

ศึกษาคำรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนขั้นพื้นฐาน
อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2

สารนิพนธ์

ของ

ภาวิณี จีรกาลวสาน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

พฤษภาคม 2551

ศึกษารับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐาน
อำเภอัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2

สารนิพนธ์

ของ

ภาวิณี จีรกาลวสาน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

พฤษภาคม 2551

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ศึกษาคำรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนขั้นพื้นฐาน
อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2

บทคัดย่อ
ของ
ภาวิณี จีรกาลวสาน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา
พฤษภาคม 2551

ภาวิณี จีรกาลวสาน. (2551). *ศึกษาการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชน*
ชั้นพื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุทมาณี เขต 2. สารนิพนธ์ กศ.ม.
(การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่
ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ กลิ่นกุหลาบ.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อภาพลักษณ์
ของสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุทมาณี เขต 2 และ
เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐานจำแนก
ตามวุฒิการศึกษา ตามอาชีพ ระดับช่วงชั้น และระยะเวลาการก่อตั้งโรงเรียน กลุ่มตัวอย่างเป็น
ผู้ปกครองนักเรียนสถานศึกษาเอกชน ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุทมาณี เขต 2 จำนวน
361 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน
46 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ .93 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่า
ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) และค่าความแปรปรวน (ONE WAY ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า

1. การรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐาน
อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุทมาณี เขต 2 ใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสถาบัน ด้านการ
จัดการ ด้านการกระทำหรือกิจกรรมต่าง ๆ ด้านศีลธรรมความดีงาม และด้านบุคลากร โดยรวมและ
รายด้านอยู่ในระดับมาก
2. ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษา อาชีพ ระดับช่วงชั้นต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงเรียน
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05
3. ผู้ปกครองที่มีนักเรียนในระดับช่วงชั้นและ ระยะเวลาการก่อตั้งโรงเรียน แตกต่างกัน มีการรับรู้
ภาพลักษณ์ของโรงเรียนไม่แตกต่างกัน

A STUDY ON PARENT'S ACKNOWLEDGEMENT OF THE IMAGES OF THE PRIVATE
SCHOOL THE OFFICE OF PATHUMTANI EDUCATION SERVICE AREA 2

AN ABSTRACT

BY

PAVINEE JIRAKANVASAN

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

May 2008

Pavinee Jirakanwasan. (2008). *A Study of Parent Perceptions on the Image of Basic Education Private Schools, Amphoe Thanyaburi, Pathumthani Educational Service Area Office 2*. Master's project, M.Ed. (Educational Administration). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Asst. Prof. Dr. Phairojana Klinkularb.

The purposes of this study were to study parent perceptions on the image of Basic Education private schools, Amphoe Thanyaburi, Pathumthani Educational Service Area Office 2; compare the parent perceptions by their occupation and education level. The samples for this study consisted of 361 parents of students. The instrument used for data collection was a 5-level rating scale questionnaire consisting 46 items and a reliability of .93. The statistics used in data analysis were percentage, mean, standard deviation, t-test, and One-WAY ANOVA.

The study results are as follows.

1. Parent perceptions on the image of Basic Education private schools, Amphoe Thanyaburi, Pathumthani Educational Service Area Office 2 in 5 aspects, i.e institution, management, activity, ethics and goodness, and personnel, as a whole and individual aspects were at the high level.
2. Parents with different education level and occupation had different perceptions on the school image at .05 level.
3. Parents with different perceptions on school-founding years did not have different perceptions on the school image.

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความสามารถและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ กลิ่นกุหลาบ ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่ได้ให้คำแนะนำ รวมทั้งให้แนวคิดและชี้แนะแนวทางในการศึกษาค้นคว้าตลอดเวลาที่ทำการวิจัย ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งตลอดมา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอกราบขอบพระคุณ คณะกรรมการพิจารณาโครงการสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พวงรัตน์ เกษรแพทย์ ร.ต.อ.หญิง.ดร.ปานจักษ์ เหล่ารัตนวงษ์ อาจารย์ ดร.ราชันย์ บุญธิมา อาจารย์ ดร.จาวรวัฒน พลอยดวงรัตน์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ กลิ่นกุหลาบ ที่กรุณาเป็นกรรมการสอบสารนิพนธ์ และให้คำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข อันเป็นประโยชน์ทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้ มีความสมบูรณ์และมีคุณค่ามากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ ดร.นิത്യ ไรจน์รัตนวาณิชย์ อาจารย์นวลอนงค์ นวลเขียว อาจารย์ ศิริพรรณ เกตุไชโย อาจารย์สุภรณ์ สระตันดี และอาจารย์สุทิน วิเศษสุวรรณ ที่ได้เสียสละเวลาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแก้ไขแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณผู้ปกครอง คณะครู และผู้บริหารโรงเรียนเอกชนในเขตอำเภอธัญบุรีที่ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณอาจารย์เกรียงศักดิ์ เอื้อใจ อาจารย์ศศิธร เอื้อใจ อาจารย์ศิริวรรณ เสนารักษ์ คุณเกียรติศักดิ์ จิรกาลวสาน และ คุณเกียรติคุณ จิรกาลวสาน ที่ให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจอย่างดียิ่ง รวมทั้งพี่ ๆ เพื่อน ๆ น้อง ๆ ที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จครั้งนี้

ทุกคุณค่าและประโยชน์อันเกิดขึ้นจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอขอบแต่ครูอาจารย์ทุกท่านในภาควิชาการบริหารการศึกษาและบูรพาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้แก่ผู้วิจัยซึ่งเป็นพื้นฐานทางวิชาการที่มั่นคง

ภาวิณี จิรกาลวสาน

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	8
สมมติฐานในการวิจัย	11
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
ข้อมูลทั่วไปของสถานศึกษาเอกชน.....	12
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์.....	17
ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน.....	21
ภาพลักษณ์ด้านสถาบัน.....	21
ภาพลักษณ์ด้านการจัดการ	23
ภาพลักษณ์ด้านการกระทำหรือกิจกรรม	29
ภาพลักษณ์ด้านความดีความงาม.....	32
ภาพลักษณ์ด้านบุคลากร	35
ประเภทของภาพลักษณ์.....	40
ภาพลักษณ์ขององค์การ.....	43
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้	48
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	53
งานวิจัยในประเทศ	53
งานวิจัยต่างประเทศ	63

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า	
3	วิธีดำเนินการศึกษาวิจัย	66
	การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	66
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า	68
	ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ	68
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	70
	การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	70
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	71
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
	การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	73
5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	99
	ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	99
	สมมติฐานของการวิจัย.....	99
	ขอบเขตของการวิจัย	99
	เครื่องมือในการวิจัย	100
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	100
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	101
	สรุปผลการวิจัย.....	101
	อภิปรายผล	102
	ข้อเสนอแนะ.....	104
บรรณานุกรม	105	
ภาคผนวก		
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์		

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 รายชื่อโรงเรียนเอกชนแสดงจำนวนนักเรียน ตามการก่อตั้งของโรงเรียน ในอำเภอธัญบุรี...	66
2 จำนวนโรงเรียน ผู้ปกครองนักเรียนช่วงชั้นที่ 1 และช่วงชั้นที่ 2 ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง	68
3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวุฒิการศึกษา อาชีพ ผู้ปกครอง นักเรียนระดับช่วงชั้น และระยะเวลาในการก่อตั้งโรงเรียน.....	73
4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อการรับรู้ ภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนขั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2	75
5 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อการรับรู้ ภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนขั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 ด้านสถาบันจำแนกเป็นรายชื่อ	76
6 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อการรับรู้ ภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนขั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 ด้านการจัดการ จำแนกเป็นรายชื่อ	77
7 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อการรับรู้ ภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนขั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 ด้านการกระทำ หรือกิจกรรมต่าง ๆ จำแนกเป็นรายชื่อ	78
8 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อการรับรู้ ภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนขั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 ด้านศีลธรรม ความดีงาม จำแนกเป็นรายชื่อ.....	79
9 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อการรับรู้ ภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนขั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 ด้านบุคลากร จำแนกเป็นรายชื่อ.....	80
10 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อการรับรู้ ภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนขั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามวุฒิการศึกษา	81

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
11 การเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของสถานศึกษา เอกชนชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามตัวแปรวุฒิการศึกษา	82
12 การเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของผู้ปกครอง ที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชน ชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 โดยรวมเป็น รายคู่ จำแนกตามวุฒิการศึกษาด้วงวิธีการของ Scheffe.....	83
13 การเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของผู้ปกครอง ที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชน ชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 ด้านสถาบันเป็น รายคู่ จำแนกตามวุฒิการศึกษาด้วงวิธีการของ Scheffe.....	84
14 การเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของผู้ปกครอง ที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชน ชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 ด้านการจัดการ เป็นรายคู่ จำแนกตามวุฒิการศึกษาด้วงวิธีการของ Scheffe.....	85
15 การเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของผู้ปกครอง ที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชน ชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 ด้านการกระทำ และกิจกรรมต่างๆเป็นรายคู่ จำแนกตามวุฒิการศึกษาด้วงวิธีการของ Scheffe.....	86
16 การเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของผู้ปกครอง ที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชน ชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 ด้านศีลธรรม ความดีงามเป็นรายคู่ จำแนกตามวุฒิการศึกษาด้วงวิธีการของ Scheffe.....	87
17 การเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของผู้ปกครอง ที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชน ชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 ด้านบุคลากร เป็นรายคู่ จำแนกตามวุฒิการศึกษาด้วงวิธีการของ Scheffe.....	88
18 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อการรับรู้ ภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอาชีพ	89

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
27 การเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของสถานศึกษา เอกชนชั้นพื้นฐานชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระยะเวลาการก่อตั้งโรงเรียน.....	98

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	10
2 รูปแบบหรือแบบแผนของภาพลักษณ้องค์การ.....	37

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ได้กำหนดหลักการสำคัญประการหนึ่งของการจัดการศึกษา คือ ให้สังคมมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา และได้ระบุไว้ในหมวด 5 การบริหารและการจัดการศึกษา ส่วนที่ 3 การบริหารและการจัดการศึกษาของเอกชน มาตรา 43 ให้เอกชนมีอิสระในการบริหารจัดการโดยมีแนวปฏิบัติในการกำกับ ติดตาม ประเมินคุณภาพ และมาตรฐานการศึกษาเช่นเดียวกับสถานศึกษาของรัฐ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. 2547: 1) มาตรา 46 ยังกล่าวด้วยว่า รัฐต้องให้การสนับสนุนด้านเงินอุดหนุน การลดหย่อนหรือการยกเว้นภาษี และสิทธิประโยชน์อื่นที่เป็นประโยชน์ทางการศึกษาแก่สถานศึกษาเอกชนตามความเหมาะสม รวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนด้านวิชาการให้สถานศึกษาเอกชนมีมาตรฐาน สามารถพึ่งพาตนเองได้ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. 2547: 27-28) เพื่อเป็นการสนองเจตนารมณ์ของบทบัญญัติดังกล่าว สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รัฐได้มอบหมายให้ดูแลการจัดการศึกษาของภาคเอกชน เห็นว่ารัฐควรเปิดโอกาสและชักชวนให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมรับผิดชอบในการจัดการศึกษาเพิ่มมากขึ้น โดยรัฐให้การส่งเสริม สนับสนุนและคุ้มครองภาคเอกชนให้จัดการศึกษาได้อย่างมีมาตรฐาน และคุณภาพ เพื่อเป็นทางเลือกที่ดีของประชาชนและเป็นการกระตุ้นการแข่งขันในการจัดการศึกษา อันจะนำไปสู่การศึกษาที่มีคุณภาพและมาตรฐานทัดเทียมสากล สามารถแข่งขันกับนานาชาติได้ (ชนิษฐา ตีร์หิรัญกุล. (<http://www.thaiedresearch.org/result.php?id=4285>: 1) ดังนั้นคณะกรรมการการศึกษาเอกชนจึงได้กำหนดเป็นวิสัยทัศน์ ของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ว่า สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนเป็นองค์กรหลักที่มีประสิทธิภาพในการประสาน ส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษาเอกชนให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ มีศักยภาพ สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล (<http://www.opec.go.th/vision/index.htm>:1)

แม้ว่ารัฐจะมีนโยบายส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเอกชนในการจัดการศึกษาดังกล่าว แต่การมีส่วนร่วมของเอกชนในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานยังมิได้ขยายตัวเท่าที่ควร กล่าวคือ ในปีการศึกษา 2545 – 2548 สัดส่วนนักเรียนภาคเอกชนในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อย จากร้อยละ 15 ในปี 2543 เป็นร้อยละ 18 ในปี 2548 และเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า สัดส่วนนักเรียน

ภาคเอกชนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในเกือบทุกระดับการศึกษา (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.

2547 : 2) ซึ่งสาเหตุที่ทำให้การจัดการศึกษาเอกชนไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร ก็เนื่องมาจากกฎระเบียบของทางราชการที่ทำให้การดำเนินงานของโรงเรียนไม่มีความคล่องตัวเท่าที่ควร เงินอุดหนุนรายหัวที่รัฐยังไม่สามารถจัดสรรให้กับโรงเรียนเอกชนได้ตามกำหนด เหตุดังกล่าวจึงส่งผลในเรื่องของ เงินเดือนสวัสดิการที่ครูได้รับมีน้อยมาก ครูมีการลาออกระหว่างภาคเรียนมากขึ้น และสาเหตุอีกประการหนึ่งก็เนื่องมาจากโรงเรียนรัฐบาลมีบทบาทในการจัดการศึกษามากกว่าโรงเรียนเอกชน โรงเรียนรัฐบาลให้เรียนโดยไม่ต้องเสียค่าเล่าเรียน ทำให้สัดส่วนเด็กที่เข้าเรียนในโรงเรียนเอกชนในช่วง 10 ปี ที่ผ่านมามีเพียง 13 % สิ่งเหล่านี้ ส่งผลต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในทางลบอย่างมาก (วาสนา แสงสุข. 2547: 34)

ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหาทางส่งเสริมและควบคุมให้โรงเรียนมีการปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐานให้อยู่ในระดับที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ทั้งนี้เพื่อเป็นการรักษาระดับมาตรฐานการศึกษาของชาติ โรงเรียนเอกชนในอนาคตจะต้องหันมาใส่ใจกับคุณภาพการเรียนการสอนมากขึ้นขณะเดียวกันต้องสร้างภาพลักษณ์ให้ชัดเจน ไม่ควรมุ่งประโยชน์ทางการค้า ไม่เน้นปริมาณมากกว่าคุณภาพ แต่ให้มองถึงผลประโยชน์ทางการศึกษาที่สังคมจะได้รับจากการศึกษาเอกชน (สุรศักดิ์ หลาบมาลา. 2546: 5)

ภาพลักษณ์ขององค์กรมีความสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดี ก็จะได้รับความสำเร็จ ไว้วางใจ และสนับสนุนร่วมมือให้องค์กรนั้นประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน แต่ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี ย่อมได้รับการต่อต้านและดูหมิ่นเกลียดชัง

ภาพลักษณ์จึงเป็นรากฐานแห่งความมั่นคงขององค์กร เป็นสิ่งที่โรงเรียนเอกชนสามารถสร้างได้โดยวิธีการที่เหมาะสมเพื่อพัฒนาโรงเรียนให้เป็นที่สนใจ ยอมรับของผู้ปกครองและนักเรียนและเป็นประโยชน์ต่อความเจริญก้าวหน้าของโรงเรียน (วิระวัฒน์ อุทัยรัตน์. 2545: 12 – 13) สอดคล้องกับชัยวัฒน์ ชยางกูร (2549: 1) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์นั้นขายได้ ชื่ออย่าง IBM เอาไปติดคอมพิวเตอร์ก็ขายได้ NIKE ติดตราที่รองเท้ารู้สึกบินได้ รถเอาตราสามแฉก BENZ ใส่อยู่บนหน้ารถก็ขายได้ เครื่องหมายหรือ LOGO ของสินค้าสะท้อนภาพลักษณ์ขององค์กร ที่สะสมมานานแสนนาน และสามารถขัดให้ชื่อขององค์กรเป็นเงาและงามสง่า แต่เบื้องหลังความสำเร็จขององค์กรที่มีชื่อเสียงก็เพียบพร้อมด้วยความตั้งใจขององค์กรนั้น ๆ

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความประทับใจอย่างแท้จริง (True impression) ของบุคคล ภาพลักษณ์ที่บุคคลมีต่อองค์กรหรือสถาบันจะเป็นอย่างไรนั้นย่อมขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ข้อมูลข่าวสารที่บุคคลนั้นได้รับ (วิรัช ฤทธิธนกุล. 2540: 79) ด้วยเหตุนี้ภาพลักษณ์จึงเป็นความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการรับรู้ที่ต้องใช้มโนทัศน์ของผู้รับสารแต่ละคน เป็นเครื่องชี้แนะและตีความหมายของปัจเจกบุคคลจะเป็นลักษณะของความรู้เชิงอัตวิสัย กล่าวคือ กรอบประสบการณ์ของแต่ละคนจะทำให้การรับรู้และการ

ตีความหมายต่อสิ่งเดียวกันแตกต่างกัน และเมื่อรับรู้อะไรบางอย่างหรือบางแง่มุมแล้วบุคคลนั้นก็มีความโน้มที่จะสรุปเป็นภาพรวม (generalization) (กฤษณ์ ทองเลิศ. 2539: 136) ซึ่งเจฟฟินส์ (Jeffkins. 1993: 6) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์เกิดขึ้นจากความประทับใจ ซึ่งเป็นความประทับใจที่ได้มาจากการได้มีความรู้และความเข้าใจในข้อเท็จจริงนั้น ๆ

ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรหรือสถาบันใดสถาบันหนึ่งย่อมเป็นผลแห่งความเพียรพยายามด้วยเวลาอันยาวนานขององค์กรหรือสถาบัน การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจึงไม่สามารถทำได้ในระยะเวลาอันรวดเร็วหรือใช้เวลาเพียงช่วงสั้น ๆ ได้ (วิรัช ลภีรัตนกุล. 2540: 78) ภาพลักษณ์ที่ดีนั้นจึงมีความแตกต่างกันตามความต้องการของแต่ละสถาบันและสภาพธุรกิจของสถาบัน เช่น สถาบันการเงินอาจเน้นภาพลักษณ์ของความมั่นคงและน่าเชื่อถือ สถาบันการศึกษาอาจเน้นภาพลักษณ์ที่การผลิตผู้เรียนที่มีคุณภาพ เป็นต้น (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. 2537: 46) ภาพลักษณ์ขององค์กรที่สังคมต้องการนั้นควรจะเป็นองค์กรที่เจริญก้าวหน้าทันโลก มีบริการและสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า มีระบบบริหารและฝ่ายจัดการที่สูงด้วยประสิทธิภาพ มีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูง สามารถทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนรวมและปฏิบัติงานภายในกรอบกฎหมายของบ้านเมือง (อำนาจ วีรวรรณ. 2537 : 107 – 108)

ดังนั้นภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish image) จึงเป็นภาพลักษณ์ที่ผู้บริหารหรือพนักงานมีความต้องการจะให้องค์กรของตนเป็นเช่นนั้น เช่นเป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นองค์กรที่มีความเจริญรุ่งเรือง เป็นต้น การกำหนดความปรารถนาเปรียบเสมือนการกำหนดเป้าประสงค์ของงานที่จะได้ เพื่อบรรลุเป้าประสงค์นั้น (พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร. 2537: 125) และภาพดังกล่าวนี้อาจเป็นภาพที่สิ่งเหล่านั้น คือ บุคคล องค์กร สถาบัน หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งสร้างให้เกิดขึ้นแก่จิตใจเราหรืออาจเป็นภาพที่เราเฝ้าสร้างขึ้นเองก็ได้ (วิรัช ลภีรัตนกุล. 2540: 76) ซึ่งสอดคล้องกับวิจิตร อวระกุล (2534: 149) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์หมายถึง ภาพของสถาบัน หน่วยงาน บริษัท ห้างร้าน หรือบุคคลที่เกิดความรู้สึกในจิตใจของเราว่า ดี ไม่ดี ชอบ ไม่ชอบ เชื่อถือ ไม่เชื่อถือ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย หรือเฉย ๆ อยู่ตรงกลางไม่ดี ไม่เลว เป็นต้น ถ้าความเห็นของคนส่วนมากเป็นเช่นไร ภาพลักษณ์ของหน่วยงานก็จะเป็นเช่นนั้น ถ้าผลออกมาไม่ดีหรือปานกลางก็ต้องเร่งรีบสร้างภาพลักษณ์ให้ดีขึ้น มิฉะนั้นหากภาพลักษณ์ตกต่ำลง จะทำให้การดำเนินงานของสถาบันนั้นล้มเหลวลงได้

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นมุมมองหรือสิ่งที่พบเห็น ได้ยิน ได้สัมผัสทำให้เกิดการรับรู้ ความเข้าใจและเกิดเป็นความคิดรวบยอดที่มีต่อองค์กร อันได้แก่ สถาบัน การบริหารจัดการ การกระทำหรือกิจกรรมต่าง ๆ ความดีงามและบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับชัยวัฒน์ ชยางกูร (2545 : 1) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์ หรือ Image มีที่มาของคำสำคัญต่าง ๆ ดังนี้ I ย่อมาจาก Institution (สถาบัน) M ย่อ

มาจาก Management (การจัดการ) A ย่อมาจาก Action (การกระทำ) G ย่อมาจาก Goodness (ความดี ความงาม) E ย่อมาจาก Employee (พนักงานขององค์กร)

จากที่ได้กล่าวมาแล้ว ผู้วิจัยในฐานะผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน จึงสนใจทำการวิจัย การรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชน ชั้นพื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ในด้าน สถาบัน การจัดการ การกระทำ ศิลธรรม/ความดีงาม และบุคลากร ผลการวิจัยจะสามารถนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการพัฒนาภาพลักษณ์ของสถานศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ปกครอง และการได้รับการยอมรับ ศรัทธาจากผู้ปกครอง ชุมชน สังคมทั่วไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสถาบัน ด้านการจัดการ ด้านการกระทำ ด้านศีลธรรมความดีงาม และด้านบุคลากร
2. เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐานจำแนกตามวุฒิการศึกษา อาชีพ ในระดับช่วงชั้น และระยะเวลาในการก่อตั้งโรงเรียน

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้มีประโยชน์ต่อผู้บริหารสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐานในการนำผลการวิจัยไปใช้ดังนี้

1. สถานศึกษาเอกชนจะได้นำข้อมูลการรับรู้ที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนไปประกอบการพิจารณากำหนดแนวทางการสร้างภาพลักษณ์ใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสถาบัน ด้านการจัดการ ด้านการกระทำหรือกิจกรรม ด้านศีลธรรมความดีงาม ด้านบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ปกครอง
2. เพื่อนำมาเป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาในการวางแผนพัฒนาสถานศึกษาเอกชนให้ได้รับความเชื่อถือ การยอมรับ ศรัทธาจากผู้ปกครอง ชุมชนสังคมทั่วไป สอดคล้อง กับการรับรู้ของผู้ปกครอง

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีขอบเขตเนื้อหา ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตของเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนขั้นพื้นฐาน โดยศึกษาภาพลักษณ์ใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสถาบัน ด้านการจัดการ ด้านการกระทำหรือกิจกรรม ด้านศีลธรรม ความดีงาม และด้านบุคลากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือผู้ปกครองนักเรียนในสถานศึกษาเอกชนขั้นพื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานีเขต 2 ที่เปิดสอนถึงช่วงชั้นที่ 2 จำนวน 15 โรงเรียน โดยแยกเป็นผู้ปกครองของนักเรียนในระดับช่วงชั้นที่ 1 จำนวน 4,644 คน ผู้ปกครองของนักเรียนในระดับช่วงชั้นที่ 2 จำนวน 4,369 คน รวมทั้งสิ้น 9,013 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ปกครองของนักเรียนในสถานศึกษาเอกชนขั้นพื้นฐานที่เปิดทำการสอนในระดับช่วงชั้นที่ 1 และ 2 ในอำเภอธัญบุรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานีเขต 2 กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์จากตารางสำเร็จของ เครีจซี และมอร์แกน (Krejcie and Morgan. 1970: 608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 375 คนจากนั้นทำการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ตามสัดส่วนของผู้ปกครองนักเรียนในแต่ละระดับช่วงชั้น

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้

1.1 วุฒิการศึกษา

1.1.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.1.2 ปริญญาตรี

1.1.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.2 อาชีพ

1.2.1 รับจ้างทั่วไป

1.2.2 รับราชการ

1.2.3 เจ้าของกิจการ

1.3 ระดับช่วงชั้น

1.3.1 ช่วงชั้นที่ 1

1.3.2 ช่วงชั้นที่ 2

1.4 ระยะเวลาการก่อตั้งโรงเรียน

1.4.1 โรงเรียนที่ก่อตั้งตั้งแต่ 1-10 ปี

1.4.2 โรงเรียนที่ก่อตั้งตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ การรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐาน ใน 5 ด้าน ดังนี้

2.1 ด้านสถาบัน

2.2 ด้านการจัดการ

2.3 ด้านการกระทำหรือกิจกรรมต่าง ๆ

2.4 ด้านศีลธรรม ความดีงาม

2.5 ด้านบุคลากร

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การรับรู้ หมายถึง ความประทับใจ ความรู้สึก ความคิดเห็นของผู้ปกครองนักเรียนที่รับรู้ ได้เห็น ได้ยิน ได้สัมผัสโดยอาศัยความรู้ และประสบการณ์เดิม ตลอดจนทัศนคติ ค่านิยม และสิ่งแวดล้อม

2. ผู้ปกครองนักเรียน หมายถึง บิดา มารดา หรือผู้อุปการะที่ทำหน้าที่เลี้ยงดูนักเรียน และรับผิดชอบ การดูแลนักเรียนในการเรียนของ นักเรียนช่วงชั้นที่ 1 และช่วงชั้นที่ 2

3. สถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐาน หมายถึง สถานศึกษาเอกชนที่เปิดสอนในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ในอำเภอธัญบุรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2

4. วุฒิการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาที่สำเร็จขั้นสูงสุด แบ่งออกเป็น ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ หมายถึง อาชีพของผู้ปกครองที่ทำรายได้หลักให้กับครอบครัว แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

5.1 รับจ้างทั่วไป หมายถึง บุคคลซึ่งไม่มีรายได้ประจำ ทำรายได้โดยการรับจ้างจากบุคคลอื่น เป็นรายวัน

5.2 ลูกจ้างของรัฐ หมายถึง ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้าง บุคคลที่มีอาชีพ ที่

มีเงินเดือนประจำ ที่ได้รับจากภาครัฐหรือภาคเอกชน

5.3 เจ้าของกิจการ หมายถึง ค้าขาย หรือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว

6. ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน หมายถึง ภาพของโรงเรียนที่เกิดจากการรับรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อมในจิตใจของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อการดำเนินงานของโรงเรียนแบ่งเป็น 5 ด้าน คือ

6.1 ด้านตัวสถาบัน (Institution) หมายถึง คุณลักษณะทางกายภาพ ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมภายในโรงเรียน ความร่มรื่น มีต้นไม้ในบริเวณโรงเรียน ขนาดของโรงเรียนเมื่อเทียบกับค่าเล่าเรียน จำนวนนักเรียน สถานที่ตั้งของโรงเรียนเหมาะสมหรือไม่ อาคารสถานที่เรียน สถานที่ออกกำลังกาย เล่นกีฬาและวัสดุอุปกรณ์ทันสมัย มีสัญลักษณ์ของโรงเรียนที่เป็นที่รู้จัก

6.2 ด้านการจัดการ (Management) หมายถึง ภาพในการจัดการเรียน การสอน และจัดกิจกรรมของโรงเรียนได้อย่างดี มีการบริหารงานภายในโรงเรียนอย่างเป็นระบบเป็นที่ยอมรับ มีความโดดเด่นในด้านใดด้านหนึ่ง เช่น โรงเรียนมีความโดดเด่นในด้านเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยนักเรียนสามารถค้นคว้าหาความรู้

6.3 ด้านการกระทำหรือกิจกรรมต่าง ๆ (Action) หมายถึง ภาพการดำเนินงานของโรงเรียนจะเป็นผลทำให้เป็นที่ยอมรับเชื่อถือไว้วางใจทั้งจากผู้ปกครอง และจากสังคม ไม่ว่าจะเป็นผลงานทางวิชาการ เกียรติภูมิ ความภาคภูมิใจในโรงเรียนหรือกิจกรรมต่างๆ เช่น ดนตรี กีฬา ศิลปะของนักเรียนที่สร้างชื่อเสียงให้กับโรงเรียน อาจจะเป็นการแข่งขัน การประกวดกันระหว่างโรงเรียนการบริหารจัดการ การเรียนการสอนเป็นแนวทางใด มีลักษณะเด่นแตกต่างไปจากโรงเรียนอื่นหรือไม่

6.4 ด้านศีลธรรม ความดีงาม (Goodness) หมายถึง ภาพการปลูกฝังคุณธรรมและจิตสำนึก ที่ดีงามให้กับนักเรียน และมีการจัดการด้านคุณธรรมในโรงเรียนไม่ว่าจะเป็นต่อตัวนักเรียน ต่อสังคม เช่น โรงเรียนมีการให้ทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่เรียนดี หรือนักเรียนที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ ให้ทุนอาหารกลางวัน โรงเรียนมีการจัดการแนะแนวให้คำปรึกษาต่อนักเรียน โรงเรียนให้บริการคอมพิวเตอร์ ห้องสมุด และเป็นแหล่งเรียนรู้แก่ชุมชน ผู้บริหาร และครูประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดีต่อสังคม

6.5 ด้านบุคลากร (Employee) หมายถึง ภาพของบุคลากรของโรงเรียนประกอบด้วย ผู้บริหาร ครู นักเรียน มีความสามารถในการสื่อสารสร้างความสัมพันธ์กับสังคมต่อส่วนรวม ครูอาจารย์ของโรงเรียนปฏิบัติหน้าที่อย่างดี มีความสามารถ หรือได้รับเชิญจากสถาบันอื่น ให้เป็นวิทยากร หรือได้รับการยอมรับให้เขียนหนังสือทางวิชาการ นักเรียนปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัยของโรงเรียน

7. ระดับช่วงชั้น หมายถึง ระดับการศึกษาของนักเรียนที่ศึกษาในระดับช่วงชั้น แบ่งออกเป็น ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 – 3 หมายถึง ช่วงชั้นที่ 1 ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 – 6 หมายถึง ช่วงชั้นที่ 2

8. ระยะเวลาการก่อตั้งโรงเรียน หมายถึง ระยะเวลาที่เริ่มก่อตั้งโรงเรียนแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ โรงเรียนที่ก่อตั้งตั้งแต่ 1 – 10ปี เป็นโรงเรียนที่เปิดใหม่ โรงเรียนที่ก่อตั้งตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไปเป็นโรงเรียนที่เปิดมานาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เกิดจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ซึ่งผู้วิจัยนำมาประยุกต์ เป็นภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ใน 5 ด้านมาจากแนวคิดของชัยวัฒน์ ชayangกูรดังต่อไปนี้

1. **ภาพลักษณ์ด้านสถาบัน (Institution)** ภาพลักษณ์ที่สร้างได้จากการทำให้เกิดความน่าเชื่อถือขององค์กรที่เป็นสถาบันอาจจะต้องมีตึกอาคารใหญ่และมีเพลง สถาบันมีโครงสร้าง การจัดการที่มีความเป็น ปึกแผ่นคูยิ่งใหญ่ มีโลโก้ขององค์กร ที่งามสง่า และ สร้างศรัทธาได้ในระยะยาว(ชัยวัฒน์ ชayangกูร. 2545: 1) ซึ่งสอดคล้องกับ รัชพล ศษชารุ่งโรจน์ (2548: 104) ที่กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์ของโรงเรียนนั้น หากโรงเรียนมีการพัฒนาโรงเรียนให้ทันสมัย อาคารสถานที่เป็นเอกลักษณ์ภายนอกที่มองเห็น วัสดุอุปกรณ์ ภายในที่พร้อมเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ จะเป็นภาพลักษณ์ของโรงเรียน ในการประชาสัมพันธ์สู่ภายนอก และจะเป็นการส่งผลถึงการพัฒน การเรียนรู้ของนักเรียนอย่างสมบูรณ์

