ
2. หลักการ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์
 - 2.1 ความหมายของภาพลักษณ์
 - 2.2 ความสำคัญของภาพลักษณ์
 - 2.3 ประเภทของภาพลักษณ์
 - 2.4 องค์ประกอบภาพลักษณ์
 - 2.5 วิธีการค้นหาภาพลักษณ์
 - 2.6 การเกิดภาพลักษณ์และกระบวนการรับรู้ภาพลักษณ์
 - 2.7 ทฤษฎีการบริหารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์
3. ภาพลักษณ์โรงเรียน
 - 3.1 ด้านความเชื่อถือ
 - 3.2 ด้านการยอมรับ
 - 3.3 ด้านความศรัทธา
4. วรรณกรรมตัวแปรอิสระ
 - 4.1 อายุ
 - 4.2 ระดับการศึกษา

4.3 อาชีพ

4.4 รายได้

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 งานวิจัยในประเทศ

5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

1. หลักการ แนวคิด การจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชน

โรงเรียนเอกชน เป็นสถาบันการศึกษาที่เอกชน หรือคณะบุคคลเป็นผู้จัดตั้งขึ้น โดยใช้ทรัพยากรหลักทั้งบุคคล ทุนทรัพย์และวัสดุอุปกรณ์ภาคเอกชน ซึ่งจัดขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการจัดการศึกษาเพื่อประโยชน์ สำหรับบุคคลเฉพาะกลุ่ม (ศรีราชา เจริญพานิช; และคนอื่นๆ. 2548: 14) การจัดการศึกษาของเอกชนมีความสำคัญต่อการพัฒนาคน และประเทศชาติ โดยปรากฏอยู่ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 มาตรา 49 วรรคสาม ได้กำหนดไว้ว่า "การจัดการศึกษาอบรมขององค์กรวิชาชีพหรือเอกชน การศึกษาทางเลือกของประชาชน การเรียนรู้ด้วยตนเอง และการเรียนรู้ตลอดชีวิต ย่อมได้รับการคุ้มครอง และส่งเสริมที่เหมาะสมจากรัฐ" และพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 กำหนดหลักการสำคัญเกี่ยวกับการบริหารจัดการศึกษา เฉพาะการบริหารจัดการศึกษาเอกชน ให้เอกชนมีอิสระในการบริหารจัดการ โดยมีแนวปฏิบัติในการ กำกับ ติดตาม ประเมินคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาเช่นเดียวกับสถานศึกษาของรัฐ และให้รัฐกำหนดนโยบาย และมาตรการที่ชัดเจนในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเอกชนในการจัดการศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. 2531: 22 – 23; อ้างอิงจาก พรนิชา ปัญญาแหว. 2553: 12)

1.1 ความเป็นมาของการศึกษาโรงเรียนเอกชน

ประวัติความเป็นมา การจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชน เอกชนมีบทบาทในการจัดการศึกษาของชาติมาเป็นเวลานาน เริ่มต้นด้วยการจัดการศึกษาในวัง วัด และบ้าน โดยมีพระหรือเจ้านายในราชินิกุลเป็นผู้สอน ผู้เรียนจะมาจากราชตระกูล หรือครอบครัวขุนนาง ประชาชนได้รับการศึกษาที่จัดโดยเอกชนในลักษณะนี้น้อยมาก การจัดการศึกษาเอกชนดำเนินต่อเนื่องมาจนถึงสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ และมีการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาเอกชนหลายประการ เพื่อความชัดเจน จึงขอเสนอเป็น 2 ระยะ คือ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. 2531: 22 – 23; อ้างอิงจาก พรนิชา ปัญญาแหว. 2553: 11)

- ระยะก่อนประกาศใช้พระราชบัญญัติโรงเรียนราษฎร์ (พ.ศ. 2325 – 2461)

รัฐได้เปิดโอกาสให้เอกชนดำเนินการอย่างอิสระ โดยไม่มีการควบคุม จนถึงรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ. 2411 – 2453) มีการกำหนด นโยบายการจัดการศึกษาเอกชน ขึ้นเป็นครั้งแรกในโครงการศึกษา ร.ศ. 117 (พ.ศ. 2411) คณะมิสชันนารีชาว

อเมริกันได้จัดตั้งโรงเรียนเซนต์คิกดีนบารุง และโรงเรียนเซนต์คิกดีนออกบารุงขึ้น เพื่อเผยแพร่คริสต์ศาสนา มีได้มุ่งสอนภาษา หรือวิทยาการเท่านั้น โดยรัฐจะควบคุมดูแลเฉพาะโรงเรียนเซนต์คิกดีนบารุงเท่านั้น ต่อมารัฐได้เร่งให้มีการจัดตั้งโรงเรียนของรัฐ และสนับสนุนให้มีการจัดตั้งโรงเรียนเอกชนโดยคนไทย ในปี พ.ศ. 2442 ได้มีการจัดตั้งโรงเรียนบารุงวิชา ซึ่งเป็นโรงเรียนเอกชนแห่งแรกที่มีคนไทยเป็นเจ้าของ ต่อมาในต้นรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว โรงเรียนเซนต์คิกดีนได้เปลี่ยนชื่อเป็นโรงเรียนบุคคลตามระเบียบการศึกษาสำหรับประเทศสยาม พ.ศ. 2454

- ระยะเวลาหลังประกาศใช้พระราชบัญญัติโรงเรียนราษฎร์ (พ.ศ. 2461 – ปัจจุบัน)

พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงมีพระบรมราชโองการให้ตราพระราชบัญญัติโรงเรียนราษฎร์ พ.ศ. 2461 ขึ้นเป็นฉบับแรก เพื่อควบคุมให้โรงเรียนเอกชน จัดการเรียนการสอนด้วยภาษาไทย และเน้นความจงรักภักดีต่อประเทศชาติ ในปี 2464 ได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติประถมศึกษาฉบับแรก ต่อมาเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการปกครอง มาเป็นระบอบประชาธิปไตย รัฐบาลต้องการที่จะขยายการศึกษาให้แพร่หลายออกไป ประกอบกับได้มีการรับรองวิถีสอนและมาตรฐานของโรงเรียนราษฎร์ให้เท่าเทียมกับโรงเรียนของรัฐ จึงทำให้โรงเรียนราษฎร์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในที่สุดรัฐได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติโรงเรียนราษฎร์ฉบับที่ 2 ขึ้น ในปี พ.ศ. 2479 โดยนำพระราชบัญญัติฉบับแรกมาปรับปรุงให้มีรายละเอียดชัดเจนขึ้น โดยเฉพาะการเพิ่มอำนาจของรัฐในการลงโทษโรงเรียนราษฎร์ที่ปฏิบัติผิดพระราชบัญญัตินี้

ต่อมา รัฐได้ประกาศใช้แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2503 และขยายการศึกษาภาคบังคับเป็น 7 ปี ทำให้การจัดการศึกษาของรัฐขยายตัวมากขึ้น รัฐได้สนับสนุนให้เอกชนร่วมดำเนินการมากขึ้น ต่อมาในปี พ.ศ. 2515 ได้มีการจัดตั้ง สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ขึ้นเป็นหน่วยงานระดับสูง ในกระทรวงศึกษาธิการ ทำหน้าที่ควบคุมดูแลรับผิดชอบกิจการโรงเรียนราษฎร์ให้ได้มาตรฐานทัดเทียมโรงเรียนของรัฐ และเรียก “โรงเรียนราษฎร์” ใหม่ว่า “โรงเรียนเอกชน” นอกจากนั้นยังได้ปรับปรุงแก้ไข พระราชบัญญัติโรงเรียนราษฎร์ โดยตราเป็นพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2525 ขึ้นใช้บังคับจนถึงปลายปี พ.ศ. 2550 จนกระทั่งมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2551 จนถึงปัจจุบันเอกชนมีส่วนร่วมบุกเบิกการศึกษาในระบบและมีบทบาทในการจัดการศึกษาควบคู่กับรัฐมาโดยตลอด แม้ว่าในช่วงแรก จะมุ่งเผยแพร่ศาสนาเพียงอย่างเดียว ซึ่งต่อมาได้มีบุคคลทั่วไปสนใจลงทุน และดำเนินการในเชิงธุรกิจการศึกษา โดยให้บริการการศึกษาตั้งแต่ระดับอนุบาล ถึงระดับอุดมศึกษา การศึกษาเอกชนจึงมีบทบาทสำคัญหลายประการ เช่นบทบาทในการจัดการศึกษาในส่วนที่รัฐจัดไม่ได้ บทบาทในการจัดการศึกษาที่ตอบสนองความต้องการของผู้ปกครองบทบาทในการผลิตบัณฑิตในสาขาวิชาชีพต่างๆ โดยเฉพาะ สาขาวิชาชีพที่ขาดแคลน บทบาทในการอำนวยความสะดวกให้ชุมชนได้มีสถานศึกษาใกล้บ้าน เป็นผู้นำในการนำวิทยาการและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการจัดการเรียนการสอนเพื่อให้มีคุณภาพมากขึ้น รวมทั้งการศึกษาเอกชนยังร่วมสนับสนุน

การศึกษาของรัฐในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้มีคุณภาพ เท่าเทียมกับนานาชาติประเทศ (ประทีน วิเศษสุวรรณ. 2545: 17)

1.2 ประเภทและระดับการศึกษาของโรงเรียนเอกชน

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 เน้นย้ำการให้ความสำคัญกับการจัดการศึกษาเอกชน ดังเช่นบทบัญญัติที่ว่า

มาตรา 43 บุคคลย่อมมีสิทธิเสมอกันในการรับการศึกษาขั้นพื้นฐานไม่น้อยกว่าสิบสองปีที่รัฐจัดจัดให้อย่างทั่วถึงและมีคุณภาพโดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย

ตามเจตนารมณ์ดังกล่าวได้บัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 เช่น หมวด 2 มาตรา 12 ที่ให้เอกชนมีสิทธิในการจัดการศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. 2545: 3) หมวด 5 การบริหารและการจัดการศึกษาเอกชน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ซึ่งมีหน้าที่ในการส่งเสริมและดูแลโรงเรียนเอกชน ตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2525 ซึ่งมาตรา 15 แห่งพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2525 ได้แบ่งลักษณะหรือประเภทของโรงเรียนเอกชนเป็น 3 ลักษณะคือ (สุพล อนามย์. 2549: 14 -18)

1. โรงเรียนที่จัดการศึกษาตามหลักสูตรกระทรวงศึกษาธิการ และจัดเป็นรูปแบบการศึกษาในระบบ
2. โรงเรียนที่จัดการศึกษาตามหลักสูตรกระทรวงศึกษาธิการ และจัดเป็นรูปแบบการศึกษานอกระบบ
3. โรงเรียนที่จัดการศึกษาให้แก่บุคคลที่มีลักษณะพิเศษหรือผิดปกติทางร่างกาย และจัดเป็นรูปแบบการศึกษาพิเศษ

ซึ่งรูปแบบการศึกษาและประเภทการจัดการศึกษา สามารถจำแนกได้ดังนี้ (สุพล อนามย์. 2549: 17)

1. รูปแบบการศึกษาในระบบ แบ่งเป็น 2 ประเภท

1.1 ประเภทสามัญ เป็นการจัดการศึกษาวิชาสามัญในระดับการศึกษาต่างๆ ตามหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการ

1.2 ประเภทอาชีวศึกษา เป็นการจัดการอาชีวศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีในหลักสูตรต่างๆ ตามหลักสูตรกระทรวงศึกษา

2. รูปแบบการศึกษานอกระบบ แบ่งเป็น 7 ประเภท

2.1 ประเภทการศึกษานอกโรงเรียน เป็นการจัดการเรียนการสอนวิชาสามัญตามหลักสูตรมัธยมศึกษาตอนปลายนอกโรงเรียน

2.2 ประเภทเฉพาะกาล เป็นการจัดการเรียนการสอนโดยมีการกำหนดเวลาการศึกษาเป็นครั้งคราว

2.3 ประเภทสอนศาสนา เป็นการจัดการศึกษาเกี่ยวกับศาสนา

2.4 ประเภทส่งคำสอน เป็นการจัดการเรียนการสอนโดยวิธีส่งคำสอนให้แก่ผู้เรียน

2.5 ประเภททววิชา เป็นการจัดการเรียนการสอนเพื่อเสริมความรู้ให้แก่ผู้เรียนในบางวิชา

2.6 ประเภทศิลปศึกษา เป็นการจัดการเรียนการสอนในทางศิลปะต่างๆ

2.7 ประเภทอาชีพศึกษา เป็นการจัดการเรียนการสอนเกี่ยวกับวิชาชีพและการอาชีพในสาขาต่างๆ ในระยะสั้นๆ

1.3 การบริหารโรงเรียนเอกชน

การบริหารโรงเรียนเอกชนนั้นได้พัฒนา การบริการให้สอดคล้องกับยุคสมัยตลอดมา ทั้งนี้ก็เพื่อต้องการให้การศึกษาของเอกชนได้มาตรฐาน มีคุณภาพ การบริหารการศึกษาเอกชนในสมัยเริ่มต้นนั้น ยังไม่มีรูปแบบ และโครงสร้างที่ชัดเจน แต่จะมีลักษณะเป็นงานที่ง่าย ๆ เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการจัดการศึกษาเอกชน ในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 หมวดที่ได้มีการกระจายอำนาจโดยกำหนดให้ ในจังหวัดหนึ่ง นอกจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้มีกลุ่มส่งเสริมสถานศึกษาเอกชนเป็นส่วนราชการ ในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเขตใดเขตหนึ่ง มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการจัดการศึกษาเอกชน ที่อยู่ในจังหวัดนั้น สำหรับโครงสร้างการบริหารโรงเรียนเอกชน ประกอบด้วย ผู้รับใบอนุญาตให้จัดตั้งโรงเรียนจะมีตำแหน่งเป็นประธานของคณะกรรมการอำนวยการ สำหรับตำแหน่งผู้อำนวยการ อาจารย์ใหญ่หรืออาจารย์เป็นเพียงตำแหน่งที่ใช้เรียกกันในโรงเรียนเท่านั้น สำหรับชื่อที่ถูกต้องตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 คือ ผู้จัดการ ผู้อำนวยการ

ในพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2550 ให้ผู้รับใบอนุญาตแต่งตั้ง ผู้อำนวยการหนึ่งคนเป็นผู้ดูแล รับผิดชอบการบริหารจัดการโรงเรียนในระบบ หรือผู้รับใบอนุญาตจะไม่แต่งตั้งผู้อำนวยการก็ได้ ผู้รับใบอนุญาตจะแต่งตั้งรองผู้อำนวยการคนหนึ่ง หรือหลายคนเพื่อปฏิบัติหน้าที่ตามที่ผู้อำนวยการมอบหมายก็ได้ ในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ได้กำหนด หลักการบริหาร และการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชน ให้มีฐานะเป็นนิติบุคคล และมีคณะกรรมการบริหาร เพื่อทำหน้าที่บริหาร และจัดการศึกษาโรงเรียนเอกชนให้มีความเป็นอิสระ โดยมีการกำกับติดตามการประเมินคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาเช่นเดียวกับสถานศึกษาของรัฐพระราชบัญญัติการศึกษาเอกชน พ.ศ. 2550 ได้กำหนดหน้าที่ และความรับผิดชอบของผู้จัดการ ไว้ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. 2531: 25-27; อ้างอิงจาก พรนิจา ปัญญาแวว. 2553: 14-16)

1. ดูแลรับผิดชอบงานด้านวิชาการของโรงเรียน
2. แต่งตั้งและถอดถอนครู บุคลากรทางการศึกษา และเจ้าหน้าที่ของโรงเรียนตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนด
3. ควบคุมปกครองครู บุคลากรทางการศึกษา และนักเรียนของโรงเรียน
4. จัดทำทะเบียนครู บุคลากรทางการศึกษา เจ้าหน้าที่ นักเรียน และเอกสารอื่นที่เกี่ยวข้องกับการให้การศึกษาตามระเบียบที่คณะกรรมการกำหนด
5. จัดทำหลักฐานเกี่ยวกับการวัดผลประเมินผลการศึกษาตามที่คณะกรรมการกำหนด
6. ปฏิบัติหน้าที่อื่นอันเกี่ยวกับวิชาการตามระเบียบ และข้อบังคับของทางราชการ รวมทั้งตราสาร จัดตั้งนโยบาย ระเบียบและข้อบังคับของโรงเรียน

นอกจากนี้ให้โรงเรียนในระบบ มีคณะกรรมการบริหาร ประกอบด้วย ผู้รับใบอนุญาต ผู้จัดการ ผู้อำนวยการ ผู้แทนผู้ปกครอง ผู้แทนครู และผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อยหนึ่งคนแต่ไม่เกินสามคน มีหน้าที่เป็นกรรมการ ในกรณีที่ผู้รับใบอนุญาตเป็นบุคคลเดียวกับผู้จัดการหรือผู้อำนวยการหรือเป็นบุคคลเดียวกันทั้งสามตำแหน่ง ให้ตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งหรือสองคนแล้วแต่กรณี

คณะกรรมการบริหารโรงเรียนในระบบ มีหน้าที่ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. 2531: 33; อ้างอิงจาก พรนวิชา ปัญญาแวว. 2553: 16)

1. ออกระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ของโรงเรียนในระบบ
2. ให้ความเห็นชอบนโยบาย และแผนพัฒนาการศึกษาของโรงเรียนในระบบ
3. ให้คำแนะนำการบริหารและการจัดการโรงเรียนในระบบด้านบุคลากร แผนงานงบประมาณ วิชาการ กิจกรรมนักเรียน อาคารสถานที่ และความสัมพันธ์กับชุมชน
4. กำกับดูแลให้มีระบบการประกันคุณภาพภายในโรงเรียนในระบบ
5. ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหาร
6. ให้ความเห็นชอบการกัวยืมเงินครั้งเดียวหรือหลายครั้งรวมกันเกินร้อยละยี่สิบห้าของมูลค่าของทรัพย์สินที่โรงเรียนในระบบมีอยู่ในขณะนั้น
7. ให้ความเห็นชอบการกำหนดค่าธรรมเนียมการศึกษาและค่าธรรมเนียมอื่นของโรงเรียนในระบบ
8. ให้ความเห็นชอบรายงานประจำปี งบการเงินประจำปี และการแต่งตั้งผู้สอบบัญชี
9. พิจารณาคำร้องทุกข์ของครู ผู้ปกครองและนักเรียน
10. ดำเนินการอื่นตามที่กฎหมายระบุให้เป็นอำนาจหน้าที่ของคณะกรรมการบริหาร

1.4 การจัดการศึกษานอกระบบ

การศึกษานอกระบบ (Non Formal Education) หมายถึง กิจกรรมการศึกษาทุกประเภทที่จัดขึ้น สำหรับประชาชนวัยผู้ใหญ่ที่อยู่นอกระบบโรงเรียน แต่ต่อมามีการจัดบริการ การศึกษาลักษณะนี้ครอบคลุมทุกช่วงอายุ (วิศน์ ศิลตระกูล. 2544: 4)

หลักการจัดการศึกษานอกระบบ ยึดหลักการ และความมุ่งหมายโดยภาพรวม ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ ควบคู่กับหลักการ การศึกษานอกระบบ หลักความเสมอภาค การมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบ กระบวนการเรียนรู้ ความหลากหลาย ความยืดหยุ่น การบูรณาการ การกระจายอำนาจ เพื่อให้การศึกษานอกระบบ เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน ความเชื่อพื้นฐานของการจัดการศึกษานอกระบบ เป็นความเชื่อที่แสดงจุดยืนอย่างชัดเจนว่า การศึกษาอาจเกิดขึ้นได้ทุกหนทุกแห่ง ไม่เฉพาะในโรงเรียนเท่านั้น (อัญชลี ธรรมะวิสิฏกุล. 2556: ออนไลน์)

1.4.1 ความหมายและความสำคัญของการศึกษานอกระบบ

ความหมายของการศึกษานอกระบบมีนักวิชาการ ให้ความหมายไว้ ดังนี้

สุมาลี สังข์ศรี (2544: 93) กล่าวถึง การศึกษานอกระบบว่า การจัดกิจกรรม การศึกษานอกระบบ เพื่อให้บริการแก่กลุ่มเป้าหมายที่เน้นประชากร ได้แก่ ประชากรก่อนวัยเรียน ประชากรที่อยู่ในวัยเรียน แต่พลาดโอกาสการศึกษาในระบบต่างๆ ตลอดจนประชากรที่มีอายุพ้นวัยเรียนในระบบโรงเรียนไปแล้ว โดยกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่ยืดหยุ่น และสอดคล้องกับ สภาพความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายเป็นการศึกษาที่มีความยืดหยุ่นในด้านหลักสูตร เวลาเรียน สถานที่เรียน วิธีเรียน การวัดผลประเมินผล ในด้านผู้เรียนไม่มีข้อจำกัดด้านอายุ อาชีพ พื้นฐานการศึกษา เน้นการเรียนเรื่องสภาพปัจจุบัน เพื่อแก้ไขปัญหาในชีวิตประจำวัน หน่วยงานที่ จัดมีทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน (กระทรวงศึกษาธิการ. 2546: 8) การจัดการศึกษานอกระบบ เป็นการให้บริการแก่กลุ่มเป้าหมายประชากรนอกระบบ มีกระบวนการจัดการเรียนการสอน สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย (สำนักบริหารงานการศึกษานอกโรงเรียน. 2547: 24) โดยมีกิจกรรมทางการศึกษาทุกรูปแบบ ที่จัดบริการทุกเพศทุกวัย โดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อให้ผู้เรียนได้รับความรู้ทั้งในด้านที่จะเป็นพื้นฐานแก่การดำรงชีวิตการอ่านเขียนการคิดคำนวณ เบื้องต้น ความรู้ทางด้านทักษะ การประกอบอาชีพ เพื่อเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตและปรับตัวเข้ากับสภาพสังคมสิ่งแวดล้อม ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้อย่างเหมาะสม (สมบัติ สุวรรณพิทักษ์. 2549: 196-197) สอดคล้องกับแนวคิดของ สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษา ตามอัธยาศัย (2551: 6)ที่อธิบายถึงการศึกษานอกระบบคือประสบการณ์และกิจกรรมทางการศึกษา ทุกรูปแบบที่จัดขึ้นแก่ประชาชน ที่อยู่นอกระบบโรงเรียน เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้พื้นฐานในการ ประกอบอาชีพและความรู้ด้านอื่นๆ เพื่อเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตอย่างมีคุณธรรมบนพื้นฐาน ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

นอกจากนี้ พระราชบัญญัติส่งเสริมการศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย พ.ศ. 2551 ในมาตรา 4 ให้ความหมายของการศึกษานอกระบบ ว่าเป็นกิจกรรมการศึกษาที่มีกลุ่มเป้าหมายผู้รับบริการ และวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้ที่ชัดเจน มีรูปแบบ หลักสูตร วิธีการจัด และระยะเวลาเรียนหรือฝึกอบรมที่ยืดหยุ่นและหลากหลายตามสภาพความต้องการและศักยภาพในการเรียนรู้ของกลุ่มเป้าหมายนั้นและมีวิธีการวัดผลประเมินผลการเรียนรู้ที่มีมาตรฐานเพื่อรับคุณวุฒิทางการศึกษาหรือเพื่อจัดระดับผลการเรียนรู้ (กระทรวงศึกษาธิการ. 2551: 2) การศึกษานอกระบบเป็นแนวทางหนึ่งในการจัดการศึกษา ซึ่งเปิดโอกาสให้กับผู้เรียนที่ไม่ได้เข้ารับการศึกษาระบบโรงเรียนตามปกติ ได้มีโอกาสศึกษา หาความรู้ พัฒนาตนเอง ให้สามารถดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุข (อาชัญญา รัตนอุบล. 2542: 1) ซึ่งการศึกษานอกระบบเป็นส่วนหนึ่ง ของการศึกษาตลอดชีวิต ที่มีส่วนเชื่อมโยงอย่างแนบแน่นและต่อเนื่องกับการศึกษาในระบบโรงเรียนและการศึกษาตามอัธยาศัย (รณรงค์ เมฆานุกวัฒน์. 2543: 6-7) ในปัจจุบันการศึกษานอกระบบมีความสำคัญ และจำเป็นมากขึ้นในทุกประเทศ เพราะการศึกษามีได้สิ้นสุดลงเมื่อคนก้าวพ้นโรงเรียน หากแต่เปิดโอกาสให้ผู้ที่ต้องการ และสนใจสามารถเข้าเรียนได้ตามความจำเป็น (สำนักบริหารงานการศึกษานอกโรงเรียน. 2547: 19)

สรุปได้ว่าการศึกษานอกระบบหมายถึง การศึกษาที่มีรูปแบบกระบวนการจัดกิจกรรมหรือประสบการณ์ในการเรียนรู้ที่หลากหลาย มีความยืดหยุ่นสูง จัดการศึกษาตามความต้องการของผู้เรียนและศักยภาพ เพื่อนำความรู้ไปใช้ในการประกอบอาชีพ เป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างสงบสุข

1.4.2 ประเภทของกิจกรรมการศึกษานอกระบบ

การศึกษานอกระบบที่จัดอยู่ในประเทศไทยในปัจจุบันสามารถแบ่งกลุ่ม เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. 2553: 29 - 30)

1. กิจกรรมประเภทให้ความรู้ หรือการศึกษาพื้นฐาน กิจกรรมในกลุ่มนี้ เป็นการจัดเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ ความสามารถในการอ่าน เขียน มีความรู้ในด้านการคิดคำนวณ รู้เรื่องราวที่จำเป็น และเกี่ยวข้องกับสภาพความเป็นอยู่ในชีวิตประจำวัน สภาพแวดล้อม สังคม ประเพณีและวัฒนธรรม อันจะเป็นความรู้พื้นฐานในการดำรงชีวิต หรือจะพัฒนาความรู้ในระดับสูงขึ้นไป
2. กิจกรรมประเภทให้ความรู้ และทักษะชีวิตทางด้านวิชาชีพ กิจกรรมในกลุ่มนี้จัดขึ้นเพื่อให้ความรู้ ให้การอบรมทางด้านวิชาชีพต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เกี่ยวกับอาชีพในท้องถิ่น อาชีพที่เพิ่มพูนรายได้ ทั้งนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะให้กลุ่มเป้าหมายได้มีความรู้ มีทักษะในการประกอบอาชีพเพื่อจะนำมาประกอบอาชีพของตนหรือสร้างอาชีพใหม่เพื่อเพิ่มพูนรายได้

3. กิจกรรมประเภทให้บริการข่าวสารข้อมูล กิจกรรมประเภทนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับความรู้และข่าวสารต่าง ๆ ที่ทันเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เช่น ข่าวเกี่ยวกับการเกษตร ผลผลิต ข่าวสารสุขภาพอนามัย สิ่งแวดล้อม

1.4.3 แนวคิด หลักการ ความเชื่อพื้นฐานและหลักการศึกษานอกระบบ

ในการจัดการศึกษานอกระบบเป็นการจัดการศึกษาสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ใหญ่ และวัยรุ่นที่มีวุฒิภาวะ ความรู้ และประสบการณ์แตกต่างจากเด็ก การศึกษานอกระบบอาจพิจารณาได้ 2 มิติ คือ (อัญชลี ธรรมะวิธิกุล. 2556: ออนไลน์)

มิติที่ 1 เป็นการศึกษาที่จัดขึ้นนอกเหนือจากที่จัดในโรงเรียน โดยมีหลักสูตร วิธีการจัดการเรียนการสอน การวัดและประเมินผลเช่นเดียวกัน แต่ก็มีคามยืดหยุ่นสามารถปรับให้เหมาะสมกับสภาพของชุมชน ผู้เรียนสามารถนำเนื้อหาจากสภาพแวดล้อม หรือความต้องการของผู้เรียนมากำหนดเป็นหลักสูตรก็ได้ แนวคิดดังกล่าวให้ความสำคัญกับความเป็นมนุษย์ที่มีเลือดเนื้อ มีชีวิต จิตใจ มีอารมณ์ มีศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ มีเสรีภาพที่จะเลือกและตัดสินใจ สามารถรับผิดชอบต่อสิ่งที่ตนตัดสินใจ เป็นมนุษย์ที่พัฒนาได้ด้วยตนเอง มีใช้เครื่องจักรหรือผู้งานที่จะถูกใครบังคับชี้หน้าได้ โดยไม่ยินยอม มนุษย์เป็นผู้ที่สามารถคิดเองได้ สามารถคิดเป็น รู้จักผิดชอบชั่วดี ประเด็นสำคัญคือ มนุษย์สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง มีใช้ถูกสอน เมื่อเขาปรารถนาที่จะเรียน ก็จะขวนขวายที่จะเรียน และสามารถเรียนรู้ได้อย่างลึกซึ้งจนนำความรู้นั้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์แก่ตนเอง ครอบครัว และชุมชนของตนได้

มิติที่ 2 เป็นการศึกษาที่จัดขึ้นสำหรับผู้ที่ยอยู่นอกระบบโรงเรียน เป็นผู้ที่ไม่สามารถเข้าถึงบริการที่โรงเรียนจัดให้ได้ โดยข้อจำกัดต่าง ๆ ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ตลอดจนทางด้านร่างกาย จิตใจ ที่สำคัญคือส่วนใหญ่เป็นผู้ใหญ่ ซึ่งมีความรู้ และประสบการณ์ในการใช้ชีวิต และการทำงานมาระดับหนึ่งสามารถรับผิดชอบตนเองได้ การจัดการศึกษาจึงใช้หลักการสอนผู้ใหญ่ (Andragogy) เป็นหลักการสำคัญ นั่นก็คือ เป็นการจัดการศึกษาที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้เรียนและครูผู้สอนในการวางแผนการเรียนร่วมกัน ต้องเข้าใจเหตุผลของการเรียน มีเป้าหมายของการเรียนที่ชัดเจน ผู้เรียนสามารถเลือกวิธีเรียนที่เหมาะสมกับตนเองได้ ผู้เรียนจึงเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ที่จะร่วมตัดสินใจกับกลุ่มเพื่อนและครูว่าจะเรียนอะไร อย่างไร มีส่วนร่วมในการประเมินผลการเรียนของตนเอง ผู้จัดการศึกษาสำหรับผู้ที่ยอยู่นอกระบบโรงเรียนจะต้องเข้าใจธรรมชาติ จิตใจและอารมณ์ของกลุ่มเป้าหมายและจัดโอกาสให้เรียนด้วยตนเอง เรียนจากของจริง เอาความรู้ และประสบการณ์จากการทำงาน มาเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ด้วย การออกแบบการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนจะต้องคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ทั้งด้านร่างกาย ความคิด จิตใจ สติปัญญา และสภาพแวดล้อม ความเชื่อพื้นฐานที่สำคัญประการหนึ่งของการจัดการศึกษานอกระบบ ซึ่งเป็นลักษณะที่โดดเด่นของประเทศไทย คือ ความเชื่อที่ว่ามนุษย์ทุกคนต้องการความสุขเป็นเป้าหมายสูงสุดของชีวิต การคิดตัดสินใจ การเลือกกระทำหรือไม่กระทำใด ๆ ล้วนใช้เหตุผล ข้อมูลประกอบการคิดอย่างรอบด้านอย่างน้อย 3 ด้าน คือ ข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง ทั้งด้านร่างกาย สุขภาพ อนามัย จิตใจ ฐานะความ

เป็นอยู่ ข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ทั้งสังคม วัฒนธรรม ประเพณีและสภาพแวดล้อมทางกายภาพต่าง ๆ รวมทั้งข้อมูลทางวิชาการคือความรู้ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจนั้น ๆ การคิดแบบคิดเป็นจึงเป็นการใช้ข้อมูลประกอบการคิดอย่างรอบด้าน นำมาสู่การตัดสินใจเลือกที่จะเชื่อ เลือกที่จะกระทำ โดยสามารถอธิบายเหตุผลของตนเองได้ ซึ่งความคิดของแต่ละคนไม่จำเป็นต้องเหมือนกันเสมอไป การจัดการศึกษานอกระบบ จึงต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนคิดและตัดสินใจด้วยตนเองหัวใจสำคัญคือการยอมรับและเคารพในการตัดสินใจของผู้เรียน ซึ่งเป็นรากฐานของความเป็นประชาธิปไตย ในระดับพื้นฐานด้วย กลุ่มเป้าหมายการศึกษานอกระบบส่วนมากเป็นเยาวชนและผู้ใหญ่ ซึ่งเป็นผู้มีวุฒิภาวะ มีประสบการณ์ มีความรับผิดชอบในการประกอบอาชีพ ดูแลครอบครัว และมีข้อจำกัดมากมายในการเรียนรู้ ซึ่งลักษณะดังกล่าวทำให้การจัดการกระบวนการเรียนรู้ไม่เหมือนกับเด็กเพราะมีอะไรที่แตกต่างกันหลายอย่าง เช่น ความคิดอ่าน ประสบการณ์ ความพร้อม การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนจึงจำเป็นต้องสอดคล้องกับความต้องการและธรรมชาติของผู้เรียน ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม นำความรู้และประสบการณ์ที่มีอยู่มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน และส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง การศึกษานอกระบบ เป็นกระบวนการของการศึกษาตลอดชีวิต มีภารกิจสำคัญที่มุ่งให้ประชาชนได้รับการศึกษาอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะการศึกษาพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตตามมาตรฐานของสังคมซึ่งเป็นสิทธิที่คนทุกคนพึงได้รับนอกจากนั้นยังจะต้องได้รับการศึกษาที่ต่อเนื่องจากการศึกษาพื้นฐานนำความรู้ ไปพัฒนาอาชีพพัฒนาคุณภาพชีวิต และพัฒนาชุมชนและสังคมในที่สุดการจัดการกระบวนการเรียนรู้ การศึกษานอกระบบจึงยึดหลักการสำคัญ 5 ประการ คือ หลักความเสมอภาคทางการศึกษา หลักการพัฒนาตนเองและการพึ่งพาตนเอง หลักการบูรณาการการเรียนรู้และวิถีชีวิต หลักความสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน และหลักการเรียนรู้ร่วมกัน และการมีส่วนร่วมของชุมชน

หลักการศึกษานอกระบบ เป็นกระบวนการศึกษาตลอดชีวิต โดยมีหลักการสำคัญ 5 ประการ ดังนี้ (สำนักบริหารงานการศึกษานอกโรงเรียน. 2547: 28-29)

1. หลักความเสมอภาคทางการศึกษา กลุ่มเป้าหมายของการศึกษานอกระบบส่วนมากเป็นผู้พลาดโอกาส และผู้ด้อยโอกาสทางการศึกษา ซึ่งอาจมีความแตกต่างทางด้านสถานภาพในสังคม อาชีพเศรษฐกิจ และข้อจำกัดต่าง ๆ ในการจัดการศึกษาและกระบวนการเรียนรู้ออกนอกระบบ ต้องไม่มีการเลือกปฏิบัติ หากแต่สร้างความเสมอภาคในโอกาสทางการศึกษาและการเรียนรู้อย่างเท่าเทียมกัน