2. **ภาพลักษณ์ด้านการจัดการ (Management)** เป็นการดำเนินการตามหลักสูตร ความสามารถในการจัดการเรียนการสอนของโรงเรียนเอกชนให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนด เกิด ประสิทธิภาพในด้านการบริหารโรงเรียน มีความสามารถในการจัดการเรียนการสอนและกิจกรรมของ โรงเรียนเป็นอย่างดี มีการบริหารงานภายในอย่างเป็นระบบเป็นที่ยอมรับ สอดคล้องกับ ธวัช แสงรัตน์ (2542: 14) ที่ว่า การบริหารโรงเรียนเป็นความพยายามวางแผน การจัดองค์การ และเร่งรัดควบคุมงานทุก อย่างในโรงเรียน เพื่อพัฒนาศักยภาพนักเรียนให้มีความรู้ความสามารถตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

3. **ภาพลักษณ์ด้านการกระทำหรือกิจกรรมต่าง ๆ (Action)** การสร้างภาพลักษณ์โรงเรียนให้ ประสบความสำเร็จจะต้องศึกษากลุ่มเป้าหมายเพื่อจะได้รู้ทิศทาง รู้สภาพองค์การว่าปัจจุบันมีภาพลักษณ์ เป็นอย่างไร รู้จุดเน้นที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของลูกค้า นำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์ให้ประสบ ความสำเร็จเพื่อให้ประชาชนยอมรับและเชื่อถือ (ชลรัตน์ ชลมารค. 2546: 43) อีกทั้งต้องคำนึงถึงขอบข่าย กิจกรรมและวิธีการมากมายในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เป็นผลรวมของการประสมประสานของหลายสิ่ง หลายอย่างเข้าด้วยกัน (เสวี วงษมณฑา. 2546: 23)

4. **ภาพลักษณ์ด้านศีลธรรมความดีงาม (Goodness)** การพัฒนาคนให้เป็นคนดี คือต้องมี ความรอบรู้ มีความคิด รู้จักตนเองรู้จักใช้ชีวิตและเข้าใจสังคม มีลักษณะนิสัยและค่านิยมที่ถูกต้อง

สามารถแก้ปัญหาและปรับตัวให้กลมกลืนกับสังคมและธรรมชาติที่ตนเองมีส่วนร่วมอยู่ได้อย่างเหมาะสม และมีความเป็นประชาธิปไตย (สงวน นิธการ. 2540: 5) สอดคล้องกับแสงระวี เทพรอด (2542: 39) ที่กล่าวว่า พระพุทธศาสนามองมนุษย์ทุกคนว่าเป็น “เวไนยสัตว์” ที่มีศักยภาพในตัวเองที่จะพัฒนาด้านคุณธรรม จริยธรรมให้สูงขึ้นตามลำดับ จนบรรลุเป้าหมายสูงสุดแห่งชีวิตได้ แนวทางปลูกฝังนั้น พระพุทธศาสนายอมรับทั้งอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมและการใช้ปัญญาพิจารณาเหตุผล ว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลเหล่านั้น องค์ประกอบทั้งสองนี้เสริมหรือเกื้อหนุนกันประสานกันด้วยดี การพัฒนาคุณธรรมจริยธรรม จึงเป็นไปได้ด้วยดี

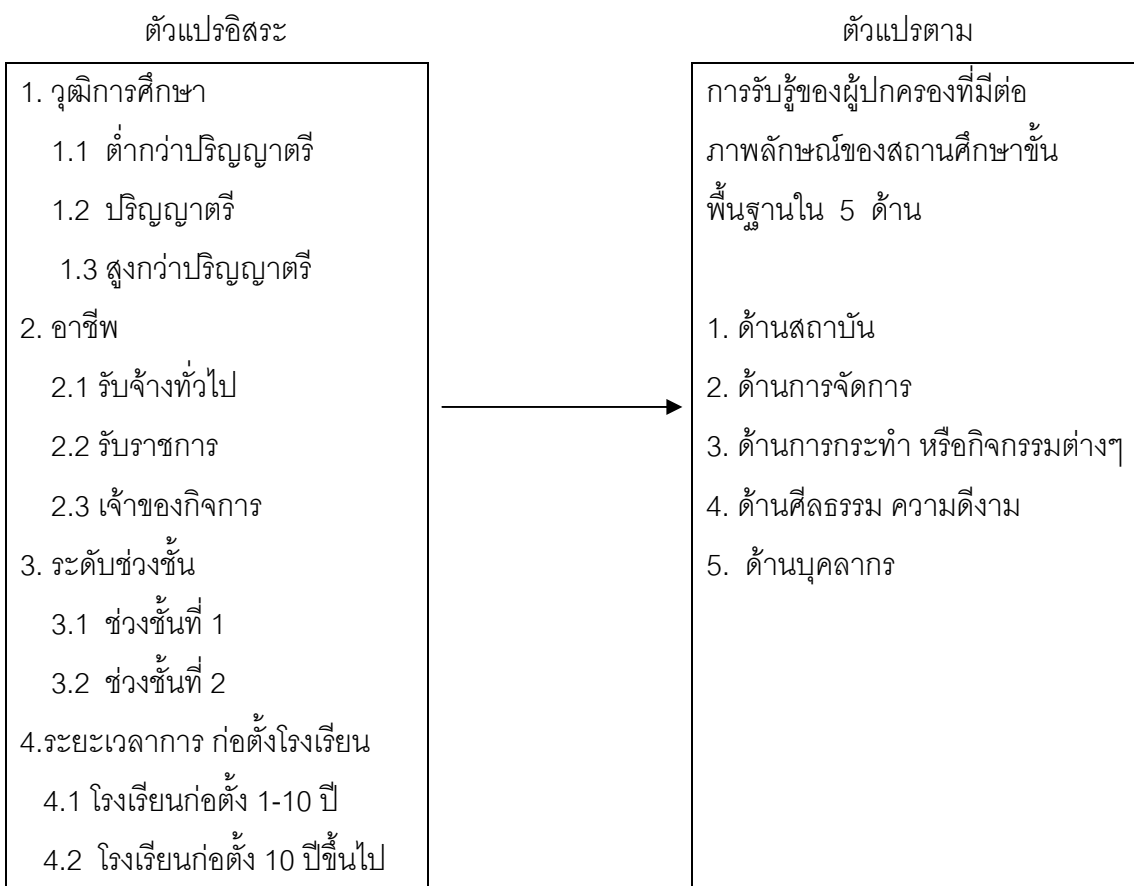
5. ภาพลักษณ์ด้านบุคลากร (Employee) บุคลากรของโรงเรียนอันประกอบด้วย ผู้บริหาร ครูผู้สอน นักเรียน รวมทั้งบุคลากรสนับสนุนหรือปฏิบัติหน้าที่อื่นในโรงเรียน ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่สำคัญมาก เพราะมีส่วนสร้างประชาคมติของชุมชนที่มีต่อโรงเรียน ชุมชนจะมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อโรงเรียนขึ้นอยู่กับ การกระทำของบุคลากรในโรงเรียนเป็นสำคัญ (นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์. 2540: 4 – 5) ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียนจะสำเร็จหรือไม่ ขึ้นอยู่กับความร่วมมือและความสัมพันธ์ของบุคลากรภายในโรงเรียน (อัปษร ศรี ปลอดภัย. 2543: 130) ที่จะต้องเป็นที่ประจักษ์ต่อบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องของด้วยว่าเป็นคนเก่ง สามารถทำงานที่รับผิดชอบได้ด้วยความสามารถเป็นคนดี มีความซื่อสัตย์ สุจริต มีความจริงใจในการติดต่องาน เป็นคนมีจริยธรรมในการทำงาน เป็นคนตรงไปตรงมา ไม่ปลิ้นปล้อนหลอกลวง เป็นคนมีมนุษยสัมพันธ์เข้ากับคนได้ดี มีเสน่ห์ นำคบหาสมาคมด้วย รู้จักการยกย่องคนอื่น ใจกว้าง เคารพสิทธิของผู้อื่น พึงความคิดเห็นคนอื่น ไม่ยกตนข่มท่าน รู้จักการใช้วาจาที่สุภาพในการพูดจาให้เกียรติคน มีความหวังดีกับคนที่เข้ามาติดต่อกันด้วย เป็นคนมีวิญญาณ บริการที่ดีพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือคนอื่น พร้อมทั้งจะทำงานที่เกินกว่าภาระหน้าที่เพื่ออำนวยความสะดวก มีกิริยาวาจาที่แสดงความเต็มใจในการรับใช้ผู้ที่มาติดต่อด้วย มีนิสัยชอบการต้อนรับขับสู้ที่ดี อยู่ในสภาพพร้อมที่จะรับใช้ผู้ที่มาติดต่อด้วย และต้องเป็นคนที่ มีบุคลิกดี สง่างาม มาดดี มีรสนิยมดี เห็นแล้วน่าชื่นชม (เสรี วงษ์มณฑา. 2546: 26)

6. วุฒิการศึกษา วุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียนที่ต่างกัน มีผลต่อความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการศึกษาของโรงเรียนต่างกัน จากการศึกษางานวิจัย เรื่อง การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองนักเรียน ในการส่งเสริมการเรียนรู้ของนักเรียนในเขตอำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า วุฒิการศึกษาของผู้ปกครองนักเรียน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้เกี่ยวกับบทบาทการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการเรียนรู้ของนักเรียน และเจตคติต่อการมีส่วนร่วม อีกทั้งความรู้เกี่ยวกับบทบาทการมีส่วนร่วมและเจตคติต่อการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการเรียนรู้ของนักเรียนยังเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในการ

ส่งเสริมการเรียนรู้ของนักเรียน (สุวัช พานิชวงษ์. 2546: บทคัดย่อ; และ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. 2546: 43)

7. **อาชีพ** รายได้ของผู้ปกครองที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับเรื่องของโรงเรียนต่างกัน จากการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ปกครองที่มีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวแตกต่างกัน พบว่า ผู้ปกครองที่มีรายได้ของครอบครัวต่างกันมีทัศนคติต่อการมีส่วนร่วมกับโรงเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ลักษณะ ฤทธาคนี. 2547: บทคัดย่อ)

8. **ระดับช่วงชั้น** หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2544 ได้กำหนดระดับพัฒนาการของผู้เรียน เป็น 4 ช่วงชั้น คือ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-3 เป็นช่วงชั้นที่ 1 ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4-6 เป็นช่วงชั้นที่ 2 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 เป็นช่วงชั้นที่ 3 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4-6 เป็นช่วงชั้นที่ 4 การศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะระดับช่วงชั้นที่ 1-2



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงเรียนที่แตกต่างกัน
2. ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกัน มีการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนแตกต่างกัน
3. ผู้ปกครองของนักเรียนที่อยู่ระดับช่วงชั้นที่ต่างกันมีการรับรู้ ภาพลักษณ์ ของโรงเรียนที่
แตกต่างกัน
4. ระยะเวลาการก่อตั้งโรงเรียนที่แตกต่างกันผู้ปกครองมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงเรียน
แตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชน ชั้นพื้นฐาน อำเภอรัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมเอกสาร รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจะนำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของสถานศึกษาเอกชน ชั้นพื้นฐาน
2. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์
3. ภาพลักษณ์ขององค์กร
4. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลทั่วไปของสถานศึกษาเอกชน

สถานศึกษาเอกชนในฐานะเป็นหน่วยงานหนึ่งขององค์การทางสังคม และสถานศึกษาเอกชนมีบทบาทสำคัญในการจัดการศึกษาของชาติมาเป็นเวลายาวนานตั้งแต่สมัยล้านนาไทยเป็นต้นมา ซึ่งการศึกษาเอกชนเป็นการจัดการศึกษาที่มีประวัติความเป็นมาอันร้อยปี โดยเอกชนคณะบุคคลหรือมูลนิธิลงทุนจัดตั้งขึ้น และให้ทรัพยากรหลักที่เป็น คน ทุนทรัพย์ และวัสดุอุปกรณ์ของภาคเอกชนจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ของบุคคลเฉพาะกลุ่มเท่านั้น (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. 2539: 2) โดยสถานศึกษาเอกชนมีการจัดการศึกษาและบทบาทหน้าที่ รวมทั้งการบริหารงานที่สำคัญต่าง ๆ ดังนี้

1.1 การจัดการศึกษาของสถานศึกษาเอกชน

ตามประวัติความเป็นมาของการจัดการศึกษาเอกชน แต่เดิมในสมัยสุโขทัยไม่ได้มีรูปแบบที่แน่นอน สถานที่สอนจะใช้วัด วัง บ้าน โดยผู้เรียนจะเป็นกุลบุตร กุลธิดา ในวงศ์ตระกูลที่มียศถาบรรดาศักดิ์ (เนาวรัตน์ แก้วสว่าง. 2547: 17; อ้างอิงจาก ภคินิสุนีย์ ราชจำปี. 2543: 19) ต่อมาในสมัยกรุงศรีอยุธยาได้มีคณะมิชชันนารีชาวอเมริกันเข้ามาเผยแพร่ศาสนา และสอนหนังสือให้กับประชาชนที่สนใจ จึงทำให้เกิดเป็นโรงเรียนเซนต์ค็อด และเป็นทีกล่าวถึงของชาวไทยอย่างยิ่ง ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้มีการนำระบบการศึกษาแบบตะวันตกเข้ามาจัดในประเทศไทย โดยเปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา และในต้นรัชสมัยรัชกาลที่ 6 “โรงเรียนเซนต์ค็อด” ได้ถูกเปลี่ยนมาเป็น “โรงเรียนบุคคล” ซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของกระทรวงศึกษาธิการ ในปี พ.ศ. 2461 ได้เปลี่ยนเป็น “โรงเรียนราษฎร์” และมีการประกาศพระราชบัญญัติโรงเรียนราษฎร์ฉบับแรกของ

ไทยขึ้นด้วย ต่อมารัฐบาลได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติโรงเรียนราษฎร์ฉบับที่ 2 จนกระทั่งปี พ.ศ. 2525 ได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน ซึ่งเป็นกฎหมายฉบับที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน และเรียกชื่อเป็น “โรงเรียนเอกชน” แทน “โรงเรียนราษฎร์” มาจนถึงปัจจุบัน (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. 2539: 1-2)

จะเห็นได้ว่า เอกชนเป็นผู้บุกเบิกการศึกษาในระบบของเมืองไทย และมีบทบาทในการจัดการศึกษาควบคู่กับการจัดการศึกษาของรัฐมาโดยตลอด แม้ว่าในช่วงแรกกลุ่มเอกชนที่เข้ามาจัดการศึกษาเป็นบุคคลทั่วไปที่สนใจมาลงทุนและดำเนินการในเชิงธุรกิจมากกว่าการมีกุศลเจตนา และกลุ่มเป้าหมายที่จะให้บริการก็เปิดกว้างครอบคลุมถึงประชาชนโดยทั่วไป จึงทำให้การศึกษาของเอกชนมีบทบาทสำคัญต่อชุมชนต่าง ๆ หลายประการ อาทิเช่น บทบาทในการช่วยจัดการศึกษาทดแทนใน ส่วนที่รัฐจัดไม่ได้ บทบาทช่วยตอบสนองความต้องการของผู้ปกครอง เช่น การเน้นด้านระเบียบวินัย คุณธรรม จริยธรรม หรือความสามารถทางด้านภาษา และอาชีพต่าง ๆ นอกจากนั้นสถานศึกษาเอกชนยังมีบทบาทในการช่วยอำนวยความสะดวกให้กับชุมชนในฐานะสถานศึกษาใกล้บ้านในระดับต่าง ๆ และเป็นผู้นำความรู้ด้านวิทยาการใหม่ ๆ มาใช้จัดการเรียนการสอน เช่น ความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ ซึ่งสถานศึกษาเอกชนบางแห่งก็สามารถจัดการศึกษาที่มีคุณภาพพิเศษจนเป็นผู้นำทางการศึกษา หรือเป็นตัวอย่งให้แก่สถานศึกษาของรัฐบาลด้วย โดยมีความพร้อมในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นคน เงิน วัสดุ อุปกรณ์ และการบริหารจัดการ (เนาวรัตน์ แก้วสว่าง. 2547: 17; อังอิงจาก ภคินีสุนีย์ ราชจำปี. 2543: 19)

1.2 บทบาทและหน้าที่ของสถานศึกษาเอกชน

การจัดการศึกษาของประเทศไทย ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาเอกชนได้มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประชากรควบคู่กับรัฐอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของการกำกับดูแลการจัดการศึกษาของเอกชนให้มีคุณภาพนั้น รัฐได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติของโรงเรียนราษฎร์ เพื่อใช้ในการควบคุมดูแล และ พ.ศ. 2476 ได้ประกาศจัดตั้งกองโรงเรียนราษฎร์สังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการขึ้น มีหน้าที่ควบคุม ดูแล กำกับ ติดตาม และพัฒนาโรงเรียนราษฎร์ทั่วประเทศ และในปี พ.ศ. 2518 ได้ปรับปรุงกองโรงเรียนราษฎร์ขึ้นเป็นหน่วยงานระดับกรม คือ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน โดยให้โรงเรียนดำเนินการตามพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2525 ซึ่งได้แก่ สถานศึกษาหรือสถานที่ที่บุคคลจัดการศึกษาในระดับต่ำกว่าชั้นปริญญาตรี ให้แก่นักเรียนทุกฝ่าย รวมกันเกินเจ็ดคนขึ้นไป โดยผู้จัดตั้งโรงเรียนอาจจะเป็นบุคคลทั่วไป หรือนิติบุคคล (บริษัทจำกัด หรือห้างหุ้นส่วน มูลนิธิ สมาคม หรือสหกรณ์) ก็ได้ แต่ทั้งนี้ต้องมีคุณสมบัติตามที่กำหนดในพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2525 และมาตรา 15 แห่งพระราชบัญญัติโรงเรียนเอกชน พ.ศ. 2525 (ประทีน วิเศษสุวรรณ. 2545: 17)

ต่อมาเมื่อประเทศไทยได้มีการปฏิรูประบบการศึกษาของไทยขึ้นมา ในปี พ.ศ. 2542 สถานศึกษาเอกชนซึ่งแต่เดิมได้สังกัดอยู่ใน องค์การระดับกรม คือ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ได้ปรับเปลี่ยนมาสังกัดหน่วยงานในระดับกระทรวง คือ กระทรวงศึกษาธิการ และหน่วยงานย่อยที่ทำหน้าที่ดูแลการดำเนินงานของสถานศึกษาเอกชน คือ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาที่สถานศึกษาเอกชนนั้นสังกัดอยู่ และได้มีการตราพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติฉบับแรกขึ้นมา

ซึ่งพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขปรับปรุง (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ได้ให้ความหมายของสถานศึกษาไว้ว่า หมายความว่า สถานพัฒนาเด็กปฐมวัย โรงเรียน ศูนย์การเรียน วิทยาลัย สถาบัน มหาวิทยาลัย หน่วยงานการศึกษา หรือหน่วยงานอื่นของรัฐหรือของเอกชน ที่มีอำนาจหน้าที่หรือมีวัตถุประสงค์ในการจัดการศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. 2545: 3)

นอกจากนั้นแล้วในพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขปรับปรุง (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ยังได้กล่าวถึงการบริหารและการจัดการศึกษาของเอกชนไว้ ใน มาตราที่ 43 ว่าการบริหารและการจัดการศึกษาของเอกชนให้มีความเป็นอิสระ โดยมีการกำกับ ติดตาม การประเมินคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาจากรัฐ และต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การประเมินคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาเช่นเดียวกับสถานศึกษาของรัฐ มาตรา 44 กล่าวว่า ให้สถานศึกษาเอกชนตาม มาตรา 18(2) เป็นนิติบุคคล และมีคณะกรรมการบริหารประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน ผู้รับใบอนุญาต ผู้แทนผู้ปกครอง ผู้แทนองค์กรชุมชน ผู้แทนครู ผู้แทนศิษย์เก่า และผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน กรรมการ คุณสมบัติ หลักเกณฑ์ วิธีการสรรหา การเลือกประธานกรรมการและกรรมการ วาระการดำรงตำแหน่ง และการพ้นจากตำแหน่ง ให้เป็นไปตามที่กำหนดในกฎกระทรวง มาตรา 45 ให้สถานศึกษาเอกชนจัดการศึกษาได้ทุกระดับและทุกประเภทการศึกษาตามที่กฎหมายกำหนด โดยรัฐต้องกำหนดนโยบายและมาตรการที่ชัดเจนเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของเอกชนในด้านการศึกษา และ มาตรา 46 รัฐต้องให้การสนับสนุนด้านเงินอุดหนุน การลดหย่อน หรือการยกเว้นภาษี และสิทธิประโยชน์อื่นที่เป็นประโยชน์ในทางการศึกษาแก่สถานศึกษาเอกชนตามความเหมาะสม รวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนด้านวิชาการให้สถานศึกษาเอกชนมีมาตรฐานและสามารถพึ่งตนเองได้ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. 2545: 26-28)

จะเห็นได้ว่ารัฐได้ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการศึกษา เพราะการศึกษาถือว่าเป็นเครื่องมือในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และพัฒนาประเทศในทุกๆด้าน แต่ด้วยขีดจำกัด รัฐจึงมีนโยบายให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา โดยการบริหารและการจัดการศึกษาของเอกชนให้มีความเป็นอิสระ แต่อยู่ภายใต้การกำกับ ติดตามการประเมินคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาจากรัฐ

1.3 สถานศึกษาเอกชนในอำเภอธัญบุรี

อำเภอธัญบุรี เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดปทุมธานี ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา ห่างจากจังหวัดปทุมธานี 26 กิโลเมตร ห่างจากกรุงเทพมหานคร 45 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 112,124 ตารางกิโลเมตร ลักษณะของพื้นที่เป็นที่ราบลุ่ม มีคลองรังสิตประยูรศักดิ์ตัดผ่านกลางพื้นที่ ทำให้แบ่งพื้นที่ออกเป็นสองข้าง ๆ ละ 40 เส้น สองฝั่งคลองรังสิตประยูรศักดิ์มีคลองซอยห่างกันคลองละ 60 เส้น ตั้งแต่คลอง 1 ถึง คลอง 14 สภาพพื้นที่โดยทั่วไปเหมาะในการทำเกษตรกรรม และบางพื้นที่ทำการอุตสาหกรรม ซึ่งพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่พักอาศัยและหมู่บ้านจัดสรรซึ่งกำลังขยายตัวอย่างรวดเร็วตามสภาพสังคมและเศรษฐกิจ (เนาวรัตน์ แก้วสว่าง. 2547: 22; อ้างอิงจาก พยณ สุวรรณทรัพย์. 2545: 106-117)

การจัดการศึกษาเป็นกิจกรรมที่สำคัญมุ่งเน้นเพื่อพัฒนาคนให้เป็นคนดีมีคุณธรรมซึ่งรัฐได้เปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามาจัดการศึกษาในทุกพื้นที่ภายใต้แนวนโยบายการศึกษาเดียวกันตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติในข้อ 18 ที่กล่าวว่า ส่งเสริมให้เอกชนจัดการศึกษาทุกระดับเพิ่มขึ้นให้มีอิสระคล่องตัวในการบริหารและจัดการสามารถพึ่งตนเองได้โดยรัฐให้ดำเนินงานและการรับรองมาตรฐาน (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ 2535 : 21) จากการสำรวจสถานศึกษาเอกชนอำเภอธัญบุรี ปีการศึกษา 2550 มีสถานศึกษาเอกชนทั้งหมด 24 แห่ง มีสถานศึกษาที่เปิดทำการสอนในระดับอนุบาล จำนวน 9 แห่ง เปิดทำการสอนในระดับ ชั้นอนุบาล จนถึงช่วงชั้นที่ 2 จำนวน 12 แห่ง และเปิดทำการสอนในระดับชั้นอนุบาลจนถึงช่วงชั้นที่ 3 จำนวน 4 แห่ง โดยในแต่ละสถานศึกษา มีจำนวนนักเรียนแยกออกเป็นในแต่ละระดับชั้น ดังนี้คือ (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2. 2550)

ที่	สถานศึกษาเอกชน ในอำเภอธัญบุรี	ก่อน ประถม	ช่วงชั้น ที่ 1	ช่วงชั้น ที่ 2	ช่วงชั้น ที่ 3	รวมนักเรียน ทั้งหมด
1	วนิษา	67	63	46	-	176
2	รัตนโกสินทร์ – รังสิต	113	106	147	-	366
3	บวรจรัล	95	128	127	-	350
4	ธัญวิทย์	347	274	230	-	851
5	ธัญวิทยา(ตงม้น)	461	487	680	-	1,628
6	กานต์บดี	85	61	50	-	196
7	บริบูรณ์ศิลป์รังสิต	300	436	348	110	1,194
8	พิทยานันท์ศึกษา	72	60	59	-	191

ที่	สถานศึกษาเอกชน ในอำเภอธัญบุรี	ก่อน ประถม	ช่วงชั้น ที่ 1	ช่วงชั้น ที่ 2	ช่วงชั้น ที่ 3	รวมนักเรียน ทั้งหมด
9	ทิพพากรวิทยาการ	321	404	463	258	1,446
10	อุดมวิทยา	388	963	1,169	767	3,287
11	ปิยวัฒน์ศาสตร์	559	657	413	-	1,629
12	รังสฤษฎ์สองภาษา	107	62	33	-	202
13	โชคชัยรังสิต	859	379	205	-	1,443
14	แก้วสว่างวิทยา	59	97	112	-	268
15	สารสาสน์วิเทศรังสิต	415	467	287	-	1,169
16	อนุบาลรังสิต	201	-	-	-	201
17	อนุบาลศิริเสนา	23	-	-	-	23
18	อนุบาลฟ้าสิรินทร์	110	-	-	-	110
19	อนุบาลธราดล	39	-	-	-	39
20	อนุบาลรสสุคนธ์อากาศ	114	-	-	-	114
21	อนุบาลปิยรัตน์	33	-	-	-	33
22	อนุบาลบ้านหนูดี	24	-	-	-	24
23	อนุบาลบ้านวังทอง	172	-	-	-	172
24	อนุบาลเด่นปทุม	90	-	-	-	90
	รวม	5,054	4,644	4,369	1,135	15,202

กล่าวโดยสรุป สถานศึกษาเอกชนในอำเภอธัญบุรี มีจำนวนนักเรียน แยกออกเป็นในแต่ละระดับชั้น ดังนี้คือ

ระดับชั้นอนุบาล	มีจำนวนนักเรียนทั้งหมด	5,054 คน
ระดับช่วงชั้นที่ 1 (ป.1-ป.3)	มีจำนวนนักเรียนทั้งหมด	4,644 คน
ระดับช่วงชั้นที่ 2 (ป.4-ป.6)	มีจำนวนนักเรียนทั้งหมด	4,369 คน
ระดับช่วงชั้นที่ 3 (ม.1-ม.3)	มีจำนวนนักเรียนทั้งหมด	1,135 คน
รวม	นักเรียนทั้งหมด	15,202 คน

จะเห็นได้ว่าอำเภอธัญบุรีเป็นอำเภอที่กำลังมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการเพิ่มของประชากรอย่างรวดเร็วจึงมีความจำเป็นให้โรงเรียนเอกชนต้องมีการปรับตัวเพื่อสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นดังกล่าว

2. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ (Image)

1. นิยามและความหมาย

ภาพลักษณ์ เป็นคำที่เราค่อนข้างคุ้นเคยตามสื่อต่างๆ แสดงถึงความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อย่างไรก็ตามมีผู้ให้ความหมายของภาพลักษณ์ไว้ต่างๆ ดังนี้

ภาพลักษณ์ มีความหมายตรงกับภาษาอังกฤษว่า "Image" ซึ่งเป็นความหมาย ตามพจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน ฉบับ พ.ศ. 2525 ส่วนภาพพจน์เป็นคำภาษาไทยที่ตรงกับภาษาอังกฤษว่า "Figure of Speech" หมายถึงการพูดที่เป็นสำนวนโวหารทำให้นักเห็นภาพ อย่างไรก็ตามในปัจจุบัน "ภาพพจน์" "ภาพลักษณ์" "จินตภาพ (Imaginary)" ได้ถูกนำมาใช้ให้มีความหมายตรงกับภาษาอังกฤษว่า "Image" (วิมลพรรณ อภาเวท. 2546: 13) หมายถึง ภาพที่เกิดจากความนึกคิดหรือที่คิดว่าควรจะเป็นเช่นนั้น (อลิศรา เจริญวานิช. 2544: 34) คอทเลอร์ (รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ 2547. อ้างอิงจาก Kortler. 2000) อธิบายถึงคำ ภาพลักษณ์ (Image) ว่าเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใดๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ

โรบินสัน และบาร์โรว์ (จิราภรณ์ สีขาว. 2536: 21; อ้างอิงจาก Robinson & Barlow. 1959) ได้อธิบายความหมายของภาพลักษณ์ว่า หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์การสถาบัน ภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้นอาจจะได้มาทั้งประสบการณ์โดยตรง (Direct Experience) และประสบการณ์ทางอ้อม (Indirect Experience) ของตัวเอง เช่น ได้ประสบมาด้วยตนเอง หรือได้ยินได้ฟังมาจากคำบอกเล่าของผู้อื่น หรือจากกิตติศัพท์เล่าลือต่างๆ นานา เป็นต้น

โบลด์ิง (สุวรรณา แซ่เฮ้ง. 2542: 15-16. อ้างอิงจาก Boulding. 1975) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นความรู้และความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่างๆ โดยเฉพาะความรู้นั้นเป็นความรู้ที่เราสร้างขึ้นเอง ซึ่งประกอบด้วย "ข้อเท็จจริง" และ "คุณค่า" ที่เราเป็นผู้ให้รวมกันอยู่ โดยบุคคลแต่ละคนจะเก็บสะสมความรู้เชิงอัตวิสัย (subjective knowledge) เป็นการสะสมเกี่ยวกับสิ่งที่อยู่ในโลกรอบๆ ตัวเราที่ได้ประสบ ความรู้เชิงอัตวิสัยของบุคคลนี้จึงเป็นที่รวมของสิ่งต่างๆ ที่เราเชื่อว่าเป็นจริง เพราะว่าเราไม่สามารถที่จะรับรู้และทำความเข้าใจกับสิ่งต่างๆ นั้นได้อย่างละเอียดถี่ถ้วนเสมอ เราจึงได้เฉพาะ "ภาพ" บางส่วนหรือลักษณะกว้าง ๆ ของสิ่งเหล่านั้น ซึ่งมีความไม่ชัดเจนนัก เราจึงต้องตีความหมาย หรือให้ความหมายแก่สิ่งนั้น ๆ ด้วยตนเอง ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้จะประกอบกันเข้าเป็นภาพลักษณ์ของตนเองที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ในโลกและพฤติกรรมของตนเองจะขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ที่ตนเองมีอยู่ในสมองด้วย

วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์ (2546: 32) สรุปความหมายของภาพลักษณ์ไว้ว่า เป็นภาพที่เกิดขึ้นในใจ (Mental Picture) ของคนเรา อาจเป็นภาพที่มีต่อสิ่งมีชีวิตหรือสิ่งไม่มีชีวิตก็ได้ เช่น ภาพที่มีต่อบุคคล (Person) องค์กร (Organization) สถาบัน (Institution) ฯลฯ

อริศรา เจริญวานิช (2544: 34) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคล เป็นความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อบุคคล องค์กร สถาบัน ฯลฯ ภาพนั้นอาจเกิดขึ้นจากการรับรู้ ได้ เห็น ได้ฟัง ได้มีประสบการณ์อาจจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม และเป็นสิ่งประทับใจจนทำให้เกิดการจดจำฝังลึกอยู่ในใจ

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2545: 55) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจ (Mental Picture) ของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งอาจจะจะเป็นบุคคลหรือองค์กรก็ได้โดยเกิดจากการรับรู้ที่ประทับใจ ซึ่งอาจจะได้มาจากประสบการณ์ทางตรง (Direct Experience) ซึ่งตัวเองได้ไปพบสัมผัสตนเอง เช่น ไปใช้บริการหรือติดต่อด้วย อาจจะได้มาจากประสบการณ์ทางอ้อม (Indirect Experience) เป็นการได้รับคำบอกเล่าของบุคคล การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชน หรือสื่อขององค์กรเองไม่ว่าจะเป็นข่าว บทความ สารคดี รายการโทรทัศน์ หรือการจัดกิจกรรมต่าง ๆ

วิมลพรรณ อาภาเวท (2546: 14) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพขององค์กร สถาบัน หรือหน่วยงานในความรู้สึก ของประชาชนที่เกี่ยวข้องเป็นผลมาจากพฤติกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงานที่ประชาชนได้รับรู้นั้น ๆ โดยการเกิดภาพลักษณ์ ต้องใช้ระยะเวลาที่ยาวนาน

เสรี วงษ์มณฑา (2546: 21) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ผลของข้อเท็จจริงบวกกับการประเมินส่วนตัว และเป็นภาพที่ฝังใจอยู่นานแสนนานของบุคคลอาจจะตรงหรือไม่ตรงกับสภาพความจริงก็ได้

กล่าวโดยสรุป ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพปรากฏไม่ว่าจะเป็นสิ่งของ บุคคล หรือองค์กร สถาบันที่แสดงออกมาผ่านการสร้างความหมายหรือคุณค่าให้กับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แล้วก่อตัวเป็นมโนภาพ ความคิด ความเชื่อ และความรู้สึกที่ปรากฏภายในจิตสำนึกที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้น โดยผ่านการผลิตซ้ำในรูปแบบต่าง ๆ จนกลายเป็นภาพตัวแทนของสิ่งนั้น ๆ ที่ฝังลึกอยู่ในจิตสำนึกสาธารณะของสังคม

2. ความสำคัญของภาพลักษณ์

ซาเจท์ (ซลรัตน์ ซลมารค. 2546: 25 ; อ้างอิงจาก Clive Chajet.. 1975) นักสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ ได้กล่าวถึงอิทธิพลของภาพลักษณ์ไว้ในหนังสือ The Image ว่า “.....ปัจจุบันมนุษย์เราอยู่ท่ามกลางการสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ทั้งในตัวมนุษย์เองและธุรกิจทุกประเภท ภาพลักษณ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทั้งในการเลือกจ่ายใช้สอย และแม้แต่ความคิดในด้านการเมืองการปกครองบริหารประเทศ นอกจากนี้ภาพลักษณ์ยังเป็นตัวกำหนดความเชื่อและรสนิยมคนเราได้อีกด้วย.....”