2. หลักการพัฒนาตนเอง และการพึ่งพาตนเองการจัดการศึกษานอกระบบ จะต้องจัดการเรียนการสอน และกระบวนการเรียนรู้เพื่อให้ผู้เรียนได้พัฒนาศักยภาพของตน สามารถเรียนรู้เกิดความสำนึกที่จะพัฒนาตนเองได้เป็นคนคิดเป็น ปรับตัวเพื่อให้ทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคม โดยเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา เรียนด้วยตนเอง พึ่งพาตนเอง เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอย่างเป็นปกติสุขท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสังคม

3. หลักการบูรณาการการเรียนรู้กับวิถีชีวิต หลักการนี้อยู่บนพื้นฐาน ของการจัดการ เรียนรู้ที่สัมพันธ์กับสภาพปัญหา วิถีชีวิต สภาพแวดล้อมและชุมชนท้องถิ่นของผู้เรียน ซึ่งเป็นหลัก การที่สำคัญในการจัดทำหลักสูตรสถานศึกษาซึ่งดังกล่าวส่งผลโดยตรงต่อการจัดกระบวนการเรียนรู การจัดการเรียนรู้เป็นลักษณะของการบูรณาการจึงมีความเหมาะสม โดยบูรณาการสาระต่าง ๆ เพื่อ การเรียนรู้ และบูรณาการวิธีการจัดการเรียนการสอน เพื่อนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของ ผู้เรียนอย่างเป็นองค์รวม

4. หลักความสอดคล้องกับปัญหาความต้องการและความถนัดของผู้เรียน หลักการนี้ เป็นการส่งเสริมให้ผู้เรียนรู้จักความต้องการของตนเอง สามารถจัดการศึกษาให้กับตนเองได้อย่าง เหมาะสม ครู กศน. มีบทบาทในการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเองของผู้เรียนโดยให้ผู้เรียน ร่วมกำหนดวัตถุประสงค์ สาระการเรียนรู้ วิธีการเรียน และการประเมินผลการเรียนรู้ของตนเอง ซึ่ง เป็นกระบวนการศึกษานอกระบบที่ผู้เรียนเป็นสำคัญ

5. หลักการเรียนรู้ร่วมกัน และการมีส่วนร่วมของชุมชน การเรียนรู้ร่วมกันในกลุ่ม ผู้เรียนนับว่าสำคัญ เป็นการส่งเสริม และสร้างกัลยาณมิตรในกลุ่มผู้เรียน ก่อให้เกิดความร่วมมือ ความผูกพัน เอื้ออาทร การช่วยกันและกัน ปลูกฝังวินัยในตนเอง ฝึกความรับผิดชอบ ซึ่งเป็นสิ่งที่ ควรเกิดขึ้นสำหรับผู้เรียนที่มีวุฒิภาวะ สำหรับการมีส่วนร่วมของชุมชน ก็นับว่าเป็นหลักการสำคัญ ในการจัดการศึกษานอกระบบ ชุมชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำหลักสูตร สถานศึกษา การ จัดสรรทรัพยากรเป็นแหล่งเรียนรู้ และสนับสนุนในเรื่องอื่น ๆ เพื่อผลิตผู้เรียนที่เป็นสมาชิกที่ดีของ ชุมชนต่อไป

จากข้อความข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การศึกษานอกระบบ เป็นกระบวนการจัด การศึกษาเพื่อสร้างความเสมอภาคและโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิตบนพื้นฐานของความต้องการ ความถนัด และความสนใจของผู้เรียนและสอดคล้องกับสภาพปัญหา วิถีชีวิต สภาพแวดล้อมโดยให้ ความสำคัญของการมีส่วนร่วมของผู้เรียนในการกำหนดวัตถุประสงค์สาระการเรียนรู้ วิธีเรียน เวลา เรียนและการวัดผลประเมินผลการเรียนรู้ด้วยตนเอง

1.4.4 ปรัชญาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษานอกระบบ

การจัดการศึกษานอกระบบมีปรัชญา ที่เป็นพื้นฐานของความคิดในการจัดกิจกรรม การเรียนรู้ ดังนี้ (สำนักงานบริหารการศึกษานอกโรงเรียน. 2547: 30 – 31)

1. ปรัชญาพัฒนาการนิยม (Progressivism) เน้นแนวคิดในเรื่องการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต ซึ่งเป็นการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา มุ่งการพัฒนาคุณภาพชีวิต พัฒนาสังคม

2. ปรัชญามนุษยนิยม (Humanism) ให้ความสำคัญกับการเป็นมนุษย์ ตระหนักถึง ความแตกต่างระหว่างบุคคล ยอมรับความแตกต่างนี้ น การพัฒนาคนจึงมุ่งไปที่การพัฒนาเป็น รายบุคคลจึงต้องคำนึงถึงความต้องการของบุคคล และยอมรับความรู้และประสบการณ์ของบุคคล ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้

3. ปรัชญาอัตถิภาวนิยม (Existentialism) เน้นความเคารพในเสรีภาพส่วนบุคคล การยอมรับผลของการกระทำและการตัดสินใจให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบของตนเองต่อการกระทำทางสังคม การจัดการศึกษาจึงมุ่งเสริมสร้างพลังในการพัฒนาและการตัดสินใจของบุคคล

4. ปรัชญาการศึกษาในกลุ่มปฏิรูปก้าวหน้า (Radicalism) กลุ่มปรัชญานี้เป็นที่รวมของแนวความคิดที่วิพากษ์การศึกษาที่จัดอยู่โดยทั่วไป มุ่งใช้การศึกษาเป็นกลไกของการแก้ปัญหาและแสวงหาทางออกในสังคม

5. ปรัชญาคิดเป็น (Khit Pen) เป็นปรัชญาพื้นฐานของการศึกษานอกระบบ คิดเป็นมีความเชื่อว่า มนุษย์ทุกคนต้องการความสุข แต่ความสุขของแต่ละคนแตกต่างกันเนื่องจากมนุษย์มีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ เช่น เพศ วัย สภาพสังคม สิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต ซึ่งทำให้ความต้องการและความสุขของแต่ละคนไม่เหมือนกัน

การจัดการเรียนรู้ตามหลักสูตรการศึกษานอกระบบระดับการศึกษาระดับปริญญา พ.ศ. 2551 เน้นการใช้ปรัชญาคิดเป็น ซึ่งได้มาจากปรัชญาทางพระพุทธศาสนา มีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 3 ประการ คือ ความรู้ที่เป็นความรู้ด้านวิชาการ ความรู้ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมและความรู้เกี่ยวกับตนเอง

จากข้อความข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การจัดการศึกษามีระบบปรัชญาที่เกี่ยวข้องเป็นพื้นฐานความคิดในการจัดกิจกรรมหลายปรัชญา หากพิจารณาถึงการศึกษานอกระบบที่จัดในประเทศไทยแล้ว อาจกล่าวได้ว่า การจัดการศึกษามีได้ยึดมั่นในปรัชญาใดปรัชญาหนึ่งโดยตรง แต่ได้ผสมผสานแนวความคิดจากแนวคิด หลักการ ภูมิปัญญา ประเพณี อารยธรรมตะวันออก เข้ามาเป็นพื้นฐานความคิดในการจัดการศึกษานอกระบบ

1.5 บริบทของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ (Waseda Japanese Language and Culture School)

โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ จัดตั้งขึ้นด้วยความร่วมมือระหว่างเครือสหพัฒน์ และมหาวิทยาลัยวาเซดะ ประเทศญี่ปุ่น ในเดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2545 ด้วยวัตถุประสงค์ที่จะจัดการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นในประเทศไทยที่ได้มาตรฐานและใช้งานได้จริง มีประสิทธิภาพ ทั้งสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยวาเซดะประเทศญี่ปุ่น และผู้ที่ทำงานประสงค์จะพัฒนาทักษะภาษาให้สามารถใช้งานได้คล่องแคล่วยิ่งขึ้น หรือผู้ที่มีความสนใจที่จะศึกษาต่อทางด้านภาษาญี่ปุ่นเพื่อเป็นพื้นฐานในการประกอบอาชีพต่อไป ซึ่งจะมีผลต่อการพัฒนาทางด้านการศึกษา อาชีพการงานและเศรษฐกิจของประเทศต่อไปในอนาคต

มหาวิทยาลัยวาเซดะเป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงของประเทศญี่ปุ่น โดยก่อนจะจัดตั้งโรงเรียนนั้นเครือสหพัฒน์ได้จัดตั้งกลุ่มคณะทำงานเพื่อโครงการวาเซดะมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 โดยประสานงานกับศูนย์การวิจัยการศึกษาภาษาญี่ปุ่น (Center for Japanese Language (CJL) ของมหาวิทยาลัย เพื่อให้การเรียนการสอน ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะมีมาตรฐานเดียวกับหลักสูตร “Intensive Japanese Language Program” ของมหาวิทยาลัยวาเซดะประเทศ

ญี่ปุ่น โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ เป็นโรงเรียนเอกชนมาตรา 15(2) แห่งพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ.2525 ประเภทศิลปศึกษาและอาชีวศึกษา ที่ได้รับการอนุมัติจากกระทรวงศึกษาธิการตั้งแต่วันที่ 20 มีนาคม 2546 เป็นต้นมา

หลักสูตรการเรียนการสอนเปิดสอนวิชาภาษาญี่ปุ่นระดับต้น ระดับกลางและระดับสูง ทั้งภาคกลางวัน ภาคค่ำ และวันเสาร์ อีกทั้งได้จัดให้มีการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นให้กับองค์กรและบริษัทญี่ปุ่นต่างๆ อาทิ บริษัทโตโยต้า บริษัทฮอนด้า บริษัทพานาโซนิค บริษัทมิตซูบิชิ พนักงานขายห้างสรรพสินค้าอิเซตัน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ฯลฯ อย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพของพนักงานทุกระดับชั้นในบริษัทฯ ให้สามารถสื่อสารภาษาญี่ปุ่นได้ รวมทั้งสามารถเจรจาต่อรองทางธุรกิจอันเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจและเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

ที่ตั้งปัจจุบัน เลขที่ 195 อาคารเอ็มไพร์ทาวเวอร์ชั้น 15 ห้องเลขที่ 1511- 1513 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 โรงเรียนได้มีการเพิ่มจำนวนนักเรียนขึ้นเรื่อยๆ จากจำนวนนักเรียนเริ่มต้นเพียง 30 คน มีนักเรียนที่จบหลักสูตรจากโรงเรียนแล้วทั้งสิ้นประมาณ 6,000 คน ปัจจุบันมีนักเรียนกำลังเรียนอยู่ทั้งสิ้น 534 คน และปัจจุบันมีอาจารย์ประจำเป็นชาวญี่ปุ่น ที่สำเร็จการศึกษาด้านการสอนภาษาญี่ปุ่นโดยตรง จำนวน 20 คน (รายงานการบริหารงานโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ไตรมาส 3. 2555: 23-25)

ปรัชญา วิสัยทัศน์ พันธกิจของโรงเรียน

ปรัชญา เสริมสร้างทรัพยากรบุคคลที่มีบทบาทในการช่วยพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างไทย – ญี่ปุ่น

วิสัยทัศน์ จัดให้มีการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นซึ่งมีคุณภาพที่ดีที่สุดในประเทศไทย

พันธกิจ

1. ดูแลเอาใจใส่นักเรียนเป็นรายบุคคลเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการเรียนการสอน
2. มุ่งตอบสนองความต้องการภาษาญี่ปุ่นอันหลากหลายของนักเรียน เช่น เพื่อไปศึกษาต่อยังประเทศญี่ปุ่นหรือเพื่อเข้าทำงานในองค์กรธุรกิจญี่ปุ่นให้สำเร็จเป็นจริง
3. สื่อถึงความสนุกสนานในการเรียนรู้ภาษาญี่ปุ่นตลอดจนเสน่ห์ของวัฒนธรรมญี่ปุ่น เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างสองประเทศต่อไปในอนาคต

หลักสูตรภาษาญี่ปุ่น

หลักสูตรภาษาญี่ปุ่นของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ได้มีการพัฒนาปรับปรุงแก้ไขอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 ซึ่งในขณะนั้นได้มีจัดการอบรมภาษาญี่ปุ่นให้กับพนักงานขายและพนักงานที่ต้องใช้ภาษาญี่ปุ่นในเครือข่ายพัฒนา จนปี พ.ศ. 2546 ได้ทำการเปิดสอนอย่างเป็นทางการสำหรับวิชาภาษาญี่ปุ่นระดับต้น ระดับกลาง และระดับสูง ทั้งภาคกลางวัน ภาคค่ำ และวันเสาร์ อีกทั้งยังมีการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นธุรกิจให้กับองค์กรและบริษัทญี่ปุ่นต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบันโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ได้พัฒนาหลักสูตร และรูปแบบที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งพัฒนาทักษะสื่อสารทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ฟัง พูด อ่าน เขียน อย่างสมดุล และมีประสิทธิภาพ

หลักสูตรภาษาญี่ปุ่นเร่งรัด (Day Course) หลักสูตรสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาภาษาญี่ปุ่นอย่างเข้มข้นในระยะเวลาอันสั้น เหมาะอย่างยิ่งสำหรับผู้ที่ยังวางแผนจะไปศึกษา หรือไปฝึกงาน ณ ประเทศญี่ปุ่นตลอดจนผู้ที่ต้องการเข้าทำงานในบริษัทญี่ปุ่นทำการเรียนการสอนโดยเจ้าของภาษา ที่มีคุณวุฒิทางด้านภาษาญี่ปุ่น มีการฝึกฝนทักษะ ฟัง พูด อ่าน เขียน ผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การจับคู่สนทนา กิจกรรมกลุ่ม กล่าวสุนทรพจน์

หลักสูตรภาษาญี่ปุ่นภาคค่ำ (Evening Course) หลักสูตรสำหรับคนทำงานและนักศึกษา ที่ต้องการใช้ภาษาญี่ปุ่นเพื่อการทำงานในอนาคตนอกจากการเรียนรู้ไวยากรณ์และคำศัพท์พื้นฐานที่ใช้ในชีวิตประจำวันแล้ว ยังมีการแนะนำคำศัพท์ที่ใช้ในทางธุรกิจ หลักสูตรภาคค่ำมีเป้าหมายในการพัฒนาผู้เรียนในทุกทักษะทั้งการ ฟัง พูด อ่าน เขียน แต่ให้ความสำคัญกับทักษะการพูดและการฟังเป็นพิเศษ

หลักสูตรภาษาญี่ปุ่นวันเสาร์ (Saturday Course) หลักสูตรสำหรับผู้ที่กำลังศึกษา ในสถานศึกษา หรือผู้สนใจทั่วไป เน้นการฝึกทักษะทุกๆด้าน ทั้งฟัง พูด อ่าน เขียน นอกจากนี้ยังมีหลักสูตรเพื่อฝึกฝนทักษะต่างๆเป็นพิเศษ เช่นการเตรียมตัวสอบวัดระดับ การอ่าน การสนทนา เป็นต้น

2. หลักการ แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่า“ภาพลักษณ์” เป็นเรื่องที่มีความสำคัญสำหรับหน่วยงานองค์กร หรือสถาบันต่างๆ ในสังคม หน่วยงาน องค์กร หรือสถาบันใดก็ตาม หากมีภาพลักษณ์ในทางที่เสื่อมเสียแล้ว หน่วยงาน องค์กร หรือสถาบันนั้นย่อมไม่ได้รับความเชื่อถือ หรือไว้วางใจจากประชาชน ประชาชนอาจมีความระแวงสงสัย หรือเกลียดชังต่อหน่วยงานนั้น รวมทั้งอาจไม่ให้ความร่วมมือ สนับสนุนต่อหน่วยงาน หรือสถาบันนั้นๆ ในทางตรงกันข้ามหากหน่วยงาน องค์กร หรือสถาบันใดมีภาพลักษณ์ที่ดี ประชาชนก็必将มีความเชื่อถือ ศรัทธา ไว้วางใจ หรือให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี (อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโมฆิต. 2542: 131) ภาพลักษณ์มีความสำคัญมากขึ้น เพราะสังคมปัจจุบันเป็นสังคมข่าวสารและสังคมการสื่อสาร บุคคลและองค์กรต่างๆ จะมีลักษณะเป็นสาธารณะมากขึ้น ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร และบุคลากร จึงนับว่าเป็นสิ่งจำเป็นมากในการที่จะทำให้องค์กรมีชื่อเสียง ได้รับความร่วมมือ เชื่อถือ ศรัทธา และทำให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน (วาสนา จันทรสว่าง; และ คณะ. 2541: 12) คำว่า “ภาพลักษณ์” นั้น จึงเป็นคำที่ถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบันโดยเฉพาะองค์กรต่างๆ ภาพลักษณ์นั้นถือเป็นเครื่องมือในการบริหารงานในหน่วยงานให้เป็นที่น่าเชื่อถือ ได้รับการยอมรับ และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันทั่วไป ภาพลักษณ์

จึงเป็นภาพของสถาบันองค์กรการ หรือบุคคล ที่เกิดจากความรู้สึกในจิตใจของคนเราว่าดี ไม่ดี ชอบ ไม่ชอบ เชื่อถือ ไม่เชื่อถือเห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ฯลฯ หรือรู้สึกเฉยๆ ไม่ดีไม่เลว ถ้าความคิดเห็นของคนส่วนมากเป็นเช่นไรภาพลักษณ์ของหน่วยงานก็จะเป็นเช่นนั้น ถ้าผลออกมาไม่ดี หรือปานกลางก็ต้องรีบเร่งสร้างภาพลักษณ์ให้ดีขึ้นหากภาพลักษณ์ตกต่ำลงจะพาให้การดำเนินงานของสถาบันล้มเหลวได้ (วิจิตร อาวะกุล. 2534: 21)

2.1 ความหมายของภาพลักษณ์

คำว่า “ภาพพจน์” เป็นคำในภาษาไทยที่ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Figure of Speech” ซึ่งหมายถึง การพูดที่เป็นสำนวนโวหารทำให้ผู้ฟังนึกเห็นเป็นภาพ ส่วนคำว่า “ภาพลักษณ์” ตามพจนานุกรมจะหมายถึงภาพที่เห็นในกระจกเงาภาพที่ผ่านจากกล้องส่อง หรือภาพที่อยู่ในความคิด ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Image” (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. 2525: 79) ส่วนฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler. 2000: 553) ให้ความหมายว่า ภาพลักษณ์ หมายถึงองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใดๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้นซึ่งรวมถึงทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนรู้จัก เข้าใจและได้มีประสบการณ์ในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรนั้น (Jefkins. 1993: 21-22) เป็นภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อหน่วยงานองค์กรย่อมสวยสดงดงาม เกิดความเชื่อถือ ศรัทธาที่ไว้วางใจ (เสริมชัย ระกำพล; และ คณะ. 2543: 13) นอกจากนี้ แอนเดอร์สัน; และรูบิน (Anderson; & Rubin. 1989: 53-54) กล่าวถึงภาพลักษณ์ว่าเป็นการรับรู้ ของผู้บริโภคเกี่ยวกับองค์กรทั้งหมด โดยองค์กรก็เปรียบเสมือนคน ซึ่งย่อมมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน ส่วนดาร์ลิ่ง; และฟิชเชอร์ (Darling; & Fisher. 1985: 73) ภาพลักษณ์เป็นความนึกคิดที่เกิดจากการรับรู้ที่อยู่ในจิตสำนึกและจิตใต้สำนึกภาพลักษณ์อาจไม่เป็นไปตามโครงสร้างหรือรูปร่างปรากฏอย่างแท้จริงก็ได้ อาจสร้างขึ้นมาจากความนึกคิดหรือความต้องการของบุคคล อาจเป็นภาพที่เกิดจากความนึกคิด หรือที่คิดว่าควรจะเป็นเช่นนั้น (อมรรตน์ ไพเมือง. 2549: 6) สอดคล้องกับเสรี วงศ์มณฑา (2542: 13) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์ หมายถึงข้อเท็จจริง (Objective facts) บวกกับการประเมินส่วนตัว (Personal Judgment) แล้วกลายเป็นภาพที่ฝังใจอยู่ในความรู้สึกนึกคิดของบุคคล อยู่ยาวนานแสนนาน ยากที่จะเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจจะแตกต่างไปจากสภาพความจริงก็ได้ เพราะว่าภาพลักษณ์นั้น ไม่ใช่เรื่องของข้อเท็จจริง (Reality) แต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นเรื่องราวของการรับรู้ (Perception) ที่มนุษย์เอาความรู้สึกส่วนตัวเข้าไปปะปนอยู่ในข้อเท็จจริง (กฤษณ์ ทองเลิศ. 2539: 137 – 138) ภาพลักษณ์เป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจ (Mental Picture) อาจเป็นภาพที่มีต่อสิ่งมีชีวิตหรือสิ่งไม่มีชีวิตก็ได้ เช่น ภาพที่มีต่อบุคคล (Person) องค์กร (Organization) สถาบัน (Institution) เป็นต้น และภาพดังกล่าวนี้อาจจะเป็นภาพที่สิ่งเหล่านั้น คือ บุคคล องค์กร สถาบันหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งสร้างขึ้นแก่จิตใจเรา หรืออาจเป็นภาพที่เราสร้างขึ้นเอง (วิรัช ลภีรัตนกุล. 2534: 76) และเป็นความประทับใจในสิ่งที่เรารู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือคนใดคนหนึ่ง หรือองค์กรใดองค์กรหนึ่ง จะเรียกว่า ชื่อเสียงก็ได้ (มานิต รัตนสุวรรณ. 2527: 20) เช่นเดียวกับวิจิตร อาวะกุล (2534: 149) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง

ภาพของสถาบัน หน่วยงานบริษัทห้างร้านหรือบุคคลที่เกิดความรู้สึกในจิตใจของคนเรานั้น ดี ไม่ดี ชอบ ไม่ชอบ เชื่อถือ ไม่เชื่อถือ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย เป็นต้น หรือเฉยๆ อยู่ตรงกลางไม่ดี ไม่เลว ถ้าความเห็นของคนส่วนมาก เป็นเช่นไร ภาพลักษณ์ของหน่วยงานก็จะเป็นเช่นนั้น ถ้าผลออกมาไม่ดี หรือปานกลาง ก็จะต้องรีบเร่งสร้างภาพลักษณ์ดีขึ้น มิฉะนั้นหากภาพลักษณ์ตกต่ำลง จะทำให้การดำเนินงานของสถาบันนั้นเหลวได้ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในจิตใจของแต่ละคนซึ่งบุคคลสามารถสร้างจินตภาพเกี่ยวกับสถาบันนั้นๆ ได้ โดยภาพลักษณ์เป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจ (Mental Picture) ของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งอาจจะเป็นบุคคลหรือองค์กร จากการได้รับรู้ ได้ฟัง ได้เห็น อาจโดยมีประสบการณ์ตรง (Direct Experience) หรือประสบการณ์ทางอ้อม (Indirect Experience) และด้วยความประทับใจจึงทำให้บุคคลนั้น สามารถจดจำพัฒนาเป็นภาพอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นมา (พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. 2537: 46; พรทิพย์ พิมลสินธุ์. 2545: 55) ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาจากเพื่อจำลองเหตุการณ์ที่ไม่ได้เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ เป็นการสร้างจากองค์ประกอบต่างๆ ที่มองเห็นได้ชัดเจน เข้าใจได้ง่าย และสามารถเข้าใจได้หลายความหมาย และมีความน่าเชื่อถือด้วย ภาพลักษณ์ตามแนวคิดของบูร์สติน (Boorstin. 1973: 65-68) อาจกล่าวได้เป็น 6 ลักษณะดังนี้

1. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกจำลองขึ้นมา (An Image is Simulate) ไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เกิดจากการวางแผนที่ประกอบกันขึ้นเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์บางอย่างที่กำหนดไว้ เช่น วัตถุประสงค์ทางการประชาสัมพันธ์ ดังนั้น ภาพลักษณ์จึงเกิดการวางแผนประชาสัมพันธ์ การกำหนดกระบวนการ และกลยุทธ์ต่างๆ เป็นอย่างดี

2. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เชื่อถือได้ (An Image is Believable) ในการสร้างภาพลักษณ์ สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ความน่าเชื่อถือ กล่าวคือ แม้ว่าภาพลักษณ์จะเป็นภาพที่ถูกสร้างขึ้นมาจากแต่ต้องอยู่บนพื้นฐานของความน่าเชื่อถือในภาพลักษณ์ที่สร้างขึ้นมานั้น

3. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่อยู่นิ่ง (An Image is Passive) ภาพลักษณ์ต้องไม่ขัดแย้งกับความเป็นจริง ถึงแม้ว่าภาพลักษณ์จะไม่ใช้ความจริง แต่ภาพลักษณ์จะต้องถูกนำเสนอ อย่างสอดคล้องกับความ เป็นจริง

4. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เห็นได้ชัด (An Image is Vivid and Concrete) ภาพลักษณ์ถูกสร้างขึ้น เป็นรูปธรรมด้วยการสร้างสรรค์จากนามธรรม ซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นการสร้างจินตนาการ รูปธรรมเพื่อให้ตอบสนอง ดึงดูดใจ และดึงดูดความรู้สึกทางอารมณ์

5. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกทำให้ดูง่าย (An Image is Simplified) ภาพลักษณ์จะต้องชัดเจนง่ายต่อการเข้าใจ และจดจำ มีความแตกต่าง แต่สื่อความหมายได้ครบถ้วนตรงตามความต้องการ

6. ภาพลักษณ์มีความหมายหลายมุม (An Image is Ambiguous) ภาพลักษณ์ในบางครั้ง อาจเป็นสิ่งที่ดูเหมือนกำกวม มีลักษณะที่กำกึ่งระหว่างความคาดหวังกับความเป็นจริงมาบรรจบกัน

จากข้อความข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลตามความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ ความศรัทธา ความประทับใจที่มีต่อ องค์กร (Organization)

สถาบัน (Institution) บุคคล (Person) หรือการดำเนินงาน (Management) ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจนี้อาจจะเป็นผลมาจากการได้รับประสบการณ์โดยตรงหรือโดยอ้อมที่บุคคลนั้นรับรู้มา

2.2 ความสำคัญของภาพลักษณ์

การอยู่รอดของการดำเนินกิจกรรมของหน่วยงานทุกหน่วยงานขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ หากหน่วยงานหรือองค์กร สถาบันใดมีภาพลักษณ์ที่ดี ประชาชนก็必将มีความเลื่อมใสศรัทธาให้ ความไว้วางใจ และความร่วมมือต่อหน่วยงานนั้นๆ ก่อให้เกิดความราบรื่นในการดำเนินงาน และความเจริญก้าวหน้าของหน่วยงานนั้นๆ ในทางตรงข้ามถ้าหากหน่วยงานใดมีภาพลักษณ์ในเชิงลบ ประชาชนก็จะไม่ไว้วางใจ ไม่เชื่อถือ เกิดความสงสัยระแวง ซึ่งผลที่ตามมาก็คือหน่วยงาน หรือ องค์กรนั้นๆ ย่อมประสบอุปสรรคนานาชนิด จนอาจไม่สามารถอยู่รอดได้จนต้องล้มเลิกกิจการใน ที่สุด (เสริมชัย ระกำพล; และคณะ. 2543: 13) หากหน่วยงานหรือองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดีภาพ ที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อองค์กรย่อมสวยงาม เกิดความน่าเชื่อถือ ศรัทธาเป็นที่ ไว้วางใจ (Berneys. 1961: 128)

ดังนั้น การสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดขึ้นในองค์กร สิ่งแรกที่จะต้องพิจารณา คือต้องรู้ว่า กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร เขามององค์กรอย่างไร วิธีการที่จะทราบภาพลักษณ์องค์กรในสายตา ของกลุ่มเป้าหมายของเรา นั้นอาจจะได้จาก การสำรวจความคิดเห็น การทำวิจัย การสอบถาม สัมภาษณ์ การรับฟังข้อมูลจากหลายๆ ฝ่ายซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ในการที่จะนำมากำหนด ภาพลักษณ์ขององค์กรต่อไป ซึ่งภาพลักษณ์องค์กรมีความสำคัญสามารถทำให้สถาบันหน่วยงาน มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ เชื่อถือศรัทธา จากบุคคลที่เกี่ยวข้อง และจะทำให้องค์กรหน่วยงานสถาบัน นั้นๆ มีความเจริญก้าวหน้าได้ ภาพลักษณ์เป็นมาตรฐานที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ทั้งทางร่างกาย และ จิตใจ ตามความรู้สึกรู้สึกนึกคิดที่ดี ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง ถือเป็นพื้นฐานของความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะตัว (Identity) ความรู้สึกภาคภูมิใจ และการยอมรับในคุณค่าแห่งตน ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อ ความสามารถของบุคคลในการปฏิบัติงาน (อุษา งามมีศรี. 2552: 13) ภาพลักษณ์ที่ดีมีความสำคัญ ต่อการมีชื่อเสียง ความเชื่อถือ ศรัทธา จากประชาชนที่มีต่อองค์กร สถาบัน (วิรัช ลภีรัตน์กุล. 2546: 75-78) ภาพลักษณ์ที่ดีเป็นสิ่งสะท้อนและได้รับการยอมรับว่าการดำเนินงานของสถาบันหรือ องค์กรมีประสิทธิภาพ สร้างความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจภาพลักษณ์ ขององค์กรสำคัญยิ่งต่อความ สำเร็จของธุรกิจ ทั้งในระยะสั้น และระยะยาว ซึ่งความสำคัญของภาพลักษณ์องค์กรคือ การใช้ ภาพลักษณ์เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์องค์กร เพื่อผลแห่งชื่อเสียง ความเชื่อถือ ศรัทธา จากประชาชน เช่น โรงเรียนซึ่งเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ หากมีการพัฒนาโรงเรียนให้ทันสมัยการ บริหารจัดการเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ จะเป็นภาพลักษณ์ของโรงเรียน ในการประชาสัมพันธ์สู่ ภายนอก และจะเป็นการส่งผลถึงการพัฒนา การเรียนรู้ของนักเรียนอย่างสมบูรณ์ (ลักษณะ สตะเวทิน. 2542:100; ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร. 2537: 22; วิมลพรรณ อาภาเวท. 2546: 17)

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน องค์กร หรือสถาบันผู้ที่ทำหน้าที่ในการสร้างภาพลักษณ์ควรยึดถือหลัก ดังต่อไปนี้ (วิรัช ลภีรัตนกุล. 2540: 83-84)

1. ค้นหาถึงจุดดี และจุดบกพร่อง หรือจุดอ่อนแห่งภาพลักษณ์ ของหน่วยงานที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน อันเป็นการศึกษาวิเคราะห์เพื่อหาช่องทาง และการวางแผนการดำเนินขั้นตอนต่อไป การค้นหานั้นอาจทำได้โดยการรวบรวมทัศนคติ ท่าทีและความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มประชาชนเป้าหมาย รวมถึงอาจใช้การสำรวจวิจัยเข้าประกอบด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลใกล้เคียงกับความเป็นจริง

2. วางแผนและกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ ที่องค์กร สถาบันต้องการจะสร้างให้เกิดในจิตใจของประชาชน เช่น อาจถามตนเองว่า สถาบันคืออะไร ทำอะไร จุดยืนของสถาบันคืออะไร อยู่ที่ไหนและหน่วยงานหรือสถาบันต้องการที่จะให้ประชาชนมีภาพลักษณ์เป็นไปในทางใด หรือต้องการให้ความรู้สึกนึกคิดท่าทีต่อหน่วยงาน สถาบันของเราอย่างไรบ้างเป็นต้น หลังจากนั้นก็นำมาพิจารณาประกอบกับการวางแผนเพื่อดำเนินงานขั้นตอนต่อไป

3. คิดหัวข้อต่างๆ เพื่อใช้ในการสร้างภาพลักษณ์แก่ประชาชน ซึ่งหัวข้อเหล่านั้นคือ เนื้อหา ข่าวสาร ที่เราจะใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ แก่กลุ่มประชาชน หัวข้อเหล่านั้นอาจใช้คำขวัญ หรือข้อความสั้นๆ ที่มีความหมาย และจดจำได้ง่าย สิ่งสำคัญต้องมีประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจ และมีอิทธิพลโน้มน้าวชักจูงให้เกิดภาพลักษณ์ที่ต้องการ

4. ใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ เข้ามาช่วยในการดำเนินงาน สร้างภาพลักษณ์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เข้าถึงประชาชนเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง

ความสำคัญของภาพลักษณ์มี 2 ประเด็น ดังนี้ (เสรี วงษ์มณฑา. 2542: 22-26)

1. ความสำคัญในด้านจิตวิทยา ภาพลักษณ์เปรียบประดุจหางเสือ ที่กำหนดทิศทางพฤติกรรมของปัจเจกชนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่อยู่รอบตัว ถ้าบุคคลนั้นมีภาพลักษณ์เชิงบวกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่อยู่รอบตัว จะมีแนวโน้มแสดงพฤติกรรมเชิงบวกต่อสิ่งนั้นเช่นกัน และสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งภาพลักษณ์นั้น ก่อให้เกิดอคติในการพิจารณาพฤติกรรมเชิงลบ ของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เคยมีภาพลักษณ์มาก่อนหน้านี้ เพราะภาพลักษณ์เป็นเรื่องที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก หากไม่มีข้อมูลที่ชัดเจน และรุนแรงเข้าไปมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ สรุปแล้วภาพลักษณ์เป็นอคติ คือ อะไรก็ตามที่มองว่าดี จะทำอะไรก็ดีไปหมด ในทางตรงข้าม ถ้าสิ่งใดก็ตามที่มองว่าไม่ดี ให้ทำอย่างไรก็ยังถูกมองว่าไม่ดี ดังนั้นภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สำคัญ ถ้าภาพลักษณ์ดี การกระทำก็จะเป็นที่ยอมรับ ภาพลักษณ์จึงช่วยให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย

2. ความสำคัญในด้านธุรกิจ ภาพลักษณ์ในด้านนี้ถือว่าเป็นคุณค่าเพิ่มที่มีให้กับสินค้าหรือบริการ และสถาบัน องค์กร ซึ่งเป็นผลประโยชน์เชิงจิตวิทยาที่มีอยู่ในตัวสินค้า

นอกจากนี้รัตนาวดี ศิริทองถาวร (2546: 155-156) อธิบายถึงลักษณะสำคัญของภาพลักษณ์ขององค์กร ประกอบด้วย

1. เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจากความประทับใจ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนได้รับ และสิ่งเหล่านี้จะก่อตัวขึ้นเป็นความประทับใจ ซึ่งอาจจะเป็นความประทับใจที่ดีหรือไม่ดีก็ได้ แล้วแต่พฤติกรรมหรือการกระทำของหน่วยงาน

2. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอ กล่าวคือ อาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ดีเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ดี หรืออาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ดีมาเป็นภาพลักษณ์ที่ดีได้อันเนื่องมาจากสภาพการณ์ภายใน หรือปัจจัยภายนอกองค์กรมากกระทบ ดังนั้นองค์กรต่างๆ จึงจะต้องมีการสำรวจภาพลักษณ์ปัจจุบันขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อจะได้ทราบว่าภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นอย่างไรและจะได้ส่งเสริม รักษา หรือแก้ไขให้ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรคงอยู่ตลอดไป

3. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่หยุดนิ่ง คือเป็นสิ่งที่ต้องไม่โต้แย้งกับความจริง แต่ภาพลักษณ์จะต้องถูกนำเสนออย่างสอดคล้อง และเป็นไปในทิศทางเดียวกับความจริง นั่นคือ ปรัชญา นโยบาย การดำเนินงาน การประพฤติปฏิบัติ รวมทั้งคุณภาพของสินค้าหรือบริการขององค์กร

4. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือ เป็นการสร้างภาพในใจของคนเรา เกี่ยวกับบุคคล องค์กร สถาบัน หรือสิ่งต่างๆ ให้มันคงเป็นที่ยอมรับโดยอยู่บนพื้นฐานของความน่าเชื่อถือ การสร้างภาพลักษณ์จะไม่เกิดผลใดๆ ถ้าไม่มีความน่าเชื่อถือในบุคคล หรือองค์กรสถาบันนั้น

5. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เห็นได้อย่างชัดเจน ถูกสร้างขึ้นจากสิ่งที่เป็นนามธรรม ขึ้นเป็นรูปธรรม ซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นการสร้างจินตนาการรูปธรรม เพื่อตอบสนองจนถึงจุดใจ และความรู้สึกทางอารมณ์ได้อย่างชัดเจนต่อกลุ่มประชาชน

6. ภาพลักษณ์จะต้องเป็นสิ่งที่ถูกทำให้ดูง่ายและแตกต่าง นั่นคือ ภาพลักษณ์จะต้องชัดเจน ง่ายต่อการเข้าใจ ง่ายต่อการจดจำ มีความแตกต่าง แต่สื่อความหมายได้ครบถ้วนตรงตามต้องการ เช่น เครื่องหมาย (Logo) คำขวัญ (Slogan) เป็นต้น ซึ่งก็คือ การสร้างภาพลักษณ์ให้มีเอกลักษณ์ (Identity) ที่โดดเด่นนั่นเอง

จากข้อความข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า **ความสำคัญของภาพลักษณ์** มีความสำคัญในด้านเป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน องค์กร สถาบันหรือโรงเรียน เพื่อให้ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายมีความรู้สึกนิยม ชมชอบ ไว้วางใจและศรัทธา อีกทั้งเป็นเครื่องมือ ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดวิกฤตขึ้นกับองค์กร สถาบัน ทำให้แก้ไขปัญหาต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้องค์กร สถาบัน ได้รับการสนับสนุน และร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ ของหน่วยงาน องค์กร สถาบัน จนทำให้การดำเนินงานต่างๆ ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

2.3 ประเภทของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความประทับใจ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนได้รับ สิ่งเหล่านี้จะก่อตัวเป็นความประทับใจที่ดี หรือไม่ดีก็ได้ แล้วแต่พฤติกรรม และการกระทำของหน่วยงาน ภาพประทับใจของบุคคลที่มีต่อบุคคล องค์กร สถาบัน ภาพนั้นอาจเกิดขึ้นจากการได้รับรู้ ได้เห็น ได้ฟัง ได้มีประสบการณ์อาจจะโดยทางตรงหรือ

ทางอ้อมซึ่งสอดคล้องกับ ความเชื่อ ความรู้สึกของคนที่มีอยู่ อีกทั้งสะท้อนความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อกรณีหรือบุคคล หรือสถาบัน เพื่อคุณค่าเพิ่ม หรือความนิยม บุคคล ประเภทของภาพลักษณ์ อาจจำแนกได้ 10 ประเภท คือ ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple Image) ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image) ภาพลักษณ์กระจกเงา (Mirror Image) ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) ภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ (Optimum Image) ภาพลักษณ์ที่ถูกต้อง และไม่ถูกต้อง (Correct and Incorrect Image) ภาพลักษณ์สินค้า/บริการ (Product/Service Image) ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Institutional Image) ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) ภาพลักษณ์สถาบัน (Institutional Image) (พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร. 2537: 124 – 125) และเจ็ฟคินส์ (Jefkins. 1993: 21 – 22) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์มี 7 ประเภท คือภาพลักษณ์ที่เป็นกระจกเงาหรือภาพสะท้อน (Mirror Image) ภาพลักษณ์ที่เป็นจริง(Current Image) ภาพลักษณ์ที่มีหลายรูปแบบ (Multiple Image) ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) ภาพลักษณ์ที่เกิดร่วมกัน (Corporate Image) ภาพลักษณ์ของสินค้า (Product Image) ภาพลักษณ์ที่เป็นผลได้ดีที่สุด (Optimum Image) แต่ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ (2537: 46 – 47) แบ่งภาพลักษณ์เป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ คือ ภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate Image) ภาพลักษณ์ของสถาบัน หรือองค์กร (Institutional Image) ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ (Product/Service Image) ภาพลักษณ์สามารถจำแนกออกเป็นประเภทสำคัญๆ ได้ 4 ประเภทดังนี้ (วิรัช ลภวิรัตนกุล. 2540: 81)

1. ภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้น ในจิตใจของประชาชนที่มีต่อบริษัท หรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้ จะหมายรวมไปถึงด้านการบริการหรือการจัดการ (Management) ของบริษัทแห่งนั้นด้วยและหมายรวมไปถึงสินค้า ผลิตภัณฑ์ (Product) และบริการ (Service) ที่บริษัทนั้นๆ จำหน่ายด้วย ฉะนั้น คำว่า ภาพลักษณ์บริษัท จึงมีความหมายค่อนข้างกว้าง

2. ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร (Institutional Image) คือภาพที่เกิดขึ้น ในใจของประชาชน ที่มีต่อสถาบัน หรือองค์กร ซึ่งโดยมากมักเน้นไปทางด้านตัวสถาบันหรือองค์กรเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย

3. ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ (Product/Service Image) คือภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชน ที่มีต่อสินค้าหรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์กรหรือบริษัท

4. ภาพลักษณ์ที่มีต่อสินค้าตราใดตราหนึ่ง (Brand Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้านี้หรือยี่ห้อหนึ่งหรือตรา (Brand) ใดตราหนึ่ง หรือเครื่องหมายการค้า (Trademark) ใดเครื่องหมายการค้าหนึ่ง ส่วนมากมักใช้ในด้านการโฆษณา (Advertising) และการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

นอกจากนี้ รัตนวดี ศิริทองถาวร (2546: 156) ได้จำแนกภาพลักษณ์เป็น 2 ทางคือ

1. ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาตินั้น เป็นภาพลักษณ์ลักษณะใดก็ได้ที่เกิดขึ้นตามสภาวะแวดล้อมที่มากกระทบ และเป็นภาพที่เกิดจากการ

ที่ประชาชนทั่วไปได้รับรู้เรื่องราว หรือมีประสบการณ์จากองค์การตามปกติหรือตามธรรมชาติ โดยประชาชนจะตีความหมาย และสรุปจากสิ่งที่เขาประสบมา หรือได้ยินมาเกี่ยวกับองค์การทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นในการบริหารงาน บุคลิกภาพของผู้บริหาร การบริการ และอรรถศาสตร์ของพนักงาน สินค้าและบริการขององค์การ ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองโดยวิธีนี้ อาจจะมีผิดไปจากความเป็นจริงได้ รวมทั้งความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติของบุคคลแต่ละคนก็แตกต่างกัน ซึ่งจะทำให้การตีความแตกต่างกันออกไป

2. ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการปรุงแต่ง เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการที่องค์การใช้กระบวนการสร้างภาพลักษณ์เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ ตามที่องค์การต้องการ ไม่ว่าจะภาพนั้นจะเป็นสิ่งที่เป็นจริงหรือไม่ก็ตาม โดยการปรุงแต่งนั้นกระทำโดยมีความพยายามที่จะให้องค์การมีพฤติกรรมที่ดีเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี หรือถ้าประชาชนมีภาพลักษณ์ที่ผิดไปจากสิ่งที่จริงก็มีการพยายามแก้ไข โดยเผยแพร่เรื่องราวที่ถูกต้องออกไปอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการแก้ไขข้อเท็จจริงหรือปรุงแต่งภาพลักษณ์ในทิศทางที่พึงประสงค์

จากข้อความข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า **ประเภทของภาพลักษณ์** มีทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ โดยเป็นภาพที่เกิดจากการที่ประชาชนรับรู้เรื่องราว หรือมีประสบการณ์จากองค์การ ส่วนอีกประเภทคือภาพลักษณ์ที่เกิดจากการปรุงแต่ง ซึ่งภาพลักษณ์ประเภทนี้เกิดจากการที่องค์การใช้กระบวนการสร้างภาพลักษณ์เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ตามที่ต้องการ

2.4 องค์ประกอบภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความประทับใจอย่างแท้จริง (True Impression) ของบุคคล ภาพลักษณ์ที่บุคคลมีต่อองค์การ หรือสถาบันจะเป็นอย่างไรนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ข้อมูลข่าวสารที่บุคคลนั้นได้รับ (วิรัช ลภรัตน์กุล. 2540: 79) โบลดิง (Boulding. 1975: 1 – 6) สรุปว่า ภาพลักษณ์เป็นความรู้ และความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่างๆ โดยเฉพาะความรู้นั้นเป็นความรู้ที่เราสร้างขึ้นมาจาก ซึ่งประกอบด้วย “ข้อเท็จจริง” และ “คุณค่า” ที่เราเป็นผู้ให้รวมกันอยู่ โดยบุคคลแต่ละคนจะเก็บสะสมความรู้เชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) เป็นการสะสมเกี่ยวกับสิ่งที่อยู่ในโลกรอบๆ ตัวที่เราได้ประสบการณ์ ความรู้เชิงอัตวิสัยของบุคคลนี้จึงเป็นที่รวมของสิ่งต่างๆที่เราเชื่อว่าเป็นจริงเพราะว่าเราไม่สามารถที่จะรับรู้ และทำความเข้าใจกับสิ่งต่างๆ นั้นได้อย่างละเอียดถี่ถ้วนเสมอ จึงได้เฉพาะ “ภาพ” บางส่วนหรือลักษณะกว้างๆ ของสิ่งเหล่านี้ ซึ่งมีความไม่ชัดเจนนัก จึงต้องตีความหมาย (Interpret) หรือให้ความหมายแก่สิ่งนั้นๆ ด้วยตนเอง ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้จะประกอบกันเข้าเป็นภาพลักษณ์ของตนเอง ที่มีต่อสิ่งต่างๆ ในโลก และพฤติกรรมของตนเอง จะขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ที่ตนเองมีอยู่ในสมองด้วย ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนานั้นควรครอบคลุมเนื้อหาต่างๆ ได้แก่ ความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง (Relate with Target Publics) สินค้าหรือตราสินค้า (Product or Brand) ความปลอดภัย มลภาวะและเทคโนโลยี (Safety Pollution and Technology) การมีส่วนเสริมสร้างเศรษฐกิจสังคม (Social Economics Contribution) พนักงาน (Employee) ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) การจัดการ (Management)

กฎหมายและระเบียบข้อบังคับ (Laws and Regulation) พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร (2537: 127) ซึ่งสอดคล้องกับประจวบ อินอ้อด (2532: 97) กล่าวถึงองค์ประกอบ ของการสร้างภาพพจน์คือ ตัวอาคารสถานที่ ผู้บริหาร บทบาทในสังคมของผู้บริหาร พฤติกรรมในการให้บริการของพนักงาน เจ้าหน้าที่ และเครื่องหมายหรือตราของสถาบันส่วนประกอบของภาพพจน์ที่ดีและไม่ดีอาจเกิดขึ้น จากทุกสิ่งทุกอย่างขององค์การ เช่น พฤติกรรมของเจ้าหน้าที่หรือพนักงาน บทบาทในสังคมของ องค์การ และพนักงาน อาคารสถานที่ สินค้าหรือตรา และเครื่องหมาย การบริการ การมุ่งมั่นทำ ความดีอย่างต่อเนื่องไม่ทอดทิ้ง ซึ่งภาพลักษณ์ขององค์การ (Corporate Image) เป็นกระบวนการ ที่เกิดขึ้นเพื่อสร้างความประทับใจ การจดจำ การเพิ่มจำนวนผู้เข้ามาใช้บริการ (พจน์ ใจชาญสุขกิจ. 2548: 33 – 38; วิจิต อาวะกุล. 2534: 154)

ภาพลักษณ์ขององค์การนั้นเป็นผลรวม ของการประสมประสานหลายสิ่งหลายอย่าง เข้าด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นภาพของ สถาบัน/หน่วยงาน/สำนักงาน สินค้า/บริการ พนักงาน/ผู้บริหาร ที่ให้เกิด ความรู้สึกขึ้นในจิตใจของสาธารณชน หากความเห็นของคนส่วนมากเป็นเช่นไร ภาพลักษณ์ของ องค์การก็จะเป็นเช่นนั้น การสร้างภาพลักษณ์ขององค์การที่ดีจะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ ความเลื่อมใส ศรัทธา การดึงดูดความสนใจต่อลูกค้าที่ต้องการเข้ามาใช้สินค้าและบริการมากขึ้น ในการดำเนินการ ประชาสัมพันธ์ให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี จะช่วยสร้างความมั่นคงให้แก่หน่วยงานไม่ว่าจะเกิดวิกฤติยาม ใด ก็ไม่อาจสั่นคลอนไปได้ ถือได้ว่าเป็นทุนขององค์การนั้นที่ได้สั่งสมเอาไว้

วิรัชต์ แสงดาวฉาย (2531: 12 – 13) ได้สรุปองค์ประกอบของภาพลักษณ์ว่า มี 4 ส่วน ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชน ที่มีต่อบริษัท หรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง ภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้จะหมายรวมไปถึงด้านการ บริหารหรือการจัดการ (Management) ของบริษัทแห่งนั้นด้วยและหมายรวมไปถึงสินค้าผลิตภัณฑ์ (Product) และบริการ การบริการ (Service) ที่บริษัทนั้นจำหน่าย ฉะนั้น คำว่า ภาพลักษณ์ของ บริษัทจึงมีความหมายค่อนข้างกว้าง และยังหมายรวมถึงตัวหน่วยงานธุรกิจ ฝ่ายจัดการ และสินค้า หรือบริการของบริษัทแห่งนั้นด้วย

2. ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์การ (Institutional Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของ ประชาชนที่มีต่อสถาบัน หรือองค์การ ซึ่งส่วนมากจะเน้นไปทางด้านตัวสถาบัน หรือองค์การเพียง อย่างเดียวไม่รวมถึงสินค้า หรือบริการที่จำหน่ายภาพลักษณ์ของสถาบัน หรือองค์การ จึงมีความ หมายที่ค่อนข้างแคบลงมา จากภาพลักษณ์ของบริษัท เพราะหมายถึง สถาบัน และองค์การเพียง อย่างเดียวเท่านั้น

3. ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ (Product/Service Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจ ของประชาชน ที่มีต่อสินค้า หรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์การ หรือบริษัท

4. ภาพลักษณ์ที่มีต่อสินค้าตราใดตราหนึ่ง (Brand Image) คือ ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นในใจ ของประชาชนที่มีต่อสินค้านี้หรือโดยยี่ห้อหนึ่ง หรือตรา (Brand) ตราใดตราหนึ่ง หรือเครื่องหมาย การค้าใดเครื่องหมายการค้าหนึ่ง

นอกจากนี้โบลดิง (Boulding. 1975: 91) กล่าวถึงองค์ประกอบของภาพลักษณ์ เป็น 4 ส่วน ซึ่งองค์ประกอบทั้งสี่ส่วนจะมีความเกี่ยวข้องเป็นปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) เป็นสิ่งที่บุคคลจะได้จากการสังเกตโดยตรง สิ่งที่ถูกสังเกตนั้นจะเป็นสิ่งที่นำไปสู่การรับรู้ (Cues) หรือมีสิ่งที่ถูกรับรู้ตนเอง ซึ่งอาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิดหรือวัตถุสิ่งของต่าง ๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ โดยผ่านการรับรู้

2. องค์ประกอบเชิงเรียนรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะ ประเภท ความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ที่ได้จากการสังเกตสิ่งที่ถูกรับรู้

3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ ภาพลักษณ์เกี่ยวกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกผูกพัน ยอมรับ หรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ

4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Cognitive Component) เป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความมุ่งหมายหรือเจตนาที่จะเป็นแนวทางปฏิบัติตอบโต้สิ่งเร้านั้น อันเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้และความรู้สึก

นพดล อินนา (2548: 57) ได้แสดงทรรศนะว่าการทำประชาสัมพันธนั้นเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ซึ่งต้องครอบคลุมหลาย ๆ เรื่อง เพราะว่าภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นเป็นผลรวมของการผสมผสานภาพลักษณ์ ของหลายสิ่งหลายอย่างเข้าด้วยกัน ซึ่งสามารถจัดเป็นหมวดหมู่ให้เห็นว่าองค์ประกอบ ของภาพลักษณ์องค์กรนั้น ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง ซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ของผู้บริหาร (Executive) จะต้องเป็นที่ยอมรับของสาธารณชนว่าเป็นคนเก่ง คนดี มีจริยธรรมในการทำงาน ดำเนินธุรกิจที่อยู่บนรากฐานของความถูกต้อง ยุติธรรม เคารพกฎหมาย ซื่อสัตย์ เป็นคนที่ทันสมัย ใจกว้าง เป็นประชาธิปไตย ให้โอกาสแก่ลูกน้องมีห้วงคิดริเริ่มสิ่งใหม่ๆ สามารถทำให้ธุรกิจ มีความเจริญก้าวหน้า ด้วยความสามารถ มีวิจารณ์ญาณที่ดี และมีวิสัยทัศน์

2. ภาพลักษณ์ของพนักงาน (Employees) จะต้องเป็นที่ประจักษ์ต่อบุคคล ที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยว่าเป็นคนเก่ง สามารถทำงานที่รับผิดชอบได้ด้วยความสามารถ เป็นคนดีที่มีความซื่อสัตย์สุจริต มีความจริงใจในการติดต่อธุรกิจด้วย เป็นคนที่มีจริยธรรมในการทำงาน อย่างตรงไปตรงมา เป็นคนที่มีมนุษยสัมพันธ์ เข้ากับคนอื่นได้ดี มีเสน่ห์น่าคบหาสมาคมด้วย รู้จักการยกย่องคนอื่น ใจกว้าง เคารพสิทธิของผู้อื่น ฟังความคิดเห็นของคนอื่น ไม่ยกตนข่มท่าน รู้จักใช้วาจาที่สุภาพในการพูดจา ให้เกียรติคนอื่น มีความหวังดีให้กับคนอื่นที่มาติดต่อกันด้วย เป็นคนมีวิญญาณบริการที่ดี พร้อมทั้งจะให้ความช่วยเหลือคนอื่น พร้อมทั้งจะทำงานเกินกว่าภาระหน้าที่ เพื่ออำนวยความสะดวก มีกิริยาวาจาที่แสดงความเต็มใจ ในการรับใช้ลูกค้าที่มาติดต่อกัน และต้องเป็นคนที่มีบุคลิกดี มีรสนิยม เห็นแล้วน่าชื่นชม

3. ภาพลักษณ์ของสินค้า (Product) จะต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ตามคำกล่าวอ้าง มีคุณภาพดีกว่าราคาที่ลูกค้าจ่ายไป เป็นสินค้าที่เสริมสร้างคุณภาพชีวิตให้กับสาธารณชน ไม่ใช่สินค้าที่สร้างความเสียหายให้กับสังคม หรือสินค้าที่สร้างความเสียหายเสื่อมเสียศีลธรรม ให้กับสังคมหรือสินค้าที่มอมเมาผู้บริโภค

4. ภาพลักษณ์ของวิธีการดำเนินธุรกิจ (Business Practice) ที่สามารถพูดได้เต็มปากเต็มคำว่าเป็นการกระทำที่ตรงไปตรงมาซื่อสัตย์สุจริตเคารพกฎหมาย เป็นการเสริมสร้างเศรษฐกิจของประเทศ เป็นธุรกิจที่เกิดจากเจตนาที่ดีของผู้ประกอบการ เน้นเรื่องความมีจริยธรรมมีคุณธรรม เป็นการสร้างประโยชน์ให้กับผู้ลงทุน ผู้บริโภค พนักงานของบริษัท รวมทั้งสังคมโดยรวม

5. ภาพลักษณ์ของกิจกรรมเพื่อสังคม (Social Activities) คือการทำกิจกรรมพิเศษ ที่นอกเหนือไปจากการทำธุรกิจ ที่สะท้อนให้เห็นความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการคืนกำไรให้กับสังคมเพื่อพัฒนาสังคมให้ดีขึ้น ให้โอกาสแก่ผู้ที่ด้อยโอกาสในสังคม มีส่วนช่วยงานของราชการให้สามารถดำเนินลุล่วงไปได้ เพื่อประโยชน์ของประชาชนในสังคมทั่วไป แม้ว่าคนเหล่านั้นอาจไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายของสินค้าที่จำหน่ายอยู่ เป็นความพยายามในการที่จะช่วยทำให้การพัฒนาประเทศพัฒนาสังคม พัฒนาชุมชน บรรลุเป้าหมายได้ด้วยดี

6. ภาพลักษณ์ของเครื่องมือเครื่องใช้ หรืออุปกรณ์สำนักงาน (Artifacts) ไม่ว่าจะเป็นการตกแต่งสำนักงาน เครื่องเขียน แก้วน้ำ แก้วกาแฟ จานรอง ถ้วยโถโอชาม ช้อนส้อม กระดาษชำระ ดอกไม้ประดับแจกัน ฯลฯ ซึ่งล้วนแต่เป็นสิ่งที่ผู้คนทั้งหลายใช้ในการประเมินภาพลักษณ์องค์การ

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต้องใส่ใจทุกองค์ประกอบ การสื่อสารที่สร้างขึ้นเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีนั้นต้องครอบคลุมการสร้างภาพลักษณ์องค์ประกอบทุกส่วนจึงจะทำให้องค์การได้รับความชื่นชมมีภาพลักษณ์ ชื่อเสียงที่ดี สามารถทำงานอยู่ภายใต้บรรยากาศอันเป็นบวก ที่เอื้ออำนวยต่อความเจริญรุ่งเรืองขององค์การได้

2.5 วิธีการค้นหาภาพลักษณ์

การค้นหาภาพที่ดีขององค์การ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพลักษณ์ ที่สามารถแสดงถึงความเป็นจุดเด่นและเป็นสัญลักษณ์ขององค์การนั้นจริงๆ บางองค์การต้องอาศัยระยะเวลายาวนานกว่าที่จะพบในขณะที่บางองค์การสามารถค้นพบจุดเด่นนั้นได้อย่างรวดเร็ว การทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การได้ย่อมเป็นผลมาจากความเพียรพยายามด้วยเวลาอันยาวนานขององค์การหรือสถาบันนั้นๆ (วิรัช ลภีรัตนกุล. 2546: 78) ดังนั้นเสรี วงษ์มณฑา ได้แนะนำหลักการสำหรับผู้บริหารในการค้นหาภาพลักษณ์องค์การไว้ 3 ประการ ดังนี้ (เสรี วงษ์มณฑา. 2542: 75-76)

ประการที่ 1 ต้องลงทุนทำวิจัยเพื่อให้ทราบว่าภาพลักษณ์องค์การในขณะนี้ เป็นเช่นไร โดยการวิจัยดังกล่าวมักจะเป็นความคิดสาธารณชนที่มีต่อองค์การ

ประการที่ 2 ต้องวิเคราะห์ออกมาให้ชัดเจนว่า ภาพลักษณ์ที่องค์การต้องการเป็น คืออะไรโดยเอาผลการวิจัยมาเปรียบเทียบกับภาพลักษณ์ที่ต้องการ

ประการที่ 3 วิเคราะห์ว่าองค์กรมีสินค้าอะไร มีบริการอะไร และสินค้ามีคุณสมบัติอย่างไร ที่จะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร ที่ทำให้คนทั่วไปมององค์กรว่าเป็นเช่นนี้ สิ่งที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรมีผลกระทบได้เพราะอะไร

บัญญัติ คำณวณ (2532: 34-35; อ้างอิงจาก วราภรณ์ ศรีอินทร์. 2545: 25-26) กล่าวถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี (Positive Image) ได้แก่หน่วยงานองค์กร สถาบัน นักประชาสัมพันธ์ และผู้ที่เกี่ยวข้องด้านประชาสัมพันธ์ ควรยึดหลักดังนี้

1. ค้นหาถึงจุดบกพร่อง หรือจุดอ่อน แห่งภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่มีอยู่แล้ว ในปัจจุบันอันเป็นการศึกษาวิเคราะห์ เพื่อหาช่องทาง และการวางแผนดำเนินงานในขั้นต่อไป การค้นคว้านี้อาจทำได้โดยการรวบรวม ทศนคติ ท่าที และความรู้สึกนึกคิดของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการใช้การสำรวจวิจัยเข้าประกอบด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริง

2. วางแผน และกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ที่องค์กร หรือสถาบันต้องการที่จะให้เกิดขึ้นในใจของประชาชน เพื่อนำมาใช้ประกอบการวางแผนดำเนินงานต่อไป

3. กำหนดหัวข้อต่างๆ เพื่อใช้ในการสร้างภาพลักษณ์แก่ประชาชน อาจเป็นคำขวัญ หรือข้อความสั้นๆ ที่กินความหมาย และชวนให้จดจำง่าย ที่สำคัญที่สุดคือ หัวข้อเหล่านี้จะต้องมีประสิทธิภาพในการเข้าถึงจุดสนใจ และมีอิทธิพลโน้มน้าวใจประชาชนให้เกิดภาพลักษณ์ตามที่ต้องการ

4. ใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ เข้าช่วยในการดำเนินงานสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง เช่น หนังสือ วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ต่างๆ

จากธรรมชาติขององค์กรหรือสถาบัน ผู้บริหารองค์กร หรือสถาบันอาจมองว่าภาพลักษณ์ขององค์กร สถาบันของตนนั้นดีแล้ว แต่ประชาชน หรือบุคคลภายนอกนั้นเป็นส่วนสำคัญที่จะชี้ เรียกว่าภาพลักษณ์กระจกเงา โดยจะเป็นคนส่งให้ผู้บริหาร หรือทุกคนในองค์กรทราบถึงภาพลักษณ์ที่เป็นปัจจุบันได้เป็นอย่างดี ถ้าหากภาพลักษณ์ที่ปรากฏเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่พึงปรารถนา หรือเกิดวิกฤตการณ์ขึ้น ผู้บริหารควรจะรีบทำการแก้ไข โดยใช้ศาสตร์และศิลป์ของการประชาสัมพันธ์ โดยการปรุงแต่งให้เข้ากับสถานการณ์ และสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น

โรงเรียนเป็นหน่วยงานหนึ่งที่ต้องมีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้น เพราะภาพลักษณ์ที่ดีของโรงเรียนมีผลต่อการตัดสินใจนำบุตรหลานเข้าเรียน วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์ (2555: ออนไลน์) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน ควรดำเนินการดังนี้

1. สร้างความรู้สึกให้ประชาชนยอมรับและเห็นด้วย อันจะเป็นผลให้โรงเรียนเป็นที่เชื่อถือ
2. ปรับปรุงโรงเรียนทั้งหมด ทั้งด้านการบริหาร การจัดการเรียนการสอน และการจัดกิจกรรมต่างๆ
3. กำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายล่วงหน้า เพื่อเป็นแนวทางและหลักชัยในการทำงาน
4. นำโรงเรียนให้เข้าไปเกี่ยวข้องกับชุมชนและท้องถิ่นมากขึ้น

5. สร้างโรงเรียนให้มีชื่อเสียง เช่น การส่งโรงเรียนเข้าประกวด การส่งครู และนักเรียนไปแข่งขันความรู้อัน และทักษะต่างๆ

6. เน้นการประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่มีประสิทธิภาพ

จะเห็นได้ว่าการสร้างภาพลักษณ์โรงเรียน จะเกี่ยวข้องกันทุกฝ่าย ทั้งฝ่ายการบริหาร การจัดการเรียนการสอน รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนทำร่วมกับชุมชน เพื่อให้เกิดความรู้สึกที่ดีกับชุมชน และผู้ปกครองนักเรียน สามารถพึ่งพาอาศัยกันในการจัดการศึกษาของโรงเรียนได้

วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์ (2555: ออนไลน์) กล่าวถึงขั้นตอน ในการสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน ควรดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. ศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนตามการรับรู้ของบุคลากร นักเรียน และผู้ปกครอง ชุมชนและสังคมทั่วไป โดยการวิเคราะห์ วิจัย หรือสำรวจความคิดเห็น
2. สร้างความตระหนักแก่บุคลากรให้เห็นความสำคัญของภาพลักษณ์โรงเรียน
3. ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน เพื่อหาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพและเกิดภาพลักษณ์ที่ดี
4. กำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย นโยบาย และแผนการดำเนินงาน เพื่อการพัฒนาโรงเรียนให้มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับ เชื่อถือและศรัทธาจากประชาชน
5. ใช้การประชาสัมพันธ์เป็นมาตรการสำคัญในการสร้างความเข้าใจแก่ผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินงานของโรงเรียนควบคู่ไปกับการบริหารและจัดการศึกษาโดยมุ่งเน้นความเป็นเลิศ
6. มีการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานสม่ำเสมอ และนำผลการประเมินไปปรับปรุงการทำงาน
7. ทำการพัฒนาโรงเรียนให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องความสำเร็จในการสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน นอกจากการทำจริง และการประชาสัมพันธ์แล้ว ต้องให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมมากที่สุดในทุกๆ ทาง

จากข้างความข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า วิธีการค้นหาภาพลักษณ์ สามารถทำได้ โดยการรวบรวมทัศนคติวิจัย สำรวจ ศึกษาการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ในส่วนของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของสถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษาอันได้แก่ ตัวสถาบัน วิทยาการ การบริหาร และการให้บริการความคิดเห็นและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้เครื่องมือเพื่อสอบถามเพื่อจะได้ทราบข้อมูล และนำมาพัฒนาหน่วยงานให้มีความเจริญก้าวหน้า จากนั้นนำข้อมูลมาวางแผนและกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ แล้วเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ไปสู่ประชาชนหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้บริหารต้องใช้ศาสตร์และศิลป์ในการประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กับทุกฝ่ายร่วมมือร่วมใจในการรักษาภาพลักษณ์ขององค์กรในทางที่ดีไว้ เพราะภาพลักษณ์เปรียบเสมือนกระจกเงาสท้อนถึงประสิทธิภาพของการทำงานทุกฝ่ายในองค์กร

2.6 การเกิดภาพลักษณ์และกระบวนการรับรู้ภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความประทับใจอย่างแท้จริง (True Impression) ของบุคคลที่มีต่อบุคคล หรือองค์กร หรือสถาบัน จะเป็นอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ข้อมูลข่าวสารที่บุคคลนั้นได้รับ (วิรัช ลภีรัตนกุล. 2540: 79) ด้วยเหตุนี้ ภาพลักษณ์จึงเป็นความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับ กระบวนการรับรู้ ที่ต้องใช้มโนทัศน์ของผู้รับสารแต่ละคน เป็นเครื่องชี้นำ และตีความหมาย โดยสิ่งที่ได้จากการตีความหมาย ของปัจเจกบุคคล จะเป็นลักษณะของความรู้เชิงอัตวิสัย กล่าวคือ กรอบประสบการณ์ของแต่ละคนจะทำให้การรับรู้ และการตีความหมายต่อสิ่งเดียวกันแตกต่างกันและเมื่อรับรู้อะไรบางอย่างหรือบางแง่มุมแล้วบุคคลนั้นก็จะมีแนวโน้มที่จะสรุปเป็นภาพรวม (Generalization) (กฤษณ์ ทองเลิศ. 2539: 136) ซึ่งสอดคล้องกับบัวร์สติน (Boorstin. 1973: 11-12) ที่ให้ความหมายของภาพลักษณ์ เกิดจากภาพที่มนุษย์จงใจสร้างขึ้นเพื่อจำลองเหตุการณ์โดยเริ่มตั้งแต่เหตุการณ์เทียม (Pseudo Event) กล่าวคือ ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ แต่เกิดขึ้นเพราะมีผู้วางแผนไว้ เช่น การสัมภาษณ์ การนำเสนอข่าว และความน่าสนใจของเหตุการณ์เทียมจะอยู่ที่ความคลุมเครือของเหตุการณ์ที่นำมาเสนอ ยิ่งมีความเคลือบแคลงเท่าใดก็ยิ่งน่าสนใจมากขึ้นและเป็นการคาดเดาสิ่งที่เกิดขึ้นในอนาคตจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งเจฟคินส์ (Jefkins. 1993: 6) อธิบายถึงภาพลักษณ์เกิดขึ้นจากความประทับใจ จึงเป็นความประทับใจที่ได้จากการได้มีความรู้และความเข้าใจในข้อเท็จจริงนั้นๆ ส่วนลิตทริโซค วรานุสันติกุล (2531: 35-45) การเรียนรู้พฤติกรรมของมนุษย์ที่แตกต่างกัน แต่ในการเรียนรู้นั้นไม่ว่าจะแตกต่างกันอย่างไร มนุษย์มีการเรียนรู้ 3 วิธี คือ

- 1) การเรียนรู้แบบเชื่อมโยงความสัมพันธ์ คือ การเรียนรู้ที่จะแสดงพฤติกรรมเฉพาะอย่างเมื่อมีสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นสัญญาณปรากฏขึ้นก่อนเสมอ
- 2) การเรียนรู้จากผลกรรม เป็นการเรียนรู้ที่ผู้เรียนต้องกระทำพฤติกรรม และผลของการกระทำนั้น จะสนองตอบแก่ผู้กระทำ ถ้าผลกรรมที่สนองตอบกลับมาทำให้เกิดความพึงพอใจก็อยากจะทำอีก และในทางตรงกันข้ามถ้าผลกรรมทำให้เกิดความไม่พึงพอใจก็จะหยุดการกระทำนั้นไปในที่สุด
- 3) การเรียนรู้จากตัวอย่าง หรือแบบเป็นลอกเลียนมาจากผู้อื่น ในชีวิตของคนเราได้พฤติกรรมมาจากการเรียนรู้จากตัวอย่างหรือแบบนี้เป็นส่วนใหญ่