มาร์สตัน (ชลรัตน์ ชลมารค. 2546: 25 ; อ้างอิงจาก John E. Marston. 1975) นักทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ ได้กล่าวเสริมความสำคัญของภาพลักษณ์ในปัจจุบันว่า “..... ภาพลักษณ์มีอิทธิพล และมีความสำคัญมากต่อพฤติกรรมและการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ภาพลักษณ์จะเป็นตัวกำหนดทิศทางและความหนักแน่นของพฤติกรรมของคนเราหรือกล่าวได้ว่า ภาพลักษณ์ คือ ความรู้ที่เรามีเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในลักษณะภววิสัย (Objective Knowledge) และความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประเมินค่าของเราเองในลักษณะอัตวิสัย (Subjective Knowledge) ภาพลักษณ์มิใช่สิ่งที่เกิดขึ้นเองได้แต่เป็นสิ่งที่สร้างได้ ภาพลักษณ์ก็ไม่ใช่เป็นสิ่งตายตัวหรือเปลี่ยนแปลงไม่ได้ แม้ว่าตามหลักจิตวิทยาแล้วภาพลักษณ์จะเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงยากพอ ๆ กับทัศนคติ แต่ภาพลักษณ์ก็มีไม่ใช่สิ่งที่เราจะเปลี่ยนแปลงไม่ได้เอาเสียเลย.....”

วิจิตร อวระกุล (2534: 150) กล่าวว่าภาพลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นมากที่แต่ละหน่วยงานต้องรู้ว่าหน่วยงานของตนมีภาพลักษณ์อย่างไรโดยศึกษาจากความเห็นของคนส่วนมาก ถ้าความเห็นของคนส่วนมากเป็นเช่นไร ภาพลักษณ์ของหน่วยงานก็จะเป็นเช่นนั้น ถ้าผลออกมาไม่ดีหรือปานกลางก็ต้องเร่งรีบสร้างภาพลักษณ์ให้ดีขึ้น มิฉะนั้นภาพลักษณ์ตกต่ำลงจะพาให้การดำเนินงานของสถาบันนั้นล้มเหลวได้

ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร (2537: 22) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จของธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว องค์กรต่าง ๆ ได้รับความสนใจจากสาธารณชน และมวลชนมากขึ้น ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้คนในสังคมต่าง ๆ รับทราบข่าวสารเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลกได้กว้างขวางทุกคนต้องรับรู้ ซึ่งถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดีก็จะได้รับความเชื่อถือไว้วางใจ และให้การสนับสนุนร่วมมือ แต่ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีย่อมได้รับการต่อต้านและการดูหมิ่นเกลียดชัง ภาพลักษณ์เป็นรากฐานแห่งความมั่นคงขององค์กร ถ้ามีภาพลักษณ์ที่ดีนับเป็นการเตรียมพร้อมขององค์กร แม้มีวิกฤติการณ์เกิดขึ้นก็สามารถแก้ไขได้อย่างทันท่วงที เสมือนร่างกายคนที่แข็งแรง มีภูมิคุ้มกันโรคถึงได้รับเชื้อโรคหรือมีเหตุต้องเจ็บป่วย อาการก็จะไม่ร้ายแรงและหายได้เร็วกว่าปกติ

อริศรา เจริญวานิช (2544: 34) กล่าวถึงความสำคัญของภาพลักษณ์ว่า เมื่อประชาชนมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อหน่วยงานหรือองค์กรแล้ว ก็มักจะให้โอกาสหน่วยงาน สถาบันหรือองค์กรได้ชี้แจงข้อมูลต่าง ๆ กรณีเกิดวิกฤติการณ์ขึ้นซึ่งมีแนวโน้มที่พร้อมจะฟังและทำความเข้าใจซึ่งหากทำความเข้าใจให้เกิดขึ้นร่วมกันได้แล้วจะสามารถทำให้แก้ปัญหาที่นั้นได้อย่างรวดเร็ว

วิมลพรรณ อาภาเวท (2546: 17) กล่าวว่าความสำคัญของภาพลักษณ์องค์กรก็คือ การใช้ภาพลักษณ์เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์องค์กร ให้มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อความรู้สึกนึกคิดของ

ประชาชน เพื่อผลแห่งชื่อเสียง ความเชื่อถือ ศรัทธาจากประชาชนที่มีต่อองค์กร เพราะภาพลักษณ์เปรียบเสมือนเรือ หรือพื้นฐานของความคิดที่บุคคลมีต่อองค์กร

กล่าวโดยสรุป ภาพลักษณ์มีความสำคัญต่อองค์กรโดยแต่ละองค์กรจะรู้ว่าองค์กรของตนนั้นมีภาพลักษณ์เป็นอย่างไร บุคคลภายนอกรับรู้ในองค์กรของตนอย่างไร เพื่อที่จะได้สร้างภาพลักษณ์องค์กรให้ดีขึ้น โดยมีเป้าหมายที่สำคัญ คือ ความสำเร็จและประสิทธิภาพขององค์กร การได้รับการยอมรับ ความเชื่อมั่นศรัทธาต่อองค์กร

2. ภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image)

ภาพลักษณ์องค์กร(Corporate Image) ตามความหมายของ เจฟกินส์ (Jefkins.1977: 21 -22) ได้อธิบายว่า หมายถึงภาพรวมทั้งหมดขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง ซึ่งหมายรวมถึงทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนรู้จัก เข้าใจ และได้มีประสบการณ์ในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นส่วนหนึ่งกระทำได้โดยอาศัยการนำเสนออัตลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) ซึ่งปรากฏแก่สายตาคนทั่วไปได้ง่าย เช่น สัญลักษณ์ เครื่องแบบ

นอกจากนี้ วิรัช อภิวัตน์กุล (2540: 81-83) ได้อธิบายว่า ภาพลักษณ์บริษัท (Corporate Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจประชาชนที่มีต่อสถาบันหรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง หมายรวมถึงสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการที่องค์กรนั้นจำหน่าย ฉะนั้นภาพลักษณ์องค์กรจึงมีความหมายที่ค่อนข้างกว้าง โดยครอบคลุมทั้งตัวหน่วยงาน ฝ่ายจัดการและสินค้าหรือบริการขององค์กรแห่งนั้นด้วย

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2540: 91 – 92) กล่าวถึงภาพพจน์ขององค์กรที่สังคมต้องการ ในความเห็นของ ดร. อำนวย วีรวรรณ นักวิชาการซึ่งมีประสบการณ์ทำงานทั้งภาครัฐและเอกชนระบุไว้ดังนี้

1. เป็นองค์กรที่เจริญก้าวหน้าทันโลก
2. มีบริการและสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า
3. มีระบบบริหารและฝ่ายจัดการที่สูงด้วยประสิทธิภาพ
4. ทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนรวม
5. ปฏิบัติงานภายในกรอบกฎหมายของบ้านเมือง
6. มีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูง

หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ (IMAGE) ของชัยวัฒน์ ชัยางกูร,ม.ล.(2545)มีดังต่อไปนี้

I ย่อมาจาก Institution (สถาบัน) คือ ภาพลักษณ์ที่สร้างได้จากการทำให้เกิดความน่าเชื่อถือองค์กรที่เป็นสถาบันอาจจะต้องมีตึกอาคารใหญ่และมีเพลง สถาบันมีโครงสร้าง การจัดการที่มีความเป็นปึกแผ่นดูยิ่งใหญ่ มีโลโก้ขององค์กร ที่งามสง่า และ สร้างศรัทธาได้ในระยะยาว

M ย่อมาจาก Management (การจัดการ) คณะผู้บริหารต้องมีความฉลาดมีความดีความงามและมีผลงานเป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป ฉะนั้น จะเห็นว่าองค์กรระดับโลกเราจะคิดถึงคนที่ เป็นเบอร์หนึ่ง เบอร์สอง หรือเบอร์สาม ได้อย่างดี สิ่งที่ได้ดีก็เป็นเพราะว่าผู้บริหารทุกท่านมีประสบการณ์ และ Profile เป็นที่รู้จัก ยอมรับ เช่นเป็นอาจารย์รับเชิญมหาวิทยาลัย เป็นนักปราชญ์ทางด้านวิชาการที่เขียนหนังสือออกมามากมายหลายเล่มจนเป็นที่ที่ทุกคนยอมรับในฝีมือ กลับกัน ถ้าองค์กรนั้นมีผู้บริหารที่ทุกคนไม่พึงพอใจ รับรองภาพลักษณ์นั้น ก็สะท้อนมาในแง่ลบแน่นอน

A ย่อมาจาก Action (การกระทำ) ต่อประชาชนหรือผู้บริโภค จากสิ่งที่เราโฆษณาว่าดีที่สุดใน ยอดเยี่ยมในการบริการครอบคลุมพื้นที่โดยทั่ว ในกรณีนี้ผู้บริโภคถือมากกว่าคนขายของอาจจะโกหก อาจจะไม่ดีจริงตามคำโฆษณาของผู้ผลิต ถือว่าเป็นการหลอกลวงโดยสิ้นเชิง ฉะนั้นการกระทำของเจ้าของสินค้ามักจะกลับมาฆ่าตัวเจ้าของเอง เพราะทุกคนไม่เชื่อถือองค์กรหรือบริษัทนั้น ๆ อีกต่อไป

G ย่อมาจาก Goodness (ความดี ความงาม) เป็นเรื่องขององค์กรที่เป็นคนดีอยู่ในสังคม เช่น ตรงไปตรงมา จ่ายภาษีรัฐเต็มจำนวน มีการจ้างงานคนไทยมากมาย หรือเป็นองค์กรต่างชาติแต่มี การถ่ายทอดทักษะให้คนไทยอย่างต่อเนื่อง หรือทำประโยชน์ให้แก่สังคม ไม่เอาर्डเอาเปรียบผู้บริโภค ไม่โจมตีคู่แข่ง ตลอดจนเป็นคนดีในภาพรวมขององค์กร สะท้อนภาพลักษณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

E ย่อมาจาก Employee (พนักงานขององค์กร) เปรียบเหมือนทูตองค์กร ที่จะเสริมความน่าเชื่อถือ ความสัมพันธ์กับลูกค้า และกับสังคม พนักงานเปรียบเหมือนกระบอกเสียงที่สำคัญในการ กระจายเสียง และภาพลักษณ์ขององค์กร แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าขาดการสื่อสารกับพนักงานที่ดี ขาด ความเข้าใจต่างกัน ภาพลักษณ์ก็จะกลับกลายเป็นภาพลบ และถ้าภาพลบออกจากพนักงาน จะเป็นสิ่ง ที่ทุกคนจะฟัง เพราะเขาเหล่านั้นอยู่ใกล้ชิดกับองค์กรมากกว่าเพื่อน

จากภาพลักษณ์ขององค์กร 5 ด้าน สถานศึกษาขั้นพื้นฐานของเอกชนสามารถที่จะนำมาใช้ สรุปลักษณะนี้ได้ โดยสาระของภาพลักษณ์แต่ละด้านมีดังนี้

ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน

1. ภาพลักษณ์ด้านสถาบัน (Institution) เป็น ภาพลักษณ์ที่สร้างได้จากการทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ องค์กรที่เป็นสถาบันอาจจะต้องมีตึกอาคารใหญ่และมีเพลง สถาบันมีโครงสร้าง การจัดการ ที่มีความเป็นปึกแผ่นดูยิ่งใหญ่ มีโลโก้ขององค์กร ที่งามสง่า และสร้างศรัทธาในระยะยาวได้ (ชัยวัฒน์ ชยางกูร. 2545: 1) ซึ่งสอดคล้องกับ รัชพล ศษชารุ่งโรจน์ (2548: 104) ที่กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์ของโรงเรียนนั้น หากโรงเรียนมีการพัฒนาโรงเรียนให้ทันสมัย อาคารสถานที่เป็นเอกลักษณ์ภายนอกที่

มองเห็น วัสดุอุปกรณ์ภายในที่พร้อมเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ จะเป็นภาพลักษณ์ของโรงเรียน ในการ
ประชาสัมพันธ์สู่ภายนอก และจะเป็นการส่งผลถึงการพัฒนา การเรียนรู้ของนักเรียนอย่างสมบูรณ์

วิจิตร อวระกุล (2534: 41) กล่าวว่า ตัวสถาบันจะมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ หน้าที่
บทบาท ลักษณะทางกายภาพ เช่น อาคารสถานที่ สัญลักษณ์

มโนพร รัชตะหิรัฐ (2543: บทคัดย่อ) กล่าวว่า บริเวณโรงเรียนควรได้รับการดูแลเอาใจใส่
ตกแต่งให้สวยงาม สะอาด เรียบร้อย ปลอดภัย บรรยากาศและสภาพแวดล้อมของโรงเรียนเอื้อต่อการ
เรียนการสอน

ชลรัตน์ ชลมารค (2546: 153) กล่าวว่า หากโรงเรียนได้มีการบำรุงรักษาซ่อมแซมอาคาร
สถานที่ให้อยู่ในสภาพ มั่นคง ถาวรและปลอดภัย ก็ถือว่าประสบผลสำเร็จในการสร้างภาพลักษณ์ของ
โรงเรียนที่ดีอย่างหนึ่ง

ลักษณะทางกายภาพของโรงเรียน

กรมวิชาการ (2544: 18) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพหรือสภาพแวดล้อมของ
โรงเรียน ว่า ลักษณะทางกายภาพหรือสภาพแวดล้อม นับว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริหาร
โรงเรียนเป็นอย่างยิ่ง เพราะจะช่วยสนับสนุนส่งเสริมให้นักเรียนมีความสุข มุ่งเน้นการเรียนการสอน
ตามธรรมชาติ นักเรียนได้ฝึกปฏิบัติจริง และปลูกฝังความมีระเบียบวินัย ความเอื้อเฟื้อ เผื่อแผ่ ความ
สะอาด ความรัก ความสามัคคี บรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในการเรียนรู้ที่โรงเรียนควรคำนึงถึงคือ
สถานที่ บริเวณโรงเรียน ได้แก่ อาคารเรียน โรงอาหาร ห้องน้ำ ห้องส้วมต้องคำนึงถึงความสะอาด
ร่มรื่น สวยงาม ถูกสุขลักษณะและปลอดภัย

รัชพล ศษชารุ่งโรจน์(2548:104) กล่าวว่า โรงเรียนทันสมัยอาคารสถานที่เป็นเอกลักษณ์
ภายนอกที่มองเห็น วัสดุอุปกรณ์ภายในที่พร้อมเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ เป็นสิ่งที่โรงเรียนจะต้องสร้าง
ให้เกิดขึ้น จะเป็นภาพลักษณ์ของโรงเรียนในการประชาสัมพันธ์สู่ภายนอกและจะเป็นการส่งเสริม
พัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียนอย่างสมบูรณ์ การบริหารจัดการอาคารสถานที่ควรสร้างรูปแบบเพื่อ
นำไปประยุกต์ใช้ได้ทุกสถานการณ์ จึงเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้โรงเรียนทันสมัย

อรุณี โคตรสมบัติ (2542: 5 – 6) ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สภาพที่เกี่ยวข้องกับอาคาร
สถานที่ภายในโรงเรียน เช่น อาคารเรียน ห้องเรียน โสตอุปกรณ์ต่าง ๆ ห้องสมุด โรงอาหาร สถานที่
พักผ่อนหย่อนใจ ห้องปฏิบัติการต่าง ๆ สถานที่อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในโรงเรียน ตลอดจน
ระบบการจราจรภายในโรงเรียน

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2542 : 142 -143) กล่าวถึงการจัด
สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ว่า บริเวณโรงเรียนควรจะต้องหมั่นดูแลรักษาความสะอาด และดูแล
ความเป็นระเบียบเรียบร้อย เพื่อเป็นการส่งเสริมสุขภาพอนามัยของเด็ก และเพื่อเป็นตัวอย่างที่ดี

สำหรับนักเรียนและชุมชนในเรื่องความสะอาด สิ่งที่ต้องปฏิบัติในการดูแลรักษาความสะอาดและสภาพแวดล้อมในบริเวณโรงเรียน ได้แก่

1. จัดให้มีรั้วกั้นบริเวณโดยรอบโรงเรียน ถ้าเป็นรั้วต้นไม้ควรตัดแต่งให้เป็นระเบียบอยู่เสมอ สิ่งของเครื่องใช้ในโรงเรียนจะต้องจัดวางเข้าที่ให้เป็นระเบียบเรียบร้อย
2. จัดทำสนามหญ้าบริเวณที่ว่างในโรงเรียนที่มีได้ใช้เป็นถนนและทางเดินตัดแต่งต้นหญ้าให้สวยงาม ปลูกไม้ดอก ไม้ประดับ ไม้ให้ร่มเงา เพื่อให้บริเวณโรงเรียนร่มรื่นและทำให้อากาศในบริเวณโรงเรียนสะอาดสดชื่นขึ้น
3. พื้นบริเวณโรงเรียนไม่ควรปล่อยให้เฉอะแฉะ ถ้าเป็นที่ลุ่มเป็นบ่อต้องปรับถมให้เรียบร้อย
4. จัดให้มีระบบระบายน้ำทิ้ง และน้ำฝนที่ถูกหลักสุขาภิบาล เพื่อป้องกันมิให้น้ำท่วมขังในบริเวณโรงเรียน
5. เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ของโรงเรียน เช่น จอบ มีด เลื่อย เมื่อใช้แล้วควรเก็บเข้าที่ให้เรียบร้อย ไม่ควรทิ้งไว้โดยไม่มีที่เป็นทาง
6. มีการดูแลรักษาความสะอาดสนามหญ้า และบริเวณโดยรอบโรงเรียนโดยหมั่นตัดกวาดเก็บเศษกระดาษ ใบไม้ เศษไม้ และเศษสิ่งของต่าง ๆ ใส่อินถังขยะมูลฝอยเพื่อนำไปกำจัดทุกวัน

จากที่กล่าวมา สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ด้านสถาบัน หมายถึง คุณลักษณะทางกายภาพประกอบด้วย สภาพแวดล้อมภายในโรงเรียน สัญลักษณ์ของโรงเรียน ความร่มรื่น สวยงาม มีต้นไม้ในบริเวณโรงเรียน ขนาดของโรงเรียนเมื่อเทียบกับจำนวนนักเรียน ความเหมาะสมของสถานที่ตั้ง อาคารสถานที่ ห้องพิเศษต่าง ๆ

2. ภาพลักษณ์ด้านการจัดการ (Management) คณะผู้บริหารต้องมีความฉลาดมีความดีความงามและมีผลงานเป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป ฉะนั้น จะเห็นว่าองค์กรระดับโลกเราจะคิดถึงคนที่เป็นเบอร์หนึ่ง เบอร์สอง หรือเบอร์สาม ได้อย่างดี สิ่งที่ทำได้ดีก็เป็นเพราะว่าผู้บริหารทุกท่านมีประสบการณ์ และ Profile เป็นที่รู้จัก ยอมรับ เช่นเป็นอาจารย์รับเชิญมหาวิทยาลัย เป็นนักปราชญ์ทางด้านวิชาการที่เขียนหนังสือออกมามากมายหลายเล่มจนเป็นที่ที่ทุกคนยอมรับในฝีมือ กลับกัน ถ้าองค์กรนั้นมีผู้บริหารที่ทุกคนไม่พึงพอใจ รับรองภาพลักษณ์นั้น ก็สะท้อนมาในแง่ลบแน่นอน (ชัยวัฒน์ ชัยยางกูร. 2545: 1)

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารโรงเรียน

การศึกษาเอกชนมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการแบ่งเบาภาระการจัดการศึกษาของรัฐบาล มีบทบาทและกำลังสำคัญในการขยายการศึกษาในทุกระดับ โรงเรียนเอกชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศให้เจริญรุ่งเรือง นอกจากนี้โรงเรียนเอกชนได้รับการยอมรับจากสังคมมากยิ่งขึ้น เพราะได้มีการแข่งขันและปรับปรุงประสิทธิภาพมาตรฐานการเรียนการสอนในทุก ๆ ด้าน ปัจจุบันโรงเรียนเอกชนทั่วประเทศได้พัฒนาแนวคิด ปรัชญา และนโยบาย ตลอดจนกระบวนการจัดประสบการณ์และกิจกรรมการเรียนการสอน มีการจัดรูปแบบการเรียนรู้ที่หลากหลายจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือ การสนับสนุนจากทุกฝ่าย เพื่อประสานแนวคิดและประสานประโยชน์ โรงเรียนจำเป็นต้องปรับทิศทาง แนวคิดทางการศึกษา พัฒนามาตรฐานการศึกษา การจัดทำแผนลงทุน การขยายตลาดเชิงธุรกิจ เพื่อความเจริญมั่นคงและความอยู่รอดของกิจการโรงเรียน โดยบทบาทและหน้าที่ของโรงเรียนเอกชน ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 กำหนดให้โรงเรียนเอกชนจะต้องจัดการศึกษาที่มุ่งเน้นพัฒนาผู้เรียนให้ได้รับความรู้ ความคิด ความสามารถ คุณธรรม กระบวนการเรียนรู้ และความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อพัฒนาคนให้มีความสมดุลโดยยึดหลักผู้เรียนสำคัญที่สุด โรงเรียนเป็นสถาบันทางสังคมซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เกิดจากความต้องการของสังคม เพื่อรับใช้และบริการสังคม โรงเรียนต้องมีการพัฒนาการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพอยู่เสมอ คุณภาพการศึกษาจะมีความสัมพันธ์กับการบริหารจัดการโรงเรียนเอกชน (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. 2542: 3)

ความหมายของการบริหารโรงเรียน

พนัส หันนาคินทร์ (2529: 21) ได้ให้ความหมายของการบริหารโรงเรียนว่า เป็นการจัดการ การช่วยเหลือ ส่งเสริมให้โรงเรียนได้ดำเนินกิจกรรมประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

ชาญชัย อาจิมสมาจาร (2541: 39) ให้ความหมายว่า เป็นกระบวนการพยายามในการ บริหาร จัดการโรงเรียนให้วัตถุประสงค์บรรลุผลสำเร็จตามภารกิจ

กู๊ด (Good. 1973: 13) ให้ความหมายไว้ว่า เป็นกระบวนการควบคุม การจัดการภายใน โรงเรียนเกี่ยวกับการเรียนการสอน

แคมป์เบลล์ (Campbell. 1978: 22) ให้ความหมายไว้ว่า การบริหารโรงเรียน หมายถึง การ จัดแผนยุทธศาสตร์ทางการศึกษา เพื่อพัฒนาโรงเรียนให้บรรลุผลตามเป้าหมาย

ธวัช แสงรัตน์ (2542: 14) กล่าวถึงการบริหารโรงเรียนว่า เป็นการพยายามวางแผน การจั ดองค์การ และเร่งรัดการควบคุมงานทุกอย่างในโรงเรียน เพื่อพัฒนาศักยภาพนักเรียนให้มีความรู้ ความสามารถตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

สรุปได้ว่า การบริหารโรงเรียน หมายถึง การดำเนินงานตามภาระหน้าที่ของโรงเรียนเอกชน ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนด เกิดประสิทธิภาพในด้านการบริหารโรงเรียน มีความสามารถในด้านการจัดการเรียนการสอน และกิจกรรมของโรงเรียนได้เป็นอย่างดี มีการบริหารงานภายในอย่างเป็นระบบ เป็นที่ยอมรับ

กระบวนการในการบริหารโรงเรียน

การบริหารงานในองค์กรมีความสำคัญต่อการดำเนินงาน สามารถทำให้องค์กรมีความมั่นคงเจริญก้าวหน้า มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เป็นที่ยอมรับ การบริหารเกิดขึ้นจากการจัดการภายในองค์กร ซึ่งจะมีผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร มีนักวิชาการได้ให้แนวคิด หลักการเกี่ยวกับการบริหารไว้ ดังนี้

กิติมา ปรีดีดีลิก (2529: 196 – 197) กล่าวถึง หลักการบริหารองค์กรที่ดีว่า ควรคำนึงถึงองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1. กำหนดนโยบายไว้ให้ชัดเจนและแน่นอน เพื่อให้ผู้ร่วมปฏิบัติงานได้เข้าใจนโยบายของหน่วยงาน และปฏิบัติตามนโยบายนั้นได้อย่างถูกต้อง
2. มีศูนย์กลางอำนาจการ ในการบริหารงานจะต้องจัดให้มีบุคคลใดบุคคลหนึ่งมีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบในการทำงานนั้น ๆ โดยตรง
3. ระบุหน้าที่การทำงานอย่างกระชับ ควรจะได้กำหนดหน้าที่ ความสำคัญในการปฏิบัติงานซึ่งพร้อมทั้งแบ่งปันทรัพยากรในการบริหารให้เหมาะสมกับลักษณะของหน่วยงานและประสานงานกัน
4. จัดให้มีระบบการทำงานอย่างเหมาะสม
5. มีการอำนวยการที่ดี (ระบบการติดต่อ สัมพันธ์)
6. จัดให้มีองค์กร สนองต่อภาวะการณ์เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ
7. จัดหาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับงาน
8. มีการมอบหมายหน้าที่และความรับผิดชอบที่แน่นอนชัดเจน
9. ความรับผิดชอบต้องมีสิทธิและอำนาจควบคู่ไปด้วยเสมอ
10. อำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบควรให้ผู้เกี่ยวข้องได้เข้าใจอย่างชัดเจน
11. มีเอกภาพในการบังคับบัญชา
12. การออกคำสั่ง ควรทำตามลำดับขั้นตอนในสายการบังคับบัญชา
13. ไม่ถือเอาความเห็นที่ไม่ตรงกัน เกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา มาเป็นข้อพิจารณาในการตัดสินใจ

14. การวิพากษ์วิจารณ์และตำหนิผู้ได้บังคับบัญชา ควรทำในลักษณะที่แข็งและเป็นการส่วนตัว

ธงชัย สันติวงษ์ (2530: 3) กล่าวว่า ในบรรดางานทุกอย่างหรือกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ที่ดำเนินอยู่นั้น ไม่มีสิ่งใดสำคัญกว่าการบริหารหรือการจัดการ (Management) เพราะงานทางด้านการบริหารหรือการจัดการนี้จะเป็นงานสำคัญต่อการอำนวยความสะดวกให้มนุษย์ทำงานได้โดยมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล (effective and efficiency) และหน้าที่ในการบริหารของผู้บริหารทุกคนจะเกี่ยวกับการจัดการ (manage) สิ่งที่เกี่ยวข้องมี 3 ประการ คือ

ก. การจัดการเกี่ยวกับด้านความคิด (Ideas) หรือ การวางแผนเพื่อให้ได้ทางเลือกและแผนงานที่ดีที่สุด

ข. การจัดการเกี่ยวกับสิ่งของ (Things) หรือ การจัดองค์การเพื่อให้การจัดแบ่งกิจกรรมทรัพยากร และสิ่งของต่าง ๆ เพื่อให้มีระเบียบในการปฏิบัติงานร่วมกัน

ค. การจัดการเกี่ยวกับคน (People) หรือ การจัดคนเข้าทำงาน เพื่อให้ได้คนดีที่มีความรู้ความสามารถเหมาะสม การสั่งการ เพื่อให้คนงาน (หรือผู้ตาม ทั้งกรณีรายบุคคลและกลุ่มปฏิบัติงาน) ด้วยดี และการควบคุม เพื่อให้การปฏิบัติงานของทุกฝ่ายเป็นไปตามแผนที่คาดคิดมากที่สุด

ธวัช แสงรัตน์ (2542: 14 – 16) กล่าวว่า การบริหารโรงเรียนจะประสบผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลได้นั้น ผู้บริหารโรงเรียนและบุคลากรในโรงเรียนที่ร่วมกันปฏิบัติงานจะต้องมีความเข้าใจแนวคิดหลักในการบริหารโรงเรียน เกี่ยวกับความสำคัญของโรงเรียนในฐานะหน่วยงานระดับปฏิบัติการหลัก ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อคุณภาพการศึกษา ประสิทธิภาพการบริหาร คุณลักษณะที่ดีของผู้บริหาร ขอบข่ายงานบริหาร ทรัพยากรในการบริหาร กระบวนการบริหาร เทคนิคการบริหาร ทักษะการบริหาร มีการวางแผน การจัดองค์การ เร่งรัดควบคุมงานทุกอย่างในโรงเรียน เพื่อพัฒนาศักยภาพนักเรียนให้มีความรู้ความสามารถในการเรียนรู้และเรียนรู้ค้นคว้าจากสื่อเทคโนโลยี ตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร

เอกชัย กี่สุขพันธ์ (2533: 1) กล่าวถึงการบริหารไว้ว่า การบริหารงานในองค์กรใด ๆ ก็ตาม จะประสบความสำเร็จมากหรือน้อยเพียงใด ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้บริหารทุกระดับไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารระดับต้น ระดับกลางและระดับสูง โดยทั่วไปแล้ว ความสำเร็จของการบริหารมักจะขึ้นอยู่กับความสามารถในการจัดการ 3 ประเด็นต่อไปนี้

1. การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการทำงาน (Goals and Objectives) หมายถึง ความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ตลอดจนปัญหาต่าง ๆ ที่บริษัทกำลัง

เผชิญอยู่ แล้วนำมาวางแผนกำหนดเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ เพื่อให้ทราบทิศทางของการปฏิบัติงาน หรือสิ่งที่ต้องการในอนาคตนั่นเอง

2. การกำหนดภารกิจและกิจกรรมที่ต้องปฏิบัติ (Tasks and Activities) หมายถึง ความสามารถในการคิดเพื่อพัฒนาทางเลือกในการปฏิบัติงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภารกิจหลัก ภารกิจรองหรือกิจกรรมที่ต้องปฏิบัติเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมาย วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

3. การกำหนดคน (People) หมายถึง ความสามารถในการศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมในการทำงานของผู้ร่วมงาน และผู้ได้บังคับบัญชา เพื่อประโยชน์ในการมอบหมายงาน การติดตามและควบคุมงาน ตลอดจนการวางแผนพัฒนาบุคคลของบริษัท

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2543ก: 53 – 55) ได้กล่าวถึงหลักการบริหารโรงเรียนว่า ปัจจุบันการบริหารโรงเรียนได้พัฒนาระบบการบริหารจัดการสถานศึกษา มุ่งเน้นพัฒนาระบบการประเมินผล ผู้บริหาร ครู นักเรียน จำเป็นต้องรับผิดชอบร่วมกัน มีการกำหนดยุทธศาสตร์ในการดำเนินการแนวใหม่ เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จที่สำคัญ ได้แก่