นอกจากนี้ ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ (2530: 64-65) อ้างถึงทฤษฎี ของคาร์ล โรเจอร์ส (Carl Rogers) การรับรู้ เป็นกระบวนการที่มีพลัง บุคคลจะรับรู้ และให้ความหมายเกี่ยวกับประสบการณ์ที่สอดคล้องกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวของเขา ซึ่งจะตอบโต้ต่อความเป็นจริงนั้นๆ อย่างเป็นระบบเดียวกันทั้งหมด และการรับรู้ของบุคคล จะได้รับอิทธิพลมาจากการรับรู้ของตนเอง และของบุคคลอื่น บุคคลจะรับรู้เกี่ยวกับประสบการณ์ และให้คุณค่าเกี่ยวกับประสบการณ์ต่างๆ ในวิถีที่ต้องการที่จะให้บุคคลอื่นเห็นว่าตนมีค่า

สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการรับรู้ข้อมูล เป็นความรู้สึกของบุคคล ซึ่งจะมีความแตกต่างกันในกระบวนการรับรู้ ทำให้การตีความหมายแตกต่างกัน ภาพลักษณ์ขององค์กรจะเป็นอย่างไรขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้รับข้อมูลข่าวสาร

ภาพลักษณ์ที่ดี และภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา ย่อมเป็นผลแห่งความพากเพียรพยายามด้วยเวลาอันยาวนานขององค์กรหรือสถาบันนั้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจึงไม่สามารถทำได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว หรือใช้เวลาเพียงสั้นๆได้ (วิรัช ลภีรัตนกุล. 2640: 78) ภาพลักษณ์ที่ดีนั้นจึงมีความแตกต่างกัน ตามความต้องการของแต่ละสถาบันการศึกษา เช่น สถาบันทางการเงินอาจเน้นภาพลักษณ์ของความมั่นคง และความน่าเชื่อถือ สถาบันการศึกษาอาจเน้นภาพลักษณ์ที่ดีถาวร คือ ภาพลักษณ์ที่ต้องอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริง การสร้างภาพลักษณ์ กับพฤติกรรมขององค์กรจึงต้องสอดคล้องกัน การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ควรต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง ยาวนาน สม่ำเสมอ และด้วยวิธีการหลายอย่างโดยอิงความถูกต้องและความเป็นจริง สุพิน ปัญญามาก (2537: 102-102) ภาพลักษณ์ขององค์กรที่สังคมต้องการนั้น ควรจะเป็นองค์กรที่เจริญก้าวหน้าทันโลก มีบริการและสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า มีระบบบริการ และฝ่ายจัดการที่สูงด้วยประสิทธิภาพ มีความรับผิดชอบต่องสังคมระดับสูง สามารถทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ให้กับส่วนรวมและปฏิบัติงานภายในกรอบกฎหมายบ้านเมือง (อำนาจ วีรวรรณ. 2537: 107-108) ดังนั้น ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) จึงเป็นภาพลักษณ์ที่ผู้บริหารหรือพนักงานมีความต้องการให้องค์กรของตนเป็นเช่นนั้น เช่น เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อ เป็นองค์กรที่มีความเจริญ เป็นต้น

2.7 ทฤษฎีการบริหารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์

ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า ระบบการบริหารจัดการที่ดีเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จในการบริหารจัดการในองค์กร (ปรีชา วัชรภักย์. 2552: 2) การจูงใจเพื่อให้เกิดการปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการปฏิบัติงานของบุคคล ทำให้บุคคลต้องปฏิบัติงาน เต็มศักยภาพของตนด้วยใจรักงาน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ จะต้องสร้างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ให้มีขึ้นในตัวบุคคล เพื่อเป็นปัจจัยนำไปสู่การปฏิบัติงาน ที่มีประสิทธิภาพของบุคคลในที่สุด แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motive) คือ ความปรารถนาที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยพยายามแข่งขันกับเกณฑ์มาตรฐานอันดีเลิศ จะมีความรู้สึกเป็นทุกข์กังวลใจ ไม่สบายใจเมื่อประสบความล้มเหลวหรืออุปสรรค (จรรยา ทองถาวร. 2530: 34) สอดคล้องกับผลการวิจัยของลัดดา กุลนันทน์ (2544: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานวิจัยสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานวิจัย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย เรียงลำดับจาก มากไปน้อย ได้แก่ ด้านลักษณะงาน 3.49 ด้านความรับผิดชอบต่อ 3.45 ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน 3.44 ด้านความสำเร็จในงาน 3.34 การได้รับการยอมรับ 3.32 ด้านความก้าวหน้าในงาน 2.96 ด้าน

การบังคับบัญชา 2.90 ด้านสภาพการทำงาน 2.80 ด้านนโยบายการบริหารองค์การ 2.79 และด้านเงินเดือนค่าจ้าง 2.69 ส่วนศิริรัตน์ ทวีการไถ (2551: บทคัดย่อ) กล่าวว่า ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อความทุ่มเทในการทำงาน คือ การได้รับคำชมเชย ความเชื่อถือ ความไว้วางใจจากผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน ทำให้มีกำลังใจที่จะทำงานมากขึ้น การได้รับการยอมรับความคิดเห็นจากผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน ทำให้มีความกล้าคิด กล้าทำมากขึ้น เช่นเดียวกับทฤษฎีของกิลฟอร์ด (Guilford. 1967: 39) กล่าวถึงลักษณะของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ คือ ปรารถนา ที่จะทำกิจการนั้นให้สำเร็จส่วนทฤษฎีแอคคินสัน (ลัดดา ทองโคตร. 2554: 50-51; อ้างอิงจาก Atkinson. 1966: 51) ได้อธิบายแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ว่า เป็นแรงผลักดันที่เกิดขึ้น เมื่อบุคคลรู้ตัวว่าการกระทำของตนจะต้องได้รับการประเมินผลจากตัวเอง หรือบุคคลอื่นโดยเทียบเคียงกับมาตรฐานอันดีเยี่ยม นอกจากนี้แมคคิลแลนด์ (ยงยุทธ เกษสาคร. 2541: 64; อ้างอิงจาก McClelland. 1973: 9) กล่าวว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ คือ ความปรารถนาของบุคคล ที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งสำเร็จลุล่วงด้วยดี เทคนิควิธีการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management : NPM) มุ่งเน้นถึงวัตถุประสงค์และสัมฤทธิ์ผลของการดำเนินงานทั้งในแง่ของผลผลิต (Output) และผลลัพธ์ (Outcome) และความคุ้มค่าของเงิน (Value for Money) รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ประชาชน ผู้รับบริการ การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Results Based Management - RBM) แยกออกเป็น

$$\begin{array}{l} \text{ผลสัมฤทธิ์} = \text{ผลผลิต} + \text{ผลลัพธ์} \\ \text{(RESULTS)} \quad \text{(OUTPUTS)} \quad \text{(OUTCOMES)} \end{array}$$

การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ คือ วิธีการบริหารจัดการที่เป็นระบบมุ่งเน้นที่ผลสัมฤทธิ์หรือผลปฏิบัติงานเป็นหลัก โดยมีการวัดผลการปฏิบัติงานที่ชัดเจน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ที่ตั้งไว้ (เมธินี จิตติชานนท์. 2547: 3-5) เช่นเดียวกับทศพร ศิริสัมพันธ์ (2543: 146) กล่าวว่า การมุ่งผลสัมฤทธิ์ เน้นการวางแผน การกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกลยุทธ์การดำเนินงานแบบมีส่วนร่วม ใช้ระบบการประเมินผลงาน ที่อาศัยตัวบ่งชี้เป็นตัวสะท้อนผลงานให้ออกมาเป็นรูปธรรม เพื่อการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น และแสดงผลงานต่อสาธารณะ

(ทิพาวดี เมฆสุวรรณ (2543: 3) การมุ่งไปสู่ผลสัมฤทธิ์ คือการมุ่งมั่นในความรับผิดชอบ และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อช่วยให้มีการตัดสินใจได้ตามเวลา และมีประสิทธิภาพ (สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. 2546: 2) ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้มุ่งไปสู่ผลสัมฤทธิ์ คือ

1. ความรับผิดชอบ (Accountability)
2. การให้บริการลูกค้า (Customer Service)
3. การตัดสินใจ (Decisiveness)
4. ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)
5. การแก้ไขปัญหา (Problem Solving)
6. มีเทคนิคที่เชื่อถือได้ (Technical Credibility)

ดังนั้นการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Results Based Management ; RBM) จึงเป็นการบริหาร เพื่อการจัดหาให้ได้ทรัพยากรการบริหารมาอย่างประหยัด (Economy) เน้นใช้ทรัพยากร อย่างมีประสิทธิภาพ (Efficiency) และการได้ผลงาน ที่บรรลุเป้าหมายขององค์กร (Effectiveness) ตัวบ่งชี้ ผลงานตามแนวทางการบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ จะประกอบด้วยตัวบ่งชี้ที่สำคัญดังต่อไปนี้ (ทศพร ศิริสัมพันธ์. 2543: 148-150; สุพจน์ ทรายแก้ว. 2543: 137-138)

1. ตัวบ่งชี้ปัจจัยนำเข้า (Input Indicators) ได้แก่ จำนวนทรัพยากรโดยรวมที่ใช้ในการ ดำเนินกิจกรรม หรือบริการเพื่อก่อให้เกิดผลผลิตผลลัพธ์ เช่น จำนวนเงินที่ใช้ จำนวนบุคลากรที่ จำเป็นในการให้บริการ จำนวนวัตถุดิบและอุปกรณ์การผลิต เป็นต้น

2. ตัวบ่งชี้ผลผลิต (Output Indicators) เป็นตัวบ่งชี้ ที่แสดงถึงปริมาณ จำนวนสิ่งของ ที่ผลิตได้จากการดำเนินกิจกรรม เช่น จำนวนผู้เข้ารับการอบรมการพัฒนาอาชีพ จำนวนนักเรียนที่ รับเข้าเรียน จำนวนบัณฑิตที่จบการศึกษา เป็นต้น

3. ตัวบ่งชี้ผลลัพธ์ (Outcome Indicators) หมายถึง ตัวบ่งชี้ที่แสดงถึงผลสัมฤทธิ์ ของ กิจกรรม เช่น จำนวนผู้จบการศึกษาที่มีงานทำ จำนวนกิโลเมตรของทางด่วนที่มีสภาพอยู่ในเกณฑ์ดี และยังรวมถึงตัวบ่งชี้ผลลัพธ์คุณภาพ ของการบริการ (Quality Indicators) เช่น จำนวนสินค้าที่ บกพร่อง จำนวนใบแจ้งหนี้ที่ผิดพลาด จำนวนหนี้ค้างชำระ ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อ การทำงานขององค์กร เป็นต้น

4. ตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพ (Efficiency Indicators) หมายถึง ตัวบ่งชี้ที่แสดงค่าใช้จ่าย ต่อหน่วยของผลผลิต หรือระยะเวลาในการให้บริการต่อรายการ เช่น ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักเรียน สำเร็จการศึกษา เวลาการทำงานในการปรับสภาพพื้นผิวถนน 1 กิโลเมตร

5. ตัวบ่งชี้ความคุ้มค่า (Cost Effectiveness) หมายถึง ตัวบ่งชี้ที่แสดงค่าใช้จ่ายของ ผลลัพธ์ที่แสดงถึงความคุ้มค่า (Value for Money) ที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรม เช่น ต้นทุนเฉลี่ย ในการช่วยให้ผู้ว่างงานได้งานภายหลังการฝึกอบรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซ่อม บำรุงรถยนต์ให้พร้อมใช้งาน

6. ตัวบ่งชี้ปริมาณงาน (Workload Indicators) หมายถึง ข้อมูลที่แสดงถึงความต้องการ ในการใช้บริการ หรือภาระงานในหน้าที่ของบุคลากร เช่น จำนวนแพทย์ต่อประชากร จำนวน พยาบาลต่อคนไข้ในจำนวนใบสมัครงานที่ได้รับในแต่ละวัน เป็นต้น

7. ตัวบ่งชี้สารสนเทศเชิงอธิบาย (Explanatory Information) หมายถึง ข้อมูลที่อธิบาย ถึงองค์ประกอบที่มีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานขององค์กรซึ่งอาจจะอยู่ภายใต้หรืออยู่นอกเหนือ การควบคุมขององค์กรก็ได้ เช่น อัตราส่วนของนักเรียนต่อครู อายุการใช้งานของอุปกรณ์ที่ใช้ใน การซ่อมถนน ร้อยละของนักเรียนที่นับถือศาสนาพุทธ เป็นต้น

ในกระบวนการบริหารงานมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ การวัดผลการปฏิบัติงาน จะมีวัตถุประสงค์ หลักอยู่ที่การทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลสารสนเทศสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร เพื่อนำไปสู่การ

ปรับปรุงการปฏิบัติงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ระบบการวัดผลการปฏิบัติงานที่ดีจึงควรเป็นระบบ ที่สามารถผลิตข้อมูลสารสนเทศ ที่แสดงถึงความก้าวหน้าของผลการดำเนินงานที่มีความครอบคลุม ครบถ้วน สมบูรณ์และทันกาล

การมุ่งผลสัมฤทธิ์จะเน้นที่ผลลัพธ์ (Outcomes) ของงาน โดยจะให้ความสำคัญที่การกำหนดพันธกิจ และวัตถุประสงค์ของงาน เป้าหมายที่ชัดเจน การกำหนดผลผลิต และผลลัพธ์ที่ต้องการของทุกโครงการในองค์กร ให้สอดคล้องกันไปในทางเดียวกับภารกิจ และวัตถุประสงค์ขององค์กร มีการกำหนดตัวบ่งชี้ เพื่อวัดผลการทำงานหลัก (Key Performance Indicators) ไว้อย่างชัดเจน (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. 2552: 8) วัดผลการปฏิบัติงานในเชิงกลยุทธ์ (Strategic Performance Approach) ที่เน้นการวัดผลการปฏิบัติงานแบบองค์รวม กล่าวคือ พิจารณาผลสำเร็จของการปฏิบัติงาน โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยภายใน และภายนอกองค์กรในสัดส่วนที่ทัดเทียมกัน มีการคำนึงหรือให้ความสำคัญถึง ความเชื่อมโยงระหว่างโครงสร้างองค์กร และพันธกิจในการทำงานแต่ละระดับขององค์กร รวมทั้งให้ความสนใจ ในด้านการตอบสนองความคาดหวังของผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุก ๆ ฝ่าย(กรมชลประทาน. 2554: ออนไลน์)

จะเห็นได้ว่าการนำหลักการ และแนวคิด ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มาใช้ในการบริหารโรงเรียน จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของโรงเรียน และช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงาน และสนับสนุนวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ สร้างบรรยากาศในการทำงานที่สร้างสรรค์ ยืดหยุ่น และมีความหลากหลาย สนับสนุนให้บุคลากรทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากการบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์มีการประเมินผลทั้งในแง่ของปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ผลผลิต และผลลัพธ์ ซึ่งจะต้องมีการกำหนดตัวบ่งชี้วัดผลการดำเนินงาน (Key Performance Indicators ; KPIs) รวมทั้งการกำหนดเป้าหมาย (Targets) และวัตถุประสงค์ (Objectives) ไว้ล่วงหน้า โดยอาศัยการมีส่วนร่วมระหว่างผู้บริหารโรงเรียน สมาชิกขององค์กร และตลอดถึงผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ (Stakeholders) ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานขององค์กร

3. ภาพลักษณ์โรงเรียน

ถ้าจะเปรียบโรงเรียน เหมือนกับโรงงานอุตสาหกรรม นักเรียนก็เหมือนสินค้าที่ผลิตออกมาสู่ตลาด ซึ่งอาจเป็นสินค้าที่วางขายอยู่ในห้างสรรพสินค้า หรือจะเป็นสินค้าขายอยู่ตามตลาดทั่วไป หรือขายแบกกับดินก็อยู่ที่โรงเรียนมีกระบวนการควบคุม และพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้เป็นที่นิยมแพร่หลายได้ดีเพียงไร (สมชาย เทพแสง. 2543: 13) และการที่สถานศึกษาจะจัดการศึกษา ให้เด็กและเยาวชน มีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ เป็นที่พึงพอใจของสังคมได้ว่าเป็นคนดีมีความรู้ความสามารถ มีคุณภาพระดับสากล ในขณะที่เดียวกันหัวใจและวิญญาณ ก็ต้องซึ้ง และแน่นแฟ้นในคุณธรรม และวัฒนธรรมไทยอยู่ในสังคมโลกยุคโลกาภิวัตน์ได้อย่างดี จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่โรงเรียนจะต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการ ปรับปรุงพัฒนาโรงเรียน โดยความร่วมมือกับผู้บริหารโรงเรียน และบุคลากรทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง (สุรัฐ ศิลปะอนันต์. 2545: 209) ซึ่งในปัจจุบันการสร้างภาพลักษณ์

ของโรงเรียน ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญในยุค IT จำเป็นอย่างยิ่งโรงเรียนควรต้อง ปรับปรุง พัฒนา โรงเรียนให้มีภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของผู้ปกครอง ชุมชน ถือว่าเป็นจุดขายที่สำคัญของโรงเรียน (วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์. 2555: ออนไลน์) การที่จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของโรงเรียน เป็นหน้าที่ของทุกคนในโรงเรียน ซึ่งต้องอาศัยปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ผลผลิตของโรงเรียนต้องดี การปฏิบัติงานต้องเด่น มีความยุติธรรม และถูกต้องตามกฎหมาย บริการของบุคลากร ต้องเป็นที่ประทับใจกับ ผู้ปกครอง และบุคคลทั่วไป การสร้างภาพลักษณ์โรงเรียนมีความเกี่ยวข้องกับ ทุกฝ่ายในโรงเรียน ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหาร ครู บุคลากรต่างๆ ในโรงเรียน นักเรียน นอกจากตัวบุคคลแล้ว ยังรวมถึงอาคารสถานที่ การจัดสภาพแวดล้อมในโรงเรียน ด้านการบริหาร การจัดการเรียนการสอน และการจัดกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียน ล้วนมีผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนทั้งสิ้น (อุษา งามมีศรี. 2552: 26)

การสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ของโรงเรียน คือ ผลที่เกิดจากความเชื่อถือ การยอมรับ และศรัทธาที่บุคคลมีต่อโรงเรียน ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียนจะเกี่ยวข้องกับปัจจัยดังต่อไปนี้ (จิราภรณ์ สีขาว. 2536: 28; จิตลวัญญ์ บุนนาค. 2539:12; ศศิพรรณ บิลมาโนช. 2538) ความเชื่อถือ การยอมรับ และความเลื่อมใสศรัทธา

สำหรับกลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ ควรดำเนินการดังนี้ (จิราภรณ์ สีขาว. 2536: 28; จิตลวัญญ์ บุนนาค. 2539: 12; ศศิพรรณ บิลมาโนช. 2538: 20)

1. สร้างความรู้สึกให้ประชาชนยอมรับและเห็นด้วย อันจะเป็นผลให้โรงเรียนเป็นที่เชื่อถือ
2. ปรับปรุงโรงเรียนทั้งหมด ทั้งด้านการบริหาร การจัดการเรียนการสอน และการจัดกิจกรรมต่างๆ
3. กำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายล่วงหน้า เพื่อเป็นแนวทางและหลักชัยในการทำงาน
4. นำโรงเรียนให้เข้าไปเกี่ยวข้องกับชุมชนและท้องถิ่นมากขึ้น
5. สร้างโรงเรียนให้มีชื่อเสียง เช่น การส่งโรงเรียนเข้าประกวด การส่งครูและนักเรียนไปแข่งขันความรู้และทักษะต่างๆ
6. เน้นการประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่มีประสิทธิภาพ

การประชาสัมพันธ์ถือเป็นการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารของโรงเรียน ไปสู่ชุมชน หรือ ประชาชนภายนอก ถือเป็นมาตรการสำคัญในการสร้างความเข้าใจ แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานของโรงเรียนในการจัดการศึกษา โดยมุ่งเน้นความเป็นเลิศของโรงเรียน เช่น ผู้บริหาร ครู ตลอดจนบุคลากรต่าง ๆ ในโรงเรียน เป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์ในวิชาชีพ สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเต็มความสามารถ ซึ่งบุคลากรในโรงเรียนมีความสำคัญมากที่จะนำภาพลักษณ์ของโรงเรียนไปในทางที่ดี โรงเรียนควรเปิดโอกาสให้ผู้ปกครองเข้ามามีส่วนร่วม ในการจัดการศึกษา เพื่อลดข้อขัดแย้งระหว่างบ้านกับโรงเรียน ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้าง ความเข้าใจที่ดีต่อกัน โดยผ่านการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้มีการสื่อสารกันตลอดเวลาเพื่อให้เกิดการยอมรับและร่วมมือกับ

โรงเรียน นอกจากผู้ปกครองแล้ว ชุมชนที่โรงเรียนอาศัยอยู่ก็เช่นเดียวกัน ถือว่ามีความสำคัญต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในทางที่ดีได้

ขั้นตอนในการสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน ควรดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้ (จิราภรณ์ สีขาว. 2536: 28; จิตลาวัณย์ บุนนาค. 2539: 12; ศศิพรรณ บิลมาโนช. 2538: 20)

1. ศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนตามการรับรู้ของบุคลากรในโรงเรียน นักเรียนผู้ปกครอง ชุมชนและสังคมทั่วไป โดยการวิเคราะห์ วิจัย หรือสำรวจความคิดเห็น

2. สร้างความตระหนักแก่บุคลากรให้เห็นความสำคัญของภาพลักษณ์โรงเรียน

3. ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน หาความต้องการจำเป็น (Needs) ในการพัฒนาโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพและเกิดภาพลักษณ์ที่ดี

4. กำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย นโยบาย และแผนการดำเนินการเพื่อพัฒนาโรงเรียนให้คุณภาพ ได้รับการยอมรับ เชื่อถือและศรัทธาจากประชาชน

5. ใช้การประชาสัมพันธ์เป็นมาตรการสำคัญในการสร้างความเข้าใจแก่ผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินงานของโรงเรียนควบคู่ไปกับการบริหารและจัดการศึกษาโดยมุ่งเน้นความเป็นเลิศ

6. มีการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินงานสม่ำเสมอ และนำผลการประเมินไปปรับปรุงการทำงาน

7. ทำการพัฒนาโรงเรียนให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง

หน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับโรงเรียน (ศุภวัฒน์ คุณานุกวัฒน์. 2555: ออนไลน์)

1. หน้าที่ในการประกาศ (Announcement) เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หรือกิจกรรมใดๆ ของโรงเรียนให้บุคคลภายนอกทราบว่าเป็นการสร้างความรับรู้ให้เกิดความชื่นชม ในความก้าวหน้าของโรงเรียน

2. หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (Information) เพื่อที่ว่าเมื่อคนภายนอกทราบแล้วจะเกิดความเลื่อมใสและน่าเชื่อถือ

3. หน้าที่ในการจูงใจ (Persuasion) เช่น จูงใจให้คนมาช่วยกันประหยัดน้ำมัน ประหยัดไฟฟ้า ซึ่งถือเป็นหน้าที่ที่สำคัญประการหนึ่ง ของการประชาสัมพันธ์ที่จะสร้างภาพลักษณ์ความเป็นผู้ใส่ใจในทรัพยากรของประเทศชาติของโรงเรียน

4. หน้าที่ในการสร้างการยอมรับสิ่งใหม่ (Create receptivity) เพราะมนุษย์เรามักจะกลัวการเปลี่ยนแปลง เพราะสิ่งที่มาเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นแนวความคิดใหม่ จึงต้องจูงใจให้คนยอมรับเพื่อการสร้างสรรค์และยอมรับสิ่งใหม่

5. หน้าที่ในการสร้างความคาดหวัง (Create Expectation) การที่จะสร้างให้คนมีความคาดหวังในสิ่งใด จะต้องทำให้เขามีความพร้อมแห่งสภาวะทางอารมณ์ ที่พร้อมในการปฏิบัติก่อน

6. มีหน้าที่เสริมความน่าเชื่อถือ (Increase Credibility) เหมาะกับกิจกรรมที่ใช้โฆษณาเป็นตัวสร้างการรับรู้กว้างขวาง แต่ในสื่อโฆษณาไม่อาจทำให้น่าเชื่อถือได้อย่างเต็มที่ จึงต้องใช้การประชาสัมพันธ์เข้ามาช่วยในรูปแบบของบทความใช้วิธีการให้สัมภาษณ์ การจัดกิจกรรมพิเศษ การแจกเอกสารต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้นกว่าข้อความในโฆษณา

7. มีหน้าที่ให้การศึกษา (Education) สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นในโลกนี้ จำเป็นต้องใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อบอกให้ทราบว่าอะไรเป็นอะไร เป็นการให้การศึกษาแก่สาธารณชน

8. สร้างคุณค่าเพิ่มให้กับสินค้า (Value Added) คือการทำให้สินค้านั้นมีคุณค่าเพิ่มขึ้น ใช้แล้วเกิดความรู้สึกภูมิใจ

9. สร้างภาพลักษณ์ที่ดี (Create Image) เป็นการเผยแพร่สิ่งที่ดีงามของโรงเรียน และเรื่องราวกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นออกไปให้ประชาชนรับรู้และเกิดความรู้สึกที่ดี การประชาสัมพันธ์จะทำให้ทราบว่าโรงเรียนนั้นๆ มีภาพลักษณ์อย่างไร และคนอื่นคิดว่าโรงเรียนมีภาพลักษณ์อย่างไรที่คิดหรือไม่

10. การแก้ไขทัศนคติเชิงลบ (Reverse Negative Attitudes) เมื่อมีความเข้าใจผิดใด ๆ เกิดขึ้นกับสาธารณชน ฝ่ายประชาสัมพันธ์จะต้องเอาใจใส่ดูแล และแก้ไขเรื่องนั้นๆ โดยทันที เพื่อไม่ให้เกิดความรู้สึกในเชิงลบฝังใจระยะยาว และจะต้องหาทางสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นทดแทนให้ได้ เพื่อให้ผลดีในระยะยาว

11. สร้างความปรารถนาดี (Good Will) การจะสร้างความปรารถนาดีให้เกิดขึ้นต้องทำให้ประชาชนรับรู้ถึงโรงเรียนนั้นๆ ดำเนินกิจกรรมด้วยความเอาใจใส่ต่อสังคมมาตลอดไม่เอาเปรียบสังคม

12. สร้างความภักดี (Create Loyalty) เมื่อสาธารณชนรักโรงเรียนขึ้นชมในโรงเรียน มองโรงเรียนในแง่ดี ก็จะทำให้เกิดความประทับใจและมีทัศนคติที่ดีต่อโรงเรียน

13. เปลี่ยนรูปแบบของความคิด (Divert Pattern of Thoughts) บางครั้งสาธารณชนอาจจะไม่ชื่นชมโรงเรียนเพราะมีความคิดบางอย่างที่ไม่สอดคล้องกับโรงเรียน โรงเรียนจึงต้องมีหน้าที่ในการเปลี่ยนรูปแบบความคิดของผู้บริโภค เปลี่ยนแนวทางการมอง

14. สร้างบรรยากาศในการทำงานให้เป็นเชิงบวก (Create Favorable Working Environment) ถ้าการดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่น ไม่มีปัญหา หรืออุปสรรคทั้งภายใน และภายนอกที่ก่อให้เกิดความเครียดในหมู่พนักงานจะทำให้ประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรดีขึ้น

15. สร้างความเข้าใจ (Create Understanding) บางครั้งสิ่งที่โรงเรียนดำเนินการลงไปคนภายนอกอาจเกิดความไม่เข้าใจความสงสัยหรือไม่แน่ใจจึงเป็นหน้าที่ของโรงเรียนที่จะต้องสร้างความเข้าใจให้กับบุคคลภายนอกด้วยการให้ข้อมูล ให้คำอธิบายเบื้องต้น เบื้องหลัง เงื่อนไขต่างๆ ที่ทำให้สาธารณชนยอมรับการกระทำต่างๆ ของโรงเรียน

16. รักษาสัมพันธ์ภาพให้มั่นคงและยืนยาว (Build and Retain Relationship) นอกจากการสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีแล้ว โรงเรียนยังต้องรักษาสัมพันธ์ภาพที่ดีกับสาธารณชนภายนอก และบุคลากรภายในไว้ให้มั่นคงและยืนยาวต่อไปด้วย เพื่อให้สามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่น

ความสำเร็จในการสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน นอกจากการทำจริงและการประชาสัมพันธ์แล้ว ต้องให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) และผู้เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมมากที่สุด ในทางใดทางหนึ่งภาพลักษณ์ของโรงเรียนเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและเป็นประโยชน์ต่อความเจริญก้าวหน้าของโรงเรียน ภาพลักษณ์นั้นเกิดจากความรู้สึกนึกคิดของคน ที่มีต่อโรงเรียน ภาพลักษณ์ของโรงเรียนสามารถสร้างขึ้นได้โดยใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสม การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นแก่โรงเรียนทำได้ยากพอๆ กับการรักษาภาพลักษณ์ของโรงเรียน แต่ก็คงไม่เกินความสามารถของผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องจะทำให้เกิดขึ้นมาได้

ดังนั้นภาพของโรงเรียนที่เกิดจากการรับรู้ ความเข้าใจ ความประทับใจ ทั้งทางตรงและทางอ้อมในจิตใจประชาชนต่อการดำเนินงานของโรงเรียน เพื่อให้เป็นที่น่าเชื่อถือ ศรัทธา และยอมรับส่งผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน (ลักษณะ สตะเวทิน. 2542: 100)และการดำเนินการจัดการศึกษาของโรงเรียน เพื่อให้มีภาพลักษณ์ที่ดี และมีคุณภาพจึงเป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการด้วยกลยุทธ์ที่มีการบูรณาการ และความร่วมมือของกลุ่มคนกลุ่มต่างๆ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ที่สำคัญยิ่งคือ ความร่วมมือของนักเรียน ผู้ปกครอง ครู และผู้เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษาทุกฝ่าย เนื่องจากภาพลักษณ์องค์กรรวมจะส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าของโรงเรียน

จากข้อความข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า **ภาพลักษณ์โรงเรียน** หมายถึง สภาพของโรงเรียนในด้านต่างๆ ที่บุคคลรับรู้จากประสบการณ์ เป็นการสะท้อนออกถึงความรู้สึก และความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนจากการบริหารจัดการ การกระทำหรือพฤติกรรมของบุคลากรในโรงเรียน โดยพิจารณาจากองค์ประกอบใน 3 ด้าน คือ ด้านความเชื่อถือ ด้านการยอมรับ และด้านความศรัทธา

จากการศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงเรียน พบว่า ปัจจัยที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ของโรงเรียนขึ้นอยู่กับ ความน่าเชื่อถือ การยอมรับ และด้านความศรัทธา ซึ่งเกิดขึ้นจากผู้ปกครองที่มาใช้บริการในโรงเรียน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นตัวแปรในการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 ด้านความเชื่อถือ (Credibility)

ความเชื่อถือหรือความน่าเชื่อถือ (Credibility) เป็นมิติหนึ่งของภาพลักษณ์องค์กร การจะน่าเชื่อถือของบุคคลทั้งภายนอก และภายในองค์กรได้ต้องมีคุณสมบัติ หลายอย่างผสมผสานกัน เช่น องค์กรมีความรู้ความเชี่ยวชาญ (Knowledge and Expertise) เป็นองค์กรที่มั่นคงพึ่งพาได้ (Dependability) เป็นองค์กรที่มีความชอบธรรม (Legitimation) มีบทบาทหน้าที่และจัดกิจกรรมต่างๆ ที่ตอบสนองความต้องการของสังคม โดยมีอุดมการณ์ในการดำเนินงานตาม

บทบาทหน้าที่องค์การที่สามารถธำรงไว้ สอดคล้องกับฟิชเบิน (Fishbein. 1967: 258-260) อธิบายความหมายของความเชื่อว่าเป็นเรื่องของความคิดเห็น ความคิดว่าน่าจะเป็นไปได้ ความเชื่อทางจิตวิทยา คือ ความเชื่อถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจจะอธิบายในรูปความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และสิ่งอื่นๆ เฮอร์เชย์; และเบอร์ชาร์ด (Hershey; & Berchard. 1977: 40-41) กล่าวถึงความไว้วางใจว่า การอยู่ร่วมกับผู้อื่น ต้องมีความไว้วางใจเป็นพื้นฐาน หรือต้องอยู่บนพื้นฐาน ความไว้วางใจ การเริ่มต้นเข้าใจผู้อื่นในทางที่ดีนั้นเราต้องสามารถที่จะไว้วางใจผู้อื่นเป็นพื้นฐานของความไว้วางใจ พื้นฐานของความไว้วางใจ คือการเชื่อในความซื่อสัตย์ และเชื่อมั่นในบุคคลนั้นนับตั้งแต่ได้พบบุคคลนั้นๆจนกว่าจะมีเหตุการณ์ให้เชื่อได้ว่าเป็นอย่างอื่น ความน่าเชื่อถือ ต้องมีคุณสมบัติอย่างน้อย 3 ประการคือ มีความสุจริต (Integrity) มีความรู้ความสามารถ (Competency) และองค์การที่เปิดเผย (Openness) ซึ่งลักษณะดังกล่าวถือเป็นภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การ (พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร. 2534: 125)

ภาพลักษณ์ยังมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะสังคมปัจจุบันเป็นสังคมข่าวสารและสังคมการสื่อสาร บุคคล และองค์การต่าง ๆ จะมีลักษณะเป็นสาธารณะมากขึ้น ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การ และบุคลากร จึงนับว่าเป็นสิ่งจำเป็นมากในการที่จะทำให้องค์การมีชื่อเสียง ได้รับความร่วมมือ เชื่อถือ ศรัทธา และทำให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน (วาสนา จันท์สว่าง; และคณะ. 2541: 12) ซึ่งความเชื่อถือจะเกิดขึ้น ต้องอาศัยองค์ประกอบดังนี้

- 1) บุคลากร ผู้บริหาร ครู และเจ้าหน้าที่ เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ประพฤติดี และปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ
- 2) ชื่อเสียงของโรงเรียน ในด้านใดด้านหนึ่งหรือหลายด้านรวมกัน เช่น ด้านวิชาการ กีฬา ดนตรี จริยธรรม ฯลฯ
- 3) ความเหมาะสมของอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมในโรงเรียน
- 4) การพัฒนาโรงเรียนจนได้รับรางวัลและการยกย่องเช่น โรงเรียนรางวัลพระราชทาน โรงเรียนจัดสิ่งแวดล้อมดีเด่น เป็นต้น

จากบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 (กระทรวงศึกษาธิการ. 2546: 5-20) ในมาตรา 9(4) ให้มีการส่งเสริมมาตรฐานวิชาชีพครู ณาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา และการพัฒนาครู ณาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษาอย่างต่อเนื่อง และในมาตรา 39 กำหนดให้กระทรวงกระจายอำนาจการบริหาร และการจัดการศึกษา ทั้งทางด้านวิชาการ งบประมาณ การบริหารบุคคล และการบริหารทั่วไป ไปยังคณะกรรมการ และสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา และสถานศึกษาในเขตพื้นที่การศึกษา อีกทั้งพระราชบัญญัติระเบียบข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาพ.ศ. 2547 (กระทรวงศึกษาธิการ. 2548: 52) มาตรา 79 กำหนดให้ผู้บังคับบัญชาปฏิบัติตนเป็นตัวอย่างที่ดีแก่ผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาและมีหน้าที่พัฒนาผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อให้มีความรู้ ทักษะเจตคติที่ดี คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพที่เหมาะสม ในอันที่จะทำให้การปฏิบัติหน้าที่ราชการเกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ครูและ

บุคลากรทางการศึกษา จัดว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญยิ่งในระบบการจัดการศึกษา เพราะจะเป็นส่วนสำคัญ ในการที่จะเปลี่ยนผู้เรียนให้มีคุณภาพตามที่ต้องการ (กรมวิชาการ. 2539: 13) สอดคล้องกับแนวคิดของสกลิต วงษ์อิสเรศ (2540: 219-221) ครูควรมีบุคลิกภาพที่ดี สามารถเป็นตัวอย่างแก่เด็กได้ ครูเป็นกำลังสำคัญที่จะช่วยอบรมปมนิสัย ให้ความรู้ และฝึกทักษะต่างๆ ให้แก่เด็ก เพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถ้าครูดีก็หวังได้ว่าลูกบุตร กุลธิดา ที่ครูคนนั้นสอนก็จะเป็นคนดี มีผู้พยายามกำหนดไว้ว่าครูที่ดีมีคุณภาพสูงนั้นควรมีบุคลิกภาพอย่างไร เช่น ครูดีมีคุณภาพสูงต้องมีความรู้ดี มีความสามารถสูง มีคุณลักษณะและจิตใจสูง เสียสละ ปรรณนาดีต่อเด็ก เพียรพยายามอบรมแนะแนว ให้การศึกษาตามปรัชญาของประเทศชาติ

ลักษณะของครูที่ได้รับการเชื่อถือแบ่งเป็น 3 ด้าน ดังนี้ (ธีรศักดิ์ อัครบวร. 2544: 30; อ้างอิงจาก นงเยาว์ สุคำภา. 2547: 47)

1. ภูมิรู้ ลักษณะของครูที่ดีในด้านนี้ ได้แก่ คุณสมบัติส่วนตัวที่เกี่ยวข้องกับความรู้ ความสามารถทางด้านวิชาการที่จะสอน ตลอดจนการเป็นผู้มีสติปัญญาที่ดี เฉลียวฉลาด เชื่อมั่นในตนเอง มีความคิดสร้างสรรค์ รู้จักแสวงหาความรู้ใหม่ๆ เป็นต้น

2. ภูมิธรรม ลักษณะของครูที่ดีในด้านนี้ ได้แก่ การประพฤติดี เว้นจากอบายมุขทั้งปวง กระทำแต่สิ่งที่ดีที่สุจริต ทั้งกาย วาจา และใจ นอกจากนี้ครูต้องมีจรรยาบรรณ และคุณธรรมสูง ซื่อสัตย์ เสียสละ มีเมตตากรุณา ยุติธรรมและมานะอดทน เป็นต้น

3. ภูมิฐาน ลักษณะของครูที่ดีในด้านนี้ ได้แก่ บุคลิกภาพดี รูปร่างท่าทางดี แต่งกายสะอาดเรียบร้อย พูดจาไพเราะนุ่มนวล น้ำเสียงชัดเจน มีลักษณะเป็นผู้นำ เป็นต้น

ดิเรก พรสีมา; และคนอื่นๆ (2555: ออนไลน์) ได้สรุปจากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับ ลักษณะของครูที่ดี มีดังนี้

1. มีความรักและศรัทธาในวิชาชีพครู และพร้อมที่จะพัฒนาวิชาชีพของตนอยู่เสมอ
2. ประพฤติตนเป็นแบบอย่างแก่ผู้เรียน ทั้งด้านศีลธรรม วัฒนธรรม กิจนุสัย สุชนิสัย และอุปนิสัย ตลอดจนมีความเป็นประชาธิปไตย
3. ใฝ่รู้และพัฒนาตนเองอยู่เสมอ
4. มีความเมตตาแก่ศิษย์ และเห็นคุณค่าของศิษย์
5. มีสุขภาพสมบูรณ์
6. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ทางวิชาการ และสามารถใช้กระบวนการคิดวิเคราะห์ เพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้
7. มีบทบาทในการพัฒนาชุมชน และสามารถเป็นผู้นำชุมชนได้
8. สามารถใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ภาษา และการวิจัยเพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาตนเอง

9. สามารถพัฒนาตนเองให้เป็นครูแบบใหม่ในระบบสากลได้

จากข้อความข้างต้น สรุปได้ว่า **ด้านความเชื่อถือ** หมายถึง ความคิดเห็นตลอดจนการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อผู้บริหาร ครู และเจ้าหน้าที่ โดยแสดงให้เห็นถึง การเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ประพฤติดี ปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ มีการกำหนดหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน ใช้สื่อและนวัตกรรมที่ทันสมัย สามารถดำเนินกิจกรรมการเรียนการสอน บรรลุวัตถุประสงค์ ตามเป้าหมายที่วางไว้

3.2 ด้านการยอมรับ (Adoption)

การยอมรับเป็นกระบวนการ (Process) ที่เกิดขึ้นทางจิตใจภายในบุคคล เริ่มจากได้ยินในเรื่องวิทยากรนั้นๆ จนกระทั่งยอมรับนำไปใช้ในที่สุด ซึ่งกระบวนการนี้มีลักษณะคล้ายกับกระบวนการเรียนรู้และการตัดสินใจ (Decision Making) การยอมรับของแต่ละบุคคลนั้นถือว่าการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมอย่างหนึ่ง ซึ่งได้มีผู้ให้ความหมายไว้มากเช่น การยอมรับ หมายถึง การที่ประชาชนได้รับการเรียนรู้โดยผ่าน ระบบการศึกษา สามารถอธิบายได้โดยผ่านขั้นตอนการรับรู้ การยอมรับจะเกิดขึ้นได้ เมื่อมีการเรียนรู้ด้วยตนเอง ประกอบการเรียนรู้จะได้ผล ก็ต่อเมื่อบุคคลนั้น ได้ทดลองปฏิบัติจนเกิดความแน่ใจว่าสิ่งนั้นมีประโยชน์ การยอมรับเป็นพฤติกรรมของบุคคลในการที่จะยอมรับเอาสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ตนเห็นว่าเป็นสิ่งที่ดีกว่าทั้งรูปธรรมและนามธรรมไปปฏิบัติด้วยความพอใจ และการยอมรับจะเกิดขึ้นได้โดยผ่านขั้นตอนการเรียนรู้และได้ทดลองมาขั้นหนึ่งแล้ว โดยมีระยะเวลาในการตัดสินใจรับเอาสิ่งนั้นอาจใช้เวลาเป็นปีๆ การยอมรับเป็นกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับสิ่งใหม่ และเกิดขึ้นในสมอง โดยผ่านขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่ขั้นแรกที่มีความรู้เกี่ยวกับสิ่งใหม่ไปจนถึงขั้นยืนยันการตัดสินใจที่กระทำไปแล้ว ซึ่งนับเป็นการตัดสินใจแบบพิเศษ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นกระบวนการ และมีระยะเวลาที่ชัดเจน (ปริชา วันดี. 2545: 29) การยอมรับเป็นความต้องการที่สำคัญประการหนึ่งของมนุษย์ จากลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ 5 ประการ คือ ความต้องการด้าน (1) ร่างกาย (Physiological Needs) (2) ความปลอดภัยหรือความมั่นคง (Security or Safety Needs) (3) สังคม (Social or Belonging Needs) (4) ความต้องการการยอมรับ (Esteem or Status Needs) และ (5) ความต้องการความสำเร็จ (Self Actualization or Self Relization) (Maslow. 1970: 55-56; อ้างอิงจาก จันทรา พักตร์เพียงจันทร์. 2547: 43) กระบวนการยอมรับเป็นกระบวนการทางจิตใจของแต่ละคน ที่เริ่มตั้งแต่การรับรู้ข่าวสาร เกี่ยวกับนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีหนึ่งๆ ไปถึงการยอมรับอย่างเต็มที่โดยเปิดเผย (Roger; & Shoemaker. 1971: 19)

การยอมรับของบุคคลใด เพื่อประโยชน์ในการแก้ปัญหาต่างๆ นั้น ตามแนวของโรเจอร์ (Roger. 1962: 77-86) จะต้องผ่านกระบวนการยอมรับ (Adoption Process) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นแห่งการรับรู้ (Awareness Stage) เป็นขั้นที่บุคคลตื่นตัว รู้เรื่องราวต่างๆ โดยผ่านการสังเกต การฟัง และการพบเห็น แต่ยังไม่รู้รายละเอียดปลีกย่อย

2. **ขั้นสนใจและหาความรู้เพิ่มเติม (Interest Stage)** เป็นขั้นที่เริ่มความสนใจแสวงหาข่าวสาร รายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งใหม่เพิ่มเติม ขั้นนี้แตกต่างจากขั้นตอนแรก เป็นพฤติกรรมเป็นไปในลักษณะที่ตั้งใจ ใช้กระบวนการคิดมากกว่าขั้นแรก

3. **ขั้นประเมินค่า (Evaluation Stage)** เป็นขั้นที่เริ่มพิจารณาประเมินคุณค่าของสิ่งใหม่โดยเปรียบเทียบผลได้เสีย ขั้นตอนนี้แตกต่างจากขั้นตอนอื่น ๆ ตรงที่เกิดการตัดสินใจที่จะใช้หรือลองของใหม่

4. **ขั้นทดลอง (Trial Stage)** เป็นขั้นที่บุคคลลองใช้สิ่งใหม่ กับสถานการณ์ของตน เพื่อดูความเป็นไปได้ของการใช้ และผลที่เกิดขึ้นจากการใช้ก่อนที่จะยอมรับจริง

5. **ขั้นการยอมรับ (Adoption Stage)** เป็นขั้นที่บุคคลยอมรับสิ่งใหม่ไปใช้ในสถานการณ์ของตน อย่างจริงจังเต็มที่ ขั้นตอนนี้เมื่อทดลองดูว่าเป็นประโยชน์ต่อตนเองแล้ว ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจะมีอิทธิพลมากที่สุด

นอกจากปัจจัยที่เกี่ยวกับกระบวนการยอมรับ ซึ่งเป็นปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ยอมรับนั้น แบ่งได้ 2 ปัจจัย คือ (Roger. 1962: 87)

1. **ปัจจัยด้านลักษณะส่วนตัว** เป็นปัจจัยที่ประกอบด้วยสถานภาพส่วนตัว ได้แก่ ฐานะทางเศรษฐกิจ รายได้ ทรัพย์สินที่ครอบครอง ความรู้ความสามารถเฉพาะทาง รวมถึงอายุ และการศึกษา

2. **ปัจจัยด้านพฤติกรรมสื่อสาร** พฤติกรรมสื่อสารของแต่ละบุคคล ประกอบด้วย การติดตามข่าว ซึ่งมีทั้งข่าวสารที่มาจากแหล่งที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ ข่าวสารที่มาจากภายนอกชุมชน ความใกล้ชิดกับข่าวสาร

โรงเรียนที่ได้รับการยอมรับ สามารถพิจารณาได้จากเหตุผล ดังนี้ (จิราภรณ์ สีขาว. 2536: 28; จิตลาวัณย์ บุนนาค. 2539: 12; ศศิพรรณ บิลมาโนช. 2538: 20)

1. ผู้ปกครองนิยมส่งบุตรหลานมาศึกษาต่อมากขึ้น
2. บุคลากรในโรงเรียนเป็นผู้นำในการดำเนินกิจกรรมของชุมชน
3. โรงเรียนมีโครงการที่ดำเนินการร่วมกับผู้ปกครองและชุมชน

การยอมรับมีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และวัฒนธรรม การที่บุคคลเกิดการยอมรับสิ่งใหม่ ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนั้น เป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์กันในลักษณะส่วนบุคคล การปฏิบัติงาน จิตวิทยาด้านการรับรู้ การได้รับข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจ และประสบการณ์ การมีส่วนร่วมับเหตุการณ์นั้นๆ (อุษา งามมีศรี. 2552: 36) สอดคล้องกับ สมภพ อาจชนะศึก (2542: 43) ได้ให้ความหมายของการยอมรับว่า การที่ประชาชนได้ยอมรับผ่านการศึกษา โดยผ่านขั้นการรับรู้ การยอมรับจะเกิดขึ้นได้หากมีการเรียนรู้ด้วยตนเอง และการเรียนรู้นั้นจะได้ผลก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นได้ทดลองปฏิบัติ เมื่อบุคคลรู้สึกว่าได้ประโยชน์ ดังนั้นจึงเกิดการยอมรับ ขวัญตา กิระวิศาสิกข (2542: 38) กล่าวถึง การยอมรับว่าเป็นการตัดสินใจในนวัตกรรม ทั้งที่เป็นรูปธรรม

และนามธรรม ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นทางจิตใจภายในบุคคลหลังจากได้รับการแนะนำ และพิจารณาแล้วในที่สุดจึงรับหรือไม่รับเอาวิหยาการของใหม่ไปใช้ให้เริ่มตั้งแต่การตื่นตัว (Awareness) สนใจ (Interest) ประเมินผล (Evaluation) ทดลองนำไปใช้ (Trail) และการยอมรับในที่สุด (สภาวะเดือน ปธน สมิตร์. 2540: 22)

การยอมรับ เป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยระยะเวลาประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ซึ่งมีรายละเอียดของขั้นต่างๆ ได้แก่ (สมภพ อาจชนะศึก. 2542: 44)

1. ขั้นความรู้ (Knowledge) หมายถึงการที่บุคคลเห็นความจำเป็นของการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องจากการมีนวัตกรรมใหม่การสร้างความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมจึงไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ โดยที่ความรู้ของบุคคลจะรับรู้ได้มากน้อยนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยของผู้รับสาร หมายถึง บุคลิกลักษณะ สถานภาพทางสังคมของแต่ละบุคคล ความต้องการต่างๆ และปัจจัยอีกตัวหนึ่งคือระบบสังคม หมายถึง บรรทัดฐานของระบบสังคม และการสื่อสาร

2. ขั้นจูงใจ (Persuasion) เป็นขั้นตอนหลังจากที่บุคคลเกิดการรับรู้ในเบื้องต้นแล้ว ทั้งนี้เพื่อการนำไปประเมินการตัดสินใจ ความสำเร็จในการจูงใจขึ้นอยู่กับปัจจัย ดังนี้ ประโยชน์เชิงเปรียบเทียบความสอดคล้อง ความยุ่งยาก หรือความสลับซับซ้อน ความสามารถในการนำไปทดลองใช้ และความสามารถในการสัมผัส

3. ขั้นตัดสินใจ (Decision) เป็นขั้นตอนที่บุคคลจะตัดสินใจว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม คนส่วนใหญ่จะยอมรับได้ก็ต่อเมื่อเขาทดลองใช้ ดังนั้นการทดลองใช้ก็เป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจ เพราะเป็นการลดความเสี่ยงในการตัดสินใจ ในกรณีที่ไม่สามารถทดลองใช้ได้ จะรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น เรียกว่าการทดลองนวัตกรรมทางอ้อม

4. ขั้นการยืนยัน (Confirmation) เป็นการขั้นตอนสุดท้าย ของการยอมรับนวัตกรรม หลังจากขั้นตอนการตัดสินใจ กล่าวคือเป็นขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมอย่างถาวร และกลายเป็นพฤติกรรมของบุคคลต่อไป โดยตลอดระยะเวลาขั้นของการยืนยันนี้ บุคคลจะหลีกเลี่ยงสภาวะที่ไม่พ้องกับความรู้หรือทัศนคติเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ตนเองยอมรับ ด้านการยอมรับยังรวมถึงการบริการที่ดี ซึ่งความคาดหวังโดยทั่วไปของผู้รับบริการได้แก่ การต้อนรับที่อบอุ่น ให้ความสนใจ และความเอาใจใส่ พุดจาสุภาพไพเราะ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าเขามีความสำคัญ เป็นผลให้เขาเกิดความพอใจแต่การที่จะทำให้เกิดความประทับใจได้นั้นต้องทำให้ถึงขั้นที่ผู้รับบริการเกิดปีติยินดี นั่นคือต้องให้บริการที่บรรลุความคาดหวัง และเหนือความคาดหวังขึ้นไปอีก การปฏิบัติตนของผู้ให้บริการด้วยไมตรีต่อผู้รับบริการ และความประทับใจจากการต้อนรับของเรา ย่อมจะเป็นผลให้เขามาใช้บริการของเราอีกแล้วตัวเรา และองค์การของเราก็ย่อมจะประสบความก้าวหน้า (ตรีเพ็ชร อ่ำเมือง. 2555: ออนไลน์) การบริการ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Service” ในความหมายที่ว่าเป็นการกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ การให้ความช่วยเหลือ การดำเนินการที่เป็นประโยชน์ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์. 2540: 6) การบริการ (Service) คือการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า โดยการให้ความ

สะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความถูกต้อง แม่นยำ การแก้ปัญหาของลูกค้า ในขณะที่ลูกค้ามาใช้บริการ หรือภายหลังจากลูกค้ามารับบริการแล้ว บริการเป็นงานของการให้ มอบน้ำใจ ให้ไมตรี ดิหนักหนา เอื้ออาทร ผ่อนร้อนรุ่ม นุ่มวาจา มีที่ทำ น้าเป็นมิตร ชวนติดใจ รุ้รอยยิ้ม พิมพ์ใจ ให้สดชื่น รุ้กล้ากลืน อดกลั้น ไม่หวั่นไหว(อเนกกลาภ สุทธิพันธ์. 2555: ออนไลน์) การบริการเป็นสิ่งที่จับสัมผัส แต่ต้องไต่ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการ จะได้รับการทำขึ้น (โดยจากบริการ) และส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้นๆ โดยทันที หรือในเวลาเกือบจะทันทีที่ทันใดที่มีการให้บริการนั้น (วีระพงษ์ เฉลิมวีระรัตน์. 2542: 7) การบริการ เป็นการกระทำ พฤติกรรม หรือการปฏิบัติการที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้น (วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. 2548: 14) การบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่ง หรือชุดของกิจกรรมหลายอย่าง ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หรือวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจการบริการ รวมถึงการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาพฤติกรรมของบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ (เอนก สุวรรณบัณฑิต. 2548: 18; ภาสกร อุดุลพัฒนกิจ. 2548: 21 – 22) การบริการ เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการของลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. 2541. 142) การบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น การบริการที่ดี ผู้รับบริการก็จะได้รับความประทับใจ และชื่นชมองค์การ ซึ่งเป็นสิ่งดีสิ่งหนึ่งอันเป็นผลดีกับองค์การของเรา เบื้องหลังความสำเร็จเกือบทุกงาน มักพบว่างานบริการเป็นเครื่องมือสนับสนุนงานด้านต่างๆ เช่น งานประชาสัมพันธ์ งานบริการวิชาการ ดังนั้น ถ้าบริการดี ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ ซึ่งการบริการถือเป็นหน้าเป็นตาขององค์การ ภาพลักษณ์ขององค์การก็จะดีไปด้วย (ตรีเพ็ชร อ่ำเมือง. 2555: ออนไลน์) ซึ่งการบริการสามารถแสดงออกเป็น 2 แบบ คือ

1. ขั้นตอนการให้บริการ เป็นการปฏิบัติการตามขั้นตอน และเทคนิค ของวิธีปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อให้ผู้รับบริการ ได้ประโยชน์ ตรงตามความต้องการมากที่สุด

2. พฤติกรรมบริการ เป็นการแสดงออกด้านการแต่งกาย สีหน้า แววตา กิริยา ท่าทาง และการพูดจา ซึ่งพฤติกรรมที่ดี ย่อมสร้างความสุข ให้เกิดขึ้นกับผู้บริการได้เป็นอย่างดี

ความสำคัญของการบริการ อาจพิจารณาได้ใน 2 ด้าน ดังนี้ (สมิต สัจฉกร. 2542: 14-15)

1. บริการที่ดี จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกชอบหรือพึงพอใจ ทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการ ดังนี้

- 1.1 มีความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ
- 1.2 มีความนิยมในหน่วยงานที่ให้บริการ
- 1.3 มีความระลึกถึงและยินดีมาขอรับบริการอีก
- 1.4 มีความประทับใจที่ดีไปอีกนาน
- 1.5 มีการบอกต่อไปยังผู้อื่นหรือแนะนำให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น
- 1.6 มีความภักดีต่อหน่วยบริการที่ให้บริการ

1.7 มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ดี

2. บริการที่ไม่ดี จะส่งผลให้ผู้รับบริการมีความรู้สึกไม่ชอบหรือไม่พึงพอใจ ทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการ ดังนี้

- 2.1 มีความรังเกียจตัวผู้ให้บริการ
- 2.2 มีความเสื่อมศรัทธาในหน่วยงานที่ให้บริการ
- 2.3 มีความผิดหวังและไม่มาใช้บริการอีก
- 2.4 มีความรู้สึกที่ไม่ดีต่อการบริการของหน่วยงานไปอีกนาน
- 2.5 มีการบอกต่อไปยังผู้อื่นหรือแนะนำไม่ให้ผู้อื่นมาใช้บริการ
- 2.6 มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ไม่ดี

ประเภทของการให้บริการ

เลิฟลอค (ทิพย์ฤทัย ตระการศักดิ์กุล. 2545: 10; อ้างอิงจาก Lovelock. 1994: 23) แบ่งประเภทการบริการโดยอาศัยองค์ประกอบ 2 ประการ ดังนี้

1. ธรรมชาติของพฤติกรรมการบริการ (Nature of the Service Act) จำแนกได้ ดังนี้
 - 1.1 พฤติกรรมที่มองเห็นเป็นรูปธรรม (Tangible Actions)
 - 1.2 พฤติกรรมที่มองไม่เห็นเป็นรูปธรรม (Intangible Actions)
2. เป้าหมายของการบริการ (Direct Recipients of Service) จำแนกได้ ดังนี้
 - 2.1 การบริการที่มีเป้าหมายการให้บริการที่ตัวบุคคล (People)
 - 2.2 การบริการที่มีเป้าหมายให้บริการที่สินค้าหรือสิ่งของผู้บริโภค (Thing)

ประเภทการบริการ เมื่อนำองค์ประกอบทั้ง 2 ประการนี้ ประสานเข้าด้วยกันทำให้ได้ประเภทการบริการรวม 4 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

- 1) บริการซึ่งมุ่งที่ร่างกายของผู้บริโภค (Service Directed at People's Bodies) เช่น บริการรักษาสุขภาพ สถานเสริมความงาม เป็นต้น
- 2) บริการซึ่งมุ่งเน้นที่สินค้าหรือสิ่งของผู้บริโภค (Service Directed at Goods and Other Physical Possessions) เช่น การขนส่งสินค้า บริการซักอบรีด เป็นต้น
- 3) บริการที่มุ่งเน้นที่สินทรัพย์เชิงนามธรรมของผู้บริโภค (Service Directed at Intangible Asset) เช่น ธุรกิจธนาคาร บริการด้านกฎหมาย เป็นต้น
- 4) บริการซึ่งมุ่งเน้นที่ความคิดจิตใจของผู้บริโภค (Service Directed at People's Mind) เช่น บริการให้การศึกษารองภาพยนตร์ เป็นต้น

คุณภาพการบริการ

การบริการซึ่งเป็นการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้รับบริการ จะต้องเป็นหลักปฏิบัติ และข้อควรคำนึง ดังนี้ (สมิต สัจญกร. 2545: 173)

1) ความสอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ การให้บริการผู้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลัก โดยนำเอาความต้องการของผู้รับบริการมาเป็นข้อกำหนด ในการบริการ แม้ว่าเป็นการให้ความช่วยเหลือที่เห็นว่าเหมาะสมดีแล้วแก่ผู้รับบริการก็ตาม แต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจ ไม่ให้ความสำคัญ การบริการนั้นก็อาจไร้ค่า

2) การให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ เนื่องจากคุณภาพ คือ ความพอใจของลูกค้า เป็นหลักการเบื้องต้น เพราะฉะนั้นการบริการจะต้องมุ่งให้บริการมากมายเพียงใด แต่ก็ยังเป็นเพียงด้านปริมาณ แต่คุณภาพของการบริการวัดได้ด้วยความพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ

3) การปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน การให้บริการซึ่งสนองตอบความต้องการ และความพอใจของผู้รับบริการที่เห็นได้ชัดเจน คือ การปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ครบถ้วน หากมีข้อผิดพลาดขาดตกบกพร่องเพียงเล็กน้อย ก็ยากที่จะทำให้ผู้รับบริการพอใจ

4) ความเหมาะสมแก่สถานการณ์ การให้บริการที่รวดเร็ว หรือการให้บริการตามกำหนดเวลาเป็นสิ่งสำคัญ ความล่าช้าไม่ทันกำหนดย่อมเป็นการบริการที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ นอกจากการให้บริการทันกำหนดเวลาแล้วยังต้องพิจารณาถึง ความเร่งรีบของลูกค้า และสามารถตอบสนองให้รวดเร็วก่อนกำหนดเวลาด้วย

5) ไม่ก่อผลเสียหายแก่บุคคลอื่น การให้บริการไม่ว่าลักษณะใดก็ตามโดยรอบคอบ และรอบด้าน จะมุ่งแต่ผลประโยชน์ที่จะเกิดแก่ลูกค้า และผู้รับบริการและฝ่ายเราเท่านั้น ไม่เป็นการเพียงพอจะต้องคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย รวมทั้งสังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งยึดหลักในการให้บริการว่าระมัดระวังไม่ให้เกิดผลกระทบความเสียหายให้แก่บุคคลอื่น ๆ ด้วย

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการให้บริการถือเป็นภารกิจของผู้ให้บริการ จึงมีความสำคัญที่ผู้ให้บริการต้องคำนึงถึงสิ่งแรก จะต้องอาศัยหลักการบริการที่ดีให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

ความพึงพอใจต่อการให้บริการ

ลูกค้าจะมีความพึงพอใจในการบริการ ซึ่งประเมินได้จาก 5 องค์ประกอบ ได้แก่ (สากล กมลภพ. 2554: 38)

1) การให้บริการอย่างเสมอภาค หมายถึง ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันการให้บริการ ประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2) การให้บริการอย่างทันเวลา หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการจะต้องตรงเวลา

3) การให้บริการอย่างเพียงพอ หมายถึง การให้บริการจะต้องมีจำนวนการให้บริการ และสถานที่การให้บริการอย่างเหมาะสม

4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Progressive Service) หมายถึงการยึดประโยชน์ของ สาธารณชนเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพึงพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5) การบริการอย่างก้าวหน้า หมายถึง การให้บริการที่มีการปรับปรุงคุณภาพ และผล การปฏิบัติ การให้บริการที่ดีมี 6 ด้าน ดังนี้ (ประยูร กาญจนดุล. 2535: 110)

5.1 ด้านความเสมอภาคการให้บริการ

5.2 ด้านความตรงต่อเวลาการให้บริการ

5.3 ด้านความเพียงพอของการให้บริการ

5.4 ด้านความต่อเนื่องของการให้บริการ

5.5 ด้านความรวดเร็วของการให้บริการ

5.6 ด้านสถานที่ให้บริการ

การสร้างตัววัดความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการ มีตัวแปร ดังนี้ (ไพโรจน์ สันตนิรันดร์. 2534: 31)

1) การให้บริการอย่างทันเวลา ต่อเนื่องและในเวลาที่เหมาะสม โดยจะวิเคราะห์ถึงการ ปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากร ตรงตามเวลาที่กำหนด

2) การได้รับการปฏิบัติอย่างดีจากผู้ให้บริการ พิจารณาจากพฤติกรรมการประพฤติ ที่แสดงออกมา อารมณ์ กิริยา มารยาท และการใช้วาจาสุภาพ

3) การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน พิจารณาจากลักษณะการปฏิบัติงานที่มีต่อ ผู้ใช้บริการโดยไม่เลือกปฏิบัติ

4) ผู้ให้บริการมีความรับผิดชอบในงาน พิจารณาจากการเอาใจใส่ดูแลในการปฏิบัติ หน้าที่ได้ครอบคลุม มีความละเอียดรอบคอบ

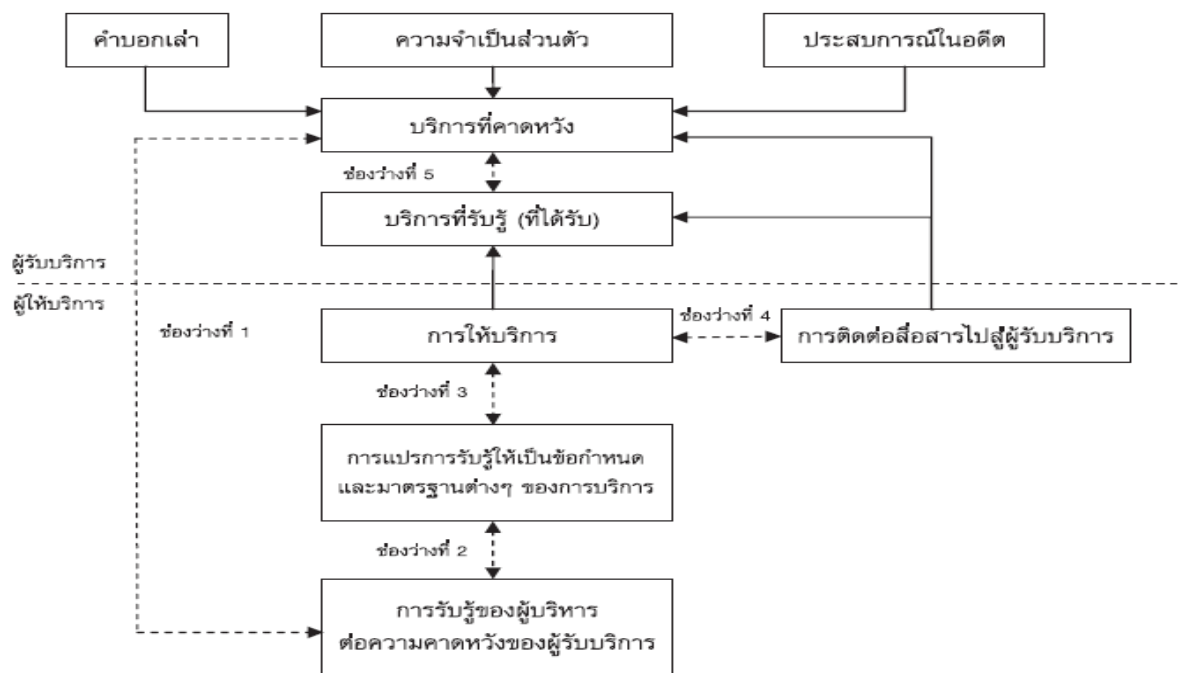
5) ความรู้ความสามารถและความเข้าใจในระบบการทำงานของเจ้าหน้าที่ซึ่งมองเห็น ได้เป็นรูปธรรมในขณะปฏิบัติหน้าที่ และผลที่เกิดหลังการทำงานเสร็จสิ้น

การบริการทั้งในส่วนของภาครัฐ และภาคเอกชนมีการปรับปรุงมากขึ้น โดยมุ่งเน้นให้ ความสำคัญต่อผู้รับบริการเป็นหลัก ฉะนั้นการแข่งขันธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์และธุรกิจไร้พรมแดน เช่นปัจจุบันจึงมุ่งเน้นที่การบริการ เพราะการบริการที่เป็นเลิศนั้นให้ผลทั้งระยะสั้นและยังประโยชน์ ในระยะยาว และธุรกิจที่มีคุณภาพการบริการเป็นเลิศเท่านั้น จึงจะอยู่ได้และจะเจริญก้าวหน้าอย่าง มั่นคงต่อไป (สมิต สัจญกร. 2545: 13)

ผลที่ได้จากการให้บริการ ดังนี้ (กิตติกร แสนสุวรรณ. 2555: ออนไลน์)

1. ความสำเร็จของงาน เมื่อผู้ให้บริการทำงานด้วยความรวดเร็วและเต็มใจที่จะรับผิดชอบ ส่งผลให้ผู้มาติดต่อพึงพอใจที่เห็นความกระตือรือร้น
2. เกิดภาพลักษณ์ ที่ดีต่อบุคคลและองค์กร การให้บริการที่ดีจะสะท้อนภาพความสำเร็จ ความพึงพอใจ ผู้มาใช้บริการจะบอกต่อขยายออกไป
3. มีกำลังใจ เนื่องจากการบริการที่ดีจะได้ภาพสะท้อนที่ดีทำให้เกิดบรรยากาศที่ดี
4. คิดสร้างงานต่อ เป็นไปตามหลักผลการทำดี ทำให้ผู้ปฏิบัติมีกำลังใจทำงานมากขึ้น เกิดขวัญกำลังใจดี ทำงานได้มากมีคุณภาพ
5. องค์กรประสบความสำเร็จ เพราะความสำเร็จความก้าวหน้าขององค์กรขึ้นอยู่กับ ผลผลิตหรือผลงาน เมื่อผลผลิตได้รับการยอมรับจะมีลูกค้าบอกต่อและขยายการใช้บริการ ทีวีความ นิยมอย่างต่อเนื่อง

คาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ และการจัดบริการให้มีคุณภาพนั้นจะต้องเกี่ยวข้องกับกระบวนการซึ่งมีขั้นตอนต่างๆ ที่สัมพันธ์กัน ดังภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 แบบจำลองคุณภาพการบริการจากความแตกต่างระหว่างการรับรู้และควมมี
 คาดหวังของการให้บริการของลูกค้า

ที่มา: กนกพร สีลาเทพินทร์; และคณะ.(2554, ตุลาคม-ธันวาคม). การประเมินระดับคุณภาพ การบริการของโรงพยาบาลรัฐบาลในกรุงเทพฯ ด้วยแบบจำลอง SERVQUAL. วารสารวิจัย และพัฒนา มจร. 34(4): 447