1. ยุทธศาสตร์ภาวะผู้นำของผู้บริหาร
2. ยุทธศาสตร์การทำงานเป็นทีม
3. ยุทธศาสตร์การสร้างความตระหนักและความรู้ความเข้าใจ
4. ยุทธศาสตร์การกำหนดผู้รับผิดชอบ
5. ยุทธศาสตร์การมีส่วนร่วมและการปรึกษาหารือกับผู้เกี่ยวข้อง

กรมวิชาการ (2543ก: 19) กล่าวว่า การบริหารองค์การสามารถพัฒนาอยู่ได้ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ดังนั้นความจำเป็นในการบริหารเพื่อความสำเร็จจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้บริหาร ครู และผู้เกี่ยวข้องควรศึกษาและทำความเข้าใจ เพื่อสามารถบริหารองค์การให้บรรลุวัตถุประสงค์ ตามพันธกิจที่มอบหมาย ผู้บริหารจะกำหนดระบบการบริหารองค์การให้เกิดความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพอยู่ได้อย่างยั่งยืน จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยและทรัพยากรบริหารจำนวนเพียงพอ และที่สำคัญการบริหารงานโรงเรียน ผู้บริหารโรงเรียนในฐานะผู้นำ จำเป็นต้องกำหนด หลักการในการสนับสนุน ให้การบริหารงานโรงเรียนประสบความสำเร็จ 4 ประการ ได้แก่ 1) ความยั่งยืน (Sustainable) 2) การมีส่วนร่วม (Participation) 3) ความรับผิดชอบต่อองค์การ (Accountability) 4) ความรู้ (Knowledge)

ขอบข่ายของการบริหารโรงเรียนเอกชน

การบริหารงานโรงเรียนเอกชน ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน จะประสบผลสำเร็จได้นั้นต้องมีผู้บริหาร ครู และผู้เกี่ยวข้อง ร่วมกันปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ ประสานงานกันอย่างมีระบบ

ด้วยการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดแต่เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้กระบวนการการบริหารโรงเรียน
ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย และต้องตระหนักถึงภารกิจงานทุกฝ่ายภายในโรงเรียน

การบริหารโรงเรียนเอกชนในคณะกรรมการการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการได้กำหนด
ภารกิจ บทบาทหน้าที่ของโรงเรียนเอกชนไว้ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. 2540:
42)

1. งานบริหารทั่วไป
2. งานการเงินและธุรการ
3. งานวิชาการ
4. งานปกครองและกิจกรรมนักเรียน
5. งานบริการและบริหารอาคารสถานที่
6. งานโรงเรียนสัมพันธ์กับชุมชน

แคมป์เบลล์ (Campbell. 1978: 189) เห็นว่างานบริหารโรงเรียนเอกชนที่ผู้บริหารต้อง
รับผิดชอบ มี 6 ข้อ คือ

1. งานหลักสูตรและการสอน
2. งานบุคลากรโรงเรียน
3. งานสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียนกับชุมชน
4. งานกิจการนักเรียน
5. งานอาคารสถานที่
6. งานบริหารการเงินและธุรการ

มิลเลอร์ (Miller. 1985: 500) ได้กล่าวถึงงานของผู้บริหารโรงเรียนเอกชนไว้ว่า ต้อง
รับผิดชอบและปฏิบัติให้สำเร็จ มี 8 ประการ คือ

1. การวางแผนงาน โครงการ
2. การเรียนการสอน
3. งานกิจกรรมนักเรียน
4. งานด้านบุคลากร
5. งานด้านอาคารสถานที่ พัสดุ อุปกรณ์
6. งานการเงินและธุรการ
7. งานการประชาสัมพันธ์
8. งานวัดผลและประเมินผล

ในปัจจุบันการกำหนดภารกิจและหน้าที่ที่รับผิดชอบในโรงเรียนเอกชนนั้นเป็นความจำเป็นที่ผู้บริหารโรงเรียนจะต้องกำหนดขอบข่ายและภารกิจหลักของงานในโรงเรียนที่เกี่ยวข้องกันให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน และสามารถให้ยืดหยุ่นได้ตามความสะดวก เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานให้โรงเรียนมีประสิทธิภาพ

การสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนมีส่วนสำคัญในการบริหารจัดการเนื่องจากการจัดการศึกษาของเอกชนเป็นธุรกิจอย่างหนึ่ง การเปลี่ยนแปลงนโยบายการปฏิรูปการศึกษาของรัฐบาล กฎระเบียบของกระทรวงศึกษาธิการ ทำให้โรงเรียนเอกชนมีข้อจำกัดในการเก็บค่าธรรมเนียมการเรียน และค่าเล่าเรียน จึงหาทางออกโดยการเก็บค่าเล่าเรียนและอื่น ๆ อีกมากมาย ทำให้ภาพพจน์ของโรงเรียนตกต่ำ (สมหวัง พิธิยานุวัฒน์. 2539: 53)

3. ภาพลักษณ์ด้านการกระทำหรือกิจกรรม (Action) ต่อประชาชนหรือผู้บริโภค จากสิ่งที่เราโฆษณาว่าดีที่สุดใน ยอดเยี่ยมในการบริการครอบคลุมพื้นที่โดยทั่ว ในกรณีนี้ผู้บริโภคถือมากกว่า คนขายของอาจจะโกหก อาจจะไม่ดีจริงตามคำโฆษณาของผู้ผลิต ถือว่าเป็นการหลอกลวงโดยสิ้นเชิง ฉะนั้นการกระทำของเจ้าของสินค้ามักจะกลับมาฆ่าตัวเจ้าของเอง เพราะทุกคนไม่เชื่อถือองค์กรหรือบริษัทนั้นๆ อีกต่อไป (ชัยวัฒน์ ชยางกูร. 2545: 1)

ณรงค์ ฅ ถ้ำพูน; และเพ็ชรี รูปวิเชตร (2546: คำนำ) กล่าวไว้ว่า ในศตวรรษที่ 21 องค์กรทุกองค์กรต้องปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการองค์กรซึ่งเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงได้ยาก โดยเฉพาะองค์กรทางการศึกษา อันได้แก่ สถาบันการศึกษา โรงเรียน วิทยาลัย และมหาวิทยาลัย ล้วนต้องมีการปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานโดยพยายามอย่างยิ่งยวด ในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพทุกด้าน เพราะคุณภาพจะสะท้อนให้เห็นภาพลักษณ์ของความอยู่รอดของกิจการ รวมทั้งศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนความก้าวหน้าอย่างยั่งยืนขององค์กร

การสร้างภาพลักษณ์โรงเรียนให้ประสบความสำเร็จจะต้องศึกษากลุ่มเป้าหมายเพื่อจะารู้ทิศทาง รู้สภาพองค์กรว่าปัจจุบันมีภาพลักษณ์เป็นอย่างไร รู้จุดเน้นที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของลูกค้า นำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์ให้ประสบความสำเร็จเพื่อให้ประชาชนยอมรับและเชื่อถือ (ชลรัตน์ ชลมารค. 2546: 43) อีกทั้งต้องคำนึงถึงขอบข่ายกิจกรรมและวิธีการมากมายในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เป็นผลรวมของการประสมประสานของหลายสิ่งหลายอย่างเข้าด้วยกัน (เสวี วงษมณฑา. 2546: 23) ปัจจัยสำคัญของโรงเรียนก็คือ กิจกรรมที่โรงเรียนจัดให้แก่นักเรียน ดังนี้

1. กิจกรรม จะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ของโรงเรียน และผลนำไปสู่ความเชื่อถือ การยอมรับ และศรัทธา ที่ผู้ปกครองมีต่อโรงเรียน ได้มีนักวิชาการและนักการศึกษากล่าวถึงกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียนไว้ ดังนี้

ภิญโญ สาร (2526: 10) ได้ให้ความหมายของกิจกรรมว่า กิจกรรมโรงเรียน คือ กิจกรรมต่าง ๆ ที่หลายบุคคลร่วมมือกันดำเนินการเพื่อพัฒนาเด็ก เยาวชน ประชาชนหรือสมาชิกในสังคมทุก ๆ ด้านเพื่อให้บุคคลดังกล่าวเป็นสมาชิกที่ดีและมีประสิทธิภาพของสังคม โดยกระบวนการทั้งที่เป็นระเบียบแบบแผนและไม่เป็นระเบียบแบบแผน

นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2527: 4) กล่าวว่า กิจกรรมโรงเรียนหมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่หลายบุคคลร่วมมือกันดำเนินการเพื่อพัฒนาสมาชิกของสังคมในทุก ๆ ด้านนับตั้งแต่บุคลิกภาพ ความรู้ ความสามารถ พฤติกรรมและคุณธรรม เพื่อให้มีค่านิยมตรงกับความต้องการของสังคม

เอกชัย กี่สุขพันธ์ (2538: 3) กล่าวว่ากิจกรรมโรงเรียน หมายถึง กิจกรรมที่ไม่ได้มุ่งหวังผลกำไรหรือผลประโยชน์จากการดำเนินงานเหมือนกับการดำเนินงานทางธุรกิจอื่น ๆ

ธีระ แทนศิริ (2541: 12) ได้ให้ความหมายของกิจกรรมโรงเรียนว่า หมายถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่โรงเรียนจัดขึ้นทั้งในและนอกเวลาเรียน ซึ่งไม่ได้กำหนดไว้ในหลักสูตร หรือมิได้บังคับไว้ว่า จะต้องเรียน เพื่อสนองความต้องการและความสนใจอันเป็นแนวทางเสริมประสบการณ์และพัฒนาการทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญาของนักเรียน

กรมวิชาการ (2544ก: 2) ให้ความหมายไว้ว่า เป็นกิจกรรมที่เกิดจากความสมัครใจของผู้เรียนมุ่งพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์เพิ่มเติมจากกลุ่มสาระ เป็นกิจกรรมที่ผู้เรียนช่วยกันคิด ช่วยกันทำ และช่วยกันแก้ปัญหา ส่งเสริมศักยภาพของผู้เรียนอย่างเต็มที่ รวมถึงกิจกรรมที่มุ่งปลูกฝังความมีระเบียบวินัย รับผิดชอบ รู้สิทธิและหน้าที่ของตนเอง แบ่งตามความแตกต่างระหว่างกิจกรรม

จากความหมายที่กล่าวมาแล้ว สรุปได้ว่า กิจกรรม หมายถึง กิจกรรมที่โรงเรียนจัดดำเนินการจนสามารถสร้างชื่อเสียงของโรงเรียนให้เป็นที่ยอมรับทั้งจากผู้ปกครองและสังคม ไม่ว่าจะเป็นผลงานทางวิชาการ เกียรติภูมิ ความภาคภูมิใจในโรงเรียน หรือกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ศิลปะ ดนตรี กีฬา เป็นต้น

ความสำคัญของกิจกรรม การดำเนินกิจกรรมใด ๆ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความมั่นใจ และเชื่อมั่นต่อผู้ปกครอง ชุมชน สังคม ว่าการดำเนินงานของโรงเรียนได้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ และพันธกิจที่ได้ร่วมกันกำหนดไว้นั้น มีนโยบายพัฒนาโรงเรียนก่อให้เกิดผลผลิตของการศึกษาที่มีคุณภาพอันพึงพอใจ และพึงประสงค์ตามที่ได้คาดหวังไว้ และการดำเนินงานด้านกิจกรรมส่งเสริมสนับสนุนและอนุรักษ์ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเฉพาะกิจกรรมที่เน้นเอกลักษณ์ความเป็นไทย (เมตต์ เมตต์การุณจิต. 2547: 109) นอกจากโรงเรียนจะทำหน้าที่ให้การศึกษอบรมแก่เด็กแล้วยังมีหน้าที่ในการพัฒนาชุมชนอีกด้วย เพราะโรงเรียนเป็นแหล่งวิทยาการของชุมชน มีความพร้อมในเรื่องของบุคลากร และอุปกรณ์เฉพาะด้าน เช่น ความรู้ทางภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ วรรณคดี การเกษตร ภาษาต่างประเทศ ศิลปวัฒนธรรม การกีฬา คอมพิวเตอร์ ฯลฯ ตลอดจนพื้นฐานทางอาชีพ

ต่าง ๆ ดังนั้น กิจกรรมบริการชุมชนของโรงเรียนอาจใช้วิธีดึงชุมชนเข้ามาสู่โรงเรียน หรือโรงเรียนจะจัดกิจกรรมไปหาชุมชนก็ได้และในบางครั้งโรงเรียนอาจจะไม่จัดกิจกรรมเองแต่ร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ดำเนินการ แต่ในข้อเท็จจริงในทางปฏิบัติ โรงเรียนส่วนใหญ่จะละเลยต่อบทบาทด้านนี้ เพียงแต่ทำหน้าที่ในด้านบริการชุมชนในลักษณะของงานปกติ เช่น ให้ใช้สถานที่ วัสดุ อุปกรณ์ ในการจัดงาน ต่างๆ และที่เด่นชัดก็คือ มักจะร่วมกับชุมชนจัดกิจกรรมหาเงินเข้าโรงเรียนมากกว่าจะจัดกิจกรรมทางวิชาการ เพราะคำนึงถึงการพัฒนาและผลประโยชน์ของโรงเรียนหรือไม่ก็มุ่งแต่ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน มากกว่าการเข้าไปทำหน้าที่บริการและพัฒนาชุมชน (เมตต์ เมตต์การุณจิต. 2547: 249 - 250)

กิจกรรมโรงเรียนมีความสำคัญมากทั้งที่เกี่ยวกับตัวนักเรียนและสังคม เพราะเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างเสริมประสบการณ์ทำให้เกิดการเรียนรู้ การที่จะทำให้เด็กเรียนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ จะต้องใช้กิจกรรมเป็นสื่อ ทำให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้แล้วเปลี่ยนพฤติกรรมด้วยตนเอง และเป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างถาวร เกิดจากทัศนคติของนักเรียนเปลี่ยนแปลงไปพฤติกรรมย่อมเปลี่ยนไปตามความนึกคิดของนักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับที่ กระทรวงศึกษาธิการ (2528: 11) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการจัดกิจกรรมไว้ว่า กิจกรรมจะเป็นเครื่องมือช่วยอบรมนักเรียนให้รู้จักปรับตนเองในการทำงานร่วมกับผู้อื่น รู้จักหน้าที่ มีความรับผิดชอบและความเสียสละเพื่อส่วนรวม ฝึกการเป็นผู้นำและผู้ตามที่ดีตามระบอบประชาธิปไตย กิจกรรมเป็นการสร้างประสบการณ์ตามความแตกต่างของนักเรียนเพื่อสร้างเจตคติและพัฒนาบุคลิกภาพอันพึงประสงค์ ซึ่งตรงกับความคิดเห็นของ สุวิชัย เศรษฐเสถียร (2531: 99) ที่กล่าวว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรม ควรมีลักษณะเพื่อพัฒนานักเรียนในด้านสติปัญญา สังคม อารมณ์ ร่างกาย และจิตใจ เพื่อให้รู้จักการเป็นผู้นำและผู้ตาม สำคัญในหน้าที่ความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคมเพื่อส่งเสริมทักษะทางสังคมและวัฒนธรรม ทำให้นักเรียนรู้จักระดับความสามารถของตนเองในด้านสติปัญญา สังคม อารมณ์ ร่างกายและจิตใจ เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น

ขอบข่ายแนวทางดำเนินกิจกรรม

การกำหนดขอบข่ายแนวทางดำเนินกิจกรรมการจัดการศึกษาของโรงเรียนควรจะเริ่มจากการกำหนดเป้าหมาย ที่แสดงถึงคุณลักษณะหรือคุณภาพที่ต้องการให้เกิดขึ้นในโรงเรียน ควรระบุให้ชัดเจนในธรรมนูญโรงเรียน และให้เป็นหลักหรือทิศทางในการดำเนินงานของโรงเรียน หลังจากนั้นก็จัดแผนพัฒนาโรงเรียนและแผนปฏิบัติการ เป็นไปตามเป้าหมายหรือมาตรฐานการศึกษา ซึ่งควรครอบคลุมคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของผู้เรียนที่พึงประสงค์การบริหารจัดการ หลักสูตรและการเรียนการสอน ทรัพยากร สภาพแวดล้อม (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. 2543: 20) เพื่อกำหนดกิจกรรม บุคลากร ทรัพยากร และช่วงระยะเวลาที่จะดำเนินการในการพัฒนาเป้าหมายนั้น ๆ ให้

เหมาะสมพร้อมทั้งกำหนดแนวทางหรือวิธีปฏิบัติงานโดยคิดโครงการ/กิจกรรมที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ไม่จำเป็นต้องคิดโครงการให้ได้จำนวนมากหรือไม่จำเป็นว่าทุกเป้าหมายจะต้องมีโครงการเฉพาะของเป้าหมายนั้น ในทางปฏิบัติจริงหากสามารถคิดโครงการที่ทำให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการได้สำเร็จและเป้าหมายนั้นเอื้อต่อการพัฒนาเป้าหมายอื่นต่อไป ก็อาจขยายโครงการนั้นโดยจัดกิจกรรมในโครงการนั้นเพิ่มเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอื่น ๆ ต่อไปได้ด้วย (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. 2543: 23)

อัปษรศรี ปลอดเปลี่ยว (2533:137 -139) กล่าวว่าการกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียนจะต้องชี้แจง บอกกล่าวให้บุคลากรภายในโรงเรียนและผู้ปกครอง ชุมชนและสังคมได้รับทราบข่าวสารต่าง ๆ ที่จำเป็นในเรื่องสำคัญ ๆ ของโรงเรียน ซึ่งได้แก่ นโยบายทั่วไปของโรงเรียนรวมทั้งโครงสร้างและการดำเนินงาน การกำหนดตำแหน่งหน้าที่ของบุคลากรภายในโรงเรียน ระเบียบกฎเกณฑ์ของโรงเรียน ความมุ่งหมายของโรงเรียน ผลงานต่าง ๆ ที่โรงเรียนได้กระทำไปแล้ว กิจกรรมด้านต่าง ๆ ความเจริญก้าวหน้าและความสำเร็จที่โรงเรียนได้รับ เช่น การเรียนดีของนักเรียนจนมีชื่อเสียง ชำนาญการเล่นกีฬาเก่งวงดนตรีของโรงเรียน อีกทั้งแผนการในอนาคตของโรงเรียนซึ่งรวมถึงแผนการระยะสั้นและระยะยาว โดยอาศัยกลวิธีประชาสัมพันธ์โรงเรียนในหลายรูปแบบ เพื่อแสดงผลการดำเนินงานตามภารกิจต่าง ๆ ของโรงเรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการเรียนการสอนให้ได้ผลดี ย่อมเป็นสื่อหรือเครื่องมือให้ชุมชนเข้าใจและศรัทธาต่อโรงเรียนมากขึ้นด้วย

ชลรัตน์ ชลมารค (2546 : 54 – 55) กล่าวว่า การสร้างภาพลักษณ์โรงเรียนให้ประสบความสำเร็จควรดำเนินการ โดยกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกันระหว่าง ผู้บริหารบุคลากรครูและบุคลากรสนับสนุนเพื่อเป็นแนวทางในการทำงาน ปรับปรุงบริหารจัดการ การจัดการเรียนการสอน การจัดการกิจกรรมของโรงเรียนทั้งหมด รวมทั้งสร้างชื่อเสียงให้โรงเรียนโดยส่งครูนักเรียนเข้าแข่งขันพร้อมทั้งประชาสัมพันธ์โรงเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความรู้สึกให้ประชาชนยอมรับและเชื่อถือโรงเรียน

กล่าวโดยสรุปการดำเนินกิจกรรมของโรงเรียนที่จะส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของโรงเรียนนั้นจะต้องชี้แจงให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ได้รับทราบถึงข่าวสารต่าง ๆ ที่จำเป็นในเรื่องสำคัญ ๆ ของโรงเรียน ทั้งกิจกรรมที่ดำเนินงานจัดการศึกษาตามปกติสอดคล้องกับนโยบายและแผนพัฒนาการจัดการศึกษาของโรงเรียน วิเคราะห์สภาพแวดล้อมของโรงเรียน กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าประสงค์ของโรงเรียน และกำหนดกลยุทธ์ของโรงเรียนในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ

4. ภาพลักษณ์ด้านศีลธรรมความดีงาม (Goodness) เป็นเรื่องขององค์กรที่เป็นคนดีอยู่ในสังคม เช่น ตรงไปตรงมา จ่าายภาษีรัฐเต็มจำนวน มีการจ้างงานคนไทยมากมาย หรือเป็นองค์กรต่างชาติแต่มีการถ่ายทอดทักษะให้คนไทยอย่างต่อเนื่องหรือทำประโยชน์ให้แก่สังคม ไม่เอาไรต์เอา

เปรียบผู้บริโภคนั้นไม่โจมตีคู่แข่งชั้น ตลอดจนเป็นคนดีในภาพรวมขององค์กร สะท้อนภาพลักษณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ชัยวัฒน์ ชัยวงกูร. 2545: 1)

นักปรัชญา นักการศึกษาและนักการศาสนาของประเทศไทยได้ให้ความหมายของคุณธรรมและความดีไว้ อาทิ

พระราชวรมุนี (2527: 37) ให้ความหมายไว้ว่า คุณธรรม หมายถึง ธรรมที่เป็นด้วยความดีงามสภาพที่เกื้อกูล

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2530: 190) ได้ให้ความหมาย คุณธรรมไว้ว่า สภาพคุณงามความดี

ลัดดา เสนาวงษ์ (2532: 59) ให้ความหมายว่า คุณธรรม คือความดีงามต่าง ๆ ที่มีอยู่ในจิตใจแต่ละคน และยึดถือปฏิบัติจนเป็นนิสัย

สงวน นิธกร (2540 : 5) กล่าวไว้ว่าการพัฒนาคนให้เป็นคนดี คือ ต้องให้มีความรอบรู้ มีความคิด รู้จักตนเองรู้จักใช้ชีวิตและเข้าใจสังคม มีลักษณะนิสัยและค่านิยมที่ถูกต้อง สามารถแก้ปัญหาและปรับตัวให้กลมกลืนกับสังคมและธรรมชาติที่ตนเองมีส่วนร่วมอยู่ด้วยอย่างเหมาะสมและมีความเป็นประชาธิปไตย

จากที่ได้กล่าวมา ความดี หมายถึง การพัฒนาผู้เรียนให้เป็นคนมีคุณธรรม จริยธรรม สังคมให้การยอมรับ ซึ่งเกิดจากการศึกษา การปฏิบัติ ฝึกอบรม การกระทำ จนเคยชินเป็นลักษณะนิสัย เป็นสิ่งที่มีคุณประโยชน์ต่อตนเอง ต่อผู้อื่น และต่อสังคม

แนวทางการพัฒนาผู้เรียนให้เป็นคนดี มีคุณธรรม จริยธรรม การสร้างภาพลักษณ์โรงเรียนในด้านความดี ความงามนั้น โรงเรียนต้องมีแนวทางในการพัฒนาผู้เรียนอย่างชัดเจน โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้ซึ่งจะต้องพัฒนาผู้เรียนทั้งด้านกาย (กายภาวนา) ด้านความประพฤติ (ศีลภาวนา) ด้านจิตใจ (จิตตภาวนา) และด้านปัญญา (ปัญญาภาวนา)โดยมุ่งให้นักเรียนมีคุณลักษณะ “กิน อยู่ ดู ฟัง เป็น” เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาตนและสังคมโดยไม่เบียดเบียนผู้ใด และเกื้อกูลในการพัฒนาวัฒนธรรมแสงปัญญา และวัฒนธรรมเมตตา (ณัฐสิริกา ลิมเฉลิม. 2549: 30)

แสงระวี เทพรอด (2542: 39) กล่าวว่า พระพุทธศาสนามองมนุษย์ทุกคนว่าเป็น “เวไนยสัตว์” ที่มีศักยภาพในตัวเองที่จะพัฒนาด้านคุณธรรม จริยธรรมให้สูงขึ้นตามลำดับ จนบรรลุเป้าหมายสูงสุดแห่งชีวิตได้ แนวทางปลูกฝังนั้น พระพุทธศาสนายอมรับทั้งอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมและการใช้ปัญญาพิจารณาเหตุผล ว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลเหล่านั้น องค์ประกอบทั้งสองนี้เสริมหรือเกื้อหนุนกันประสานกันด้วยดี การพัฒนาคุณธรรมจริยธรรม จึงเป็นไปได้ด้วยดี

กรมวิชาการ (2544: 2 – 16) ได้กำหนดให้มีการสอนพระพุทธศาสนาเพื่อปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรมในกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม ว่าเป็นหนึ่งในสาระการเรียนรู้ของกลุ่มสาระการเรียนรู้ทั้ง 8 กลุ่ม ตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานปีพุทธศักราช 2544 ซึ่งสาระการเรียนรู้กลุ่มสาระสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรมนี้ เป็นกลุ่มสาระการเรียนรู้ที่ต้องเรียนต่อเนื่องตลอด 12 ปี ตั้งแต่ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 ถึงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6

สิริมา กลิ่นกุหลาบ (2546: 53) กล่าวว่า กลุ่มสาระการเรียนรู้ที่ออกแบบมาเพื่อส่งเสริมศักยภาพการเป็นคนดีให้แก่ผู้เรียน จำเป็นต้องพัฒนาผู้เรียนให้เกิดความเจริญงอกงามในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านความรู้ ให้ความรู้แก่ผู้เรียนในเนื้อหา ความคิดรวบยอดและหลักการสำคัญของวิชาการต่าง ๆ ในสาขาตามขอบเขตที่กำหนดไว้ในแต่ละระดับชั้นในลักษณะบูรณาการ
2. ด้านทักษะกระบวนการ ผู้เรียนจะได้รับการพัฒนาให้เกิดทักษะและกระบวนการต่าง ๆ
3. ด้านเจตคติและค่านิยม เกี่ยวกับประชาธิปไตยและความเป็นมนุษย์ทำให้สามารถนำทักษะกระบวนการมาใช้ประกอบการตัดสินใจได้อย่างรอบคอบ ในการดำเนินชีวิตและการมีส่วนร่วมในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาในฐานะพลเมืองดี ตลอดจนการนำความรู้ทางจริยธรรม หลักธรรมศาสนา มาพัฒนาตนเองและสังคม ทำให้ผู้เรียนสามารถดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างเป็นสุข

ประสาร ทองภักดี (2526: 41) กล่าวว่า การสอนวิชาพระพุทธศาสนา หรือการสอนให้ปฏิบัติตามหลักธรรมของพระพุทธศาสนาที่นับว่าได้ผลดีที่สุด คือ วิธีการที่พระองค์ทรงเผยแผ่พระธรรมที่พระองค์ได้ตรัสรู้แก่ประชาชนทุกหมู่เหล่า ซึ่งจะเห็นได้ว่าพระธรรมที่ทรงรู้แจ้งด้วยพระองค์เองนั้นเป็นแก่นสารมีสาระอันลึกซึ้ง แต่พระพุทธองค์ก็ทรงเทศนาสั่งสอนให้ทุกคนทุกวรรณะ คนนอกศาสนา หันมาเลื่อมใส เข้าใจและปฏิบัติธรรมของพุทธศาสนาอย่างสิ้นเชิง วิธีสอนพระพุทธศาสนาตามแนวพุทธศาสตร์ หรือพุทธวิธีสอนของพระองค์เน้นการคิดใคร่ครวญ ไตร่ตรองด้วยเหตุผล แล้วฝึกปฏิบัติให้เห็นจริงด้วยตนเอง

ไพรัตน์ ญาติฉิมพลี (2540: 11) กล่าวว่าพุทธวิธีสอนเป็นเรื่องที่ครูปัจจุบันควรสนใจศึกษา พุทธวิธีสอนที่พระพุทธองค์ทรงใช้สอนอย่างหลากหลายตามแต่ระดับสติปัญญาของผู้เรียนเท่าที่รวบรวมได้มี ดังนี้

1. ทรงใช้วิธีเอกังสลักษณะ คือ ทรงแสดงยืนยันไปข้างเดียว เช่น ดิฉันผลเป็นสุข ข้ามิผลเป็นทุกข์ แนนอนไม่มีอย่างอื่น
2. ทรงสอนโดยวิธีภักชลักษณะ คือ ทรงแยกประเด็นให้เห็นชัดเจน

3. ทรงสอนโดยวิธีปุจฉาลักษณะ คือ ทรงย้อนถามเสียก่อนแล้วจึงสอน

4. ทรงสอนโดยรูปนลักษณะ คือ พักปัญหาไว้ไม่ทรงพยากรณ์ เพราะเห็นว่าไม่เป็นประโยชน์หรือยังไม่ถึงเวลา

5. ทรงสอนโดยวิธีอุปมาลักษณะ คือ สอนแบบเปรียบเทียบให้เห็นจริง

จากที่กล่าวมาการปลูกฝังศีลธรรม ความดีงามและคุณธรรม จริยธรรมให้กับเด็กนั้นจะต้องเน้นการปลูกฝังทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้เด็กเกิดปัญญาและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์นั้น ๆ พุทธวิธีสอนเป็นกระบวนการหนึ่งในการพัฒนามนุษย์ทั้งทางกาย วาจา ความคิด จิตใจ อารมณ์และสติปัญญา ให้สามารถดำรงและดำเนินชีวิตในสังคมอย่างสันติ โดยครูจะเป็นผู้ประคับประคองซึ่งจุดสำคัญให้ผู้เรียนเท่านั้นส่วนในการปฏิบัติผู้เรียนต้องปฏิบัติด้วยตนเองเพื่อควบคุมพฤติกรรมทางกาย ทางวาจา ทางใจ แล้วนำความรู้ที่นั้นมาเป็นหลักในการปฏิบัติตนต่อไป

5. **ภาพลักษณ์ด้านบุคลากร (Employee)** เป็นงานที่สำคัญยิ่ง ดังที่ ชัยวัฒน์ ชayangกูร (2545: 1)กล่าวว่า บุคลากรเปรียบเหมือนทูตองค์กร ที่จะเสริมความน่าเชื่อถือ ความ สัมพันธ์กับลูกค้า และกับสังคม พนักงานเปรียบเหมือนกระบอกเสียงที่สำคัญในการกระจายเสียง และภาพลักษณ์ขององค์กร แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าขาดการสื่อสารกับพนักงานที่ดี ขาดความเข้าใจต่างกัน ภาพลักษณ์ก็จะกลับกลายเป็นภาพลบ และถ้าภาพลบออกจากพนักงาน จะเป็นสิ่งที่ทุกคนจะฟัง เพราะเขาเหล่านั้นอยู่ใกล้ชิดกับองค์กรมากกว่าเพื่อน ซึ่งสอดคล้องกับ อภิษรศรี ปลอดเปลี่ยว (2543: 130) ที่กล่าวว่า กิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียนจะประสบความสำเร็จหรือไม่ ขึ้นอยู่กับความร่วมมือและความสัมพันธ์ของบุคลากรภายในโรงเรียนเป็นสำคัญ ได้มีนักวิชาการและนักการศึกษาได้กล่าวถึงบุคลากรต่าง ๆ ของโรงเรียน ไว้ดังนี้

ความหมายของบุคลากรในโรงเรียน

นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2540: 4 – 5) กล่าวว่าบุคลากรในโรงเรียน ประกอบด้วย ผู้บริหาร ครูผู้สอน รวมทั้งบุคลากรสนับสนุนหรือปฏิบัติหน้าที่อื่น ๆ ในโรงเรียน

พร รุจนเวช (2547: 23) กล่าวว่าบุคลากรของโรงเรียน ได้แก่ผู้บริหารโรงเรียน ครู – อาจารย์ บุคลากรและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น คณะกรรมการสถานศึกษา ผู้ปกครองและชุมชน

มโนพร รัชตะหิรัญ (2543: 31) กล่าวว่า บุคลากรของโรงเรียน หมายถึง ตัวบุคคลที่ร่วมกันรับผิดชอบในการดำเนินการจัดการศึกษา ไม่ว่าจะรับผิดชอบโดยตรงต่องานหรือโดยทางอ้อมก็ตาม

บุคลากรในโรงเรียนจึงประกอบไปด้วยผู้บริหารโรงเรียน ครู บุคลากรสนับสนุนหรือปฏิบัติหน้าที่อื่น ๆ ในโรงเรียน รวมทั้ง คณะกรรมการสถานศึกษา ผู้ปกครองและชุมชน

ความสำคัญของบุคลากร

กระบวนการในการพัฒนาคนในโรงเรียนก็เหมือนกับการสร้างบ้าน เพียงแต่การสร้างบ้านนั้น ต้องใช้สถาปนิกซึ่งเป็นบุคคลภายนอกมาดำเนินการ และเมื่อสร้างเสร็จแล้วก็เสร็จเลยไม่ต้องทำต่อ แต่กระบวนการสร้างคนนั้น ผู้ที่เป็นสถาปนิก คือ ครูและผู้บริหารซึ่งเป็นบุคคลภายใน จะต้องร่วมกัน พัฒนาเด็กให้มีคุณภาพดีและจะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องโดยไม่หยุด ผู้บริหารและครูในโรงเรียนมีการร่วมกันกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน ว่าต้องการพัฒนาเด็กให้มีคุณสมบัติดังกล่าวแล้ว ก็ต้องช่วยกัน คิด และช่วยกันวางแผน (Plan) ว่าจะต้องทำอย่างไรแล้วช่วยกันทำ (Do) ช่วยกันตรวจสอบ (Check) และปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง (Action) เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนา ปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้นอยู่ตลอดเวลา โดยร่วมกันทำงานเป็นทีม (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษา แห่งชาติ. 2543: 9)

บุคลากรของโรงเรียนอันประกอบด้วย ผู้บริหาร ครูผู้สอน รวมทั้งบุคลากรสนับสนุนหรือ ปฏิบัติหน้าที่อื่นในโรงเรียน ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่สำคัญมากเพราะมีส่วนสร้างประชาคมที่ดีของชุมชนที่มี ต่อโรงเรียน ชุมชนจะมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อโรงเรียนขึ้นอยู่กับภาระการกระทำของบุคลากรในโรงเรียนเป็น สำคัญ (นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์. 2540: 4 – 5) ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียนจะสำเร็จหรือไม่ ขึ้นอยู่ กับการร่วมมือและความสัมพันธ์ของบุคลากรภายในโรงเรียน (อัปษรศรี ปลอดเปลี่ยว. 2543: 130) ที่จะต้องเป็นที่ประจักษ์ต่อบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยว่าเป็นคนเก่ง สามารถทำงานที่รับผิดชอบได้ ด้วยความสามารถเป็นคนดี มีความซื่อสัตย์ สุจริต มีความจริงใจในการติดต่อกัน เป็นคนมีจริยธรรม ในการทำงาน เป็นคนตรงไปตรงมา ไม่ปลิ้นปล้อนหลอกกลวง เป็นคนมีมนุษยสัมพันธ์เข้ากับคนได้ดี มีเสน่ห์ น่าคบหาสมาคมด้วย รู้จักการยกย่องคนอื่น ใจกว้าง เคารพสิทธิของผู้อื่น ฟังความคิดเห็นคนอื่น ไม่ยกตนข่มท่าน รู้จักการใช้วาจาที่สุภาพในการพูดจาให้เกียรติคน มีความหวังดีกับคนที่เข้ามาติดต่อกัน ด้วย เป็นคนมีวิญญูณธรรม บริการที่ดีพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือคนอื่น พร้อมทั้งทำงานที่เกินกว่า ภาระหน้าที่เพื่ออำนวยความสะดวก มีกิริยาวาจาที่แสดงความเต็มใจในการรับใช้ผู้ที่มาติดต่อด้วย มีนิสัยชอบการต้อนรับขับสู้ที่ดี อยู่ในสภาพพร้อมที่จะรับใช้ผู้ที่มาติดต่อด้วย และต้องเป็นคนที่มีบุคลิกดี สง่างาม มาดดี มีรสนิยมดี เห็นแล้วน่าชื่นชม (เสรี วงษ์มณฑา. 2546: 26)

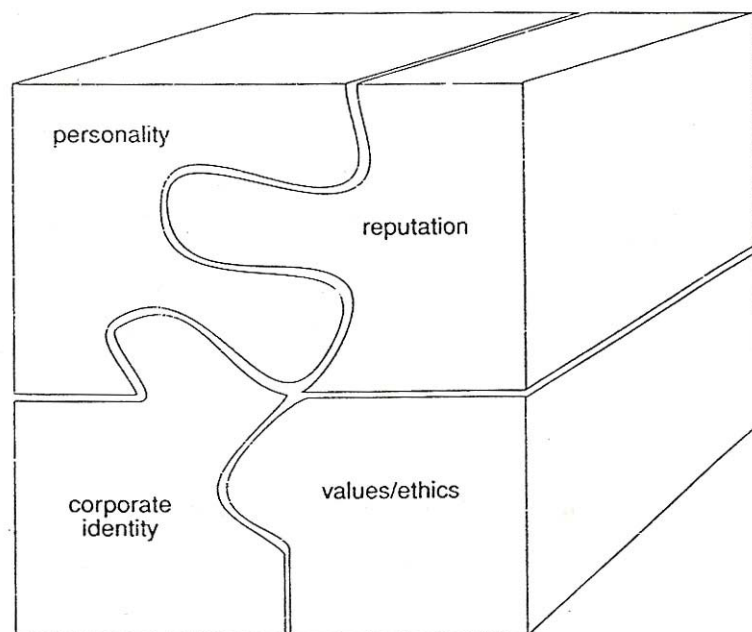
กล่าวโดยสรุป ภาพลักษณ์ด้านบุคลากรของโรงเรียน หมายถึง ผู้บริหารโรงเรียนมีความรู้ ความสามารถเป็นที่ยอมรับต่อส่วนรวม ครูปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความรู้ความสามารถ ในงานที่รับผิดชอบ นักเรียนปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงเรียน

แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร

แนวคิด แฮริสัน (Harrison 1995: 71-75) กล่าวถึงภาพลักษณ์องค์กรว่า เกิดจาก องค์ประกอบที่สัมพันธ์กันดังนี้ คือ เมื่อเราพิจารณาตรงที่ว่าทำอะไรองค์กรจึงจะมีประสิทธิภาพ

ความสำคัญอยู่ที่องค์การมีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ไปอย่างมีลำดับขั้นตอนตามความจำเป็น ก่อนและหลังของแผนงานหรือโครงการโดยเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ อย่างไรก็ตาม การประชาสัมพันธ์องค์การไปสู่จุดประสงค์หรือจุดหมาย สิ่งที่ต้องคำนึงอาจจะมีเพียงหนึ่งจุดประสงค์หรือมากกว่านั้น ซึ่งควรพิจารณาสิ่งเหล่านี้ คือ สาธารณชนทั่วไป ผู้ลงทุนและนักวิเคราะห์การเงิน ความคิดเห็นของผู้นำขอบเขตเฉพาะขององค์การ ปริมาณคู่แข่ง ผู้ดูแลควบคุม และผู้บัญญัติกฎหมาย

กรอบแนวคิด ภาพลักษณ์องค์การ แฮริสัน (Harrison . 1995 : 71-75) ได้เสนอว่า องค์ประกอบภาพลักษณ์องค์การ (The corporate image jigsaw) มี 4 องค์ประกอบ แสดงในรูปแบบที่ 2 ดังนี้



ภาพประกอบ 2 รูปแบบหรือแบบแผนของภาพลักษณ์องค์การ (The corporate image jigsaw) ที่มา : (Harrison. 1995: 71)

1. บุคลิกภาพขององค์การ (Personality) หมายถึง บุคลิกภาพหรือผลรวมของคุณสมบัติหรือ ลักษณะในเรื่องต่าง ๆ โดยการรับรู้ของบุคคลภายนอกขององค์การ ซึ่งบ่งบอกว่าองค์การเป็นแบบใด มีคุณสมบัติหรือลักษณะอย่างไร ทศนะหรือความคิดเห็นของบุคคลในการมองบุคลิกภาพองค์การเป็นหลักการหนึ่งซึ่งได้นำมาใช้เป็นหลักเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐาน เช่น ในองค์การนี้มีผู้มีบทบาททำชื่อเสียงให้ องค์การ เป็นนักการเมือง หรือเป็นนักร้อง นักแสดง เป็นต้น องค์การต้องมีบุคลิกภาพที่แน่นอนและแสดงให้เห็นได้ ตัวอย่างของคำอธิบายที่แสดงให้เห็นภาพของบุคลิกภาพขององค์การ มีดังนี้ ร้าน Virgin มีบุคลิกภาพที่มีชีวิตชีวา มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และมีความสนุกสนาน ร้าน Body

Shop มีบุคลิกภาพขององค์การ คือ มีความเอาใจใส่ การดูแล อย่างพิถีพิถัน และความสุภาพ ร้าน Cadbury มีบุคลิกภาพองค์การ คือ มีลักษณะแบบฟอปปี้ครองลูก และมีความเมตตากรุณา ร้าน Mark and Spencer มีบุคลิกภาพองค์การมีประสิทธิภาพ วางใจได้ และมีความปลอดภัย Gregory (1996: 28-30) ยังได้กล่าวถึงบุคลิกภาพขององค์การว่า ประกอบด้วย คุณสมบัติหรือธรรมชาติของขอบเขต ความรับผิดชอบซึ่งแสดงถึงทิศทาง แนวโน้มขององค์การในการขยายกิจการหรือมีข้อตกลงใหม่ๆ ในการกระตุ้นตลาด ความเคลื่อนไหวของคู่แข่ง อะไรเป็นจุดอ่อน จุดแข็งของเขา ส่วนไหนที่ทำให้องค์การ คู่แข่งมีความเจริญก้าวหน้า พันธกิจขององค์การเรา รูปร่าง ขนาด และโครงสร้างขององค์การมีขนาดใหญ่่มากหรือไม่เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ธรรมชาติของงาน อะไรเป็นกิจกรรมที่องค์การปฏิบัติ ผลิตภัณฑ์มีองค์ประกอบเดียว หรือหลายองค์ประกอบ มีการพัฒนางานหรือไม่ ประเพณี ประวัติ ภูมิหลังขององค์การ รูปแบบของคนในองค์การ มีการจัดระดับความชำนาญตามความเหมาะสมกับ ลักษณะของงานหรือไม่

2. ชื่อเสียงขององค์การ (Reputation) หมายถึง ชื่อเสียงหรือกิตติศัพท์ขององค์การที่ ประชาชนหรือบุคคลมีความเชื่อถือ ให้ความไว้วางใจ มั่นใจเรื่องของคุณภาพ มาตรฐานของผลผลิต และการบริการ ชื่อเสียงนี้เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่ง ที่ทำให้ผู้บริโภคให้ความเชื่อถือ บนพื้นฐานจาก ประสบการณ์ของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลผลิต และการบริการ องค์การจะประสบความสำเร็จได้จะต้อง สร้างความมีชื่อเสียง ในเรื่องต่อไปนี้ ด้านการบริการที่รวดเร็ว ความมีคุณภาพได้มาตรฐาน ความเอา ใจใส่ดูแลผู้รับบริการดี และการปฏิบัติต่อผู้รับบริการอย่างยุติธรรม สิ่งเหล่านี้จะทำให้ผู้รับบริการเกิด ความเชื่อถือในองค์การนั้น ส่งผลให้องค์การประสบความสำเร็จ องค์การบางองค์การอาจจะมีชื่อเสียง ดี องค์การบางองค์การมีชื่อเสียงไม่ดี หรือไม่มีชื่อเสียงเลย ไม่ว่าจะกรณีใดๆ เพราะไม่สามารถทำให้คน เชื่อถือหรือให้การยอมรับจึงไม่เป็นที่รู้จัก การมีชื่อเสียงดีขององค์การนั้น สมควรได้รับการยอมรับ

3. เอกลักษณ์ขององค์การ (Corporate Identity) หมายถึง ความโดดเด่นที่แสดงอย่าง เด่นชัดขององค์การ เครื่องบ่งชี้ทางกายภาพขององค์การ วอลเลย์ โอลิม (Wally Olin. 1990 ; อ้างอิง จาก ชลรัตน์ ชลมารค: 2546) ได้ให้ความหมายของเอกลักษณ์องค์การไว้ว่า องค์การทุกองค์การย่อม ต้องมีแนวทางที่ชัดเจนเพื่อชี้แนะให้สมาชิกสามารถปฏิบัติกรให้เป็นไปตามแนวทางที่องค์การวางไว้ ทั้งนี้เพื่อนำองค์การไปสู่ความสำเร็จตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ แต่ทั้งนี้สมาชิกต้องมีความรู้สึกเป็น เจ้าขององค์การนี้ด้วย ส่วน วอลเลย์ โอลิม (Wally Olin. 1989: 9) ได้กล่าวว่า กลยุทธ์การประกอบ ธุรกิจที่เป็นแบบแผนที่ชัดเจน คือ “ความโดดเด่น เป็นสิ่งที่ปรากฏอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็ชื่อ สัญลักษณ์ หรือ เครื่องหมาย ตรา สี และพิธีการ ซึ่งองค์การใช้ทำให้องค์การนั้นโดดเด่น ซึ่งจะประทับ ติดตรึงเป็นส่วนประกอบขององค์การ” เอกลักษณ์ขององค์การสามารถสื่อได้จากพฤติกรรมของคนใน องค์การ องค์การสามารถให้เอกลักษณ์ในการสะท้อนบุคลิก ภาพ และแสดงโครงสร้างขององค์การได้

อย่างชัดเจนและมีคุณค่า โดดเด่นเป็นที่รู้จัก บางองค์การมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนใน ชื่อ สัญลักษณ์ สี ใน ลักษณะที่มีความหมายเหมือนกัน เช่น บริษัท Shell มีเอกลักษณ์คือการใช้สัญลักษณ์รูปหอยเชลล์ Coca Cola มีเอกลักษณ์ คือ การใช้สีแดงเป็นสัญลักษณ์ของบริษัท และใช้ในการโฆษณา และ IBM ใช้สีฟ้าแสดงความใกล้ชิด และใช้ชื่อเล่นว่า Big Blue ดังนั้นเมื่อกล่าวถึงองค์การหนึ่ง ๆ สาธารณชนก็สามารถนึกถึงภาพแสดงเอกลักษณ์ขององค์การได้

4. คุณค่า หรือเจตคติขององค์การ (Values / ethics) หมายถึง ความดีหรือจรรยาบรรณขององค์การ ซึ่งได้รับการยอมรับ ประเมินคุณค่า และยกย่องจากบุคคลภายนอกที่ดีมีมาตรฐาน ประกอบด้วยวัฒนธรรมขององค์การอันมีผลกระทบบุคคลที่ปฏิบัติงานในองค์การเมื่อเกิดปัญหาในองค์การ ต้องมีการศึกษาแล้วร่วมกันแก้ปัญหา แล้วปรับปรุงการปฏิบัติงานได้จนเป็นแบบแผน ประกาศอย่างเป็นทางการในการใช้ร่วมกัน การปฏิบัติให้คนในองค์การเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เป็นมาตรฐานที่ชัดเจน และสิ่งเหล่านี้แสดงถึงคุณค่าขององค์การทำให้ง่ายสำหรับผู้ปฏิบัติงานร่วมกัน และส่งผลให้องค์การเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ความมีคุณค่าหรือจรรยาบรรณขององค์การที่เป็นมาตรฐานในการประพฤติปฏิบัติของบุคคลในองค์การ เป็นนโยบายแนวปฏิบัติในการประพฤติที่ดีที่บุคคลในองค์การได้ร่วมกันกำหนดเป็นมาตรฐานที่ชัดเจนจะไม่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ในทางลบหรือมีผลกระทบต่อองค์การในทางที่ไม่ดี ความดีมีคุณค่าและจรรยาบรรณก็จะปรากฏในองค์การและส่งผลให้องค์การมีชื่อเสียง ได้รับการยกย่องจากบุคคลภายนอก

สรุปได้ว่าองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบนั้น มีความสัมพันธ์กันสามารถสร้างภาพลักษณ์องค์การให้เกิดขึ้นและปรากฏต่อสายตาสาธารณชนได้ โดยที่ภาพลักษณ์องค์การได้ถูกกำหนดโดยการกระทำ ผลงานของผู้ปฏิบัติงานอยู่ในองค์การ ไม่มีใครสามารถรักษาภาพลักษณ์ที่หลอกลวง หรือภาพลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นมาชั่วคราวและไม่เป็นจริงไว้ได้ในระยะเวลานานๆ สุดท้ายของภาพลักษณ์องค์การก็คือ ความเป็นจริง สภาพที่เป็นจริงขององค์การ นอกเหนือไปกว่านั้น สิ่งที่สำคัญที่เป็นไปของภาพลักษณ์องค์การที่ดี คือ ความซื่อสัตย์ขององค์การ จะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจและน่าเชื่อถือในองค์การอย่างแท้จริง

ภาพลักษณ์องค์การจะเปลี่ยนแปลงไปภายในจิตใจของผู้มีส่วนร่วมได้เสียกับองค์การในแต่ละกลุ่ม เช่น ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น เป็นต้น ยิ่งกว่านั้นยังสามารถส่งผ่านจากกลุ่มหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่งได้โดยเฉพาะจากพนักงานไปสู่ลูกค้า มีงานวิจัยหลายชิ้นแสดงให้เห็นถึงบทบาทที่สำคัญของพนักงานต่อการสร้างภาพลักษณ์องค์การ ดังนั้นองค์การจึงความจำเป็นที่ต้องสร้างให้เกิดความมั่นใจว่า พนักงานในองค์การมีภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การอยู่ในจิตใจ

วิรัชต์ แสงดาวฉาย (2531) ได้สรุปองค์ประกอบของภาพลักษณ์ว่ามี 4 ส่วน คือ

องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual component) เป็นสิ่งที่บุคคลจะได้จากการสังเกต

โดยตรง สิ่งที่ถูกสังเกตเห็นนั้นจะเป็นสิ่งนำไปสู่การรับรู้ (Cues) หรือมีสิ่งที่ถูกรับรู้มันเอง ซึ่งอาจเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิด หรือวัตถุสิ่งของต่างๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดล้อมต่างๆ โดยผ่านการรับรู้

1. องค์ประกอบเชิงความรู้ (Cognitive component) ได้แก่ ภาพพจน์ที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะ ประเภท ความแตกต่างของสิ่งต่างๆ ที่ได้จากการสังเกตสิ่งที่ถูกรับรู้

2. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective component) ได้แก่ ภาพพจน์ที่เกี่ยวกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกผูกพัน ยอมรับ หรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ

3. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Conative component) เป็นภาพพจน์ที่เกี่ยวกับความมุ่งหมายหรือเจตนาที่จะเป็นแนวทางปฏิบัติตอบโต้สิ่งเร้านั้นอันเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึก

2. ประเภทของภาพลักษณ์

ประเภทของภาพลักษณ์ แบ่งได้เป็นหลายประเภท ดังนี้

คอตเลอร์ (รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง. 2547; อ้างอิงจาก Kotler. 2000: 2-3) ได้แบ่งประเภทของภาพลักษณ์ เป็น 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product or Service Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์กรหรือตัวธุรกิจ ซึ่งบริษัทหนึ่งๆ อาจมีผลิตภัณฑ์หลายชนิดและหลายยี่ห้อจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด ดังนั้นภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์หรือบริการทุกชนิดและทุกตราที่ยี่ห้อ ภายใต้ความรับผิดชอบของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง

2. ภาพลักษณ์ตราที่ยี่ห้อ (Brand Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งหรือตรา (Brand) ใดตราหนึ่ง หรือเครื่องหมายการค้า (Trademark) ใดเครื่องหมายการค้าหนึ่ง ส่วนมากมักอาศัยวิธีการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย เพื่อปกป้องถึงบุคลิกลักษณะของสินค้า โดยการเน้นถึงคุณลักษณะเฉพาะหรือจุดขาย แม้สินค้ายี่ห้อจะมาจากบริษัทเดียวกัน แต่ก็ไม่จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์เหมือนกัน เนื่องจากภาพลักษณ์ของตราที่ยี่ห้อถือว่าเป็นสิ่งเฉพาะตัว โดยขึ้นอยู่กับกำหนดยี่ห้อตำแหน่งครองใจ (Positioning) ของสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง ที่บริษัทต้องการให้มีความแตกต่าง (Differentiation) จากยี่ห้ออื่น ๆ

3. ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร (Institutional Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อองค์กรหรือสถาบัน ซึ่งเน้นเฉพาะภาพของตัวสถาบันหรือองค์กรเพียงอย่างเดียวไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย ดังนั้น ภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพที่สะท้อนถึงการบริหารและ

การดำเนินงานขององค์กร ทั้งในแง่ระบบบริหารจัดการ บุคลากร (ผู้บริหารและพนักงาน) ความรับผิดชอบต่อสังคม และการทำประโยชน์แก่สาธารณชน

รัตนวดี ศิริทองถาวร (2546: 156) ได้จำแนกภาพลักษณ์ตามลักษณะการเกิดเป็น 2 ทาง คือ

1. ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาตินั้นเป็นภาพลักษณ์ลักษณะใดก็ได้ที่เกิดขึ้นไปตามสภาวะแวดล้อมที่มากกระทบ และเป็นภาพที่เกิดจากการที่ประชาชนทั่วไปได้รับรู้เรื่องราว หรือมีประสบการณ์กับองค์กรตามปกติ หรือตามธรรมชาติ โดยประชาชนจะตีความหมาย และสรุปจากสิ่งที่เขาประสบมา หรือได้ยินมาเกี่ยวกับองค์กรทั้งหมด ไม่ว่าจะ เป็นแบบฉบับในการบริหารงาน บุคลิกภาพของผู้บริหาร การบริการ และอธยาศัยของพนักงาน สินค้าและบริการขององค์กรภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองโดยวิธีนี้ อาจจะมีผิดไปจากความเป็นจริงได้ รวมทั้งความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติของบุคคลแต่ละคนก็แตกต่างกัน ซึ่งจะทำให้มีการตีความแตกต่างกันออกไป

2. ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการปรุงแต่ง เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการที่องค์กรใช้กระบวนการสร้างภาพลักษณ์เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ตามที่องค์กรต้องการ ไม่ว่าจะภาพนั้นจะเป็นสิ่งที่เป็นจริงหรือไม่ก็ตาม โดยการปรุงแต่งนั้นกระทำโดยมีความพยายามที่จะให้องค์กรมีพฤติกรรมที่ดี เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีหรือถ้าประชาชนมีภาพลักษณ์ที่ผิดไปจากสิ่งที่เป็นจริงก็มีการพยายามแก้ไขโดยเผยแพร่เรื่องราวที่ถูกต้องออกไปอย่างสม่ำเสมอเพื่อเป็นการแก้ไขข้อเท็จจริงหรือปรุงแต่งภาพลักษณ์ในทิศทางที่พึงประสงค์นั่นเอง

ในองค์กรต่าง ๆ โดยเฉพาะองค์กรขนาดใหญ่ จะไม่ปล่อยให้ภาพลักษณ์เกิดขึ้นเองโดยวิธีธรรมชาติ เพราะองค์กรเหล่านั้นตระหนักดีกว่า การปล่อยให้เกิดภาพลักษณ์ตามธรรมชาติอาจจะให้ลักษณะที่แท้จริงขององค์กรออกไปไม่ครบถ้วน หรือไม่เป็นระบบ ภาพลักษณ์ที่ออกมาอาจผิดพลาดไปจากความจริงและเกิดความเสียหายต่อองค์กรได้ การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรจึงต้องมีการบริหารที่ดี ซึ่งเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ใช้ในการบริหาร กระบวนการสร้างภาพลักษณ์คือ การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างลักษณะขององค์กร เป็นเรื่องของทำให้ความรู้ (Knowledge) และการให้คุณค่าองค์กร (Value) ในลักษณะที่ถูกกำหนดวางแผนไว้เป็นขั้นตอนอย่างเหมาะสม เพื่อให้ประชาชนมีเป้าหมายเกิดกระบวนการทางความคิดในการสร้างภาพและตีความหมายไปในทางที่องค์กรต้องการ ชลรัตน์ ชลมารค (2546: 21) ได้สรุปประเภทของภาพลักษณ์ได้เป็น 10 ประเภทดังนี้

1. ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple Image) เป็นภาพลักษณ์ขององค์กรหรือหน่วยงานในสายตาของคนทั่วไป ซึ่งมีความแตกต่างกันทั้งทางด้านสังคม ความรู้ ความเชื่อ ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมมีระดับการศึกษา รวมทั้งมีความรู้และประสบการณ์ต่อองค์กรต่าง

2. ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image) เป็นภาพลักษณ์ในปัจจุบัน ตามความเป็นจริงซึ่งเกิดขึ้นมาเองโดยธรรมชาติ หรือโดยเจตนาก็ตาม อาจเป็นภาพลักษณ์เชิงบวกหรือเชิงลบก็ได้

3. ภาพลักษณ์กระจกเงาที่พึงปรารถนา (Mirror Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เปรียบเสมือนการส่องกระจกสะท้อนให้ เป็นภาพตัวเองโดยที่เชื่อเอาเองหรือมองเห็นว่าองค์การเป็นที่ยอมรับของประชาชนทั่วไป

4. ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) เป็นภาพลักษณ์ที่ผู้บริหารหรือบุคลากรในองค์การมีความต้องการให้เกิดขึ้นกับองค์การ สินค้าหรือบริการขององค์การ

5. ภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ (The optimum Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการตระหนักในความจริง และการมีความเข้าใจ การรับรู้ (Perception) ของผู้รับข่าวสาร

6. ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง (Correct and Incorrect Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการตระหนักในความจริง หรือไม่ตรงกับความเป็นจริงก็ได้

7. ภาพลักษณ์องค์การ (Corporate Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เน้นภาพรวมทั้งหมดขององค์การนับตั้งแต่ระบบการบริหารองค์การ สินค้าหรือบริการ ตราของสินค้าขององค์การใดองค์การหนึ่ง โดยมีการบริการ ความมั่นคง การมีบุคลากรที่มีคุณภาพ มีการผลิตที่ทันสมัย มีความรับผิดชอบต่อสังคม และองค์การ

8. ภาพลักษณ์ของสถาบัน (Institution Image) เป็นภาพลักษณ์ที่จะมุ่งมองเฉพาะตัวองค์การหรือ ตัวสถาบันเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย

9. ภาพลักษณ์ของสินค้า หรือบริการ (Product/Service Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากปรุงแต่งให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค เป็นภาพลักษณ์ของสินค้า หรือบริการขององค์การที่เกิดขึ้นในใจของประชาชน ไม่รวมถึงบทบาทหรือพฤติกรรมขององค์การ

10. ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) เป็นภาพลักษณ์ที่แสดงตราสินค้า (Brand) หรือเครื่องหมายการค้า (Trade Mark) หรือสัญลักษณ์ (Logo)

วิรัช อภิรัตน์กุล (2535: 81-82) ได้จำแนกภาพลักษณ์ออกเป็นประเภทสำคัญ ๆ ไว้ 4 ประเภท คือ

1. ภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate Image) คือภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อบริษัท หรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง ภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้ จะหมายรวมไปถึงด้านการบริหาร หรือการจัดการของบริษัทแห่งนั้นด้วย และหมายรวมไปถึงสินค้า ผลิตภัณฑ์ (Product) และบริการ (Service) ที่บริษัทนั้นจำหน่าย ฉะนั้นคำว่าภาพลักษณ์ของบริษัท จึงมีความหมายค่อนข้างกว้าง และยังหมายรวมถึงตัวหน่วยงานธุรกิจ ฝ่ายจัดการและสินค้าหรือบริการของบริษัทนั้นด้วย

2. ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร (Institution Image) คือภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประ

ชาชนที่มีต่อสถาบันหรือองค์กร ซึ่งโดยมากมักจะเน้นไปในด้านสถาบันหรือองค์กรเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย จึงมีความหมายที่แคบลงมา

3. ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ (Product/ Service Image) คือภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้าหรือบริการของบริษัทอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์กร

4. ภาพลักษณ์ที่มีต่อสินค้าตราใดตราหนึ่ง (Brand Image) คือภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชน ที่มีต่อสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง หรือเครื่องหมายการค้าใดการค้าหนึ่ง

สรุปประเภทของภาพลักษณ์ ได้เป็น 3 ประเภทคือ 1. ภาพลักษณ์ของสิ่ง ๆ หนึ่ง (อาจเป็นสินค้า ผลิตภัณฑ์ บริการ สิ่งของ) 2. ภาพลักษณ์ของบุคคล (ดารา นักแสดง นักธุรกิจ นักเรียน) 3. ภาพลักษณ์ขององค์กร หรือ สถาบัน (โรงแรม โรงเรียน มหาวิทยาลัย) หากพิจารณาโครงสร้าง และภารกิจของโรงเรียนเอกชนที่ทำการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งประกอบด้วยสถานที่ สภาพแวดล้อม บุคลากร (ครู อาจารย์ นักเรียน เจ้าหน้าที่ ฯลฯ) ที่มีหน้าที่บริหารและจัดการศึกษาให้เป็นไปตามความต้องการของผู้เรียนและตามหลักสูตรการศึกษา ดังนั้นภาพลักษณ์ของโรงเรียน จะจัดอยู่ในประเภท “ภาพลักษณ์องค์กร”

3. ภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Image)

ภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นภาพรวมทั้งหมดขององค์กรที่บุคคลได้รับรู้ หรือรู้สึกต่อองค์กร จิราภรณ์ สีขาว (2536) ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ขององค์กร ว่าสามารถทำให้สถาบันนั้น หน่วยงานนั้นมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ เชื่อถือศรัทธาจากบุคคลที่เกี่ยวข้องและจะทำให้องค์กร หน่วยงาน สถาบันนั้น ๆ มีความเจริญก้าวหน้าได้ และไพโรจน์ อุลิศ (2547) ยังกล่าวด้วยว่า องค์กรที่มีภาพลักษณ์ที่ดีย่อมเป็นที่ศรัทธาเชื่อมั่นของสาธารณชนทั่วไป ส่งผลให้การสรรหาเป็นไปได้โดยง่าย ในทางตรงกันข้าม องค์กรที่มีภาพลักษณ์ไม่ดี หรือไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป จะส่งผลให้คนไม่นิยมสมัครงานกับองค์กร องค์กรจึงควรสร้างภาพลักษณ์ใหม่ โดยการประชาสัมพันธ์หน่วยงานให้บุคคลทั่วไปได้รู้จักมากขึ้น

รัตนาวดี ศิริทองถาวร (2546: 155-156) ได้กล่าวถึงลักษณะของภาพลักษณ์องค์กรว่ามีลักษณะที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. ภาพลักษณ์เกิดจากความประทับใจภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความประทับใจ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนได้รับ และสิ่งเหล่านี้จะก่อตัวขึ้นเป็นความประทับใจ ซึ่งอาจจะเป็นความประทับใจที่ดีหรือไม่ดีก็ได้ แล้วแต่พฤติกรรมหรือการกระทำของหน่วยงาน เช่น ธนาคารต้องการมีภาพลักษณ์ที่ “ให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกัน” องค์กรหรือธนาคารนั้นจะต้องประพฤติในสิ่งดังกล่าวอย่างเคร่งครัด ซึ่งกลุ่มประชาชนที่เป็นลูกค้า

สามารถประสบได้ด้วยตนเอง หรือได้รับข้อมูลข่าวสารจากผู้อื่นที่มีประสบการณ์เหล่านั้นมา ก็จะทำให้เกิดความประทับใจที่ดี ซึ่งนำไปสู่การมีภาพลักษณ์ที่ดีตรงตามจุดประสงค์ของธนาคาร

2. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้และเปลี่ยนแปลงได้เสมอกล่าวคืออาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ดี เป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ดี หรืออาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ดีมาเป็นภาพลักษณ์ที่ดีได้ อันเนื่องมาจากสภาพการณ์ภายในหรือปัจจัยภายนอกองค์การมากระทบ ดังนั้น องค์การต่าง ๆ จึงจะต้องมีการสำรวจภาพลักษณ์ปัจจุบันขององค์การอย่างสม่ำเสมอ เพื่อจะได้ทราบว่าภาพลักษณ์ขององค์การเป็นอย่างไร และจะได้ส่งเสริม รักษาหรือแก้ไขให้ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การคงอยู่ตลอดไป

3. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่อยู่นิ่งภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ต้องไม่ได้แย้งกับความจริง แต่ภาพลักษณ์จะต้องถูกนำเสนออย่างสอดคล้อง และเป็นไปในทิศทางเดียวกับความจริง นั่นคือ ปรัชญา นโยบายการดำเนินงาน การประพฤติปฏิบัติ รวมทั้งคุณภาพของสินค้าหรือบริการขององค์การ

4. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือภาพลักษณ์เป็นการสร้างภาพในใจของคนเราเกี่ยวกับบุคคล องค์การ สถาบันหรือสิ่งต่าง ๆ ให้มันคงเป็นที่ยอมรับโดยอยู่บนพื้นฐานของความน่าเชื่อถือ การสร้างภาพลักษณ์จะไม่เกิดผลใด ๆ ถ้าไม่มีความน่าเชื่อถือในบุคคล หรือองค์การสถาบันนั้น

5. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจนภาพลักษณ์ถูกสร้างขึ้นจากสิ่งที่เป็นนามธรรมขึ้นเป็นรูปธรรม ซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นการสร้างจินตนาการรูปธรรมเพื่อให้ตอบสนองและดึงดูดใจ และความรู้สึกทางอารมณ์ได้อย่างชัดเจน ต่อกลุ่มประชาชน เช่น โรงแรมแห่งหนึ่งต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่เต็มไปด้วยความหรูหรา สะดวกสบาย การนำเสนอภาพลักษณ์นี้ให้ออกมาเป็นรูปธรรมด้วยภาพของสถานที่ ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกตกแต่ง

6. ภาพลักษณ์จะต้องเป็นสิ่งที่ถูกทำให้ดูง่ายและแตกต่างภาพลักษณ์จะต้องชัดเจน ง่ายต่อการเข้าใจ ง่ายต่อการจดจำ มีความแตกต่าง แต่สื่อความหมายได้ครบถ้วน ตรงตามต้องการ เช่น เครื่องหมาย (Logo) คำขวัญ (Slogan) เป็นต้น ซึ่งก็คือ การสร้างภาพลักษณ์ให้มีเอกลักษณ์ (Identity) ที่โดดเด่นนั่นเอง

ภาพลักษณ์องค์การมีความเกี่ยวข้องกับความประทับใจโดยรวมของแต่ละคนที่มีต่อองค์การ โดย ดร. อภิลักษณ์ วัชรานานนท์ ผู้อำนวยการบริหาร บริษัท คอมมูนิเคชั่น แอนด์ มอร์ จำกัด แบ่งภาพลักษณ์องค์การออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ส่วนที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการ (Functional) ซึ่งหมายถึงลักษณะเฉพาะที่จับต้องได้ขององค์กรทั้งหมดซึ่งสามารถวัดได้ง่าย เช่น รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ อาคารหรือสถานที่ตั้งบริษัท เป็นต้น

2. ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ (Emotional) ที่ประเมินได้ด้วยความรู้สึกและทัศนคติที่

มีต่อองค์กร

ดังนั้นภาพลักษณ์องค์กรจึงเป็นผลรวมของขบวนการที่ถูกค้าได้เปรียบเทียบกับคุณลักษณะต่างๆ ขององค์กรที่มีทั้งความซับซ้อนและไม่หยุดนิ่ง โดยเป็นผลรวมของการปฏิสัมพันธ์ของความเชื่อ ความ คิด ความรู้สึกและความประทับใจของบุคคลต่อองค์กรหรือเรื่องราวขององค์กรซึ่งอยู่ภายในจิตใจของบุคคลนั้น การที่ภาพลักษณ์องค์กรอยู่ในจิตใจของคนแต่ละคนในกลุ่มของผู้มีส่วนได้เสียกับองค์กร (Stakeholders) เราจึงไม่สามารถบริหารภาพลักษณ์ได้โดยตรง

ภาพลักษณ์องค์กรเกิดได้จากหลายแห่งทั้งจากแหล่งข้อมูลข่าวสารที่องค์กรสามารถควบคุมได้ และไม่สามารถควบคุมได้ แหล่งที่องค์กรสามารถควบคุมได้ คือกิจกรรมทางสังคมต่างๆขององค์กร กิจกรรมของพนักงาน สินค้าและบริการ การสื่อสารขององค์กรที่ขยาย ราคา การสนับสนุนการขาย และการจัดจำหน่าย เป็นต้น ส่วนใหญ่แหล่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการสร้างภาพลักษณ์องค์กรมากกว่าแหล่งที่ควบคุมไม่ได้ เช่น การบอกต่อข่าวสารจากคู่แข่งและสิ่งแวดล้อมอื่น เป็นต้น แต่บางงานวิจัยพบว่าในงานบริการการสื่อสารแบบบอกต่อ (Word-of-mouth) นั้นมีอิทธิพลมากกว่าการสื่อสารวิธีอื่น ดังนั้นในความเป็นจริงทุกกิจกรรมที่องค์กรทำหรือไม่ได้ทำล้วนมีผลกระทบโดยตรงกับภาพลักษณ์องค์กรทั้งสิ้น (อภิสิทธิ์ ฉัตรทานนท์. 2548)

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้ แนวคิดของ มล.ชัยวัฒน์ ชยางกูร และ อาจารย์พรทิพย์ พิมลสินธุ์ ในการแบ่งภาพลักษณ์ โรงเรียนต่อการรับรู้ของผู้ปกครอง ดังนี้

1. ด้านสถาบันของโรงเรียน หมายถึง ผลรวมของคุณสมบัติทางกายภาพของโรงเรียน และลักษณะในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านตัวสถาบัน รูปแบบอาคารเรียน ขนาดของโรงเรียน สภาพแวดล้อมในโรงเรียน หลักสูตรการเรียนการสอน
2. การจัดการของโรงเรียน หมายถึง ความสามารถในการจัดการเรียนการสอน และจัดกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียนได้เป็นอย่างดี มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ระเบียบ มีการใช้เทคโนโลยีช่วยในการเรียนการสอน มีการประชุมสัมมนา แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และปรับปรุงพัฒนาโรงเรียนให้ดียิ่งขึ้น
3. ด้านการกระทำหรือกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงเรียน หมายถึง การที่นักเรียน หรือครูของโรงเรียน สามารถสร้างชื่อเสียงหรือกิตติศัพท์ให้กับโรงเรียนในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านกีฬา ด้านวิชาการ ด้านดนตรี ศิลปะ ฯลฯ ซึ่งโรงเรียนเปิดโอกาสให้นักเรียนทุกคนได้แสดงความสามารถของตนเอง
4. ด้านศีลธรรมความดีงามของโรงเรียน หมายถึง ความดีงามหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการดำเนินงาน การบริการ การช่วยเหลือ มีผู้บริหารและบุคลากรครู ซึ่งได้รับการยอมรับ ประเมินคุณค่าและยกย่องจากบุคคลภายนอกว่าดี มีมาตรฐาน ทำให้โรงเรียนมีชื่อเสียง ประกอบด้วยวัฒนธรรมของโรงเรียนซึ่งเป็นการประพฤติปฏิบัติของบุคคลในโรงเรียน อันมี

ผลกระทบต่อบุคคลที่ปฏิบัติงานในโรงเรียน ส่งผลให้โรงเรียนเป็นที่ไว้วางใจในความดีงามและอาจส่งผลถึงการที่ผู้ปกครองนำบุตรหลานเข้ามาสมัครเรียนในโรงเรียนนั้น ๆ

5. ด้านบุคลากรของโรงเรียน หมายถึง ผู้บริหารโรงเรียนมีความสามารถในการจัดการโรงเรียนได้ดีเป็นที่ยอมรับ นับถือ มีทัศนคติที่ดี ครูมีความสามารถในการสอน เป็นแม่แบบที่ดีให้กับนักเรียน พัฒนาปรับปรุงรูปแบบการสอนให้ทันสมัยอยู่เสมอ และนักเรียนของโรงเรียนมีความประพฤติดี ปฏิบัติเป็นไปตามกฎวินัยของโรงเรียน

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ของโรงเรียน คือผลที่เกิดจากความเชื่อถือ การยอมรับ และศรัทธา ที่บุคคลมีต่อโรงเรียน จะเกี่ยวข้องกับความเชื่อคือ ในบุคลากร ผู้บริหาร ครูและเจ้าหน้าที่ เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ ประพฤติดีและปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ ชื่อเสียงของโรงเรียนในด้านใดด้านหนึ่งหรือหลายด้านรวมกัน เช่นด้านวิชาการ กีฬา ดนตรี จริยธรรม ฯลฯ ความเหมาะสมของอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมในโรงเรียน การพัฒนาโรงเรียนจนได้รับรางวัล และการยกย่อง เช่นโรงเรียนรางวัลพระราชทาน โรงเรียนจัดสิ่งแวดล้อมดีเด่น เป็นต้น ส่วนผลของการยอมรับนั้นได้แก่ ผู้ปกครองนิยมส่งบุตรหลานมาศึกษามากขึ้น เพราะเกิดความเลื่อมใสศรัทธา บุคลากรในโรงเรียนเป็นผู้นำในการดำเนินกิจกรรมของชุมชน โรงเรียนมีโครงการที่ดำเนินการร่วมกับผู้ปกครองและชุมชน เกิดความภาคภูมิใจของนักเรียนที่จบจากโรงเรียนแล้วประสบความสำเร็จในการทำงานและการศึกษาต่อ เกิดความประทับใจของนักเรียนและผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียน (วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์. 2546: 33)

ปัจจุบันโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างสูงทั้งในเรื่องของเทคโนโลยี ข่าวสาร และการแข่งขันกันมากขึ้น ส่งผลให้บุคคลมีความคาดหวังต่อคุณภาพของสินค้า หรือบริการที่สูงขึ้น บุคคลมีทางเลือกในการใช้สินค้าและบริการมากขึ้น เพราะสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางตามสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ หรือ อินเทอร์เน็ต (อภิสิทธิ์ ฉัตรทนานนท์. 2548) จึงทำให้องค์กร หรือธุรกิจใช้ภาพลักษณ์องค์กร เข้ามาช่วยสร้างความแตกต่าง เพราะการมีภาพลักษณ์ที่ดีทำให้เพิ่มทรัพย์สิน ให้กับองค์กร หรือธุรกิจ จะเห็นว่า ภาพลักษณ์องค์กรนั้นไม่ใช่เรื่องที่ทำวันเดียวได้ การสร้างภาพลักษณ์ต้องใช้เวลา เพราะภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นทีละน้อย แต่สะสมเพิ่มพูนมากขึ้น จนฝังรากฐานมันคงติดอยู่ในจิตใจและทัศนคติหรือความรู้สึกนึกคิดของบุคคล สอดคล้องกับ วิทยา ด่านธำรงกุล (2544) กล่าวว่า การสร้างภาพลักษณ์ต้องอาศัยเวลาที่ยาวนานสั่งสมกันอย่างต่อเนื่อง และเป็นเรื่องที่ต้องลงมือทำเท่านั้น การสร้างภาพลักษณ์ไม่ใช่การขยันออกมาพูด หรือออกมาให้ข่าวของผู้จัดการ แต่เป็นเรื่องที่ต้องมีพื้นฐานบนข้อเท็จจริง และการปฏิบัติจริงเสมอ ไม่ว่าจะโฆษณาปาวรำ ขยันแจกข่าว หรือจัดกิจกรรมประเภทย่อยเงินบอยขนาดไหน แต่พอลูกค้าซื้อสินค้ามาใช้ หรือไปติดต่อรับบริการแล้วไม่ได้เป็นไปอย่างที่พูดเอาไว้ คนเขาย่อมรู้ได้รู้ฟังว่าที่ต่างๆ มานั้นเป็นแค่ “สร้างภาพ” ไม่ใช่ “สร้างภาพลักษณ์” อย่างแท้จริง และ มล. ชัยวัฒน์ ชayangกูร (2548) ก็ว่าการสร้าง

ภาพลักษณ์องค์กรต้องค่อย ๆ ชัดให้เงา โดยมีการวางแผนในทุกรูปแบบอย่างมืออาชีพ หลายบริษัท อาจจะหาคนช่วยทำ เช่น Outsource เรื่อง PR (การประชาสัมพันธ์) และภาพลักษณ์ให้พวกชำนาญ PR (การประชาสัมพันธ์) ทำ ซึ่งก็เป็นความคิดที่ดี เพราะเขาเหล่านั้นมี Network กับสื่อมากกว่า 10 ปี และมีฐานข้อมูลที่ดีเอามาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อสำคัญการทำประชาสัมพันธ์ เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่ทำ เขาทำให้มีสีสันและการสร้างภาพลักษณ์

การสร้าง “ภาพลักษณ์” เป็นการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่องค์ความรู้ผ่านสื่อต่าง ๆ ไปสู่อุณหภูมิชุมชนอื่น ๆ เช่น ถ้าเป็นองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจ การประชาสัมพันธ์ จะช่วยเพิ่มช่องทางการตลาด สร้างรายได้เพิ่ม หากเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจะทำให้มีผู้เรียนให้ความสนใจ และอาจตัดสินใจเข้าศึกษาที่สถาบันนั้น ๆ หากเป็นองค์ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น การประชาสัมพันธ์จะเป็นการยกย่อง เชิดชูเกียรติแก่ผู้ประกอบการต่าง ๆ ที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ เป็นต้น

การสร้างภาพลักษณ์นี้เป็นหนึ่งในหัวใจของการสร้างพลังชุมชน คือ การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย ต่อการพัฒนาชุมชน หรือแก้ไขปัญหาของชุมชน เกิดผลของการเรียนรู้ คือ พลังความรู้ การตัดสินใจ และความสามารถในการพัฒนาชุมชน หรือสังคมอย่างยั่งยืน และกระทบผลประโยชน์อย่างเป็นระบบ โดยเน้นประชาชนเป็นศูนย์กลาง (พนัส พุกฤษ์สุนันท์ และคณะ. 2547)

องค์กรที่ต้องการจะประสบความสำเร็จได้ ก็ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ต้องทำให้ผู้บริโภคยอมรับ องค์กรนั้น ทั้งภายใน และภายนอกองค์กร โดยองค์กรจำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์ให้เหมาะสม และกำหนดเอกลักษณ์ ด้วยกลยุทธ์ของแต่ละองค์กรเอง ดังนั้นภาพลักษณ์องค์กร ถ้าองค์กรหรือสถาบันนั้น ๆ สร้างมาอย่างดีแล้ว ในองค์กรหรือสถาบันนั้น ๆ ก็จะต้องไม่ลืมที่จะรักษาภาพลักษณ์ที่ดีนั้นไว้ให้คงอยู่คู่กับหน่วยงานตราบนานเท่านาน อย่าให้เป็นเพียงการสร้างภาพชั่วคราวเท่านั้น

การศึกษารับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนนี้ยังได้ใช้กรอบแนวคิด ภาพลักษณ์องค์กร โดยยึดแนวคิดในการเป็น “องค์กรที่ดีของสังคม (Good Corporate)” ด้วย ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ด้านองค์กร ถือว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว หรืออัตลักษณ์ (Identity) ของแต่ละองค์กร ช่วยให้องค์กรมีคุณค่า มีความแตกต่าง หรืออาจมีจุดเด่นที่ชัดเจน และมีภาพในใจก่อให้เกิดการสื่อสาร และบอกกล่าวต่อ ๆ กันไป เช่น ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับ การมีชื่อเสียงของโรงเรียน อาจจะเป็นด้านดนตรี กีฬา ความสามารถด้านการเรียนของนักเรียนในโรงเรียน ความก้าวหน้าทางวิทยาการ เทคโนโลยีของโรงเรียน ความมีจริยธรรม จรรยาบรรณ และความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงเรียน เป็นต้น

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ (Perception)

นิยาม และความหมาย

การรับรู้ (Perception) หมายถึง กระบวนการที่บุคคลแต่ละคนมีการเลือก การประมวลผลและการตีความเกี่ยวกับตัวกระตุ้นออกมาให้ความหมายและได้ภาพของโลกที่มีเนื้อหา (ไซคิชย์ ยะชูศรี. 2547; อ้างอิงจาก Schiffman ;& Kanuk. 1991: 146)

สันติชัย ฉ่ำจิตรชื่น (2547) ให้ความหมายของการรับรู้ (Perception) ว่าเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนการเลือกสิ่งเร้า (selection) การประมวลผลสิ่งเร้า (organization) และการแปลผลตีความสิ่งเร้า (interpretation)

การรับรู้ (Perception) เป็นประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ในขณะที่จินตนาการ (Imagery) นั้นถูกสร้างขึ้นโดยอยู่ในความควบคุมของจิตใจ เป็นจินตภาพ ที่ไม่ได้มีผัสสะเกิดขึ้นจริง โดยปกติแล้วในคนทั่วๆ ไป จะไม่มีความยากลำบากในการแยกสองสิ่งออกจากกัน เช่น ในขณะที่เราจินตนาการถึงอาหารมื้ออร่อย จนถึงแม้ว่าอาจกระตุ้นให้น้ำลายสอได้เหมือนกับการได้เห็นอาหารจริง แต่เราก็มองรับรู้ดีว่าไม่มีอาหารจริงอยู่ต่อหน้าเรา (สันติชัย ฉ่ำจิตรชื่น. 2547)

วราลักษณ์ ธีราโมกซ์ (2533) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ของบุคคลว่า การรับรู้ คือ กระบวนการที่มีการจัดหมวดหมู่และการตีความข้อมูลจากประสาทรับสัมผัสทั้งห้า โดยการรวมกับประสบการณ์ในอดีต

ชุมพร ยงกิตติกุล และคณะ (2529: 48) ได้นิยามศัพท์คำว่า การรับรู้ (Perception) หมายถึง กระบวนการซึ่งสมองได้รับข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมจากอวัยวะรับสัมผัส และสมองใช้วัตถุดิบนี้เพื่อทำความเข้าใจกับสิ่งแวดล้อม คนรับรู้โดยผ่านระบบรับสัมผัส ซึ่งได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง และกล้ามเนื้อ ข่าวสารที่ระบบรับสัมผัสจากสิ่งแวดล้อมจะถูกส่งต่อไปยังสมองเพื่อให้เกิดความรู้สึก เป็นการเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การได้รส ความรู้สึกร้อน หนาว เจ็บปวด ฯลฯ ความรู้สึก (Sensation) เป็นการตอบสนองขั้นแรกสุดของคนเราต่อการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อม สมองจะตีความความรู้สึกต่อไปอีกขั้นหนึ่งเป็นการรับรู้ว่าสิ่งที่เห็นได้ยินหรือรู้สึกคืออะไร กระบวนการรับรู้จึงเป็นการตีความข่าวสารที่สมองได้รับ การตีความนี้ขึ้นกับตัวแปรหลายอย่าง เช่น ประสบการณ์เดิม หรือการเรียนรู้เดิม ความคาดหวังในขณะนั้น ทศนคติ ค่านิยม และสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ของสิ่งเร้าที่เรารับรู้

พัชรี เษยจรรยา (2534: 71) กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับ เป็นกระบวนการเลือกรับสาร การจัดสรรเข้าด้วยกัน และการตีความสารที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง โดยทั่วไปการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจ และมักเกิดตามประสบการณ์ และการสั่งสมทางสังคม การรับรู้จึงเป็นกระบวนการที่เรียนรู้ได้ เด็กเมื่อเกิดมาจะ

สามารถรับรู้สิ่งต่าง ๆ และตอบสนองต่อความรู้สึกเหล่านั้นได้ และยังได้แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารระหว่างมนุษย์ มีทั้งการเลือกเปิดรับการเลือกรับรู้ โดยสามารถแยกออกเป็นพฤติกรรม 3 แบบ คือ

การเลือกเปิดรับ (Selective exposure) หมายถึง การที่คนเรามีแนวโน้มจะเปิดตัวเองให้สื่อสารตามความเห็น และความสนใจของตน และหลีกเลี่ยงไม่สื่อสารในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน

การเลือกรับรู้ (Selective perception) หมายถึง แนวโน้มของคนเราที่จะเปิดรับและตีความ เพื่อให้การสื่อสารนั้นเป็นไปตามความคิดเห็นและความสนใจของตน โดยการบิดเบือนสารให้มีทิศทาง เป็นที่พึงพอใจของตน

การเลือกจดจำ (Selective retention) การเลือกรับรู้มีความเกี่ยวพันกับการเลือกจดจำอย่างเห็นได้ชัด Klapper (1960) กล่าวว่า ความพร้อมที่จะจดจำสารมักเกิดขึ้นแก่คนที่สนใจและพร้อมที่จะเข้าใจและพร้อมที่จะสื่อสารเมื่อไม่สนใจที่จะรับรู้และไม่พร้อมที่จะเข้าใจ

ประมะ สตะเวทิน (2530: 67-68) กล่าวถึงการรับรู้ว่าเป็นกระบวนการตีความหมายสิ่งที่เราพบเห็นในสิ่งแวดล้อม ส่วนความหมายการรับรู้คือ สิ่งที่เกิดจากกระบวนการตีความหมาย กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เราจะให้ความหมายต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับสิ่งที่เรารับรู้สิ่งนั้นอย่างไร ในการรับรู้ความหมายสิ่งที่เราได้พบนั้น เรากระทำได้โดยอาศัยประสบการณ์ของเรา

สรุปได้ว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการแปลความหมายของสิ่งที่เราสัมผัสรับรู้ โดยอาศัยประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม กระบวนการหล่อหลอม และขีดความสามารถ เป็นฐานในการถอดรหัสและตีความ ทั้งนี้ความหมายดังกล่าวยังมีความแตกต่างไปตามสภาวะการรับรู้ของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ขึ้นอยู่กับความสามารถในการรับสาร และตีความที่แตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อม และยังเปลี่ยนแปลงได้เมื่อปัจจัยแห่งการรับรู้เปลี่ยนไป และการที่บุคคลจะมีการรับรู้ได้ดีเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะ ข้อจำกัด วัตถุประสงค์ คุณวุฒิ พัฒนาการ และความสามารถของบุคคลที่มีไม่เหมือนกัน

ส่วนการที่บุคคลจะมีวิธีการรับรู้เช่นไรนั้น จะได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่บุคคลอาศัยอยู่ด้วย บทบาทของบุคคลแต่ละคนหรือความเข้าใจในตนเองในสังคม เช่น ชั้นทางสังคม หรือสถานภาพ และวัฒนธรรมเฉพาะของบุคคลที่มีอยู่จะมีอิทธิพลต่อการรับรู้เกี่ยวกับบุคคล หรือองค์การ สถาบัน การเข้าใจปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างกัน ก็เพื่อที่จะได้สามารถปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับบุคคลแต่ละกลุ่มในสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ

ประเภทของการรับรู้

มุกดา สุขสมาน (2537: 108) กล่าวว่า ความสามารถในการรับรู้พยากรณ์และควบคุมนี้ทำให้คนเราสามารถจะอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างราบรื่น อย่างไรก็ตาม ปัญหาของมนุษย์สัมพันธ์และ

ปัญหาทางสังคมก็ยังมีอยู่ ทั้งนี้เพราะการรับรู้ทางสังคมของมนุษย์ยังคงคลาดเคลื่อนและมีการเปลี่ยนแปลง การรับรู้ทางสังคมนั้นยังไม่ถูกต้อง และได้แบ่งประเภทของการรับรู้เป็น 4 ประเภท ดังจะสรุปได้ดังนี้

1. การรับรู้ความรู้สึกนึกคิดของบุคคล

การรับรู้ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลจะทำได้โดยการรับรู้ทางอารมณ์ เพราะความรู้สึกนึกคิดนั้นไม่สามารถจะมองเห็นได้ นอกจากนั้นยังเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคล อารมณ์หมายถึงความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ เช่น รู้สึกดีใจ เสียใจ ตื่นเต้น รัก เกลียด ชื่นชม อารมณ์ที่เกิดขึ้นกับทุกคน อารมณ์ของเราเองเมื่อเกิดขึ้นเราไม่สามารถรับรู้ได้โดยตรง เรารับรู้ได้เฉพาะพฤติกรรมภายนอก ซึ่งเป็น การแสดงออกของอารมณ์ซึ่งอยู่ภายในใจเท่านั้น การรับรู้อารมณ์เกิดขึ้นได้เนื่องจากการได้รับอิทธิพล มา 2 ทาง คือ

1) จากวิวัฒนาการ เช่น อารมณ์โกรธ ในสิ่งมีชีวิตต่างๆ จะแสดงอารมณ์โกรธมาตาม วิวัฒนาการของสิ่งมีชีวิตเหล่านั้น การแสดงออกของอารมณ์ถูกถ่ายทอดทางพันธุกรรมตามวิวัฒนาการ ของเผ่าพันธุ์ สมาชิกทุกตัวในเผ่าพันธุ์จะมีการแสดงออกของอารมณ์เดียวกัน และมีลักษณะเหมือนกัน เป็นที่รับรู้ได้ วิวัฒนาการของเผ่าพันธุ์ สมาชิกทุกตัวในเผ่าพันธุ์จะมีการแสดงออกของอารมณ์เดียวกัน และมีลักษณะเหมือนกันเป็นที่รับรู้ได้

2) จากวัฒนธรรม การรับรู้อารมณ์จะสามารถกระทำข้ามวัฒนธรรมได้ แต่การรับรู้ก็จะ ถูกจำกัดเฉพาะอารมณ์พื้นฐาน เช่น โกรธ เศร้า ดีใจ กลัว อารมณ์ที่นอกเหนือจากนี้มักไม่ได้รับอิทธิพล จากวัฒนธรรม

2. การรับรู้ลักษณะบุคคล

การรับรู้ลักษณะบุคคลกระทำได้จากการดูจากรูปร่างหน้าตา ลักษณะแขนขา มือเท้า สีผิว ตลอดจนการแต่งกาย เหล่านี้เป็นข้อมูลสำหรับการรับรู้ลักษณะของบุคคล ซึ่งดูได้จากตำราจรลักษณะ บางครั้งจะดูได้จากลักษณะหน้าตาและรูปร่างซึ่งเรียกว่า ปัญจลักษณ์ การรับรู้ลักษณะบุคคลในบาง กรณีก็อาศัยข้อมูลนี้ในการตัดสินใจที่สำคัญๆ เช่น การเลือกคู่สมรส การเลือกผู้ร่วมงาน การสัมภาษณ์ เพื่อคัดเลือกบุคคล นอกจากการรับรู้ลักษณะบุคคลอื่นแล้วมนุษย์ยังมีการรับรู้ตนเองด้วย การรับรู้ ตนเองมีพัฒนาการมาตั้งแต่เป็นทารก เด็กแต่ละคนจะเรียนรู้เกี่ยวกับร่างกายของตน ชื่อของตน สิ่งของ ของตน และที่สำคัญคือ เรียนรู้เกี่ยวกับตนเอง เช่น เพศ อายุ รูปร่าง ความฉลาดรอบคอบ ความเข้าใจ ตนเองในลักษณะนี้เรียกว่า อัตมโนทัศน์ (Self – concept)

3. การรับรู้ภาพพจน์ของกลุ่มบุคคล

ภาพพจน์ หมายถึง มโนภาพของสิ่งต่างๆ ที่เรารับรู้ เป็นภาพที่อยู่ในหัวของเรา และเราสามารถจะบอกลักษณะของภาพเหล่านี้ให้ผู้อื่นทราบได้ด้วย

4. การรับรู้ปรากฏการณ์ทางสังคม

การรับรู้ปรากฏการณ์ทางสังคมเป็นการตีความสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมตามความเชื่อของตนเอง เพื่อให้สามารถเข้าใจและอธิบายสิ่งต่างๆ เหล่านี้ที่เกิดขึ้นในสังคม การรับรู้ปรากฏการณ์ทางสังคมเป็นการตีความในลักษณะที่มีความทั่วไปสูง และถ้าการตีความเหล่านี้มีความสอดคล้องกันอย่างเป็นระบบก็จะกลายเป็นลัทธิความเชื่อ ไม่ว่าจะเป็นลัทธิการเมือง เศรษฐกิจ ศาสนา หรือทฤษฎีทางสังคมศาสตร์ล้วนเป็นการตีความปรากฏการณ์ทางสังคมอย่างเป็นระบบ กระบวนการรับรู้ทางสังคมมีการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้ หากผู้มีการรับรู้ในระดับต่ำกว่าได้มีโอกาสพูดคุยและอภิปรายปัญหาทางสังคมกับผู้มีการรับรู้ในระดับสูงกว่า

โสภา ชูพิกุลชัย (2522: 37-38) ได้แบ่งการรับรู้ของบุคคลออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.) การรับรู้เกี่ยวกับบุคคล เป็นการกระทำซึ่งก่อให้เกิดความประทับใจ ความคิดเห็นหรือความรู้สึกเกี่ยวกับคนอื่นๆ ขึ้น การรับรู้ในระหว่างบุคคลจะบอกให้ทราบถึงการตัดสินหรือผู้รับรู้อาจจะแยกตัวออกจากโลกภายนอกของคนที่ถูกตัดสินหรือถูกรับรู้ เมื่อเป็นเช่นนั้นคนจะตัดสินคนอื่นบนฐานของหลักพื้นฐานต่าง ๆ ซึ่งอาจพบได้ในรูปถ่ายในภาพยนตร์ หรือจากลายมือต่างๆ โดยไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันเพื่อก่อให้เกิดการพิจารณาขึ้น

2.) การรับรู้เกี่ยวกับสังคม นอกจากการรับรู้ที่เกี่ยวกับบุคคลแล้ว ยังมีการรับรู้ที่เกี่ยวกับสังคมซึ่งจะออกมาในรูปแบบทั่ว ๆ ไปมากกว่าการรับรู้เกี่ยวกับบุคคล การรับรู้ทางสังคมจะครอบคลุมถึงการรับรู้ของกระบวนการทางสังคม ตัวการถูกรับรู้ทางสังคมนี้ คือ ความสัมพันธ์ของคนนั้นกับคนอื่น รวมทั้งการรับรู้เกี่ยวกับกลุ่มชนและสถาบันทางสังคมของเขาด้วย จุดสำคัญของการรับรู้ทางสังคม คือ กระบวนการรับรู้ที่แน่นอนนั่นเอง ซึ่งหมายถึงวิธีการที่จะให้ความหมายของสภาวะทางสังคมหรือบุคคลอื่นๆ ซึ่งมามีส่วนเกี่ยวข้อง นักจิตวิทยาสังคมจะให้ความสนใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์กันในระหว่างบุคคลสองคน เพราะวิถีทางซึ่งคนสองคนจะให้ความหมายเกี่ยวกับสภาวะต่างๆ และแต่ละคนก็มีส่วนสำคัญในการที่จะวินิจฉัยตัดสินว่า ทั้งสองจะแสดงพฤติกรรมเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างไรในสถานการณ์นั้น ๆ

ธรรมชาติของการรับรู้และการกระทำที่เกิดจากการรับรู้จะได้ผลกระทบมาจากปัจจัยทางกายภาพและปัจจัยทางความคิดทั้งหลาย สภาพความเป็นจริงของสิ่งที่เราได้รับรู้ไม่ใช่เป็นการตีความของสิ่งนั้น เบนส์ (2547) ได้แบ่งการรับรู้ตามปัจจัยด้านเทคนิคที่สำคัญ ๆ ที่มีผลต่อการรับรู้ได้แก่ (โชคชัย ยะชูศรี. 2547)

1. ขนาด (Size) ปกติสิ่งที่มีขนาดใหญ่จะดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าสิ่งที่มีขนาดเล็ก ฉะนั้นจะเห็นได้ว่า กระบองที่มีขนาดใหญ่กว่า หรือภาพโฆษณาที่มีขนาดใหญ่กว่า หรือร้านค้าที่มีขนาดใหญ่กว่า จึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดผู้บริโภคได้ดีกว่า และในบางครั้งขนาดอาจหมายถึง การมีคุณภาพ

ด้วย คนทั่วไปมักจะคิดว่าร้านค้าที่มีขนาดใหญ่มักจะเป็นร้านค้าที่มีชื่อดีกว่าร้านค้าขนาดเล็ก เช่น มีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และปริมาณสินค้ามากกว่า บริการที่ดีกว่า เป็นต้น

2. สี (Color) สิ่งที่มีสีจะดึงดูดความสนใจและสร้างความประทับใจได้ดีกว่าสีขาว ดำวัตถุใดที่มีสีมักจะรับรู้ได้เร็วกว่า และมักจะจดจำได้ดีกว่า สีสามารถช่วยเพิ่มความสำคัญให้กับส่วนต่างๆ ของวัตถุได้และช่วยในการรับรู้ของผู้บริโภคด้วย การใช้สีอาจพบในป้ายฉลาก เครื่องหมาย ป้ายและการตกแต่งด้านหน้าของร้าน เพื่อเพิ่มอิทธิพลของสีที่มีต่อการรับรู้ของผู้บริโภคได้

3. ความเข้มข้น (Intensity) เสียงดัง ความสว่าง ความสำคัญ และความเด่นชัด ต่างเป็นค่าที่ใช้แสดงถึงความเข้มข้นของวัตถุสิ่งของ ความเข้มข้นที่มีมากกว่า จะดึงดูดและเป็นจุดรวมของความสนใจได้มากกว่าด้วย นอกจากนี้ ความเข้มยังมีผลต่อการจดจำและการเรียนรู้ด้วย