การให้ความสำคัญกับการให้บริการนั้นมีความสำคัญมาก ซึ่งส่วนหนึ่งต้องได้รับความร่วมมือจากผู้รับบริการ และผู้ให้บริการต้องเป็นบุคคลที่มีใจในการให้บริการเป็นสำคัญ ซึ่งทุกองค์การไม่สามารถหลีกเลี่ยงการให้บริการได้ ดังนั้นผู้ให้บริการคือพนักงานผู้ให้บริการทุกๆ ด้านไม่ว่าจะให้ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ การต้อนรับบุคคลทั้งภายในและภายนอก รวมถึงผู้มาติดต่อทุกประเภท เป็นต้น ต้องเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญ ของการให้บริการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และความประทับใจกับผู้รับบริการทุกคน และท้ายสุด ผู้ให้บริการเป็นกลไกสำคัญที่สุดที่จะต้องพัฒนาบุคลิกภาพ และทัศนคติที่ดีโดยเฉพาะการมีจิตสำนึก ในการรักษารับบริการ เพื่อการพัฒนาองค์การอย่างสมบูรณ์แบบ องค์การมีส่วนสำคัญที่จะช่วยพัฒนางานด้านบริการเป็นอย่างมากเพราะองค์การถือเป็นแกนหลักในการกำหนดแนวทางการให้บริการเพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจ (อาศยา โชติพานิช. 2555: ออนไลน์)

เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้ปกครองและชุมชน โรงเรียนควรสร้างการบริการเพื่อสร้างความประทับใจ และถือเป็นการประชาสัมพันธ์ให้กับผู้ปกครองได้รับทราบความสำเร็จ ความก้าวหน้าโรงเรียน ซึ่งการบริการที่ดีจะส่งผลให้โรงเรียนประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน เป็นที่ยอมรับและได้รับความไว้วางใจต่อผู้ปกครองต่อไป

การสร้างการยอมรับของโรงเรียน เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้ปกครอง และชุมชน โรงเรียนควรสร้างการยอมรับ โดยการมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง และชุมชนในการจัดการศึกษา เพราะการที่ผู้ปกครองเข้ามามีส่วนร่วม ในการจัดการศึกษาจะเป็นการช่วยลดข้อขัดแย้ง ระหว่างบ้านกับโรงเรียน อีกทั้งยังสร้างความเข้าใจที่ดีต่อกัน การให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมกับโรงเรียนเป็นทางแก้ ข้อขัดแย้งในด้านนี้ได้ดีที่สุดและควรให้ผู้ปกครองเข้ามาร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียน เพื่อให้เกิดการยอมรับได้ เช่น การร่วมกิจกรรมของโรงเรียน การช่วยพิจารณาตัดสินใจเกี่ยวกับโรงเรียน หรือแม้แต่การหาทุนต่างๆ (สุปราณี รื่นพิทักษ์. 2545: 28)

จากข้อความข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า **ด้านการยอมรับ** หมายถึงความคิดเห็นตลอดจน การรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรในโรงเรียนในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้ง ด้านของผลผลิตหรือผลงาน การได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมโรงเรียน และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การบริการ และการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ

3.3 ด้านความศรัทธา (Trust)

ความศรัทธาเป็นรูปแบบของพฤติกรรมที่มีความรู้สึกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2546 (2546: 1093) ได้อธิบายความหมายของคำว่า ศรัทธา คือ ความเชื่อ ความเลื่อมใสต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจนยึดเป็นแนวคิด เป็นวิถีชีวิต และเป็นรูปแบบของพฤติกรรมในการแสดงออก ความศรัทธาเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความจงรักภักดี ความเพียรพยายามในการกระทำในการแสดงออก เพื่อให้เกิดความสำเร็จ (ไชย ณ พล. 2536: 21-43) ความศรัทธาคือความเชื่อมั่นหรือความไว้วางใจในบุคคลหรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด อย่างเช่น ความรัก ความภักดี ความไว้วางใจ

สุมณฑา คณาเจริญ (2548: 98) ส่วนอุทัย เอกสะพัง (2547: 53) ได้ให้ความหมายของศรัทธา คือ ความเชื่อในสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคลว่าเป็นจริงตามนั้น

ความศรัทธาเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งที่ในการสร้างความสำเร็จในขององค์กร ซึ่งศรัทธาเป็นความเชื่อในบุคคลอื่นโดยไม่มีการบังคับ ศรัทธาเป็น ความคาดหวัง ความเชื่อ ความไว้วางใจ และความมั่นใจในการกระทำของบุคคล (Hoy; & Kupersmith. 1992: 44) ซึ่งความศรัทธาเป็น พื้นฐานของความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับผู้ตาม ที่ทำให้การปฏิบัติงานประสบความสำเร็จมากที่สุด (Ouchi. 1981: 12) ศรัทธาเป็นขอบเขตที่บุคคลหนึ่งมีความเชื่อถือไว้วางใจในบุคคลอื่นการที่บุคคลหนึ่งจะมีความศรัทธาต่อบุคคลหนึ่งนั้น แสดงว่าบุคคลผู้นั้นมั่นใจ และไว้วางใจในการกระทำของบุคคลที่ตนศรัทธา (McCallister. 1993: 1010) การสร้างความศรัทธา ถือเป็นบทบาทหน้าที่ที่สำคัญอย่างหนึ่งของผู้บริหาร และบุคลากรในโรงเรียน ซึ่งความศรัทธาจะนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของโรงเรียน (Fisher; & Ellis. 1990: 28-29; Jones; Hendrick; & Epstein. 1979: 156) และจะนำไปสู่ความมีประสิทธิภาพในโรงเรียน ซึ่งวีระวัฒน์ อุทัยรัตน์ (2545: 13) ได้แสดงถึงลักษณะที่แสดงถึงความศรัทธาของผู้ปกครองต่อโรงเรียนในลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. มีความภาคภูมิใจต่อความสำเร็จของบุตรหลานที่ได้ศึกษาในโรงเรียน
2. ความประทับใจการดำเนินงานต่างๆของโรงเรียน

จากข้อความข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ความศรัทธา หมายถึง ความคิดเห็นตลอดจน การรับรู้ของผู้ปกครองที่มีความประทับใจ ความไว้วางใจ ความภาคภูมิใจในความสำเร็จของบุตรหลานที่ศึกษาในโรงเรียนรวมทั้งการได้รับความนิยมนส่งบุตรหลานเข้ามาศึกษาหาความรู้ในโรงเรียนเพิ่มมากขึ้น โดยมีการบอกต่อและขยายการใช้บริการ ซึ่งได้รับความนิยมาอย่างต่อเนื่อง

จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ภาพลักษณ์ที่ดีของโรงเรียนประกอบด้วย ด้านความเชื่อถือ ด้านการยอมรับและด้านความศรัทธา นอกจากนี้ยังพบอีกว่าตัวแปรที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์โรงเรียน ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ซึ่งนำเสนอรายละเอียด ดังนี้

4. วรณกรรมตัวแปรอิสระ

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี รวมทั้งผลงานวิจัย พบว่าปัจจัยสำคัญซึ่งส่งผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน มีดังต่อไปนี้

4.1 อายุ

อายุเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดฐานะของบุคคลในสังคม บุคคลที่มีอายุต่างกันจะมีความคิดเห็นและการปฏิบัติที่แตกต่างกัน ซึ่งโดยทั่วไปคนที่มีอายุน้อยกว่ามักมีความคิดแบบเสรีนิยม ความคิดแบบสมัยใหม่ และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนอายุมาก ในขณะที่คนอายุมากจะมีความคิดแบบอนุรักษนิยม ยึดถือการปฏิบัติตามระเบียบกฎเกณฑ์ ระมัดระวังและมองโลกในแง่ร้าย

มากกว่าคนอายุน้อย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากคนที่มีอายุมากมีประสบการณ์ในชีวิตมากกว่า เคยเผชิญกับปัญหาและเหตุการณ์ต่างๆ มายาวนานกว่าคนที่อายุน้อย (ปรมา สตะเวทิน. 2533: 27) อายุที่ต่างกันก่อให้เกิดประสบการณ์ที่ต่างกัน ซึ่งประสบการณ์ (Experience) หมายถึงความชัดเจนที่เกิดจากการกระทำ หรือได้พบเห็นมา และประสบการณ์ คือ ความรู้ที่เกิดจากการที่เราได้กระทำ หรือได้พบเห็นบางสิ่งบางอย่างมาในชีวิต (สำนักบริหารงานการศึกษาออกโรงเรียน. 2555: ออนไลน์) ประสบการณ์เป็นตัวแปรสำคัญซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรม (ธงชัย สันติวงษ์; และ ชัยยศ สันติวงษ์. 2533: 54; มามี โขติมา. 2546: 68) ศึกษาความต้องการของผู้ปกครองในการจัดการศึกษาของโรงเรียนอนุบาลโชติมา เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ปกครองที่มีอายุแตกต่างกันมีความต้องการให้โรงเรียนอนุบาลโชติมา จัดการศึกษาแตกต่างกัน ในทุกด้านทั้ง 4 ด้าน คือ 1) ด้านการจัดประสบการณ์ และกิจกรรมการเรียนการสอน 2) ด้านการจัดสภาพแวดล้อมในโรงเรียน 3) ด้านการจัดบริการนักเรียน และ 4) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับผู้ปกครอง

จะเห็นได้ว่าอายุเป็นตัวแปรสำคัญที่สะท้อนให้เห็นความแตกต่างระหว่างความรู้สึกนึกคิด ซึ่งบุคคลที่มีอายุต่างกันจะมีทัศนคติ ประสบการณ์ พฤติกรรม และการปฏิบัติที่แตกต่างกัน

4.2 ระดับการศึกษา

ผู้ที่มีความคิด มีปัญญา และมีวิสัยทัศน์จะสามารถสร้างประสิทธิผลให้เกิดกับองค์การ (เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์. 2539: 5) จากการวิจัยของ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการศึกษาประจำชาติ พบว่า วุฒิการศึกษาของผู้บริหารสถานศึกษามีผลต่อคุณภาพการศึกษาในสถานศึกษา (สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์; สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ; และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. 2527: 70-71) ส่วน เพนด์เลย์ (Pendley. 1985: 98) พบว่า การศึกษาของครูใหญ่ มีผลต่อการบริหารงานของโรงเรียนให้บรรลุความสำเร็จเป็นอย่างมาก กมลวรรณ ชัยวานิชศิริ (2536: 135) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้บริหารที่สัมพันธ์กับประสิทธิผลของโรงเรียนเอกชน ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิผลของโรงเรียนเอกชนจะแปรปรวน ไปตามวุฒิการศึกษาของครูใหญ่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยพบว่า โรงเรียนที่มีประสิทธิผลต่ำครูใหญ่ จะมีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ในขณะที่โรงเรียนมัธยมศึกษาที่มีประสิทธิผลสูงครูใหญ่ จะมีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรี หรือปริญญาโท สอดคล้องกับแนวคิด บีเวอร์ (Bever. 1987: 12; อ้างอิงจาก วิไลวรรณ วิทยารธรรมช. 2543: 45) ได้กล่าวว่า บิดามารดาที่มีการศึกษาในระดับสูงที่มักคาดหวังส่งเสริมให้ลูกมีการศึกษาในระดับที่สูงด้วย เพราะถือว่าการศึกษเป็นวิถีทางสำคัญในการก้าวสู่ความสำเร็จในหน้าที่การงาน และเกียรติยศชื่อเสียงของลูกและครอบครัวในอนาคต ถ้าระดับการศึกษาของบิดามารดาต่ำ ก็จะขาดความรู้หรือมองไม่เห็นความสำคัญทางการศึกษา ทำให้ความคาดหวังทางการศึกษาต่ำลงไปด้วย หรือไม่คาดหวังทางการศึกษา แต่จะคาดหวังด้านการทำงานบ้านแบ่งเบาภาระ และหารายได้ หรือประกอบอาชีพมากกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของวารุณี อัสวโกดิน (2531: บทคัดย่อ);

ศุภร วัฒนพฤกษา (2538: บทคัดย่อ) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนแตกต่างกัน มิได้มีความคิดเห็นเหมือนกันหมดทุกคนแต่ไม่อาจยืนยันได้เสมอไปว่าผู้ที่ได้รับการศึกษาสูงจะมีความคิดที่ดีกว่ากันได้

จะเห็นว่าระดับการศึกษา แสดงให้เห็นถึงการเป็นผู้มีความรู้ ความคิด สติปัญญา ทักษะคติ และวิสัยทัศน์ ที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงจะคำนึงถึงประสิทธิภาพ และความสำเร็จของการดำเนินชีวิตและการปฏิบัติงาน

4.3 อาชีพ

อาชีพของผู้ปกครอง สถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมของบุคคลยังคงถูกกำหนดด้วย อาชีพ (สุภางค์ จันทวานิช. 2534: 1) อาชีพเป็นตัวบ่งชี้ถึงสถานภาพที่ดีที่สุด และยังเป็นตัวบ่งชี้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ เช่น ค่าจ้าง เงินเดือน รายได้ และสถานภาพที่สูงขึ้น ย่อมต้องอาศัยกระบวนการขัดเกลาทางสังคม ทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน ตลอดจนสถาบันทางการศึกษา เป็นสำคัญ ผู้ปกครองที่มีฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมต่างกัน โอกาสเลื่อนชั้นทางสังคมก็ต่างกัน ดังนั้น อาชีพของผู้ปกครองจึงเป็นตัวกำหนดสถานภาพของบุคคลในสังคม จึงส่งผลต่อการเลื่อนสถานภาพทางสังคมของบุตรด้วย อาชีพของบิดา มารดา มีความสำคัญต่อการเลื่อนสถานภาพทางสังคมได้มากน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับความต้องการที่จะส่งเสริมบุตรจากบิดามารดาในอาชีพต่างๆ อาชีพของบิดามารดา มีความสำคัญต่อการเจริญก้าวหน้าของบุตร (Lipset; & Berdix. 1960: 184; อ้างอิงจาก สุรัตน์ ไชยชมภู. 2535: 48) สอดคล้องกับวีไลวรรณ วิทยารธรรมรัช (2543: 51) ได้ศึกษาความคาดหวังของผู้ปกครองต่อพฤติกรรมของนักเรียนตามการรับรู้ของนักเรียน พบว่า อาชีพของบิดา มารดา เป็นปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อการให้ลูกได้รับการศึกษา โดย บิดา มารดาที่ประกอบอาชีพในวิชาชีพที่สูง จะสนับสนุนหรือคาดหวังให้ลูกเรียนต่อมากกว่า บิดา มารดาที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และอาชีพที่ใช้แรงงาน การเลื่อนสถานะทางสังคม หรือความเจริญก้าวหน้าของลูก ขึ้นอยู่กับ การส่งเสริมจากบิดามารดาในอาชีพต่างๆ เช่นเดียวกับนภาพรรณ อุณาภูล (2540: 74) ศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับสวัสดิภาพของนักเรียนในโรงเรียนอนุบาล พบว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกัน มีความต้องการเกี่ยวกับสวัสดิภาพของนักเรียนในโรงเรียนอนุบาลแตกต่างกัน

จะเห็นว่าอาชีพ เป็นสิ่งสะท้อนถึงสถานะทางสังคม และอาชีพยังเป็นตัวบ่งชี้ถึงสถานภาพที่ดีที่สุด และยังเป็นตัวบ่งชี้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ เช่น ค่าจ้าง เงินเดือน รายได้ ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อการสนับสนุนหรือความคาดหวังที่มีต่อบุคคลหรือองค์กร

4.4 รายได้

รายได้เป็นสิ่งที่สะท้อนถึง คุณภาพชีวิตที่ดี (Walton. 1975: 91-117) ความคาดหวังของผู้ปกครองต่อพฤติกรรมของนักเรียนตามการรับรู้ของนักเรียนพบว่า อาชีพ และรายได้ของบิดา มารดาเป็นปัจจัยที่สัมพันธ์ต่อการให้ลูกได้รับการศึกษา โดยบิดามารดาที่ประกอบอาชีพในวิชาชีพสูง รายได้สูง หรือประกอบอาชีพที่มีรายได้สูง จะสนับสนุนหรือคาดหวังให้ลูกเรียนต่อมากกว่า

หรือสนับสนุนการเรียนได้มากกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพฑูรย์ อยู่พะเนียด (2543: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตการทำงาน ด้านความสัมพันธ์ในหน่วยงานอยู่ในระดับสูง ด้านสวัสดิการอยู่ในระดับต่ำ อายุ ระดับชั้นยศ รายได้ต่อเดือน และสายงาน มีคุณภาพชีวิตแตกต่างกัน โดยผู้มีเงินเดือนสูง จะมีคุณภาพชีวิตดีกว่าผู้มีเงินเดือนน้อยกว่า เช่นเดียวกับ วราภรณ์ บุญประกอบผล (2543: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิตการทำงาน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงาน คือ สภาพตำแหน่ง เงินเดือน อายุราชการ ลักษณะงาน การปกครองบังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานในสถานที่ทำงาน สุขชัย เหลืองสุขเจริญ (2541: 12-14) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจสายตรวจภูธรอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา ผลการศึกษาพบว่า อายุ อายุราชการ ระยะเวลาในการปฏิบัติหน้าที่ และสายงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ตำรวจสายตรวจ สอดคล้องกับมานัญ เพ็ชรแสง (2555: ออนไลน์) ที่พบว่า คุณภาพชีวิตการปฏิบัติงานของพนักงานในสำนักงานใหญ่ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน) จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อายุงาน ตำแหน่ง รายได้ต่อเดือน และฝ่ายงาน พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอายุงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นเดียวกับ พัทนัย แก้วแพง; และคณะ (2549: 112) ที่พบว่า ระยะเวลา ปฏิบัติงาน สุขภาพกายและจิต ชีวิตการทำงานและรายได้ (เงินเดือน) และสวัสดิการมีอิทธิพลด้านบวกต่อคุณภาพชีวิต

จากการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัย พบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นตัวแปรตัวหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรม การปฏิบัติ การรับรู้ ความรู้สึกนึกคิด ทศนคติ และความพึงพอใจที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งแตกต่างกันได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรดังกล่าว ซึ่งส่งผลกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนใน 3 ด้านคือ 1) ด้านความเชื่อถือ 2) ด้านการยอมรับ และ 3) ด้านความศรัทธา ว่ามีผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ อยู่ในระดับมากน้อยเพียงไร

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 งานวิจัยในประเทศ

ชลรัตน์ ชลมารค (2546: บทคัดย่อ) ศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปกครอง มีความคิดเห็นภาพลักษณ์โรงเรียนโดยรวมและรายด้านทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับค่อนข้างบวก ยกเว้นด้านเอกลักษณ์ของโรงเรียนเรื่องความโดดเด่นในเรื่องงานฝีมือศิลปหัตถกรรม อยู่ในระดับปานกลาง

เมตตา ศรีสุข (2546 : บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้เรียนต่อการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) ได้ศึกษาพบว่าผู้เรียนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นของ

โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) โดยรวมไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีความพึงพอใจด้าน หลักสูตรการสอนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กมล นาคสมบูรณ์ (2547: บทคัดย่อ) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ปกครองตัดสินใจส่งนักเรียนเข้าเรียนโรงเรียนเอกชนในจังหวัดระยอง พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ปกครองตัดสินใจส่งนักเรียนเข้าเรียนโรงเรียนเอกชนสายสามัญในจังหวัดระยอง โดยรวมอยู่ในระดับมาก และรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีคะแนนเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยตามลำดับ คือ การบริหารงานกิจการนักเรียน การบริหารงานวิชาการ การบริหารงานบุคลากร การจัดสภาพแวดล้อมในโรงเรียน และอาคารสถานที่ ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน การเก็บค่าธรรมเนียบการเรียน การบริการรถรับส่ง และอาหารกลางวันแก่นักเรียน เมื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจของผู้ปกครองในการที่จะส่งนักเรียนเข้าเรียนโรงเรียนเอกชนสายสามัญ ในจังหวัดระยองจำแนกตาม อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้และระยะห่างจากบ้านมาโรงเรียน พบว่า

1. ผู้ปกครองที่มีอาชีพรับราชการ หรือรัฐวิสาหกิจ และอาชีพอิสระทั่วไป มีการตัดสินใจส่งนักเรียนเข้าเรียนโรงเรียนเอกชนสายสามัญ ในจังหวัดระยองโดยรวม และรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจที่จะส่งนักเรียนเข้าเรียนโรงเรียนเอกชนสายสามัญในจังหวัดระยอง ด้านการบริหารวิชาการ การบริหารกิจการนักเรียน การบริหารงานบุคลากร การจัดสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียน และอาคารสถานที่ ความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านการเก็บค่าธรรมเนียบ การเรียนและด้านบริการรถรับส่ง และอาหารกลางวันแก่นักเรียนแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ผู้ปกครองที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000-10,000 บาท/เดือนและผู้ปกครองที่มีรายได้มากกว่า 10,000 บาท/เดือน มีการตัดสินใจส่งนักเรียนเข้าเรียนโรงเรียนเอกชนสายสามัญในจังหวัดระยอง ด้านการเก็บค่าธรรมเนียบการเรียน และด้านการบริการรถรับส่ง และอาหารกลางวันแก่นักเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ภัทธรา ยะสวัสดิ์ (2549: บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์โรงเรียนมัธยมวัดธาตุทอง โดยมีความมุ่งหมาย เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ใน 4 ด้าน ได้แก่ กิจกรรม บุคลากร นักเรียน และวัสดุอุปกรณ์ ตามความคิดเห็นของนักเรียน ผู้ปกครอง และครู พบว่า ความคิดเห็นของนักเรียน ผู้ปกครอง และครูโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน และครูที่มีประสบการณ์สอนต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ตามความคิดเห็นของนักเรียน ผู้ปกครองและครู พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยภาพลักษณ์ตามความคิดเห็นของผู้ปกครองสูงกว่าความคิดเห็นของนักเรียน

กัญญวรา โสภาวชิราอิตติ (2551: บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของนักลงทุนทั่วไปที่มีต่อการใช้บริการห้องบริการหลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด(มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร การวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักลงทุนทั่วไปโดยรวมอยู่ในระดับมาก นักลงทุนที่มีอายุน้อย ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ แหล่งที่มาของเงินทุน ประสบการณ์ลงทุน มีความพึงพอใจต่อการใช้บริการห้องค้า โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ภาวิณี จิรกาลวสาน (2551: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ศึกษาการรับรู้ของผู้ปกครอง ที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนขั้นพื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชน จำแนกตามวุฒิการศึกษา อาชีพ ระดับช่วงชั้น และระยะเวลาการก่อตั้ง โรงเรียน ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสถาบัน ด้านการจัดการ ด้านการกระทำหรือกิจกรรมต่างๆ ด้านศีลธรรมความดีงาม และด้านบุคลากร โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาอาชีพ มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงเรียนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

รดาทิพย์ อยู่สุข (2551: 57-58) ศึกษาภาพลักษณ์โรงเรียนตามการรับรู้ของผู้ปกครอง นักเรียนโรงเรียนกาญจนาภิเษกวิทยาลัยจะเชิงเทรา พบว่าภาพลักษณ์ของโรงเรียนกาญจนาภิเษกวิทยาลัยจะเชิงเทรา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 2 โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับดี ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามช่วงชั้นของนักเรียนในปกครองแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สุปรีย์ สุวรรณบุรณ; และมยุรี จะบัง (2551: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของสถาบัน การพลศึกษาในทัศนะของนักศึกษา สถาบันการพลศึกษา ปีการศึกษา 2550 พบว่า นักศึกษา สถาบันการพลศึกษา มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสถาบัน การพลศึกษา ในภาพรวม ในระดับปานกลาง และมีความคิดเห็น ในด้านการบริการสังคม ในระดับมาก และมีความคิดเห็นในด้าน ความศรัทธา และการยอมรับต่อสถาบัน ด้านการจัด การเรียนการสอน ด้านการวิจัย ด้านการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และด้านการบริหารจัดการ ในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกตาม เพศ และรายได้ ครอบครัวยัง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสถาบัน การพลศึกษา ในภาพรวมและแต่ละด้าน ไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ของสถาบันการพลศึกษา ในภาพรวม และแต่ละด้านแตกต่างกัน และอาชีพผู้ปกครอง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสถาบันการพลศึกษาในภาพรวมและแต่ละด้าน ไม่แตกต่างกัน แต่มีความคิดเห็นในด้านความศรัทธา และการยอมรับต่อสถาบัน แตกต่างกัน

อุษา งามมีศรี (2552: บทคัดย่อ) การศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี การวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการยอมรับ อยู่ในระดับดีผู้ปกครอง นักเรียนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน อายุต่างกัน อาชีพต่างกัน และที่มีนักเรียนในปกครองอยู่

ระดับชั้นต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนอำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี โดยรวมและรายด้านทั้ง 3 ด้าน ไม่แตกต่างกัน

ณเรศ ภูมิ่ง; กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2553: บทคัดย่อ) ศึกษา ภาพลักษณ์ของบริษัทบริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์จำกัด (บสท.) ผลการวิจัยพบว่าในภาพรวมของระดับความคิดเห็นที่มีต่อระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับปัจจัยระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ พบว่าด้านความเชื่อมั่นองค์กร มีระดับมาก ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อาชีพ แตกต่างกัน มีผลต่อระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณา พบว่าอาชีพที่แตกต่างก็มีผลต่อระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ ในด้านความเชื่อมั่นองค์กร และ ด้านผู้บริหาร ที่แตกต่างกัน

จากการศึกษางานวิจัยในประเทศ พบว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญ และเป็นประโยชน์ต่อความเจริญก้าวหน้าขององค์กร หน่วยงานหรือโรงเรียน ภาพลักษณ์นั้นเกิดจากความรู้สึกนึกคิดของคนที่มีต่อหน่วยงานนั้นๆ ภาพลักษณ์สามารถสร้างขึ้นได้ โดยใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสม การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเป็นสิ่งสำคัญที่ให้องค์กร หน่วยงาน หรือโรงเรียนประสบความสำเร็จ ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ ด้านการตอบสนองในการให้บริการ ความศรัทธา และนอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ส่งผลต่อระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ขององค์กร หน่วยงานหรือโรงเรียน

5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

นิวแมน; และเคย์ (Newman; & Key. 1990: Abstract) ได้ทำการวิจัยเรื่องภาพลักษณ์และการวิเคราะห์การรับรู้เกี่ยวกับบุคลิกลักษณะในองค์กรนักศึกษา ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารองค์กรนักศึกษายอมรับว่ามีการใช้แผนงานตามนโยบาย และกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อทั้งในและนอกองค์กรผู้บริหารยอมรับนโยบายที่ได้ผลต่อการใช้กลยุทธ์ต่างๆ เช่น การใช้รายละเอียดการสร้างภาพลักษณ์การสร้างอำนาจ และสิ่งที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพล นโยบายที่ได้ผล จะได้รับการยอมรับในแต่ละบุคคล

จอยซ์ (สถล บุรารักษ์. 2543: 47-48; อ้างอิงจาก Joyce. 1992. Dissertation Abstracts International. Unpaged) ได้ศึกษาเหตุผลของผู้ปกครองที่เลือกโรงเรียนชั้นประถมศึกษาของรัฐบาลระหว่างโรงเรียน Stenbenville Public School ในมลรัฐ Ohio และ St. Paul Public School ในมลรัฐ Minnesota พบว่า ความเห็นที่เหมือนกันมากในการเลือกโรงเรียนมี 8 ข้อ ดังนี้ 1) คุณภาพของครู 2) ระเบียบของโรงเรียน 3) วินัยของโรงเรียน 4) หลักสูตรพิเศษ 5) จริยธรรมของครู 6) การประเมินความสามารถของครู 7) ความรับผิดชอบของโรงเรียน 8) มีแนวการสอนหลากหลายเหตุผลที่มีความสำคัญน้อยที่สุดของผู้ปกครอง คือ รายได้ของผู้ปกครอง และพื้นฐานทางคุณธรรม ส่วนความเห็นของผู้ปกครองเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการองค์กรในโรงเรียน มี 8 ข้อ คือ 1) เป็นระบบ 2) มีการกระจายอำนาจ 3) มีความเป็นอิสระแบบเอกชน 4) ให้ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาที่

ต้องการ 5) มีลักษณะความเป็นผู้นำ 6) มีอิทธิพลต่อการแข่งขันสูง 7) มีความสัมพันธ์กับชุมชนดี 8) มีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม

เมเยอร์; และแอน(มะลิวัลย์ ศิริวรรณ. 2542: 65; อ้างอิงจาก Myers; & Anne. 1997: 178) ได้ศึกษาหลักการจัดการภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยผู้บริหาร เนื่องจากสถาบันการศึกษาระดับสูง เคยมีความเจริญเติบโต และความรุ่งเรืองมาก่อน ปัจจุบันได้มาถึงขั้นสุดท้ายโดยวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยลดขนาดลง ขณะเดียวกันการมีภาพลักษณ์เป็นยุทธวิธีการตลาด สำหรับสถาบันที่ต้องการความเจริญก้าวหน้า ก็ได้รับความสนใจ อย่างแพร่หลาย จากผู้บริหารโรงเรียน โดยธรรมชาติของสถาบันการศึกษามีความแตกต่างของสถาบันอื่นๆ ยุทธวิธีนี้จำเป็นต่อการโยกย้ายในส่วนขององค์การ โดยการหาขอบเขตของบทบาท ในการสร้างภาพลักษณ์ในแผนการศึกษาระดับสูง ซึ่งยังสรุปไม่ได้ว่าในทางกลับกันการออกแบบ และจัดการที่ส่งเสริมการศึกษาในระดับสูงควรมีพื้นฐานอยู่กับขอบเขตของทฤษฎี ซึ่งเกี่ยวข้องกับข้อมูลที่ให้แก่สถาบันการศึกษา ดังนั้นจุดประสงค์ของการศึกษาก็เพื่อพัฒนารูปแบบของทฤษฎี ซึ่งแยกแยะอธิบายและรวบรวมข้อแตกต่างซึ่งยอมรับภาพลักษณ์หลักการของการจัดการภาพลักษณ์ในรูปของการแนะนำ ผู้บริหารของวิทยาลัยและมหาวิทยาลัย

กี ชุน (Ki – Chul. 2002: Abstract) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การปฏิรูปโบสถ์ของเกาหลีศึกษาจากโมเดลของภาพลักษณ์ของโบสถ์ในศตวรรษที่ 21 โดยมีจุดมุ่งหมายในการศึกษา เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของโบสถ์ที่ดี โดยใช้แนวคิดจากภาพลักษณ์ในเชิงธุรกิจของภาพลักษณ์บริษัทเอกชน เช่น บริษัทโคคาโคล่ามีสินค้าเหมือนกับยี่ห้ออื่นๆในรูปแบบเดียวกัน แต่ภาพลักษณ์ของบริษัทที่ดีในสายตาคนทั่วไปทำให้บริษัทขายสินค้าได้ดีกว่าบริษัทอื่นซึ่งนำมาเป็นโมเดลของรูปแบบการปฏิรูปโบสถ์เกาหลี โดยคิดว่าถ้าทำให้ภาพลักษณ์ของโบสถ์ดี จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของโบสถ์ในทางที่ดีขึ้นซึ่งโบสถ์ทั่วไปสนใจแต่การตลาด และคำสอนของพระเยซู โดยไม่เน้นเรื่องภาพลักษณ์และไม่มียุทธศาสตร์ยาวเกี่ยวกับเรื่องนี้ ทำให้ตระหนักถึงความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์ของโบสถ์เป็นสำคัญถ้าภาพลักษณ์โบสถ์ดีอาจชักนำคนที่ไม่ได้นับถือศาสนาคริสต์หันมานับถือศาสนาคริสต์ได้ ผลการวิจัยพบว่า การวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์มีส่วนทำให้โบสถ์ของเกาหลีมีการพัฒนาได้ดี

จากแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ผู้วิจัยใช้เป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจ วิเคราะห์ สังเคราะห์ในปริมณฑลภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ อันจะนำไปสู่การต่อยอดของการสร้างคำถามเพื่อให้ได้มาซึ่งภาพลักษณ์ตามความคิดเห็นของผู้ปกครองนักเรียนโดยจะครอบคลุมทั้ง 3 ประเด็น อันได้แก่ 1) ด้านความเชื่อถือ 2) ด้านการยอมรับ และ 3) ด้านความศรัทธา โดยอาศัยข้อมูลจากงานวิจัยศึกษาที่เกี่ยวข้องทั้งงานวิจัยในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเป็นแนวทางการศึกษา การวิเคราะห์ ด้วยอาศัยข้อมูลทางด้าน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่ได้จากการศึกษาผ่านวรรณกรรมต่างๆ เป็นแวนที่ใช่มอง และวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้เพื่อที่จะค้นให้พบถึงภาพลักษณ์ของโรงเรียนตามความคิดเห็นของผู้ปกครองนักเรียน และเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียน จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยและนำเสนอตามลำดับ ต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

1) ประชากร ได้แก่ ผู้ปกครองนักเรียนในโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ทั้ง 3 หลักสูตร ตั้งแต่เดือนมกราคม-ธันวาคม ปี พ.ศ. 2555 จำนวน 2,021 คน จำแนกเป็นระดับต้น 810 คน ระดับกลาง 705 คน และระดับสูง 506 คน

2) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ปกครองนักเรียนในโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะทั้ง 3 หลักสูตร ตั้งแต่เดือนมกราคม - ธันวาคม พ.ศ. 2555 โดยการกำหนดตามตารางเคร์จซี่; และ มอร์แกน (Krejcie; & Morgan. 1970: 608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 323 คน จากนั้นทำการแบ่งชั้นโดยใช้ระดับความรู้เป็นชั้น แล้วสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) แบ่งเป็นระดับต้น 129 คน ระดับกลาง 113 คน ระดับสูง 81 คน

ตาราง 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ระดับความรู้	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
ระดับต้น	810	129
ระดับกลาง	705	113
ระดับสูง	506	81
รวม	2,021	323

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยสอบถามเกี่ยวกับ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ใน 3 ด้านคือ 1) ด้านความเชื่อถือ 2) ด้านการยอมรับ และ 3) ด้านความศรัทธา มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ

5 หมายถึง	ดีมาก
4 หมายถึง	ดี
3 หมายถึง	ปานกลาง
2 หมายถึง	น้อย
1 หมายถึง	น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิด ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ปกครอง

การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ

ในการสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยดำเนินการตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารตำรา และผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาประมวลเป็นแนวคิดในการสร้างคำถาม

2. สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนิยามศัพท์ที่ใช้ในงานวิจัย

3. นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องในด้านภาษา เนื้อหา หลังจากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาให้คำแนะนำ

4. นำแบบสอบถามไปตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่า IOC (Item- Objective Congruence Index) ซึ่งมีค่าระหว่าง 0.60 – 1.00 โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่านคือ

4.1 ศาสตราจารย์ ดร.ไพศิษฐ์ พิพัฒน์กุล กรรมการบริหารโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ

4.2 รองศาสตราจารย์ กฤษฏา วิทธีรานนท์ กรรมการบริหารโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ

4.3 อาจารย์เรือเอก ดร.อภิสิทธิ์ ทรงบัณฑิตย์ อาจารย์ภาควิชาการบริหาร
การศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