4. การเคลื่อนไหว (Movement) การเคลื่อนไหวเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความสนใจได้ดี การเคลื่อนไหวเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของการโฆษณาทางโทรทัศน์ หรือช่วยในการขาย ณ จุดขาย หรือการแสดงการสาธิตผลิตภัณฑ์ ป้ายเครื่องหมายของร้านค้าที่เคลื่อนไหวได้ จะเรียกความสนใจของผู้บริโภคได้ดีกว่า

5. การวางตำแหน่ง (Position) ตำแหน่งที่ตั้งของวัตถุจะมีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค ผู้บริโภคมักจะซื้อผลิตภัณฑ์ที่ตั้งอยู่ในระดับความสูงที่ช่วงไหล่ บนหิ้งของผลิตภัณฑ์ของร้านค้า และถ้าเป็นตำแหน่งของหน้าหนังสือพิมพ์ก็จะเป็นด้านซ้ายมือ หรือช่วงบนของหน้าจะได้รับความสนใจจากผู้บริโภคมากกว่า ฉะนั้น การเลือกตำแหน่งในการโฆษณาจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการรับรู้และจดจำได้ดี

6. การตัดกัน (Contrast) การตัดกันไม่ว่าจะอยู่ในรูปของสีหรือขนาดจะเพิ่มการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้มากกว่า ซึ่งมักใช้กับการตกแต่งภายในร้านค้า หรือการโฆษณา ตลอดจนการออกแบบการบรรจุภัณฑ์ ป้ายฉลากของสินค้า

7. ความโดดเดี่ยว (Isolation) ความโดดเดี่ยวสามารถใช้ให้เกิดความสนใจและอิทธิพลต่อการรับรู้ด้วย แม้ว่าสิ่งที่ใช้ความโดดเดี่ยวจะมีขนาดเล็กก็ตาม เช่น การโฆษณารถไฟใต้ดินในอิตาลีที่ประสบความสำเร็จอย่างมาก

สรุปว่า ประเภทของการรับรู้มีหลายประเภท ขึ้นอยู่กับว่าจะแบ่งประเภทการรับรู้ นั้น ๆ ตามลักษณะ ปัจจัยด้านใด อาจสรุปประเภทของการรับรู้ได้เป็น 1. การรับรู้ต่อตัวบุคคล ซึ่งเป็นการกระทำที่ก่อให้เกิดความรู้สึก นึกคิด ความประทับใจต่อบุคคล 2. การรับรู้ต่อสังคม องค์กร เป็นการรับรู้ในภาพรวมกว้างกว่าการรับรู้ต่อบุคคล ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงการรับรู้ของผู้ปกครองต่อภาพลักษณ์ ของโรงเรียนเอกชน จะใช้ประเภทการรับรู้ทางสังคม คือ รับรู้ต่อโรงเรียนเอกชนเป็นเกณฑ์

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้

มีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ คือ ทฤษฎีเกสทอลต์ (Gestalt psychology) เกิดขึ้นจากนักจิตวิทยาชาวเยอรมัน 3 คน คือ แมกซ์ เวอร์ไทเมอร์ (Max Wertheimer) , คูร์ท คอฟคา (Kurt Koffka) และ โวล์ฟกัง โคห์เลอร์ (Wolfgang Kohler) เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงการรับรู้โลกทางวัตถุของมนุษย์ในทางจิตวิทยา ซึ่งอธิบายว่า “การรับรู้ทั้งหมดจะแตกต่างไปจากผลบวกของการรับรู้ในส่วนย่อยๆ” (มุกดา สุขสมาน. 2537: 98) เช่น ภาพการแปรอักษรบนฉัตรจันทร์ของสนามศุภชลาศัย ซึ่งประกอบด้วยกระดาษหรือผ้ารูปสี่เหลี่ยมสีต่าง ๆ กัน มาเรียงเป็นจำนวนนับพัน แต่ผู้ดูมิได้แยกรับรู้กระดาษแต่ละแผ่นหรือผ้าแต่ละผืนนั้น แต่รับรู้ทั้งหมดที่รวมออกมาเป็นภาพ (มุกดา สุขสมาน. 2537: 102) ที่ถูกแปลเป็นอักษรหรือภาพนั้น ๆ เช่น ภาพธงชาติไทย หรือคำว่า สวัสดิ์ เป็นต้น ภาพที่ถูกรับรู้ตามทฤษฎีนี้ สรุปตามแนว Dr. Nada Dabbagh (1999) ได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. Proximity (ความใกล้ชิด) คือ ส่วนประกอบที่มีแนวโน้มในกลุ่มเดียวกันจะร่วมรับรู้เป็นหน่วยเดียวกัน

2. Similarity (ความคล้ายคลึงกัน) คือ สิ่งที่เหมือนกัน คล้ายกันในบางความคาดหวัง มีแนวโน้มอยู่ในกลุ่มเดียวกัน

3. Closure (การปิด) คือ สิ่งที่เป็นกลุ่มเดียวกัน อาจจะมีแนวโน้มเป็นสิ่งที่มียู่อ้างอิงที่สมบูรณ์

4. Simplicity (ความง่าย ไม่สลับซับซ้อน) คือ สิ่งที่จะเป็นองค์ประกอบในลักษณะง่าย ๆ ราบรื่น สม่่าเสมอ

สรุปว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการในการตีความหมายจากสิ่งที่ได้รู้ ได้เห็น ได้ยิน ได้สัมผัส โดยอาศัยความรู้ และประสบการณ์เดิม ตลอดจนทัศนคติ ค่านิยม และสิ่งแวดล้อม โดยแต่ละคนอาจรับรู้ในสิ่งเดียวกันไม่เหมือนกันก็ได้

5. งานวิจัยเกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

จิตลาวัฒน์ บุณนา (2539: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีวัตถุประสงค์ความคิดเห็นของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเอกชน ทั้งนี้โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์มาเป็นกรอบสำคัญ ผลการวิจัยพบว่าภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอยู่ในระดับดีหรืออาจเรียกว่ามหาวิทยาลัยเอกชนมี

ภาพลักษณ์เชิงบวกเฉลี่ย 3.53 โดยที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายร้อยละ 54.6 ไม่สนใจที่จะเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน แต่ทั้งนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเอกชนร้อยละ 45.4 ให้เหตุผลดังนี้คือ สอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐไม่ได้ สามารถเลือกคณะได้ตามความต้องการหรือสนใจและสาขาวิชาที่ศึกษามีคุณภาพดีเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่นตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่า ภาพลักษณ์ที่เด่นที่สุดของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายคือ มหาวิทยาลัยเอกชนมีการดำเนินงานร่วมกับมหาวิทยาลัยต่างชาติที่มีชื่อเสียง รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยเอกชนมีอุปกรณ์การเรียนการสอน อุปกรณ์การปฏิบัติการอย่างเพียงพอ ฯลฯ สำหรับภาพลักษณ์ที่ด้อยที่สุด หรือเรียกได้ว่าเป็นภาพลักษณ์ในเชิงลบคือการเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัยเอกชน

สุวรรณา แซ่เฮ้ง (2542: 23-30) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตามทัศนะของอาจารย์และนิสิต คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตามทัศนะของอาจารย์และนิสิตคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในด้านต่าง ๆ 7 ด้าน คือ ด้านหลักสูตรอักษรศาสตร์ การจัดการเรียนการสอน คุณลักษณะของอาจารย์อักษรศาสตร์ คุณลักษณะของนิสิตอักษรศาสตร์ การบริการสังคม การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นอาจารย์และนิสิตคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในภาคต้นปีการศึกษา 2541 จำนวน 1,076 คน แบ่งเป็นอาจารย์จำนวน 133 คน นิสิตระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา จำนวน 943 คน ผลการวิจัยพบว่า 1. อาจารย์และนิสิตคณะอักษรศาสตร์ มีทัศนะต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยรวมทั้ง 7 ด้านอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า อาจารย์และนิสิตมีทัศนะต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ในระดับดีทุกด้าน ยกเว้นด้านคุณลักษณะของนิสิตอักษรศาสตร์ ซึ่งอาจารย์และนิสิตคณะอักษรศาสตร์มีทัศนะในระดับปานกลาง 2. ทัศนะของอาจารย์ที่มีต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามประสบการณ์การสอน ปรากฏผลคือ อาจารย์ที่มีประสบการณ์การสอนแตกต่างกันมีทัศนะต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในแต่ละด้านและโดยรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน 3. ทัศนะของอาจารย์ที่มีต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามคุณวุฒิ ปรากฏผลคือ อาจารย์ที่มีคุณวุฒิแตกต่างกัน มีทัศนะต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในแต่ละด้านและโดยรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน 4. ทัศนะของอาจารย์ที่มีต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามภาควิชา ปรากฏผลคือ อาจารย์ที่สังกัดภาควิชาต่างกัน มีทัศนะต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในแต่ละด้านและโดยรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นในด้าน

หลักสูตรอักษรศาสตร์ อาจารย์ที่สังกัดภาควิชาต่างกันว่าทัศนคติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 5. ทัศนคติของนิสิตที่มีต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามชั้นปี ปรากฏผลคือ นิสิตที่มีชั้นปีต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในแต่ละด้านและโดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นในด้านคุณลักษณะของอาจารย์อักษรศาสตร์ นิสิตที่มีชั้นปีต่างกัน มีทัศนคติไม่แตกต่างกัน 6. ทัศนคติของนิสิตที่มีต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสม ปรากฏผลคือ นิสิตที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในแต่ละด้านและโดยรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน 7. ทัศนคติของนิสิตที่มีต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามภาควิชา ปรากฏผลคือ นิสิตที่เรียนในภาควิชาต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในแต่ละด้านโดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ชมแข พงษ์เจริญ (2542: บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาการมีส่วนร่วมและความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อการปฏิบัติตามระเบียบของนักเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดนนทบุรี การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมและความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อการปฏิบัติตามระเบียบของนักเรียน ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดนนทบุรี ในด้านการแต่งกาย ความประพฤติ และการลงโทษ จำแนกตามอาชีพ ระดับการศึกษา เขตที่อยู่อาศัย เชื้อชาติ และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองกับลูก กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ผู้ปกครองนักเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดนนทบุรี ปีการศึกษา 2541 จำนวน 445 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า มีค่าความเชื่อมั่น 0.96 สถิติที่ใช้ คือ ค่าสถิติพื้นฐาน t-test และ One-Way ANOVA ผลการวิจัยสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมของผู้ปกครองที่มีต่อกิจกรรมของโรงเรียนในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดนนทบุรี ผู้ปกครองส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในกิจกรรมโรงเรียน มีการเข้าร่วมประชุมที่โรงเรียนจัดขึ้นเกือบทุกครั้ง ส่วนกิจกรรมด้านอื่นๆ ที่โรงเรียนจัดขึ้น ผู้ปกครองนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมเป็นบางครั้ง ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อการปฏิบัติตามระเบียบของนักเรียน ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดนนทบุรี ผู้ปกครองนักเรียนไม่เห็นด้วยกับนักเรียนที่มีพฤติกรรมด้านการแต่งกาย และด้านความประพฤติที่ผิดจากระเบียบของโรงเรียน เห็นด้วยที่โรงเรียนลงโทษนักเรียนตามระเบียบของโรงเรียน ผู้ปกครองนักเรียนที่มีอาชีพ ระดับการศึกษา เขตที่อยู่อาศัย เชื้อชาติ และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองกับลูก มีส่วนร่วมและความคิดเห็นต่อการปฏิบัติตามระเบียบของนักเรียนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

มะลิวัลย์ ศิริวรรณ (2542: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์และการให้บริการแก่ชุมชนของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 12 โดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาภาพลักษณ์และการให้บริการแก่ชุมชนของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 12 เปรียบเทียบภาพลักษณ์และการให้บริการแก่ชุมชน จำแนกตามกลุ่มคณะกรรมการโรงเรียน และผู้บริหารสังกัดอื่น และหาความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์และการให้บริการชุมชนของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 12 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้า คือ คณะกรรมการโรงเรียนมัธยมศึกษา จำนวน 130 คน และผู้บริหารสังกัดอื่นจำนวน 125 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีแบ่งชั้น โดยใช้สถานภาพเป็นเกณฑ์ในการแบ่งชั้น เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า คือ แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ คะแนนเฉลี่ยค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

สรุปผลดังนี้ 1) ภาพลักษณ์ของโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 12 อยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ระบบการบริหารงาน นักเรียนและศิษย์เก่าของโรงเรียน และบุคลากร เมื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์โดยจำแนกตามสภาพพบว่า แตกต่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 2) การให้บริการแก่ชุมชนของโรงเรียนมัธยมศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านการจัดการศึกษาสายสามัญ ด้านการส่งเสริมอาชีพและรายได้พิเศษและเมื่อเปรียบเทียบการให้บริการแก่ชุมชน โดยจำแนกตามสถานภาพ พบว่า แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ 3) ภาพลักษณ์และการให้บริการแก่ชุมชนของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 12 มีความสัมพันธ์ในระดับสูง

วิกัญญา เจนสุริยะกุล (2545: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาลักษณะการรับรู้ภาพลักษณ์โลกรอบตัวอย่างถูกต้องของนักเทคโนโลยีการศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาสังกัดทบวงมหาวิทยาลัย โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการรับรู้ภาพลักษณ์โดยรอบตัวอย่างถูกต้องของนักเทคโนโลยีการศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา สังกัดทบวงมหาวิทยาลัยกับตัวแปรคัดสรรด้านลักษณะส่วนตัวด้านสถานภาพในหน่วยงานและด้านลักษณะการสื่อสาร และศึกษาตัวแปรคัดสรรที่ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของลักษณะการรับรู้ภาพลักษณ์โลกรอบตัวอย่างถูกต้องของนักเทคโนโลยีการศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา สังกัดทบวงมหาวิทยาลัย กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยได้แก่ นักเทคโนโลยีการศึกษาจำนวน 617 คนที่ปฏิบัติงานในปีการศึกษา 2543 ในสถาบันอุดมศึกษาสังกัดทบวงมหาวิทยาลัย 24 แห่งผลวิจัยพบว่า (1) นักเทคโนโลยีการศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา สังกัดทบวงมหาวิทยาลัยมีลักษณะการรับรู้ภาพลักษณ์โลกรอบตัวอย่างถูกต้องอยู่ในระดับมากและลักษณะย่อยที่พบ 3 อันดับแรกคือ 1) ยินดีให้ความรู้เรื่องด้วยความจริงใจเมื่อเพื่อนร่วมงานมีปัญหาและขอ

ความรู้ 2) รับผิดชอบหาทางแก้ไขเมื่อทำงานผิดพลาด และ 3) เมื่อปฏิบัติงานผิดพลาดจะนำมาวิเคราะห์ถึงสาเหตุของข้อผิดพลาดนั้นโดยทันที (2) ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการรับรู้ภาพลักษณะโลกรอบตัวอย่างถูกต้องกับตัวแปรคัดสรรพบความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 จำนวน 21 ตัว 3 อันดับได้แก่ 1) การแจ้งเป้าหมายของศูนย์เทคโนโลยีการศึกษา 2) การแจ้งนโยบายของศูนย์เทคโนโลยีการศึกษา 3) การร่วมกันแก้ปัญหาในการปฏิบัติงาน และพบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 11 ตัว 3 อันดับแรกได้แก่ 1) ตำแหน่งฝ่ายบริการ 2) หน้าที่ให้บริการยืมคืนสื่อการสอน 3) หน้าที่ผลิตสื่อกราฟฟิกพื้นฐาน (ด้วยมือ) (3) การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบปกติมีตัวแปรที่สามารถอธิบายลักษณะการรับรู้ภาพลักษณะโลกรอบตัวอย่างถูกต้องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จำนวน 47 ตัว โดยตัวแปรทั้งหมดที่พบสามารถอธิบายความแปรปรวนของลักษณะการรับรู้ภาพลักษณะโลกรอบตัวอย่างถูกต้อง ได้ร้อยละ 41.14 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเพิ่มตัวแปรเป็นขั้นมีตัวแปรที่สามารถอธิบายลักษณะการรับรู้ภาพลักษณะโลกรอบตัวอย่างถูกต้องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จำนวน 12 ตัวได้แก่ 1) การแจ้งเป้าหมายของศูนย์เทคโนโลยีการศึกษา 2) หน้าที่ให้คำปรึกษาด้านเทคนิค 3) ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีที่เกี่ยวข้องกับสาขาอุตสาหกรรมศึกษา 4) การเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับงาน

วสันต์ ชนวัฒน์ (2544: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ภาพลักษณะโลกรอบตัวของนักเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขตการศึกษาที่ 11 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบภาพลักษณะโลกรอบตัวของนักเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขตการศึกษาที่ 11 ตามความคิดเห็นของบุคลากรทางการศึกษา ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียน คณะกรรมการการโรงเรียนและครูอาจารย์โรงเรียนเอกชน ปีการศึกษา 2543 ได้มาโดยสุ่มแบบแบ่งชั้น เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม ภาพลักษณะโลกรอบตัวของนักเรียนเอกชน ประเภทอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขตการศึกษา 11 ตามกรอบแนวคิด 6 ด้าน ด้านกายภาพ ด้านบริหาร การจัดการ ด้านบุคลากร ด้านวิชาการ ด้านความสัมพันธ์ชุมชน และด้านประชาสัมพันธ์ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า จำนวน 60 ข้อ มีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ตั้งแต่ 0.28 ถึง 0.71 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.91 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ร้อยละค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) ผลการศึกษาพบว่า 1) บุคลากรโดยรวมและจำแนกตามสถานภาพและขนาดโรงเรียน เห็นว่าโรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขตการศึกษาที่ 11 มีภาพลักษณะอยู่ในระดับดี ยกเว้นบุคลากรโรงเรียนขนาดเล็ก เห็นว่า โรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณะด้านกายภาพอยู่ในระดับพอใช้ 2) โรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษาสังกัดสำนักงานการศึกษาเอกชนเขตการศึกษา

11 โดยรวมมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนรายคู่อื่นๆไม่แตกต่างกัน 3) บุคลากรในโรงเรียนขนาดต่างกัน เห็นว่า โรงเรียนเอกชนประเภทอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงาน คณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขตการศึกษา 11 มีภาพลักษณ์โดยรวมและเป็นรายด้าน 4 ด้าน ไม่แตกต่างกันแต่บุคลากรในโรงเรียนขนาดใหญ่เห็นว่า โรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ด้านกายภาพและด้านบริหารจัดการดีกว่าบุคลากรในโรงเรียนขนาดกลางและขนาดเล็ก และบุคลากรในโรงเรียนขนาดกลางเห็นว่า โรงเรียนขนาดกลางมีภาพลักษณ์ 2 ด้านดังกล่าวดีกว่าบุคลากรโรงเรียนขนาดเล็กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) ปัญหาการปฏิบัติงานในโรงเรียนเอกชน ประเภทอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงาน คณะกรรมการการศึกษาเอกชน เขตการศึกษา 11 ที่สำคัญได้แก่ อาคารเรียน อาคารประกอบไม่ครบและไม่สอดคล้องกับหลักสูตรที่เปิดสอน ขาดการบำรุงรักษาอาคารเรียน อาคารประกอบให้อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี ระบบการเลื่อนขั้นเงินเดือนของบุคลากรยังไม่เหมาะสมและเป็นธรรม ไม่กำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรให้ชัดเจนบุคลากรไม่มีส่วนร่วมในการวางแผนการบริหารโรงเรียน ขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์และพัฒนาหลักสูตร ขาดการจัดกิจกรรมร่วมกันระหว่างบ้านกับโรงเรียน ชุมชน อย่างต่อเนื่อง ขาดการวางแผนด้านประชาสัมพันธ์โรงเรียนอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

เสาวลักษณ์ ตันติพิบูลทรัพย์ (2545: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ภาพลักษณ์โรงเรียนตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนบวรรัตนศาสตร์ ผลการวิจัย พบว่า ภาพลักษณ์โรงเรียนตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนบวรรัตนศาสตร์ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียนในปกครอง และอาชีพของผู้ปกครอง โดยรวมอยู่ในระดับ ดี

ผลการเปรียบเทียบ ภาพลักษณ์โรงเรียนตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียน โรงเรียนบวรรัตนศาสตร์ จำแนกตามระดับชั้นของนักเรียนในปกครอง ทั้งโดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์โรงเรียนตามการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนบวรรัตนศาสตร์ จำแนกตามอาชีพของผู้ปกครอง ได้แก่ อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ นักธุรกิจและอาชีพเกษตร/รับจ้าง พบว่า โดยรวมและรายคู่ ระหว่างผู้ปกครองอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ กับผู้ปกครองอาชีพเกษตร/รับจ้าง ผู้ปกครองอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจกับผู้ปกครองอาชีพนักธุรกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ชลรัตน์ ชลमारค (2546: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง โดยใช้แบบสอบถาม ถามผู้ปกครองโรงเรียนเอกชน 398 คน จาก 69 โรงเรียน แบ่งเป็น 4 องค์ประกอบคือ บุคลิกภาพของโรงเรียน ชื่อเสียงของโรงเรียน เอกลักษณ์

ของโรงเรียน และคุณค่าของโรงเรียน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยคือ 1. ผู้ปกครองโรงเรียนประถมศึกษา และมัธยมศึกษาเอกชน มีความเห็นต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างบวก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าผู้ปกครองมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีในระดับค่อนข้างบวกทุกด้าน ยกเว้นด้านเอกลักษณ์ของโรงเรียน เรื่องความโดดเด่นในโรงงานฝีมือศิลปหัตถกรรมอยู่ในระดับปานกลาง 2. ผู้ปกครองโรงเรียนประถมศึกษา มีความเห็นต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างบวก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ผู้ปกครองมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีในระดับค่อนข้างบวกทุกด้าน ยกเว้นด้านบุคลิกภาพของโรงเรียน เรื่องสนามกีฬาและบริเวณโรงเรียน และด้านเอกลักษณ์ของโรงเรียนเรื่องความโดดเด่นในงานฝีมือ อยู่ในระดับปานกลาง 3. ผู้ปกครองโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชน มีความเห็นต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างบวก เมื่อพิจารณาพบว่าผู้ปกครองมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีในระดับค่อนข้างบวกทุกด้าน ยกเว้นด้านเอกลักษณ์ของโรงเรียนเรื่องความโดดเด่นในงานฝีมือศิลปหัตถกรรมอยู่ในระดับปานกลาง

สุจินดา อยู่ยงสินธุ์ (2547: บทคัดย่อ). ได้ทำการวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ต่อการเปิดหลักสูตรบริหารธุรกิจปริญญาโท MBA นานาชาติในทัศนะของผู้จบปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร ผลวิจัยพบว่า (1). เพศ, อายุ, ประสบการณ์ทำงาน ลัทธิฐานที่จบการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อแรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และรายได้มีผลต่อแรงจูงใจในการเลือกศึกษาต่อหลักสูตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒแตกต่างกัน โดยแรงจูงใจในการด้านการพัฒนาตนเองแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .01 แรงจูงใจในด้านอาชีพแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (2)กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตศรีนครินทรวิโรฒโดยรวมในระดับน้อย – ปานกลาง โดยสื่อที่กลุ่มตัวอย่างได้รับปารกลางคือ จากบุคคลใกล้ชิด ในขณะที่สื่อทางหนังสือพิมพ์, เอกสารเผยแพร่, อินเทอร์เน็ต, ป้ายผ้าโฆษณา เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารน้อย (3) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ กับภาพลักษณ์ของมหาบัณฑิตศรีนครินทรวิโรฒหลักสูตรบริหารธุรกิจปริญญาโท MBA นานาชาติในทัศนะของผู้เรียนจบปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ถ้ากลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารจากโครงการฯ มากขึ้นก็จะรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์โดยรวมของมหาบัณฑิตศรีนครินทรวิโรฒหลักสูตรบริหารธุรกิจปริญญาโท MBA นานาชาติที่ดีขึ้นด้วย โดยมีระดับความสัมพันธ์ดังนี้ 1) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวม กับภาพลักษณ์ด้านข้อเท็จจริงของ

โครงการมีระดับน้อยที่สุด และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวม กับ ภาพลักษณ์ด้านการเป็นที่ยอมรับ คุณลักษณะของสถาบันโครงการที่มีระดับน้อยที่สุด และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ กับ ภาพลักษณ์ด้านการก้าวไปสู่การเป็นมหาวิทยาลัยระดับโลกของโครงการมีระดับน้อยที่สุด และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ยกเว้นทางหนังสือพิมพ์ที่มีความสัมพันธ์ในระดับน้อยและมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวม กับ ภาพลักษณ์ด้านการเป็นที่ยอมรับในการเป็นองค์กรเพื่อสังคมของโครงการมีระดับน้อยที่สุด และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ กับ ภาพลักษณ์ด้านคุณลักษณะของมหาบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจ MBA มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒมีระดับน้อยที่สุด และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ยกเว้นสื่อทางหนังสือพิมพ์ที่มีความสัมพันธ์ระดับน้อยและมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

6) ภาพลักษณ์ด้านการให้บริการแก่ผู้มาติดต่อนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับการที่กลุ่มตัวอย่างจะได้รับสื่อจาก เอกสารเผยแพร่, อินเทอร์เน็ต, บุคคลใกล้ชิด และป้ายผ้าโฆษณาเลยด้วยเหตุนี้จึงควรให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ข่าวสารจากโครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจ ม.ศ.ว. ไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างๆ เพิ่มมากขึ้นด้วย

(4) ภาพลักษณ์ของโครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA นานาชาติมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (ทั้งด้านข้อเท็จจริง และ ด้านการเป็นที่ยอมรับ 6 ด้าน) ในทัศนะของผู้เรียนจบปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านการเป็นที่ยอมรับในคุณลักษณะของสถาบันที่กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นว่ายู่ในระดับดี

(5) ภาพลักษณ์ของโครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA นานาชาติมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในทัศนะของผู้เรียนจบปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจในเลือกศึกษาต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจ นานาชาติ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จากการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ภาพลักษณ์ซึ่งแบ่งเป็นทั้งสิ้น 7 ด้าน ได้แก่ ด้านข้อเท็จจริง, ด้านการเป็นที่ยอมรับคุณลักษณะของสถาบัน, ด้านการก้าวไปสู่การเป็นมหาวิทยาลัยในระดับโลก, ด้านความเป็นที่ยอมรับในการเป็นองค์กรเพื่อสังคม, ด้านคุณลักษณะของมหาบัณฑิตหลักสูตร MBA ม.ศ.ว. ด้านประสิทธิภาพในการให้บริการแก่ผู้มาติดต่อนั้น ไม่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในทัศนะของกลุ่มตัวอย่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

(6) แรงจูงใจที่มีต่อการเลือกศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ – นานาชาติ ด้านการพัฒนาตนเอง ด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจเลือกศึกษาโครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA นานาชาติ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิ

โรธม พบว่าแรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองและด้านอาชีพ จะเป็นปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้ม ตัดสินใจเลือกศึกษาโครงการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MBA นานาชาติ ของมหาวิทยาลัยศรี นครินทรวิโรฒ และแรงจูงใจที่มีต่อการเลือกศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ – นานาชาติ ด้านการพัฒนา ตนเอง ด้านอาชีพ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มการตัดสินใจที่ระดับความสัมพันธ์น้อยที่สุด และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ภัทธิรา ยะสวัสดิ์ (2549: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์โรงเรียนมัธยมวัดธาตุทอง โดยมีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาภาพลักษณ์โรงเรียนมัธยมวัดธาตุทอง ใน 4 ด้าน ได้แก่ กิจกรรม บุคลากร นักเรียน และวัสดุอุปกรณ์ ตามความคิดเห็นของนักเรียน ผู้ปกครอง และครู พบว่า ภาพลักษณ์โรงเรียนมัธยมวัดธาตุทอง ตามความคิดเห็นของนักเรียน ผู้ปกครอง และครู โดยรวมอยู่ใน ระดับ มาก ผู้ปกครองที่มีวุฒิทางการศึกษาต่างกัน และครูที่มีประสบการณ์การสอนต่างกัน ไม่แตกต่างกัน เมื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์โรงเรียนมัธยมวัดธาตุทองโดยรวมตามความคิดเห็นของ นักเรียน ผู้ปกครอง และครู พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยภาพลักษณ์ตาม ความคิดเห็นของผู้ปกครองสูงกว่าตามความคิดเห็นของนักเรียน

วรินทร์ วิมุติสุนทร. (2550: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่องภาพลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต ภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ตามการรับรู้ของมหาบัณฑิต และนิสิตปริญญาโท มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาภาพลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยศรี นครินทรวิโรฒ ตามการรับรู้ของ มหาบัณฑิตและนิสิตปริญญาโท ในด้านต่างๆ คือด้านคณาจารย์ ผู้สอนทั้งผู้สอนภายในและภายนอก หลักสูตรการเรียนการสอน คุณลักษณะของมหาบัณฑิตและนิสิต สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าใช้จ่าย เจ้าหน้าที่ และด้านการบริการตลอดจนศึกษา ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือผู้ที่ เป็นศิษย์เก่าและ ศิษย์ปัจจุบัน ของหลักสูตรมหาบัณฑิต ภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำนวน 350 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิงสถานภาพโสดมีอายุระหว่าง 25-35 ปี มีอาชีพ พนักงาน บริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ประสบการณ์ทำงาน มากกว่า 7 ปีขึ้นไป สถาบันที่จบการศึกษาระดับปริญญา ตรีส่วนใหญ่จบจากสถาบันการศึกษาของรัฐ หลักสูตรที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นหลักสูตร MBA สาขาการ จัดการ

2) พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหลักสูตรบริหารธุรกิจ ภาคพิเศษ มศว ของศิษย์เก่า และ ศิษย์ที่กำลังศึกษาหลักสูตร MBA X-MBA ภาคพิเศษ มศว จากสื่อต่างๆ โดยรวมทุกสื่อพบว่าอยู่ระดับ นานครั้ง

3) การรับรู้ ของศิษย์เก่า และศิษย์ที่กำลังศึกษาหลักสูตร MBA X-MBA ภาคพิเศษ มศว ที่มีต่อภาพลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทั้ง 8 ด้าน อยู่ในระดับดีทุกด้านเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านค่าใช้จ่ายด้านเจ้าหน้าที่และด้านบริการอยู่ในระดับปานกลาง

4) การรับรู้ของศิษย์เก่า และศิษย์ที่กำลังศึกษาหลักสูตร MBA X-MBA ภาคพิเศษ มศว ที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับดีทุก ๆ ด้าน

5) แนวโน้มพฤติกรรมของศิษย์เก่า และศิษย์ที่กำลังศึกษาหลักสูตร MBA X-MBA ภาคพิเศษ มศว ที่มีต่อภาพลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาคพิเศษ มศว ด้านการแนะนำผู้อื่นเข้ารับการศึกษาคือ ด้านความมั่นใจว่ามหาบัณฑิตที่จบหลักสูตร จะได้รับการยอมรับจากผู้อื่น ด้านความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้เข้าศึกษา และหากเปิดสอนระดับปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจจะเลือกศึกษาต่อ มศว เป็นแห่งแรก พบว่ามีแนวโน้มพฤติกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก

6) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

(6.1) อายุ ประสบการณ์ทำงาน สถาบันที่จบการศึกษา และหลักสูตรที่ศึกษาของศิษย์เก่า และศิษย์ปัจจุบัน หลักสูตร MBA X-MBA แตกต่างกัน พบว่ามีแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาคพิเศษ มศว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

(6.2) พฤติกรรมการเปิดรับ ข่าวสาร จากหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาคพิเศษ มศว ของศิษย์เก่า และศิษย์ปัจจุบัน หลักสูตร MBA X-MBA จากสื่อเอกสารเผยแพร่/แผ่นพับ และสื่ออินเทอร์เน็ต พบว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และสื่อจากเพื่อน /เพื่อนร่วมงานพบว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมากและมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

(6.3) ภาพลักษณ์หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาคพิเศษ มศว โดยรวมพบว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน กับแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาคพิเศษ มศว ด้านการแนะนำผู้อื่นเข้าศึกษาคือ ด้านความมั่นใจว่ามหาบัณฑิตที่จบหลักสูตร จะได้รับการยอมรับจากผู้อื่น ด้านความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้เข้าศึกษา และหากเปิดสอนระดับปริญญาเอกหลักสูตรบริหารธุรกิจ จะเลือกศึกษาต่อ มศว เป็นแห่งแรกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