4.4 อาจารย์ ดร.ราชันย์ บุญธิมา อาจารย์ประจำ สำนักทดสอบทางการศึกษาและ
จิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

4.5 อาจารย์พันตำรวจโท ดร.ดิฐภัทร บวรชัย อาจารย์ สบ(2) คณะตำรวจศาสตร์
โรงเรียนนายร้อยตำรวจ

5. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Tryout) กับผู้ปกครองนักเรียนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง
ในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 30 คน

6. นำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล มาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่
กำหนดไว้ และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค
(Cronbach, 1970: 161) จากนั้นนำแบบสอบถามมาตรวจให้คะแนนหาคุณภาพของแบบสอบถาม
ด้วยการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient)
ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .95 ได้ค่าความเชื่อมั่นของ
แบบสอบถามรายด้านดังนี้ ความเชื่อถือเท่ากับ .86 การยอมรับเท่ากับ .89 และความศรัทธา
เท่ากับ .89

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ต่อไปนี้

1. ขอลงหนังสือแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒถึง
ผู้อำนวยการโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขออนุญาตใช้
แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลในโรงเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

2. ผู้วิจัยนำหนังสือขอความอนุเคราะห์ที่ออกโดยบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ พร้อมแบบสอบถามไปติดต่อประสานงานกับผู้อำนวยการโรงเรียนที่เป็นกลุ่ม
ตัวอย่าง เพื่อขออนุญาตให้ตอบแบบสอบถาม

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยแจกแบบสอบถามให้นักเรียน
นำไปให้ผู้ปกครองที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 323 ฉบับ ได้รับกลับคืนมา จำนวน 294 ฉบับ คิดเป็น
ร้อยละ 91

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 1 ด้วยการหาค่าร้อยละ (Percentage)
2. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และหาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เป็นโดยรวมและรายด้าน แล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาเปรียบเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมาย ค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2545: 100)

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.51-5.00	ภาพลักษณ์ของโรงเรียนระดับมากที่สุด
3.51-4.50	ภาพลักษณ์ของโรงเรียนระดับดี
2.51-3.50	ภาพลักษณ์ของโรงเรียนระดับปานกลาง
1.51-2.50	ภาพลักษณ์ของโรงเรียนระดับน้อย
1.00-1.50	ภาพลักษณ์ของโรงเรียนระดับน้อยที่สุด

3. เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ จำแนกตามอายุ และระดับการศึกษา โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test Independent) อาชีพ และรายได้ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of Variance)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่ใช้ในการหาคคุณภาพเครื่องมือ
 - 1.1 ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องหรือ IOC (Item Objective Congruence Index)
 - 1.2 การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach)
2. สถิติพื้นฐาน
 - 2.1 ค่าร้อยละ (Percentage)
 - 2.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)
 - 2.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

3.1 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ และระดับการศึกษา โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test Independent)

3.2 การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพและรายได้ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of Variance)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม ภูเก็ต มีดังต่อไปนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูลตรงกัน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
df	แทน	ระดับชั้นแบ่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ค่าผลรวมกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลรวมกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F – distribution
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – distribution
p	แทน	ค่าความน่าจะเป็นของการมีนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ปกครองนักเรียนในโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมภูเก็ต ด้วยค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรที่ศึกษาโดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 วิเคราะห์การศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น วาเซตะ ใน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความเชื่อถือ 2) การยอมรับ และ 3) ความศรัทธา โดยการวิเคราะห์ หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 วิเคราะห์เปรียบเทียบการศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและ วัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซตะ จำแนกตามอายุและระดับการศึกษา

ตอนที่ 4 วิเคราะห์เปรียบเทียบการศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและ วัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซตะ จำแนกตามอาชีพและรายได้

ตอนที่ 5 ผลการศึกษาข้อเสนอแนะของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อภาพลักษณ์ของ โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซตะ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ปกครองนักเรียนในโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม ญี่ปุ่นวาเซตะ ผลปรากฏดังตาราง 2

ตาราง 2 จำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 40 ปี	173	58.8
ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป	121	41.2
รวม	294	100.0
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	41	13.9
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	253	86.1
รวม	294	100.0
อาชีพ		
ข้าราชการ	33	11.2
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23	7.8
พนักงานบริษัทเอกชน	138	46.9
ธุรกิจส่วนตัว	100	34.4
รวม	294	100.0

ตาราง 2 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
รายได้		
ต่ำกว่า 40,000 บาท	167	56.8
40,000 – 60,000 บาท	65	22.1
ตั้งแต่ 60,000 บาทขึ้นไป	62	21.1
รวม	294	100.0

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ปกครองนักเรียน ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 86.1 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 46.9 และรายได้ต่ำกว่า 40,000 บาท จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8

ตอนที่ 2 วิเคราะห์การศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น
วาเซดะ ใน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความเชื่อถือ 2) การยอมรับ และ 3) ความศรัทธา โดยการวิเคราะห์
หาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลปรากฏ ดังตาราง 3 – 6

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม
ญี่ปุ่นวาเซดะ โดยรวมและรายด้าน

ภาพลักษณ์ของโรงเรียน	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ความเชื่อถือ	4.41	.42	มาก
2. การยอมรับ	4.35	.51	มาก
3. ความศรัทธา	4.29	.49	มาก
รวม	4.35	.41	มาก

จากตาราง 3 แสดงให้เห็นว่า ภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = .41) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = .42) การยอมรับ ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = .51) และความศรัทธา ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = .49) ตามลำดับ

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ด้านความเชื่อถือ โดยรวมและรายข้อ

ด้านความเชื่อถือ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. จัดการเรียนการสอนตรงกับความสนใจและความต้องการของผู้เรียน	4.17	.75	มาก
2. โรงเรียนมีอุปกรณ์ สื่อการเรียนการสอนทันสมัย	4.51	.67	มากที่สุด
3. คณาจารย์มีความรู้ มีความสามารถการใช้ภาษาญี่ปุ่นสูง	4.39	.70	มาก
4. โรงเรียนมีการดำเนินการด้านกิจกรรมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของหลักสูตร	4.55	.64	มากที่สุด
5. โรงเรียนมีชื่อเสียงด้านการจัดการเรียนการสอนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น	4.73	.53	มากที่สุด
6. ครูปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความรู้ ความสามารถ	4.59	.62	มากที่สุด
7. การเรียนการสอนเน้นการฝึกปฏิบัติในการเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น	4.36	.73	มาก
8. โรงเรียนมีความพร้อมด้านอาคาร สถานที่ซึ่งเอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้	4.26	.77	มาก
9. ครูปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.36	.73	มาก
10. ความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการทำงานและการศึกษาต่อได้ผลจริง	4.20	.80	มาก
11. มีแหล่งเรียนรู้ที่ช่วยเพิ่มพูนประสบการณ์ ความรู้ที่ดีแก่ผู้เรียน	4.48	.72	มาก
12. โรงเรียนมีการออกไปรับรองสำหรับผู้ผ่านการเรียน	4.40	.74	มาก
13. ครูเป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำที่ดีในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น	4.42	.74	มาก
14. หลักสูตรมีความทันสมัยต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน	4.37	.76	มาก
15. มีอาคาร สถานที่เรียนที่ส่งเสริมบรรยากาศการเรียนรู้	4.29	.78	มาก
รวม	4.41	.42	มาก

จากตาราง 4 ภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ด้านความเชื่อถือ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = .42) เมื่อพิจารณา เป็นรายข้อ พบว่าส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้น โรงเรียนมีอุปกรณ์ สื่อการเรียนการสอนทันสมัย ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = .67) โรงเรียนมีชื่อเสียงด้านการจัดการเรียนการสอนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = .53) ครูปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความรู้ความสามารถ ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = .62) และ โรงเรียนมีการดำเนินการด้านกิจกรรมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของหลักสูตร ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = .64) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยสามลำดับ ดังนี้ มีแหล่งเรียนรู้ที่ช่วยเพิ่มพูนประสบการณ์ ความรู้ที่ดีแก่ผู้เรียน ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = .72) รองลงมาคือ ครูเป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำที่ดีในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = .74) และโรงเรียนมีการออกไปรับรองสำหรับผู้ผ่านการเรียน ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = .74) ตามลำดับ

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ด้านการยอมรับ โดยรวมและรายข้อ

ด้านการยอมรับ	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ชื่อเสียงของโรงเรียนสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ปกครอง	4.12	.83	มาก
2. เจ้าหน้าที่มีความรู้ ความเข้าใจ ให้บริการอย่างมีอาชีพ	4.57	.60	มากที่สุด
3. โรงเรียนมีการรับฟังแนวคิดหรือข้อเสนอแนะของผู้ปกครองในการจัดการศึกษา	4.45	.74	มาก
4. การให้บริการเป็นไปตามกำหนดเวลาที่ประกาศ	4.36	.76	มาก
5. มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการทำงาน	4.27	.79	มาก
6. โรงเรียนมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้กับผู้ปกครองและนักเรียน ได้รับทราบ	4.62	.54	มากที่สุด
7. โรงเรียนนำประสบการณ์ ความรอบรู้ ความชำนาญ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการจัดการเรียนการสอน	4.14	.75	มาก
8. นักเรียนที่จบการศึกษาของโรงเรียนได้รับการยอมรับในระดับต่างๆ	4.22	.71	มาก
9. นักเรียนที่จบการศึกษาของโรงเรียนได้รับการยอมรับ	4.42	.65	มาก
รวม	4.35	.51	มาก

จากตาราง 5 แสดงว่า ภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ด้านการยอมรับ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.35$, S.D. = .51) เมื่อพิจารณา เป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้น โรงเรียนมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้กับ

ผู้ปกครองและนักเรียนได้รับทราบ ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = .54) และเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ความเข้าใจ ให้บริการอย่างมืออาชีพ ($\bar{X} = 4.57$, S.D. = .60) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยสามลำดับ ดังนี้ โรงเรียนมีการรับฟังแนวคิด หรือข้อเสนอแนะของผู้ปกครองในการจัดการศึกษา ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = .74) รองลงมาคือ นักเรียนที่จบการศึกษาของโรงเรียนได้รับการยอมรับ ($\bar{X} = 4.42$, S.D. = .65) และการให้บริการเป็นไปตามกำหนดเวลาที่ประกาศ ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = .764) ตามลำดับ

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น วาเซตะ ด้านความศรัทธา โดยรวมและรายข้อ

ด้านความศรัทธา	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ท่านมีความภูมิใจที่บุตรหลานได้เข้าเรียนในโรงเรียนนี้	4.10	.82	มาก
2. ท่านไว้วางใจในการจัดการเรียนการสอนของครูในโรงเรียน	4.23	.74	มาก
3. โรงเรียนจัดการเรียนการสอนอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความไว้วางใจและศรัทธาแก่บุคคลทั่วไป	4.27	.76	มาก
4. โรงเรียนมีมาตรฐานและมีชื่อเสียงในด้านการจัดการศึกษาภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น	4.00	.95	มาก
5. โรงเรียนเป็นแหล่งในการศึกษาดูงานของโรงเรียนอื่น	4.37	.69	มาก
6. โรงเรียนจัดกิจกรรมเป็นที่ประทับใจและสร้างความศรัทธาแก่บุคคลทั่วไป	4.50	.56	มาก
7. การส่งบุตรหลานมาเรียนที่โรงเรียนแห่งนี้ คุ่มค่ากับการลงทุน	4.50	.60	มาก
8. โรงเรียนมีความเป็นเลิศด้านภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น	4.60	.53	มากที่สุด
9. ท่านจะแนะนำให้บุคคลรู้จักมาเรียนโรงเรียนแห่งนี้	4.05	.80	มาก
10. ท่านจะบอกเล่าสิ่งดี ๆ ที่ได้รับจากโรงเรียนให้ผู้อื่นฟัง	4.19	.70	มาก
11. โรงเรียนได้รับความไว้วางใจจากสังคม	4.32	.76	มาก
รวม	4.29	.49	มาก

จากตาราง 6 แสดงว่า ภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น วาเซตะ ด้านความศรัทธา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = .49) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้น โรงเรียนมีความเป็นเลิศด้านภาษา และวัฒนธรรมญี่ปุ่น ($\bar{X} = 4.60$, S.D. = .53) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยสามลำดับ การส่งบุตรหลานมาเรียนที่โรงเรียนแห่งนี้ คุ่มค่ากับการลงทุน ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = .60) รองลงมาคือ โรงเรียนจัดกิจกรรมเป็นที่ประทับใจและสร้างความศรัทธาแก่บุคคลทั่วไป

($\bar{X} = 4.50$, S.D. = .56) และโรงเรียนเป็นแหล่งในการศึกษาดูงานของโรงเรียนอื่น ($\bar{X} = 4.37$, S.D. = .69) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 วิเคราะห์เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ จำแนกตามอายุและระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ใน 3 ด้าน คือ 1) ความเชื่อถือ 2) การยอมรับ และ 3) ความศรัทธา ดังตาราง 7 – 8

ตาราง 7 วิเคราะห์เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ จำแนกตามอายุ โดยรวมและรายด้าน

ภาพลักษณ์ของโรงเรียน	ต่ำกว่า 40 ปี		ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป		t	p
	n = 173		n = 121			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ความเชื่อถือ	4.40	.43	4.42	.41	-.44	.66
2. การยอมรับ	4.30	.51	4.42	.50	-1.87	.06
3. ความศรัทธา	4.29	.49	4.31	.48	-.70	.49
รวม	4.32	.42	4.38	.40	-1.19	.24

จากตาราง 7 แสดงว่า ภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ปกครองที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 8 วิเคราะห์เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยรวมและรายด้าน

ภาพลักษณ์ของโรงเรียน	ต่ำกว่าปริญญาตรี n = 41		ปริญญาตรี หรือสูงกว่า n = 253		t	p
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
	1. ความเชื่อถือ	4.45	.33	4.40		
2. การยอมรับ	4.39	.46	4.35	.51	.46	.65
3. ความศรัทธา	4.38	.43	4.27	.50	1.33	.18
รวม	4.41	.33	4.10	.42	.97	.33

จากตาราง 8 แสดงว่า ภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ปกครองที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 4 วิเคราะห์เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ
จำแนกตามอาชีพ ผลปรากฏ ดังตาราง 9 - 10

ตาราง 9 วิเคราะห์เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ
จำแนกตามอาชีพ โดยรวมและรายด้าน

ภาพลักษณ์ของโรงเรียน	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ความเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	3	.79	.27	1.49	.22
	ภายในกลุ่ม	290	51.45	.18		
	รวม	293	52.24			
การยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	3	1.30	.43	1.70	.17
	ภายในกลุ่ม	290	73.65	.25		
	รวม	293	74.95			
ความศรัทธา	ระหว่างกลุ่ม	3	.14	.45	.20	.90
	ภายในกลุ่ม	290	69.63	.24		
	รวม	293	69.77			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	.62	.21	1.23	.30
	ภายในกลุ่ม	290	49.09	.17		
	รวม	293	49.71			

จากตาราง 9 ภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 10 วิเคราะห์เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ
จำแนกตามรายได้ โดยรวมและรายด้าน

ภาพลักษณ์ของโรงเรียน	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p
ความเชื่อถือ	ระหว่างกลุ่ม	2	.05	.02	.14	.87
	ภายในกลุ่ม	291	52.20	.18		
	รวม	293	52.25			
การยอมรับ	ระหว่างกลุ่ม	2	.21	.10	.41	.67
	ภายในกลุ่ม	291	74.74	.26		
	รวม	293	74.95			
ความศรัทธา	ระหว่างกลุ่ม	2	.23	.11	.47	.63
	ภายในกลุ่ม	291	69.55	.24		
	รวม	293	69.78			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	.08	.04	.25	.78
	ภายในกลุ่ม	291	49.63	.17		
	รวม	293	49.71			

จากตาราง 10 ภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ปกครองที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 5 ผลการศึกษาข้อเสนอแนะของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน
ภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อเสนอแนะจากผู้ปกครองนักเรียนมาสรุปได้ ดังนี้

1. ด้านความคิดเห็น/ความรู้สึกที่มีต่อโรงเรียน

1.1 การบริการมีความเป็นมืออาชีพ ข้อมูลข่าวสารทันสมัยและสื่อสารให้ผู้ปกครอง
นักเรียนรับทราบเสมอ

1.2 โรงเรียนมีมาตรฐานสร้างอาชีพและความภาคภูมิใจ โดยครูจัดการเรียนการสอนแบบ
มืออาชีพ ความรู้ที่ได้นำไปใช้ได้จริง ส่งผลให้คุณภาพการศึกษาที่ได้รับเท่ากับการเรียนในประเทศญี่ปุ่น

2. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

2.1 ควรจัดคอร์สเรียนหลายๆ รูปแบบ มีความยืดหยุ่น เช่น จัดแบบ Private หรือตาม
ความต้องการของผู้เรียน

2.2 ค่าใช้จ่ายในการเรียนค่อนข้างสูง

2.3 เพิ่มช่องทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์

2.4 ปรับปรุงระบบเสียงเพื่อฝึกฝนในชั่วโมง Listening ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ซึ่งผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดความมุ่งหมายไว้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ใน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความเชื่อถือ 2) ด้านการยอมรับ และ 3) ด้านความศรัทธา
2. เพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
3. เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ สารสนเทศที่ได้จากการศึกษาเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้บริหารในการวางแผน ปรับปรุง พัฒนาให้เป็นโรงเรียนสอนภาษาญี่ปุ่นที่ได้มาตรฐาน มีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับทั้งจากผู้บริหาร นักเรียน รวมไปถึงผู้ที่สนใจศึกษาภาษาญี่ปุ่น

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ปกครองนักเรียนในโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ทั้ง 3 หลักสูตรตั้งแต่เดือนมกราคม - ธันวาคม พ.ศ. 2555 โดยการกำหนดตามตารางเคร์จซี่; และมอร์แกน (Krejcie; & Morgan. 1970: 608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 323 คน จากนั้นทำการสุ่มแบบแบ่งชั้น โดยใช้ระดับความรู้เป็นชั้น จากนั้นสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ที่ผ่านขั้นตอนการวิเคราะห์คุณภาพและความเที่ยงตรงจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน โดยการหาค่าดัชนี IOC (Item Objective Congruence Index) และหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .95

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ถึงผู้อำนวยการโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์แบบสอบถาม เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการทดสอบสมมติฐาน t- test การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of Variance)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ สรุปได้ดังนี้

1) ภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน คือ ความเชื่อถือ การยอมรับ และความศรัทธา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกด้าน

2) การเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ สรุปได้ดังนี้ ผู้ปกครองที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนโดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

3) ข้อเสนอแนะที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ สรุปได้ดังนี้

3.1 การบริการมีความเป็นมืออาชีพ ข้อมูลข่าวสารทันสมัย และมีสื่อสารให้ผู้ปกครองนักเรียนรับทราบเสมอ

3.2 โรงเรียนมีคุณภาพและมาตรฐาน สามารถสร้างอาชีพ และความภาคภูมิใจ ซึ่งครูจัดการเรียนการสอนแบบมืออาชีพ ความรู้ที่ได้นำไปใช้ได้จริง ส่งผลให้คุณภาพการศึกษาที่ได้รับเท่ากับการเรียนในประเทศญี่ปุ่น

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1) ภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ เป็นโรงเรียนเอกชนและจัดการศึกษานอกระบบ ที่มีโครงสร้างการบริหารและการจัดการที่ชัดเจน โดยผู้ได้รับใบอนุญาตและผู้จัดการโรงเรียน มีอิสระในการตัดสินใจทำให้เกิดความคล่องตัวในการบริหารงาน มีการจัดโครงสร้างการบริหารงานชัดเจน จึงทำให้ทุกฝ่ายที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบ สามารถบริหารงานในส่วนที่ตนรับผิดชอบได้อย่างเต็มที่ คุณภาพงานจึงออกมาดี ส่งผลให้นักเรียนที่จบจากโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะเป็นที่

ยอมรับในสังคม จึงก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีในสังคม สร้างความเชื่อถือ ยอมรับ และศรัทธาจากสังคม และปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูง องค์การที่ไม่หยุดนิ่งย่อมประสบความสำเร็จ ซึ่งจะต้องอาศัยชื่อเสียงและการบริหารภาพลักษณ์ขององค์การ (Corporate Image & Brand Management) (พจนานุกรมศัพท์. 2555: ออนไลน์) การสร้างภาพลักษณ์ (Self Image) ของโรงเรียนถือได้ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญ ภาพลักษณ์ของโรงเรียน เป็นสิ่งที่พึงประสงค์ของผู้ปกครอง ชุมชน ซึ่งถือว่าเป็นจุดขายที่สำคัญของโรงเรียน (วิระวัฒน์ อุทัยรัตน์. 2555: ออนไลน์) ทั้งนี้เพื่อให้สามารถจัดการศึกษาตามความต้องการของสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภาพลักษณ์เปรียบเสมือนกระจกเงาที่สะท้อนภาพของโรงเรียนทั้งในด้านคุณภาพของ อุปกรณ์ สถานที่ บุคลากร (เสริมชัย ระกำพล; และคณะ. 2543: 9) หากโรงเรียนใดมีภาพลักษณ์ที่ดี ที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อโรงเรียน ย่อมสวยงาม เกิดความน่าเชื่อถือ ศรัทธา การยอมรับ เป็นที่ไว้วางใจ (Berneys. 1961: 128; ดวงพร คำคุณวัฒน์; และวาสนา จันทร์สว่าง. 2541: 61 – 62) สอดคล้องกับผลการวิจัยของรัตนาทิพย์ อยู่สุข (2551: 57-58) ที่ศึกษาภาพลักษณ์โรงเรียนตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนกาญจนาภิเษกวิทยาลัยจะเชิงเทราพบว่า ภาพลักษณ์ของโรงเรียนกาญจนาภิเษกวิทยาลัยจะเชิงเทรา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจะเชิงเทรา เขต 2 โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับดี ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามช่วงชั้นของนักเรียนในปกครองแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เช่นเดียวกับกมล นาคสมบุรณ์ (2547: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ปกครองตัดสินใจส่งนักเรียนเข้าเรียนโรงเรียนเอกชนในจังหวัดระยองพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ปกครองตัดสินใจส่งนักเรียนเข้าเรียนโรงเรียนเอกชนสายสามัญในจังหวัดระยอง โดยรวมอยู่ในระดับมากและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน นอกจากนี้อุษา งามมีศรี (2552: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี การวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี โดยรวมอยู่ในระดับดี และณเรศ ภูมิ่ง; กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2553: บทคัดย่อ) ศึกษาภาพลักษณ์ของบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมของระดับความคิดเห็นที่มีต่อระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับปัจจัยระดับการรับรู้ภาพลักษณ์พบว่า ด้านความเชื่อมั่นองค์กร มีระดับมาก

สำหรับผลการศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความเชื่อถือ 2) การยอมรับ และ 3) ความศรัทธา สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1.1 ภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ด้านความเชื่อถืออยู่ในระดับมาก ความเชื่อถือหรือความน่าเชื่อถือ (Credibility) เป็นมิติหนึ่งของภาพลักษณ์องค์กร องค์กรจะเป็นที่น่าเชื่อถือของบุคคลทั้งภายนอกและภายในองค์กรได้ต้องมีคุณสมบัติหลายอย่างผสมผสานกัน เช่น องค์กรมีความรู้ความเชี่ยวชาญ (Knowledge and Expertise) เป็นองค์กรที่มั่นคงพึ่งพาได้ (Dependability) เป็นองค์กรที่มีความชอบธรรม (Legitimacy) ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จ เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่าระบบการบริหารจัดการที่ดีเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จในการบริหาร

จัดการในองค์การ (ปรีชา วัชรภักย์. 2552: 2) ผลสำเร็จของการปฏิบัติงานขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในและภายนอกองค์การ เชื่อมโยงระหว่างโครงสร้างองค์การ และพันธกิจในการทำงานแต่ละระดับขององค์การ รวมทั้งให้ความสนใจในด้านการตอบสนองความคาดหวังของผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกๆ ฝ่าย (กรมชลประทาน. 2554: ออนไลน์) โดยความร่วมมือกับผู้บริหารโรงเรียนและบุคลากรทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องซึ่งโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะได้นำหลักการและแนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มาใช้ในการบริหารโรงเรียน จึงทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของโรงเรียน และช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงาน สร้างบรรยากาศในการทำงานที่สร้างสรรค์ ยืดหยุ่น และมีความหลากหลาย สนับสนุนให้บุคลากรทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 ภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ด้านการยอมรับอยู่ในระดับมาก จากการดำเนินงานของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ด้านการจัดการเรียนการสอนเป็นที่ประจักษ์ ทำให้โรงเรียนเป็นที่รู้จักแพร่หลายกับผู้ปกครอง ชุมชนและหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ มุ่งมั่นในการพัฒนาทุกด้าน มีการปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัย มีความหลากหลาย และตรงกับความต้องการของผู้เรียน และชุมชน ทำให้ผู้ปกครองมอบความไว้วางใจส่งบุตรหลานเข้าเรียน สอดคล้องกับแนวคิดของเกรกอรี; และวิชแมนน์ (Gregory; & Wiechmann. 1991: 1-27) ที่กล่าวว่า การแสดงพฤติกรรมให้บุคคลทั่วไปยอมรับ เชื่อถือ อันเป็นผลดีที่ทำให้ได้รับความไว้วางใจ เป็นกลยุทธ์พื้นฐานในการสร้างภาพลักษณ์ นอกจากนี้โรงเรียนยังให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนซึ่งสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับ 2) พ.ศ. 2545 มาตรา 6 กำหนดไว้ว่าการจัดการศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทย ให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรม มีจริยธรรม และวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุข (กรมวิชาการ. 2546: 5) การศึกษาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคน ซึ่งเป็นทรัพยากรที่มีค่าในการพัฒนาประเทศถ้าประชาชนของประเทศได้รับการศึกษาที่ดีมีคุณภาพ การพัฒนาประเทศก็จะเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว และมีคุณภาพ (สำลี รักสุทธี. 2542: 33) จากผลการวิจัยของกี ชุน (Ki – Chul. 2002: Abstract) ได้ทำการวิจัยเรื่องการปฏิรูปโบสถ์ของเกาหลีศึกษาจากโมเดลของภาพลักษณ์ของโบสถ์ในศตวรรษที่ 21 โดยมีจุดมุ่งหมายในการศึกษา เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของโบสถ์ที่ดีโดยใช้แนวคิดจากภาพลักษณ์ในเชิงธุรกิจของภาพลักษณ์บริษัทเอกชน ถ้าทำให้ภาพลักษณ์ของโบสถ์ดี จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของโบสถ์ในทางที่ดีขึ้นซึ่งโบสถ์ทั่วไปสนใจแต่การตลาด และคำสอนของพระเยซูโดยไม่เน้นเรื่องภาพลักษณ์และไม่มึนนโยบายระยะยาวเกี่ยวกับเรื่องนี้ ทำให้ตระหนักถึงความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์ของโบสถ์เป็นสำคัญ ถ้าภาพลักษณ์โบสถ์ดีอาจชักนำคนที่ไม่ได้นับถือศาสนาคริสต์หันมานับถือศาสนาคริสต์ได้ ผลการวิจัยพบว่า การวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์มีส่วนทำให้โบสถ์ของเกาหลีมีการพัฒนาได้ดี เช่นเดียวกับนิวแมน; และเคย์ (Newman; & Key. 1990: Abstract) ได้ทำการวิจัยเรื่องภาพลักษณ์และการวิเคราะห์การรับรู้เกี่ยวกับบุคลิกลักษณะในองค์การนักศึกษา ผลการวิจัยพบว่า

ผู้บริหารองค์การนักศึกษายอมรับว่ามีการใช้แผนงานตามนโยบาย และกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อทั้งในและนอกองค์การผู้บริหารยอมรับนโยบายที่ได้ผลต่อการใช้กลยุทธ์ต่างๆ เช่นการใช้รายละเอียดการสร้างภาพลักษณ์การสร้างอำนาจ และสิ่งที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพล นโยบายที่ได้ผลจะได้รับการยอมรับในแต่ละบุคคล

1.3 ภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ด้านความศรัทธาอยู่ในระดับมาก ความศรัทธาเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นหรือความไว้วางใจในบุคคล (ไชย ณ พล. 2536: 21-43) ความศรัทธาเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่ง ในการสร้างความสำเร็จในขององค์การ (Hoy; & Kupersmith. 1992: 44) ศรัทธาเป็นขอบเขตที่บุคคลหนึ่งมีความเชื่อถือไว้วางใจในบุคคลอื่น การที่บุคคลหนึ่งจะมีความศรัทธาต่อบุคคลหนึ่งนั้น แสดงว่าบุคคลผู้นั้นมั่นใจและไว้วางใจในการกระทำของบุคคลที่ตนศรัทธา (Mcallister. 1993: 1010) การสร้างความศรัทธาถือเป็นบทบาทหน้าที่ที่สำคัญอย่างหนึ่งของผู้บริหาร และบุคลากรในโรงเรียน ซึ่งความศรัทธาจะนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโรงเรียน โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะได้สร้างภาพลักษณ์ที่สวยงามและน่าประทับใจ จัดการเรียนการสอนที่ได้มาตรฐานจนเป็นที่ไว้วางใจในสังคม ส่งผลให้ผู้ปกครองเกิดความศรัทธาและประทับใจในการบริหารจัดการของโรงเรียน ซึ่งสอดคล้องกับพีชเชอร์; และเอลส์ (Fisher; & Ellis. 1990: 28-29; Jones; Hendrick; & Epstein. 1979: 156) กล่าวไว้ว่าความศรัทธาจะนำไปสู่ความมีประสิทธิผลในโรงเรียน เช่นเดียวกับผลการวิจัยของจอยซ์ (สถล บุรารักษ์. 2543: 47-48; อ้างอิงจาก Joyce. 1992. Dissertation Abstracts International. Unpaged) ได้ศึกษาเหตุผลของผู้ปกครองที่เลือกโรงเรียนชั้นประถมศึกษาของรัฐบาลระหว่างโรงเรียน Stenbenville Public School ในมลรัฐ Ohio และ St. Paul Public School ในมลรัฐ Minnesota พบว่าความเห็นที่เหมือนกันมากในการเลือกโรงเรียนมี 8 ข้อ ดังนี้ 1) คุณภาพของครู 2) ระเบียบของโรงเรียน 3) วินัยของโรงเรียน 4) หลักสูตรพิเศษ 5) จริยธรรมของครู 6) การประเมินความสามารถของครู 7) ความรับผิดชอบของโรงเรียน 8) มีแนวการสอนหลากหลายเหตุผล ที่มีความสำคัญน้อยที่สุดของผู้ปกครอง คือ รายได้ของผู้ปกครอง และพื้นฐานทางคุณธรรม ส่วนความเห็นของผู้ปกครองเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการองค์การในโรงเรียนมี 8 ข้อ คือ 1) เป็นระบบ 2) มีการกระจายอำนาจ 3) มีความเป็นอิสระแบบเอกชน 4) ให้ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาที่ต้องการ 5) มีลักษณะความเป็นผู้นำ 6) มีอิทธิพลต่อการแข่งขันสูง 7) มีความสัมพันธ์กับชุมชนดี 8) มีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม สอดคล้องกับเมเยอร์; และแอน (มะลิวัลย์ ศิริวรรณ. 2542: 65; อ้างอิงจาก Myers; & Anne. 1997: 178) ได้ศึกษาหลักการจัดการภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยและผู้บริหาร ผลการวิจัยพบว่า การมีภาพลักษณ์เป็นยุทธวิธีการตลาด สำหรับสถาบันที่ต้องการความเจริญก้าวหน้า

2) ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) ความเชื่อถือ 2) การยอมรับ และ 3) ความศรัทธา จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

ผู้ปกครองที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน โดยรวมและรายด้าน ไม่แตกต่างกัน ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะได้ให้ความเสมอภาคในการให้บริการทางการศึกษาแก่ผู้ปกครองทุกอายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้อย่างเท่าเทียมกัน นอกจากนี้ในทศวรรษที่ผ่านมา ประชาชนมีความตื่นตัวในเรื่องของการศึกษามากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ทำให้ผู้ปกครองเห็นความสำคัญของการศึกษาและปรารถนาให้บุตรหลานของตนได้รับการศึกษาที่ดี ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทางชีวสังคมระดับใดก็ตาม นอกจากนี้ในปัจจุบันยังเป็นยุคข่าวสารสารสนเทศ ทำให้ผู้ปกครองนักเรียนสามารถรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาได้อย่างกว้างขวางทุกแง่มุม จึงให้ความสำคัญกับการศึกษาของนักเรียนมากขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของสุปรีย์ สุวรรณบุรณ์; และมยุรี จะบัง (2551: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของสถาบันการพลศึกษาในทัศนะของนักศึกษา สถาบันการพลศึกษา ปีการศึกษา 2550 พบว่าอาชีพผู้ปกครองมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสถาบันการพลศึกษา ในภาพรวมและแต่ละด้าน ไม่แตกต่างกัน เช่นเดียวกับอุษา งามมีศรี (2552: บทคัดย่อ) การศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี การวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี โดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ปกครองนักเรียนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน อายุต่างกัน อาชีพต่างกัน และที่มีนักเรียนในปกครองอยู่ระดับชั้นต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี โดยรวมและรายด้านทั้ง 3 ด้าน ไม่แตกต่างกัน ส่วนธนเรศ ภูข้ม; กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2553: บทคัดย่อ) ศึกษา ภาพลักษณ์ของบริษัทบริหารสินทรัพย์ กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสท.) ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อาชีพ แตกต่างกันมีผลต่อระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) ภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ ด้านความศรัทธา โดยรวม ผลการวิจัยพบว่า มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้นผู้บริหารโรงเรียนควรมีการพัฒนาให้ผู้ปกครองและชุมชนมีความศรัทธาในการบริหารจัดการของโรงเรียนให้มากขึ้น ทั้งนี้เพราะความศรัทธาจะนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโรงเรียน

2) โรงเรียนควรมีการประชาสัมพันธ์ในด้านของความสำเร็จในรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อเป็นที่รู้จักและสร้างความศรัทธาแก่ผู้ปกครองและชุมชน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะตามการรับรู้ของผู้ปกครองในด้านความศรัทธา
- 2) ศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ





บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมชลประทาน. (2554). *การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์*. สืบค้นเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2554, จาก <http://www.rid.go.th/reform>
- กฤษณ์ ทองเลิศ. (2539). *สื่อมวลชน การเมืองและวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: ส่วนท้องถิ่น.
- กนกพร ลีลาเทพินทร์; และคณะ. (2554, ตุลาคม-ธันวาคม). การประเมินระดับคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลรัฐบาลในกรุงเทพฯ ด้วยแบบจำลอง SERVQUAL. *วารสารวิจัย และพัฒนา มจร*. 34(4): 447.
- กมล นาคสมบุรณ์. (2547). *ปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ปกครองตัดสินใจส่งนักเรียนเข้าเรียนโรงเรียนเอกชนในจังหวัดระยอง*. ปรินญาณิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). จันทบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. ถ่ายเอกสาร.
- กรรณิการ์ ภิญญาคง. (2538). *การประกันคุณภาพกับเส้นทางการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนเอกชน, ความพึงพอใจ*. กรุงเทพฯ: กรมศาสนา กระทรวงศึกษาธิการ.
- กิตติกร แสนสุวรรณ. (2555). *การบริการที่ดี*. สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2555, จาก http://www.supremecourt.or.th/webportal/maincode/admin/upload/files/September_18_2009_3_23_d4637755db3494a0952ee7bde497d09b.pdf
- กัญญวรา โสภาวชิราอิตติ. (2551). *ความพึงพอใจของนักลงทุนทั่วไปที่มีต่อการใช้บริการห้องบริการหลักทรัพย์บัวหลวง จำกัด(มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- กฤษณ์ ทองเลิศ. (2539). *สื่อมวลชน การเมืองและวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: ส่วนท้องถิ่น.
- กรมวิชาการ. (2546). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 พร้อมกฎกระทรวงที่เกี่ยวข้องและพระราชบัญญัติการศึกษาภาคบังคับ พ.ศ. 2545*. กรุงเทพฯ: องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.).
- กรมสุขภาพจิต. (2543). *คู่มือการสอนทักษะชีวิตเพื่อการป้องกันเอดส์*. กรุงเทพฯ: กรมสุขภาพจิต.
- กรมวิชาการ สำนักงานทดสอบทางการศึกษา. (2539). *การประกันคุณภาพการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ศูนย์กลางดพรั้ว.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2542). *แนวคิดและนโยบายกระทรวงศึกษาธิการพื้นฐานการปฏิรูปการศึกษาเพื่อประชาชน*. กรุงเทพฯ: ศูนย์สภา.

- _____. (2546). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2545. กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.
- _____. (2548). พระราชบัญญัติระเบียบข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา พ.ศ. 2547 พระราชบัญญัติเงินเดือน เงินวิทยฐานะ และเงินประจำตำแหน่งข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา พ.ศ. 2547 พระราชบัญญัติเงินเดือนและเงินประจำตำแหน่ง (ฉบับที่ 4) พ.ศ.2547. กรุงเทพฯ: สโตร์ครีเอทีฟเฮ้าส์.
- _____. (2551). พระราชบัญญัติการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย พ.ศ. 2551. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.).
- กิตติกร แสนสุวรรณ. (2555). เทคนิคการให้บริการที่น่าประทับใจ. สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2555, จาก http://www.supremecourt.or.th/webportal/maincode/admin/upload/files/Septemer_18_2009_3_23_d4637755db3494a0952ee7bde497d09b.pdf
- เกียรติศักดิ์ ทันจันทร์. (2543). การศึกษาการดำเนินการประกันคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดกำแพงเพชร. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (การบริหารการศึกษา). กำแพงเพชร: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏกำแพงเพชร. ถ่ายเอกสาร.
- จรรยาพร ธรณินทร์. (2543, มกราคม). แนวทางในการบริหารงานสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. วารสารกองทุนสงเคราะห์การศึกษาเอกชน. 10(90): 3-5.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2540). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาบริการ เอกสารการสอนชุดวิชา จิตวิทยาการบริการเล่มที่ 1 หน่วยที่ 1-7. นนทบุรี: สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จิตลาวัฒน์ บุนนาค. (2539). ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย. วิทยานิพนธ์ นศ.ม.(การสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- จิราภรณ์ สีขาว. (2536). ภาพลักษณ์สถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษาตามการรับรู้ของผู้บริหารการศึกษาระดับสูง. วิทยานิพนธ์ ค.ม.(บริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

- ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร. (2537). *การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลการสร้างภาพลักษณ์ของโครงการดาวเทียมไทยคม*. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (การสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ชลรัตน์ ชลมารค. (2546). *ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามความรับรู้ของผู้ปกครอง*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ไชย ณ พล. (2536). *การสื่อสารสถาบันกับการสร้างภาพพจน์: ศึกษากรณีการเคหะแห่งชาติ*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (การสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ณเรศ ภูมิ่ง; กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ. (2553, กันยายน). *ภาพลักษณ์บริษัทบริหารสินทรัพย์กรุงเทพพาณิชย์ จำกัด (บสภ.) วารสาร การเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ*. 2(3): 1-2.
- ดิเรก พรสีมา; และคนอื่นๆ. (2555). *การพัฒนาวิชาชีพครู*. สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2555, จาก <http://www.moe.go.th>
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. (2537). *การประชาสัมพันธ์: ประชาสัมพันธ์ธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: วังอักษร.
- ดวงพร คำณูวัฒน์; และวาสนา จันทรสว่าง. (2541). *ภาพลักษณ์: กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: สามเจริญพาณิชย์.
- ตรีเพ็ชร อ่าเมือง. (2555). *คู่มือและเทคนิคการบริการด้วยใจ*. สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2555, จาก [http://www.op.mahidol.ac.th/orga/file/pdf/ service mind manual.pdf](http://www.op.mahidol.ac.th/orga/file/pdf/service%20mind%20manual.pdf)
- ทิพาวรรณ เมฆสุวรรณ. (2543). *การบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์*. สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. กรุงเทพฯ: กราฟิคฟอร์แมท.
- ทศพร ศิริสัมพันธ์. (2543). *การบริหารผลการดำเนินงาน (Performance Management) รวมบทความวิชาการ 100 ปี รัฐประศาสนศาสตร์ไทย*. ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธงชัย สันติวงษ์; และ ชัยยศ สันติวงษ์. (2533). *พฤติกรรมบุคคลในองค์การ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธีรศักดิ์ อัครบวร. (2544). *ความเป็นครูไทย*. กรุงเทพฯ: พลพิมพ์.

- นภาพรรณ อุณาภูล. (2540). *ศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับสวัสดิภาพของนักเรียนในโรงเรียนอนุบาล*. ปรินญาณิพนธ์ กศ.ม. (การศึกษาปฐมวัย). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- นันทรัตน์ สิงห์เดช. (2549). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกลงทุนและความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน เอ็มเอฟซี จำกัด (มหาชน)*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- นิภา รักภกวางศ์. (2546). *ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อการจัดการศึกษาระดับก่อนประถมศึกษาของโรงเรียนยอแซฟวิทยา อำเภอกำแพงแสน จังหวัดจันทบุรี*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา. ถ่ายเอกสาร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ประมะ สตะเวทิน. (2533). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ประจวบ อินอ้อด. (2532). *เขาประชาสัมพันธ์กันอย่างไร*. กรุงเทพฯ: มัทนาสถาปัตย์.
- ประทีน วิเศษสุวรรณ. (2545). *ปัจจัยการบริหารการศึกษาที่สัมพันธ์กับประสิทธิผลในการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชน ประเภทสามัญศึกษา เขตการศึกษา 1*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ประยูร กาญจนดูล. (2535). *คำบรรยายกฎหมายปกครอง*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปรีชา วัชรภักย์. (2552). *การบริหารผลการปฏิบัติงาน*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน.
- ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์. (2530). *สุขภาพจิตเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: บัณฑิตการพิมพ์.
- พัทธน์ แก้วแพง; และคณะ. (2549, มีนาคม – เมษายน). *ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลสงขลานครินทร์*. *สงขลานครินทร์เวชสาร*. 24(2): 112.
- พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร. (2553, กันยายน). *ภาพพจน์กับการประชาสัมพันธ์*. ใน *ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง*. *การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เจริญผล. 9(4): 123 – 135.

- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2555). *การบริหารภาพลักษณ์*. สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2555, จาก <http://www.drphot.com/images/journal/2552/brandmarketing52/Article%20Corp%20Image%20Apr%2009.pdf>
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. (2545). *การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: ปรกาศพิมพ์.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (2537, กันยายน). ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง. *การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เจริญผล. 14(7): 41 – 58.
- พรนิตา ปัญญาแหว. (2553). *การศึกษากิจการความขัดแย้งในโรงเรียนเอกชน สังกัดเขตพื้นที่การศึกษานนทบุรี เขต 2*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ไพฑูริย์ อยู่พะเนียด. (2543). *คุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีภูธรอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา*. ภาคนิพนธ์ ศษ.ม.(การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ภัทริธา ยะสวัสดิ์. (2549). *ภาพลักษณ์โรงเรียนมัธยมศึกษาวัดธาตุทอง*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ภาวินี จิรกาลวสาน. (2551). *การศึกษารับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุทมาณี เขต 2*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- มยุรี จารุปาน. (2532, สิงหาคม-กันยายน). บทนำ. *วารสารการศึกษาแห่งชาติ*. 23(6): 2.
- มะลิวัลย์ ศิริวรรณ. (2542). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์และการให้บริการแก่ชุมชนของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัด กรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 12*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา. ถ่ายเอกสาร.
- มานิต รัตนสุวรรณ. (2527). *โลกของการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: พิมพ์เศ.
- มานูญ เพ็ชรแสง. (2555). *แรงจูงใจที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตการปฏิบัติงานของพนักงานในสำนักงานใหญ่ ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน)*. สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2555, จาก http://www.yala1.com/book003/B_707.pdf

- มามี โชติมา. (2546). ความต้องการของผู้ปกครองในการจัดการศึกษาของโรงเรียนโชติมา เขต
จตุจักร กรุงเทพมหานคร. ปรินญาณิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ:
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- เมธินี จิตติขานนท์. (2547). การบริหารโดยมุ่งผลสัมฤทธิ์. กรุงเทพฯ: กรมการปกครอง
กระทรวงมหาดไทย.
- เมตตา ศรีสุข. (2546). ความพึงพอใจของผู้เรียนต่อการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นของโรงเรียน
ภาษาและวัฒนธรรม สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี(ไทย-ญี่ปุ่น). ปรินญาณิพนธ์. บธ.ม.
(การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ยงยุทธ เกษสาคร. (2541). ภาวะผู้นำและการจูงใจ. กรุงเทพฯ: ศูนย์เอกสารและตำรา
สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- รณรงค์ เมฆานวัณณ์. (2543). การพัฒนาการศึกษาตามโครงการขยายโอกาสทางการศึกษาใน
หน่วยทหาร: ศึกษาเฉพาะกรณีมณฑลทหารบกที่ 11. เอกสารวิจัย.
- รดาทิพย์ อยู่สุข. (2551). ศึกษาภาพลักษณ์โรงเรียนตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน
โรงเรียนกาญจนาภิเษกวิทยาลัยจะเชิงเทรา. ปรินญาณิ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา).
ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา. ถ่ายเอกสาร.
- รัตน์วดี ศิริทองถาวร. (2546). การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525. กรุงเทพฯ:
อักษรเจริญทัศน์.
- รำไพ เลี้ยงจันทร์. (2542). ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตามทัศนะของครูและนักเรียน
มัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตการศึกษา 12. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา).
บัณฑิตวิทยาลัย ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา. ถ่ายเอกสาร.
- ลักษณา สตะเวทิน. (2542). หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: เฟื่องฟ้าการพิมพ์.
- ลัดดา ทองโคตร. (2554). การศึกษาสมรรถนะการมุ่งผลสัมฤทธิ์ของผู้บริหารโรงเรียน สังกัด
กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ลาวัญย์ ฉัตรโชคชัยกุล. (2550). ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์โรงเรียนศรีสุวิขตามความคิดเห็นของ
ผู้ปกครอง. ปรินญาณิ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยบูรพา. ถ่ายเอกสาร.

- วราภรณ์ บุญประกอบผล. (2543). *คุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน: ศึกษากรณีข้าราชการตำรวจตระเวนชายแดน สังกัดกองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดนส่วนกลาง*. ภาคนิพนธ์ ศษ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วราภรณ์ ศรีอินทร์. (2545). *ภาพลักษณ์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาอำเภอสอยดาว จังหวัดจันทบุรี ตามทัศนะของผู้นำชุมชนและผู้ปกครองนักเรียน*. สารนิพนธ์ กศ.ม.(การบริหารการศึกษา). ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา. ถ่ายเอกสาร.
- วัชรภรณ์ พยัคฆ์เมธี. (2546). *การศึกษาความต้องการของผู้ปกครองเกี่ยวกับลักษณะที่พึงประสงค์ด้านการจัดการศึกษาปฐมวัย ในอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่*. ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (การศึกษาปฐมวัย). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วิจิตร อาวะกุล. (2534). *เทคนิคการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: โอ เอส พริ้นติ้งเฮ้าส์.
- วิมลพรรณ อาภาเวท. (2546). *การวางแผนการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: บুদ্ধ พอยท์.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2546). *การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์ (ปรับปรุงใหม่)*. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัชต์ แสงดาวฉาย. (2531). *ภาพพจน์ของ พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ในหนังสือพิมพ์ไทย*. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- วิไลวรรณ วิทยารธรรมรัช. (2543). *การศึกษาความคาดหวังของบิดามารดาต่อพฤติกรรมของนักเรียนตามการรับรู้ของนักเรียน*. ปริญญานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาแนะแนว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วิศนี ศิลตระกูล. (2544). *การศึกษานอกระบบและองค์กรในการจัดการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย*. นครราชสีมา: สถาบันการศึกษาและพัฒนาต่อเนื่องสิรินทร.
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระวัฒน์. (2542). *คุณภาพในงานบริการ*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี(ไทย- ญี่ปุ่น).
- วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์. (2555). *ภาพลักษณ์ของโรงเรียน*. สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2555, จาก <http://www.moe.go.th/main2/article/SchoolImage.htm>

- ศศิพรรณ บิลมาโนช. (2538). การศึกษาปัจจัยส่งเสริมและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องในการสร้าง
ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์(ร.ส.พ.). วิทยานิพนธ์ นศ.ม.
(การสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและ
ไซเท็กซ์.
- ศรียาชา เจริญพานิช; และคนอื่นๆ. (2548). รายงานการวิจัยกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่
เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาศักยภาพการจัดการศึกษาเอกชน. รายงานการวิจัย
สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.
- ศุภร วัฒนพฤกษา. (2538). ความคิดเห็นของผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนวัฒนพฤกษาแผนก
อนุบาลต่อการจัดการเรียนการสอนที่พึงประสงค์. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การบริหาร
การศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ศุภวัฒน์ คุณานวัณณ์. (2555). การสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน. สืบค้นเมื่อ 11 พฤศจิกายน
2555, จาก <http://www.kroobannok.com/blog/14550>
- ศุภชัย เหลืองสุขเจริญ. (2541). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจสายตรวจ
ภูธร อำเภอเมืองฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.(การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ:
บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สถิตย์ จันทร์นวล. (2548). บุคคลแห่งการเรียนรู้. สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2555, จาก
<http://www.yala1.com/book003/satisb.pdf>
- สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. (2546, มกราคม). สมรรถนะหลักของผู้บริหาร.
วารสารประกันคุณภาพการศึกษา. 6(40): 2-4.
- สถล บุรารักษ์. (2543). ความคาดหวังของผู้ปกครองเกี่ยวกับการจัดการศึกษาของโรงเรียน
เอกชน:กรณีศึกษาโรงเรียนบูรารักษ์ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ.
วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สมบัติ สุวรรณพิทักษ์. (2549). แนวคิดและทฤษฎีที่นำสู่ทางการศึกษานอกระบบโรงเรียน.
กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- สมชาย เทพแสง. (2543, พฤศจิกายน). โรงเรียนคุณภาพ: สานฝันให้เป็นจริง.
วารสารวิชาการ. 3 (11): 13 -16.
- สมิต สัจฉกร. (2548). ศิลปะการให้บริการ. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

- สากล กมลภพ. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์องค์กรกับความพึงพอใจเกี่ยวกับโครงสร้างการให้บริการธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน สาขาภูผินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์. ปรินิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ).
มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.
- สิทธิโชค วรานุสันติกุล. (2531). จิตวิทยาการจัดการพฤติกรรมมนุษย์. พิมพ์ครั้งที่ 2.
กรุงเทพฯ: อักษรพัฒนา.
- สุปราณี รื่นพิทักษ์. (2545). การศึกษาความคิดเห็นของครู ผู้ดูแลเด็กและผู้ปกครองที่มีต่อการจัดการศึกษาสำหรับเด็กในสถานพัฒนาเด็กปฐมวัย. สารนิพนธ์ กศ.ม. (การศึกษาปฐมวัย). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุปรีย์ สุวรรณบุรณ์; และมยุรี จะบัง. (2551). ภาพลักษณ์ของสถาบันการพลศึกษาในทัศนะของนักศึกษา สถาบันการพลศึกษา ปีการศึกษา 2550. สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2555, จาก <http://www.drphot.com/images/journal/2552/Article/2009.pdf>
- สุภาวค์ จันทวานิช. (2534). รายงานการวิจัย เรื่อง คุณภาพการศึกษาของโรงเรียนประถมศึกษาในชนบท : กรณีศึกษาโรงเรียนในภาคกลางและตะวันออกเฉียงเหนือ. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- สุพจน์ ทรายแก้ว. (2543). การวัดผลการปฏิบัติงาน. เอกสารประกอบการสัมมนาเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนกลยุทธ์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่.
- สุพล อนามัย. (2549). การจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนเอกชนสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเพชรบุรี เขต 1. สารนิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
ถ่ายเอกสาร.
- สุพลยุทธ์ ขาวสุทธิ. (2554). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรของบริษัทปูนซีเมนต์ไทย จำกัด(มหาชน). ปรินิพนธ์ ศศ.ม. (การสื่อสารศึกษา). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- สุนน อมรวิวัฒน์. (2550, พฤษภาคม). องค์ 4 ของการศึกษาไทย. สารานุกรมวิชาชีพครู เณลินพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเนื่องในโอกาสฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา. 3(9): 461- 465.
- สุมาลี สังข์ศรี (2544). รายงานการวิจัยการศึกษาตลอดชีวิตเพื่อสังคมไทยในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.

- สุพิน ปัญญาภัก. (2537). ภาพพจน์: การสร้างและรักษาภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: เจริญผล.
- สุรัตน์ ไชยชมภู. (2535). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความตั้งใจในการเรียนต่อระดับมัธยมศึกษาของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในเขตโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน. (2545). แนวดำเนินการเพื่อการประกันคุณภาพและการรับรองมาตรฐานคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนเอกชน. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
- _____ . (2551). มาตรฐานการศึกษาโรงเรียนเอกชน กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2553). รายงานการวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบ/แนวทางการจัดการศึกษาเพื่อเพิ่มโอกาสทางการศึกษาให้กับประชากรกลุ่มอายุ 15-59 ปี ที่อยู่นอกระบบโรงเรียน. กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.
- สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย. (2551). หลักสูตรการศึกษาอกระบบระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 แนวทางการจัดการเรียนรู้. นนทบุรี: ไทยพลับบิกเอ็ดดูเคชั่น.
- สำนักบริหารงานการศึกษานอกโรงเรียน. (2547). เอกสารเสริมความรู้การจัดการศึกษานอกโรงเรียน ตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2544. กรุงเทพฯ: ศูนย์ศาลาดพร้าว.
- _____ . (2553). การประเมินความรู้และประสบการณ์. สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2555, จาก <http://chon.nfe.go.th/advicecenter/kummans.html>
- สำลี รักสุทธี. (2542). คมวาตะ. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- เสริมชัย ระกำพล; และคณะ. (2543). ภาพลักษณ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในทัศนคติของชาวกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์. (2539). ทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้บริหารสถานศึกษา. (เอกสารประกอบการสอน). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- อัญชลี ธรรมะวิสิกุล. (2556). *หลักของการจัดการศึกษา*. สืบค้นเมื่อ 4 มกราคม 2556,
จาก <http://panchalee.wordpress.com/2009/03/28/หลักการของการจัดการศึกษา/>
- อนงค์พร เอกจำนงค์. (2548). *ความคิดเห็นของผู้บริหารและครูเกี่ยวกับสภาพความพร้อมในการบริหารโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน ด้านการบริหารวิชาการของโรงเรียนเอกชนในเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดปทุมธานี*. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. (การบริหารการศึกษา).
ปทุมธานี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
ถ่ายเอกสาร.
- อเนกลภ สุทธิพันธ์. (2555). *จิตวิทยาการบริการ*. สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2555, จาก
<http://www.slideshare.net/huatoe/ss-2029116>
- อมรรัตน์ ไพเมือง. (2549). *ภาพลักษณ์ของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ในทัศนะของประชาชนในเขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร*. ภาคนิพนธ์มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ:
คณะพัฒนาสังคมสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- อาชญญา รัตนอุบล. (2542). *การศึกษานอกระบบโรงเรียน*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการศึกษา
นอกโรงเรียน คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อาศยา โชติพานิช. (2555). *ศิลปะการให้บริการสู่ความรู้สึกที่ดี*. สืบค้นเมื่อ 11 ตุลาคม 2555,
จาก <http://phichit.dlt.go.th/mumng/m4.pdf>
- อุบลวรรณ ปิติพัฒนาโชค. (2542). *การเขียนในสื่อต่าง ๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุทัย เอกสะพัง. (2547). *พุทธศาสนาเถรวาท*. ปัตตานี: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ปัตตานี.
- อุษา งามมีศรี. (2552). *การศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน อำเภอพัฒนานิคม จังหวัดลพบุรี*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- เอนก สุวรรณบัณฑิต; ภาสกร อดุลพัฒนกิจ. (2548). *จิตวิทยาบริการ*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์
ดีไซน์.
- อำรุง จันทวานิช. (2542). *การปฏิรูปการศึกษา : แนวคิดและหลักการตามพระราชบัญญัติ
การศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542*. กรุงเทพฯ: วิทยุชน.
- อำนาจ เจริญยิ่ง. (2537). *การแก้วิกฤติและสร้างภาพพจน์ให้แก่องค์กร*. พิมพ์ครั้งที่ 3.
กรุงเทพฯ: เจริญผล.
- Anderson, E; B.Weitz. (1989,July). Determinants of Continuity in Conventional
Industrial Channel Dyads. *Marketing Science*. 8(3): 10.

- Berry, L.L. (1995, May). Relationship Marketing of Services: Growing Interest. Emerging Perspectives. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 23(4): 236 – 245.
- Daniel J. Boorstin. (1973). *The Image : A guide to Pseudo-Events in AMERICA*. New York : Athenneum.
- Darling; & Fisher. (1985, July). On Strategic Networks. *Management Journal*. 19: 31-41.
- Fisher, B. Aubrey; & Donald G. Ellis. (1990). *Small Group Decision Making: Communication and the Group Process*. 3rd ed. Singapore: Mc Graw – Hill.
- Gregory, J.R; & Wiechmann,J.G. (1991). *Marketing Corporate Image*. Chicago: NTC Publishing Group.
- Guilford.J.P. (1967). *The Nature of Human Intelligence*. New York: McGraw –Hill.
- Hendrick, Clyde; & Epstein, Yakov M. (1979). *Introduction to School Psychology*. Sunderland, Massachusetts: Sinecure Associates.
- Hoy, Wayne K; C. John Tarter; & Louise Kupersmith. (1992, Febuary). Faculty Trust in Colleague: Linking the Principal with School Effectiveness. *Journal of Research and Development in Education*. 26(1): 38-45.
- Jefkins, Frank. (1993). *Planned Press and Public Relations*. 3rd ed. Oxford: The Alden Press.
- Joyce, C. F; Jr. (1992, June). Parental Choice in Public Elementary School: Who Chooses and Why (School Choice). *Dissertation Abstracts International*. 53 (4) : DAI – A.
- Jones, V.; & Hendrick R.;Epstein. (1979, May). Relations of Temperament to the Choice of Values *Journal of Abnormant Social Psychology*. 53(18): 345.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Krejcie, Robert v.; & Daryle, Morgan w. (1970 Autumn). Determinaning Sample Size for Research Activity. *Journal of Educational and Psychological Measurement*. 3(3): 607-610.
- Lee,Ki – Chul. (2002, July). Reforming the Korean Church for Growth : New Integrative Models of the Image of Renewal Strategy for the Twenty-first Century (Korean Text). *Dissertation Abstracts International*. 57 (05) : 120-A.

McClelland, D. (1973, June). Testing for Competence Rather than for Intelligence.

American Psychologist. 28(1): 1-14.

McCallister, Daniel Jackson. (1993, September). Interpersonal Trust, Citizenship

Behavior, and Performance: A Relational Analysis. *Dissertation Abstract*

International. 54(03A): 1010.

Newman, B.K. (1990, April). An Analysis of Perceived Political Characteristics and

Tactics in Student Affairs Organizations. *Dissertation Abstracts International*.

51(5).

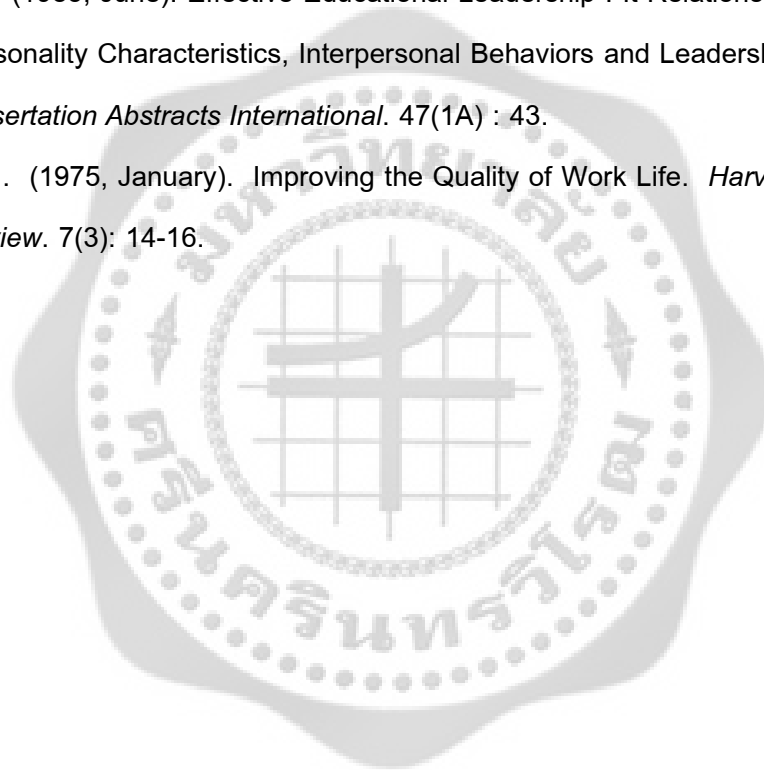
Pendley, K.L. (1985, June). Effective Educational Leadership : It Relationship To

Personality Characteristics, Interpersonal Behaviors and Leadership Style.

Dissertation Abstracts International. 47(1A) : 43.

Walton. R. E.. (1975, January). Improving the Quality of Work Life. *Harvard Business*

Review. 7(3): 14-16.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ศาสตราจารย์ ดร.ไพศิษฐ์ พิพัฒน์กุล	กรรมการบริหารโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม ญี่ปุ่นวาเซดะ
รองศาสตราจารย์ กฤษฏา วิเศษรัตนนท์	กรรมการบริหารโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรม ญี่ปุ่นวาเซดะ
อาจารย์เรือเอก ดร.อภิสิทธิ์ ทรงบัณฑิตย์	อาจารย์ภาควิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์ ดร.ราชันย์ บุญธิมา	อาจารย์ประจำ สำนักทดสอบทางการศึกษาและ จิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พันตำรวจโท ดร.ดิฐภัทร บวรชัย	อาจารย์ สป(2) คณะตำรวจศาสตร์ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ





ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ

2. ผู้ตอบแบบสอบถามคือ ผู้ปกครองในโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ

3. แบบสอบถามนี้มี 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเรื่องการศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามแบบปลายเปิด สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ

4. โปรดตอบแบบสอบถามทุกตอนและทุกข้อ

5. คำตอบทุกข้อถือว่าเป็นความลับไม่มีผลกระทบต่อท่านและใช้เฉพาะในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เท่านั้น

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี จึงขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

นางสาวเกษศิริินทร์ มั่งมี
นิสิตปริญญาโท สาขาการบริหารการศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

1. อายุ

- ต่ำกว่า 40 ปี
- ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป

2. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ปริญญาตรีหรือสูงกว่า

3. อาชีพ

- ข้าราชการ
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานบริษัทเอกชน
- ธุรกิจส่วนตัว

4. รายได้

- ต่ำกว่า 40,000 บาท
- 40,000-60,000 บาท
- ตั้งแต่ 60,000 บาทขึ้นไป



ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น

วาเซตะ

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้แล้วพิจารณาว่าได้มีระดับความคิดเห็นมากน้อยเพียงใด แล้ว

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็น โดยความหมาย ของแต่ละช่อง มีดังนี้

5 หมายถึง มากที่สุด

4 หมายถึง มาก

3 หมายถึง ปานกลาง

2 หมายถึง น้อย

1 หมายถึง น้อยที่สุด

2.1 ด้านความเชื่อถือ หมายถึง ความคิดเห็นตลอดจนการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อ

ผู้บริหาร ครู และเจ้าหน้าที่ โดยแสดงให้เห็นถึงการเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ มีการกำหนดหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน ใช้สื่อและนวัตกรรมที่ทันสมัย สามารถดำเนินกิจกรรมการเรียนการสอนบรรลุวัตถุประสงค์ ตามเป้าหมายที่วางไว้

ข้อ	ภาพลักษณ์ของโรงเรียน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1	จัดการเรียนการสอนตรงกับความสนใจและความต้องการของผู้เรียน					
2	โรงเรียนมีอุปกรณ์ สื่อการเรียนการสอนทันสมัย					
3	คณาจารย์มีความรู้ มีความสามารถการใช้ภาษาญี่ปุ่นสูง					
4	โรงเรียนมีการดำเนินการด้านกิจกรรมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของหลักสูตร					
5	โรงเรียนมีชื่อเสียงด้านการจัดการเรียนการสอนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น					
6	ครูปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความรู้ ความสามารถ					
7	การเรียนการสอนเน้นการฝึกปฏิบัติในการเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น					
8	โรงเรียนมีความพร้อมด้านอาคาร สถานที่ซึ่งเอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้					
9	ครูปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ					

2.1 ด้านความเชื่อถือ (ต่อ)

ข้อ	ภาพลักษณ์ของโรงเรียน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
10	ความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการทำงานและการศึกษาต่อได้ผลจริง					
11	มีแหล่งเรียนรู้ที่ช่วยเพิ่มพูนประสบการณ์ ความรู้ที่ดีแก่ผู้เรียน					
12	โรงเรียนมีการออกไปรับรองสำหรับผู้ผ่านการเรียน					
13	ครูเป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำที่ดีในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น					
14	หลักสูตรมีความทันสมัยต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน					
15	มีอาคาร สถานที่เรียนที่ส่งเสริมบรรยากาศการเรียนรู้					



2.2 ด้านการยอมรับ หมายถึง ความคิดเห็นตลอดจนการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรในโรงเรียนในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งด้านของผลผลิตหรือผลงานการได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมโรงเรียน และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การบริการ และการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ

ข้อ	ภาพลักษณ์ของโรงเรียน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1	ชื่อเสียงของโรงเรียนสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ปกครอง					
2	เจ้าหน้าที่มีความรู้ ความเข้าใจ ให้บริการอย่างมืออาชีพ					
3	โรงเรียนมีการรับฟังแนวคิดหรือข้อเสนอแนะของผู้ปกครองในการจัดการศึกษา					
4	การให้บริการเป็นไปตามกำหนดเวลาที่ประกาศ					
5	มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการทำงาน					
6	โรงเรียนมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้กับผู้ปกครองและนักเรียนได้รับทราบ					
7	โรงเรียนนำประสบการณ์ ความรอบรู้ ความชำนาญ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการจัดการเรียนการสอน					
8	นักเรียนที่จบการศึกษาของโรงเรียนได้รับการยอมรับในระดับต่างๆ					
9	นักเรียนที่จบการศึกษาของโรงเรียนได้รับการยอมรับ					

2.3 ด้านความศรัทธา หมายถึง ความคิดเห็นตลอดจนการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีความประทับใจ ความไว้วางใจ ความภาคภูมิใจในความสำเร็จของบุตรหลานที่ศึกษาในโรงเรียน รวมทั้งการได้รับความนิยมนส่งบุตรหลานเข้ามาศึกษาหาความรู้ในโรงเรียนเพิ่มมากขึ้น โดยมีการบอกต่อและขยายการใช้บริการ ซึ่งได้รับความนิยมาอย่างต่อเนื่อง

ข้อ	ภาพลักษณ์ของโรงเรียน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1	ท่านมีความภูมิใจที่บุตรหลานได้เข้าเรียนในโรงเรียนนี้					
2	ท่านไว้วางใจในการจัดการเรียนการสอนของครูในโรงเรียน					
3	โรงเรียนจัดการเรียนการสอนอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความไว้วางใจและศรัทธาแก่บุคคลทั่วไป					
4	โรงเรียนมีมาตรฐานและมีชื่อเสียงในด้านการจัดการศึกษาภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น					
5	โรงเรียนเป็นแหล่งในการศึกษาดูงานของโรงเรียนอื่น					
6	โรงเรียนจัดกิจกรรมเป็นที่ประทับใจและสร้างความศรัทธาแก่บุคคลทั่วไป					
7	การส่งบุตรหลานมาเรียนที่โรงเรียนแห่งนี้ คุ่มค่ากับการลงทุน					
8	โรงเรียนมีความเป็นเลิศด้านภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่น					
9	ท่านจะแนะนำให้บุคคลที่รู้จักมาเรียนโรงเรียนแห่งนี้					
10	ท่านจะบอกเล่าสิ่งดี ๆ ที่ได้รับจากโรงเรียนให้ผู้อื่นฟัง					
11	โรงเรียนได้รับความไว้วางใจจากสังคม					



ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวเกษศิริินทร์ มั่งมี
วันเดือนปีเกิด	วันที่ 7 มีนาคม 2509
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	8/266 ซอยเพชรเกษม 54 ถนนเพชรเกษม แขวงบางด้วน เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	ผู้จัดการสำนักงานและการตลาด โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นวาเซดะ 195 อาคารเอ็มไพร์ ทาวเวอร์ ชั้น 15 เลขที่ 1511 – 1513 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร 10120
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2528	มัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนเบญจมเทพอุทิศ จ.เพชรบุรี
พ.ศ. 2532	ศึกษาศาสตรบัณฑิต สาขาจิตวิทยาและการแนะแนว จากมหาวิทยาลัยศิลปากร
พ.ศ. 2556	การศึกษามหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