(6.4) ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ด้านคุณลักษณะของสถาบัน พบว่ามีความสัมพันธ์ ระดับต่ำ กับแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาคพิเศษ ด้านการแนะนำผู้อื่นเข้าศึกษาคือ ด้านความมั่นใจว่ามหาบัณฑิตที่จบหลักสูตร จะได้รับการยอมรับจากผู้อื่น ด้านความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้เข้าศึกษา และหากเปิดสอนในระดับปริญญาเอกหลักสูตรบริหารธุรกิจ จะเลือกศึกษาต่อ มศว เป็นแห่งแรก ส่วนด้านการยอมรับสู่การเป็นมหาวิทยาลัยที่

ก้าวหน้าทันโลก และการเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อสังคม พบว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

งานวิจัยต่างประเทศ

ซูเก้ (Zuehlke. 1996: Abstract) ได้ทำการวิจัยเรื่องการนำเสนอรูปแบบใหม่ของการวางแผนปฏิบัติการในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรที่ไม่มีผลกำไรและองค์กรของรัฐในชุมชน จุดมุ่งหมายของการวิจัยมีการนำเสนอภาพกว้างในการวิเคราะห์การวางแผนเพื่อประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์โดยแสดงให้เห็นองค์ประกอบพฤติกรรม วินัยของผู้ปฏิบัติงานการจัดองค์กรและการสื่อสารที่กำหนดเป็นหลักสูตรทฤษฎีและปฏิบัติการในการประชาสัมพันธ์ภายในและภายนอกองค์กร คือทฤษฎี MGOO เป็นรูปแบบที่ให้ความสำคัญต่อการปฏิบัติงานขององค์กร เป้าหมาย วัตถุประสงค์ และผลที่ได้รับขององค์กร ผลการวิจัยพบว่า การจะประสบความสำเร็จขององค์กรจะต้องเริ่มต้นจากการวางรูปแบบและแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมแตกต่างกันไปของแต่ละองค์กร และประโยชน์ของการใช้ทฤษฎี MGOO ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์องค์กรเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรควรปฏิบัติงานเป็นที่ระหว่งการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ การเตรียมการ นักวิชาการและผู้ปฏิบัติงาน

มายเยอร์ และแอน (Myers & Anne. 1997: 178) ได้ศึกษาหลักการจัดการภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยผู้บริหาร เนื่องจากสถาบันการศึกษาระดับสูงเคยมีความเจริญเติบโตและความรุ่งเรืองมาก่อน ปัจจุบันได้มาถึงขั้นสุดท้ายโดยวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยลดขนาดลง ขณะเดียวกัน การมีภาพลักษณ์เป็นยุทธวิธีการตลาด สำหรับสถาบันที่ต้องการความเจริญก้าวหน้า ก็ได้รับความสนใจ อย่างแพร่หลายจากผู้บริหารโรงเรียน โดยธรรมชาติของสถาบันการศึกษามีความแตกต่างของสถาบันอื่น ๆ ยุทธวิธีนี้จำเป็นต่อการโยกย้ายในส่วนขององค์กร โดยการหาขอบเขตของบทบาทในการสร้างภาพลักษณ์ในแผนการศึกษาระดับสูง ซึ่งยังสรุปไม่ได้ว่าในทางกลับกัน การออกแบบและการจัดการที่ส่งเสริมการศึกษาในระดับสูงควรมีพื้นฐานอยู่กับขอบเขตของทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลที่ให้แก่สถาบันการศึกษา ดังนั้นจุดประสงค์ของการศึกษาก็เพื่อพัฒนารูปแบบของทฤษฎีซึ่งแยกแยะ อธิบาย และรวบรวมข้อแตกต่างซึ่งยอมรับภาพลักษณ์ หลักการของการจัดการภาพลักษณ์ในรูปของการแนะนำผู้บริหารของวิทยาลัยและมหาวิทยาลัย

เบล (Bell. 1992) ได้วิจัยเรื่อง การตัดสินใจของผู้ปกครองในการเข้ามามีส่วนร่วมและไม่เข้ามามีส่วนร่วมในการศึกษาของโรงเรียน พบว่า เหตุผลของผู้ปกครองที่เข้ามามีส่วนร่วมในการศึกษาของโรงเรียนคือ ผู้ปกครองเชื่อว่าการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของโรงเรียนเป็นการช่วยเหลือครูและเป็นกิจกรรมที่ทำให้เด็กได้พัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น ส่วนเหตุผลของผู้ปกครองที่ไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการศึกษาของโรงเรียน คือ โรงเรียนไม่ได้เรียกร้องขอความร่วมมือ และ ผู้ปกครองไม่มีเวลาต้องทำงาน

เดลลีคอลลี (DelliColli. 1998) ได้วิจัยเรื่อง ทักษะคติและการรับรู้ของผู้ปกครองที่ไม่เข้ามามีส่วนร่วมในโรงเรียนประถมศึกษา พบว่า ในความเป็นจริงผู้ปกครองได้เข้ามามีส่วนร่วมในการศึกษาของเด็กหลายรูปแบบเมื่ออยู่ที่บ้าน สำหรับเหตุผลของผู้ปกครองที่ไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมเพราะผู้ปกครองมีความรู้สึกห่างเหินและไม่ได้รับการต้อนรับจากโรงเรียน และปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง คือ วัฒนธรรม ผู้บริหารขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการในการนำผู้ปกครองเข้ามามีส่วนร่วมในโรงเรียน ความไม่เข้าใจกันของผู้ปกครองและโรงเรียนที่เกี่ยวกับความต้องการและลักษณะของการเข้ามามีส่วนร่วมของผู้ปกครองในโรงเรียน

กี ชุน (Ki - Chul. 2002: Abstract) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การปฏิรูปโบสถ์ของเกาหลี ศึกษาจากโมเดลของภาพลักษณ์ของโบสถ์เกาหลีในศตวรรษที่ 21 โดยมีจุดมุ่งหมายในการศึกษา เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของโบสถ์ที่ดีโดยใช้แนวคิดจากภาพลักษณ์ในเชิงธุรกิจของภาพลักษณ์บริษัทเอกชน เช่น บริษัทโคคาโคล่ามีสินค้าเหมือนกับยี่ห้ออื่น ๆ ในรูปแบบเดียวกันแต่ภาพลักษณ์ของบริษัทที่ดีในสายตาคนทั่วไปทำให้บริษัทขายสินค้าได้ดีกว่าบริษัทอื่นที่ไม่ใส่ใจเรื่องภาพลักษณ์ เป็นต้น ซึ่งนำมาเป็นโมเดลของรูปแบบการปฏิรูปโบสถ์ของเกาหลี ในศตวรรษที่ 21 โดยคิดว่า ถ้าทำให้ภาพลักษณ์ของโบสถ์ดี จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของโบสถ์ในทางที่ดีขึ้น ซึ่งโบสถ์โดยทั่วไปสนใจแต่การตลาดและคำสอนของพระเยซูโดยไม่เน้นเรื่องภาพลักษณ์และไม่มีนโยบายในระยะยาวเกี่ยวกับเรื่องนี้ ทำให้ต้องตระหนักถึงความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์ของโบสถ์เป็นสำคัญ ถ้าภาพลักษณ์โบสถ์ดีอาจชักนำคนที่ไม่นับถือศาสนาคริสต์หันมานับถือศาสนาคริสต์ได้ ผลการวิจัยพบว่า การวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์มีส่วนทำให้โบสถ์ของเกาหลีมีการพัฒนาได้ดี

กรากเซีย และ แนนซี (Garcia; & Nancy. 2005: Abstract) ได้ทำการวิจัย เรื่องการเปรียบเทียบการรับรู้ของครูและผู้บริหารเกี่ยวกับผลกระทบของชุมชนต่อโรงเรียนในเมืองนิวยอร์ก โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการศึกษา และเปรียบเทียบความคิดเห็นความคิดเห็นของผู้บริหารและครู โดยพิจารณาใน 8 ด้าน 1) บรรยากาศโรงเรียน 2) ความเป็นผู้นำ 3) พฤติกรรมของครู 4) หลักสูตร 5) การควบคุม 6) ความประพฤตินักเรียน 7) การพัฒนาบุคลากร 8) บทบาทของผู้ปกครอง ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริหารและครูมีความเห็นตรงกันว่าควรต้องเพิ่มบทบาทของผู้ปกครองให้มากขึ้น

ฮาร์เก้นส์ และ ดอนน่า เอ็ม (Hargen; & Donna. 2005: Abstract) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การสำรวจความผูกพันของครูที่มีต่อองค์กร โดยมีจุดมุ่งหมายในการวิจัยเพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงงานของครู โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า ครูเปลี่ยนงานบ่อยเพราะไม่มีแรงจูงใจจากผู้บริหาร

จากการศึกษาภาพลักษณ์ขององค์กร สถาบันต่างๆ และโรงเรียน จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ พบว่า แนวโน้มของภาพลักษณ์ ขององค์กร สถาบันต่างๆ และโรงเรียน จะมีความสำคัญต่อการบริหารและการดำเนินงานของโรงเรียน เป็นอย่างมาก ด้านสภาพแวดล้อม ทาง

กายภาพของหน่วยงาน องค์กร และโรงเรียนมีส่วนสำคัญ ต่อการศึกษาเล่าเรียน ของผู้เรียน ถ้าสภาพแวดล้อมดี ย่อมทำให้ ภาพลักษณ์ของโรงเรียนดี มีความสำคัญต่อการที่ผู้ปกครองจะเลือกส่งบุตรหลานของตนเข้าไปศึกษาในโรงเรียนนั้นๆ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า
3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเอกชนที่เปิดสอนในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน อำเภอธัญบุรี เขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ปีการศึกษา 2550 จำนวนทั้งสิ้น 9,013 คน โดยถือว่านักเรียน 1 คน มีผู้ปกครอง 1 คน ซึ่งสามารถจำแนกได้ ดังนี้(สำนักงานบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน เขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดปทุมธานี เขต 2 . 2550)

- | | | | |
|--|-------|---|----------|
| 1) โรงเรียนที่ก่อตั้ง ตั้งแต่ 1-10 ปี | จำนวน | 6 | โรงเรียน |
| 2) โรงเรียนที่ก่อตั้งตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป | จำนวน | 9 | โรงเรียน |

รายละเอียดของประชากรปรากฏดังตาราง 1

ตาราง 1 รายชื่อโรงเรียนเอกชนแสดงจำนวนนักเรียน ตามการก่อตั้งของโรงเรียน ในอำเภอธัญบุรี

ชื่อโรงเรียน	ปี พ.ศ. ใน การก่อตั้ง	นักเรียนช่วงชั้นที่ 1	นักเรียนช่วงชั้นที่ 2	รวม
1. วณิชชา	2526	63	46	109
2. รั้งสุภษฏ์สองภาษา	2539	62	33	95
3. รัตนโกสินทร์ – รั้งสิต	2529	106	147	253
4. บรรจบรัตน์	2537	128	127	255
5. ธัญวิทย์	2542	274	230	504

ชื่อโรงเรียน	ปี พ.ศ. ใน การก่อตั้ง	นักเรียนช่วงชั้นที่ 1	นักเรียนช่วงชั้นที่ 2	รวม
6. กานต์บดี	2542	61	50	111
7. พิทยานันท์ศึกษา	2544	60	59	119
8. โชคชัยรังสิต	2547	379	205	584
9. สารสาสน์วิเทศรังสิต	2549	467	287	754
10. ธัญวิทยา (ตงมีน)	2491	487	680	1,167
11. ทิพพากรวิทยาการ	2496	404	463	867
12. อุดมวิทยา	2506	963	1,169	2,132
13. ปิยะพัฒนศาสตร์	2533	657	413	1,070
14. แก้วสว่างวิทยา	2526	97	112	209
15. บริบูรณ์ศิลป์	2544	436	348	784
รวม		4,644	4,369	9,013

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นผู้ปกครองของนักเรียนในโรงเรียนเอกชนชั้นพื้นฐาน ในอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 จำนวน 6 โรงเรียน จากผู้ปกครองนักเรียน 2 ช่วงชั้น จำนวน 375 คน ได้จากวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi – stage Random Sampling) มีระยะเวลาการก่อตั้งของโรงเรียน และผู้ปกครองตามจำนวนนักเรียนแต่ละช่วงชั้นเป็นหน่วยการสุ่ม (Sampling Unit) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนประชากรในแต่ละระยะเวลาการก่อตั้งของโรงเรียน จึงดำเนินการสุ่มดังนี้

2.1 ประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดด้วยความเชื่อมั่น 95 % ($\alpha = .05$) ซึ่งเทียบมาจากกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์จากตารางสำเร็จของ เครีจซี่ และมอร์แกน (Krejcie and Morgan. 1970: 608) ปรากฏว่าต้องใช้กลุ่มตัวอย่าง อย่างน้อย 375 คน

2.2 สุ่มตัวอย่างโรงเรียนที่ก่อตั้งใหม่ และโรงเรียนที่ก่อตั้งมานาน ประมาณ 50 % ของโรงเรียนแต่ละกลุ่ม โดยการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 6 โรงเรียน

2.3 สุ่มผู้ปกครองนักเรียนในแต่ละช่วงชั้นจาก 6 โรงเรียน โดยการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) และเทียบสัดส่วน ให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 375 คน เป็นช่วงชั้นที่ 1 จำนวน 187 คน ช่วงชั้นที่ 2 จำนวน 188 คน ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนโรงเรียน ผู้ปกครองนักเรียนช่วงชั้นที่ 1 และช่วงชั้นที่ 2 ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

โรงเรียน	ระยะเวลาที่ โรงเรียนก่อตั้ง	ผู้ปกครองช่วงชั้น ที่ 1	ผู้ปกครองช่วงชั้น ที่ 2	รวม
สารสาสน์วิเทศรังสิต		39	39	
ธัญวิทย์	จัดตั้ง 1-10 ปี	23	23	187
โชคชัยรังสิต		32	32	
ธัญวิทยา (ตงม้น)		36	36	
ปิยวัฒน์ศาสตร์	จัดตั้ง 10 ปีขึ้นไป	47	48	188
บรรจบรักษ์		10	10	
รวม		187	188	375

2. การสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งสอบถามเกี่ยวกับ วุฒิการศึกษา อาชีพ ระดับช่วงชั้นของนักเรียนในปกครอง และระยะเวลาการก่อตั้งโรงเรียน มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 สอบถามการรับรู้ของผู้ปกครอง เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชน มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของ ลิเคอร์ท (Likert. 1970: 107-110) มี 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง มากที่สุด
- 4 หมายถึง มาก
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 2 หมายถึง น้อย
- 1 หมายถึง น้อยที่สุด

3. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชน ตามตัวแปรที่กำหนดในการศึกษาวิจัย สรุปและสร้างเป็นนิยามศัพท์เฉพาะ

2. กำหนดกรอบแนวคิด และตัวบ่งชี้ในการวิจัยโดยกำหนดตามแนวคิดของคูประกอบภาพ
ลักษณะผู้วิจัยนำมาสรุปเป็นกรอบในการวิจัยประกอบด้วยกรอบการรับรู้ต่อภาพลักษณ์ใน 5 ด้าน คือ ด้าน
สถาบัน ด้านการจัดการ ด้านการกระทำหรือกิจกรรมต่าง ๆ ด้านศีลธรรมความดีงาม และด้านบุคลากร

3. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถาน
ศึกษาเอกชนที่เปิดสอนในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ปทุมธานี เขต 2 เป็นแบบสอบถาม มาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ

4. นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อพิจารณาแก้ไข

5. นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือด้าน
ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย การใช้
ภาษาและการสื่อความหมาย เสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 4 ท่าน ใช้เกณฑ์การกำหนดคะแนนความ
คิดเห็น ดังนี้ (ล้วน สายยศและอังคณา สายยศ. 2539: 248-249)

ให้ 1 ถ้าแน่ใจว่าข้อความนั้นสอดคล้องกับเนื้อหาความมุ่งหมายของการวิจัย

ให้ 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อความนั้นสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับเนื้อหาความมุ่งหมาย
ของการวิจัย

ให้ -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อความนั้นไม่สอดคล้องกับเนื้อหาความมุ่งหมายของการวิจัย

จากนั้นบันทึกผลการพิจารณาลงความเห็นของผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนในแต่ละข้อนำไปหา
ค่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงพินิจหรือค่าดัชนีความสอดคล้อง แล้วเลือกข้อความที่มีค่าตั้งแต่ระดับ
0.75 ขึ้นไป ซึ่งถือว่ามีความเที่ยงตรงและนำไปใช้ได้

6. นำแบบสอบถามที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้ตรวจสอบแล้ว โดยผู้วิจัยสรุปข้อมูลในการปรับปรุงแก้ไข
ทั้งหมด นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบในการปรับปรุงแก้ไข
แบบสอบถาม

7. นำแบบสอบถามที่ปรับแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ปกครองที่ไม่ใช่กลุ่มตัว
อย่าง จำนวน 30 คน โดยไปทดลองใช้กับโรงเรียนเอกชนในอำเภอธัญบุรี จำนวน 1 โรงเรียน คือ โรงเรียน
อุดมวิทยา แล้วนำไปหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -
Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach. 1984: 161) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.93

7. นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ จัดพิมพ์แบบสอบถามเป็นฉบับ
สมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการวิจัยต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือรับรองจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือจากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา และผู้บริหารสถานศึกษาเอกชนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ตอบแบบสอบถาม

2. แจกแบบสอบถามแก่ผู้ปกครองที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 375 คน พร้อมทั้งชี้แจงรายละเอียดและเก็บรวบรวมแบบสอบถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจได้รับแบบสอบถามคืนทั้งหมด 366 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 97.60 นำแบบสอบถามที่ได้รับคืน มาตรวจสอบความสมบูรณ์ในการตอบ แล้วคัดเลือกฉบับที่สมบูรณ์ ปรากฏว่าแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา มีความสมบูรณ์ จำนวน 361 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 96.26

5. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่รับคืนทั้งหมดมาตรวจดูความสมบูรณ์
2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป
3. แบบสอบถามตอนที่ 1 วิเคราะห์โดยหาค่าความถี่และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X})
4. แบบสอบถามตอนที่ 2 วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

5. ทดสอบสมมุติฐานผู้ปกครอง ที่มีอาชีพคุณวุฒิการศึกษาต่างกัน วิเคราะห์โดยใช้ (One Way ANOVA)

6. ทดสอบสมมุติฐานระดับช่วงชั้นและระยะเวลาก่อตั้งโรงเรียนวิเคราะห์โดยใช้ t-test การแปลความหมายของคะแนน กำหนดการแปลค่าเฉลี่ยที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 2 มี ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	หมายถึง มีการรับรู้ อยู่ในระดับ มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	หมายถึง มีการรับรู้ อยู่ในระดับ มาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	หมายถึง มีการรับรู้ อยู่ในระดับ ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	หมายถึง มีการรับรู้ อยู่ในระดับ น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49	หมายถึง มีการรับรู้ อยู่ในระดับ น้อยที่สุด

6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ทางสถิติสำหรับวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 ค่าเฉลี่ย (Mean)

1.2 ค่าร้อยละ (Percentage)

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. สถิติหาคุณภาพของเครื่องมือ การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค

3. สถิติทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

3.1 การทดสอบโดยใช้ t-test

3.2 วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นนำพื้นฐาน อำเภออัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ใน 5 ด้าน คือ ด้านสถาบัน ด้านการจัดการ ด้านการกระทำ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ด้านศีลธรรม ความดีงาม และด้านบุคลากร

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลขอการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดสัญลักษณ์ดังนี้

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความแตกต่างของค่าเฉลี่ย จากการแจกแจงแบบ t
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความแตกต่างของค่าเฉลี่ย จากการแจกแจงแบบ F
df	แทน	ค่าระดับขั้นของความเป็นอิสระ (degree of freedom)
SS	แทน	ค่าผลรวมกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยกำลังสองของคะแนน (Mean Squares)
p	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นนำพื้นฐาน

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นนำพื้นฐาน จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะการศึกษา อาชีพ ระดับช่วงชั้น และระยะเวลาในการก่อตั้งโรงเรียน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการหาค่าร้อยละ ดังแสดงผลการวิเคราะห์ในตาราง 3

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวุฒิการศึกษา อาชีพ ระดับช่วงชั้น และระยะเวลาในการก่อตั้งโรงเรียน

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. วุฒิมัธยมศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	97	26.90
ปริญญาตรี	209	57.90
สูงกว่าปริญญาตรี	55	15.20
รวม	361	100.00
2. อาชีพ		
รับจ้างทั่วไป	164	45.40
รับราชการ	137	38.00
เจ้าของกิจการ	60	16.60
รวม	361	100.00
3. ระดับช่วงชั้น		
ช่วงชั้นที่ 1	202	56.00
ช่วงชั้นที่ 2	159	44.00
รวม	361	100.00
4. ระยะเวลาการก่อตั้งโรงเรียน		
โรงเรียนก่อตั้ง 1 – 10 ปี	179	49.60
โรงเรียนก่อตั้ง 10 ปีขึ้นไป	182	50.40
รวม	361	100.00

จากตาราง 3 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ผู้มีวุฒิมัธยมศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 26.90 ผู้มีวุฒิมัธยมศึกษาปริญญาตรี จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 57.90 และผู้มีวุฒิมัธยมศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 15.20

เมื่อพิจารณาจำแนกตามอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 45.40 อาชีพรับราชการ มีจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 และเป็นเจ้าของกิจการ มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 16.60

เมื่อพิจารณาจำแนกตามการเป็นผู้ปกครองของนักเรียนระดับช่วงชั้นที่ 1 มีจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 และเป็นผู้ปกครองของนักเรียนระดับช่วงชั้นที่ 2 มีจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00

เมื่อพิจารณาจำแนกตามระยะเวลาในการก่อตั้งโรงเรียน 1 – 10 ปี มีจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 49.60 และระยะเวลาในการก่อตั้งโรงเรียน 10 ปีขึ้นไป มีจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 50.40

ตอนที่ 2 ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนขั้นพื้นฐาน
 ระดับความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนขั้นพื้นฐาน
 อำเภอัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุกดาหาร เขต 2 ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ใน 5 ด้าน
 ได้แก่ ด้านสถาบัน ด้านการจัดการ ด้านการกระทำ หรือกิจกรรมต่างๆ ด้านศีลธรรม ความดีงาม
 และด้านบุคลากร ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดัง
 แสดงผลการวิเคราะห์ในตาราง 4

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อการรับรู้
 ภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนขั้นพื้นฐานอำเภอัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุกดาหาร
 เขต 2

ภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชน ขั้นพื้นฐาน	ระดับการรับรู้		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ด้านสถาบัน	4.14	.65	มาก
2. ด้านการจัดการ ด้านการจัดการ	4.13	.66	มาก
3. ด้านการกระทำ หรือกิจกรรมต่างๆ	4.09	.68	มาก
4. ด้านศีลธรรม ความดีงาม	4.09	.67	มาก
5. ด้านบุคลากร	4.18	.57	มาก
รวม	4.13	.58	มาก

จากตาราง 4 แสดงว่า ระดับการรับรู้ ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชน
 ขั้นพื้นฐานโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนขั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ด้านสถาบันจำแนกเป็นรายชื่อ

ด้านสถาบัน	ระดับการรับรู้		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. การวางผังของโรงเรียนเหมาะสมและได้รับความสะดวกแก่ผู้ใช้.....	4.45	.79	มาก
2. อาคารเรียนมีสีสันทนสวยงามน่าเรียน.....	4.11	.72	มาก
3. ห้องเรียนมีแสงสว่างเพียงพอ โต๊ะ เก้าอี้ในห้องเรียนมีสภาพดีเพียงพอกับความต้องการของนักเรียน.....	4.26	.80	มาก
4. โรงเรียนมีสภาพแวดล้อมที่ดีและมีความสะอาด ร่มรื่น.....	4.09	.91	มาก
5. บริเวณโรงเรียน มีสนามกีฬาทั้งในร่ม กลางแจ้ง มีสภาพดี พร้อมใช้งาน.....	4.06	1.07	มาก
6. เครื่องเล่นและอุปกรณ์ประกอบสนามโรงเรียน อยู่ในสภาพดี และมั่นคงถาวรปลอดภัย.....	4.01	1.02	มาก
7. โรงเรียนมีวัสดุ อุปกรณ์การสอนเหมาะสมทันสมัย และมีการปรับเปลี่ยนสม่ำเสมอ.....	4.12	.96	มาก
8. ขนาดของโรงเรียนเมื่อเทียบกับจำนวนนักเรียน มีความเหมาะสมและเพียงพอ.....	4.30	.87	มาก
9. โรงอาหารถูกสุขลักษณะ มีโต๊ะเก้าอี้ เหมาะสมเพียงพอกับจำนวนนักเรียน.....	3.98	.87	มาก
10. โรงเรียนมีอุปกรณ์การเรียนดนตรี และอุปกรณ์กีฬา เพียงพอต่อความต้องการของนักเรียน.....	4.14	.88	มาก
11. โรงเรียนมีอุปกรณ์ห้องคอมพิวเตอร์ และห้องโสต เพียงพอกับความต้องการของนักเรียน.....	4.14	.83	มาก
12. ชื่อโรงเรียน อักษรย่อ สัญลักษณ์ เครื่องหมายของโรงเรียน สดุดตา ช่วยสร้างความภาคภูมิใจที่มีบุตรหลานในโรงเรียนแห่งนี้.....	4.10	.92	มาก
13. ชื่อเสียงประวัติ และความเก่าแก่ของโรงเรียนถือเป็นจุดเด่นของโรงเรียนที่ก่อตั้งมานาน.....	4.01	1.01	มาก
รวม	4.14	.65	มาก

จากตาราง 5 แสดงว่า ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษา เอกชนชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ด้านสถาบันโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ด้านการจัดการ จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านการจัดการ	ระดับการรับรู้		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. นักเรียนมีความสามารถในด้านวิชาการ มารยาท ความประพฤติ และได้รับรางวัล.....	4.28	.88	มาก
2. นักเรียนมีความสามารถ ในการศึกษาค้นคว้า จากแหล่งเรียนรู้ และสื่อด้านเทคโนโลยี.....	4.04	.81	มาก
3. โรงเรียนมีแผนพัฒนาคุณภาพการศึกษามีคู่มือครู คู่มือนักเรียน เพื่อเป็นแนวทางในการยึดถือปฏิบัติอย่างชัดเจน.....	4.06	.97	มาก
4. โรงเรียนมีการจัดกิจกรรมแนะแนวการศึกษาต่อให้กับนักเรียน.....	4.06	.89	มาก
5. คณะครู และผู้บริหารมีการพัฒนาระบบการเรียนการสอนให้ทันสมัยอยู่เสมอ.....	4.22	.80	มาก
รวม	4.13	.65	มาก

จากตาราง 6 แสดงว่า ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษา เอกชนชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ด้านการจัดการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์
 ของสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี
 เขต 2 ด้านการกระทำ หรือกิจกรรมต่าง ๆ จำแนกเป็นรายชื่อ

ด้านการกระทำ หรือกิจกรรมต่างๆ	ระดับการรับรู้		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทาง วิชาการ.....	4.06	.94	มาก
2. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการส่งเสริมให้นักเรียนมี ความสามารถพิเศษด้านกีฬา ดนตรี ศิลปะ.....	3.96	1.01	มาก
3. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องระเบียบวินัยของนักเรียน.....	4.09	.95	มาก
4. การจัดกิจกรรมช่วยเหลือดูแลนักเรียนที่มีปัญหา ช่วยแก้ปัญหา ให้กับนักเรียน.....	4.14	.90	มาก
5. กิจกรรมโครงการพี่สอนน้องช่วยส่งเสริมความสามารถทาง วิชาการให้นักเรียน.....	4.26	.86	มาก
6. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการสอนภาษาต่างประเทศ.....	4.08	.77	มาก
7. กิจกรรมการศึกษาแหล่งเรียนรู้ภายนอกโรงเรียนมีความเหมาะสม.	4.15	.90	มาก
8. กิจกรรมปฐมนิเทศนักเรียนใหม่ และผู้ปกครองช่วยให้ผู้ปกครอง และนักเรียนเข้าใจระเบียบข้อบังคับและวิธีดำเนินชีวิตในโรงเรียน...	4.05	.92	มาก
9. การประสานงานของโรงเรียนกับผู้ปกครองนักเรียนทำให้เกิดความ เข้าใจมีสัมพันธภาพที่ดีต่อกัน.....	4.00	.95	มาก
10. โรงเรียนมีการประชาสัมพันธ์ ให้บุคคลภายนอกได้รับรู้.....	4.17	.87	มาก
11. โรงเรียนมีบริการให้ทุนอาหารกลางวันแก่นักเรียน ที่ประสบภาวะ ขาดแคลนทุนทรัพย์.....	3.93	1.07	มาก
12. โรงเรียนจัดให้มีการบริการตรวจสุขภาพ อนามัยแก่นักเรียนเป็น ประจำ.....	4.12	.90	มาก
รวม	4.09	.68	มาก

จากตาราง 7 แสดงว่า ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชน
 ชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุทมาณี เขต 2 ด้านการกระทำ หรือกิจกรรม
 ต่าง ๆ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์
 ของสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุทมาณี
 เขต 2 ด้านศีลธรรม ความดีงาม จำแนกเป็นรายข้อ

ด้านศีลธรรม ความดีงาม	ระดับการรับรู้		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. นักเรียนของโรงเรียนมีความประพฤติดี ปฏิบัติตามกฎระเบียบ วินัยของโรงเรียน.....	4.19	.83	มาก
2. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องคุณธรรมจริยธรรม และจรรยา มารยาท.....	4.24	.87	มาก
3. โรงเรียนมีนโยบายและแผนพัฒนาโรงเรียน ในด้านคุณธรรม นักเรียนอย่างชัดเจน.....	4.09	.77	มาก
4. โรงเรียนมีบริการให้ทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่ขาดแคลนและ นักเรียนที่เรียนดี.....	4.11	.94	มาก
5. โรงเรียนมีกิจกรรมปลูกฝังการทำความดี.....	3.97	.93	มาก
รวม	4.09	.67	มาก

จากตาราง 8 แสดงว่า ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชน
 ชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุทมาณี เขต 2 ด้านศีลธรรม ความดีงาม
 โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์
 ของสถานศึกษาเอกชนขั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี
 เขต 2 ด้านบุคลากร จำแนกเป็นรายชื่อ

ด้านบุคลากร	ระดับการรับรู้		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ผู้บริหารเป็นที่รู้จัก เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง และเป็นที่รู้จักในสังคม..	4.26	.92	มาก
2. ผู้บริหาร และครูเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี และมี มนุษยสัมพันธ์ที่ดี.....	4.12	.77	มาก
3. ผู้บริหารปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ และมีการพัฒนา อย่างต่อเนื่อง.....	4.14	.86	มาก
4. ผู้บริหารมีการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ มาใช้ในการบริหาร จัดการ เป็นคนทันสมัย พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ อย่าง เหมาะสม.....	4.11	.92	มาก
5. ผู้บริหารยิ้มแย้มแจ่มใส สุขภาพ พุดจาเหมาะสม อารมณ์ดี เหมาะ เป็นผู้บริหาร.....	4.22	.84	มาก
6. ผู้บริหารมีบุคลิกภาพโดดเด่น น่าเคารพ เชื่อถือและศรัทธา.....	4.29	.85	มาก
7. ครูในโรงเรียนส่วนใหญ่มีวุฒิทางการศึกษาตรงกับวิชาที่สอน.....	4.18	.74	มาก
8. ครูมีความกระตือรือร้น คล่องแคล่ว ว่องไว มีชีวิตชีวา มี ความสามารถในด้านการสอน และได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง....	4.16	.87	มาก
9. นักเรียนพูดจาไพเราะ สุขภาพเรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ดี.....	4.03	.85	มาก
10. บุคลากรสนับสนุนมีความสุภาพอ่อนน้อม พุดจาไพเราะ สุขภาพ เรียบร้อย เต็มใจให้บริการและอำนวยความสะดวกผู้ที่มาติดต่อ.....	4.18	.83	มาก
11. ผู้บริหาร ครูดูแลเอาใจใส่ให้นักเรียนมีลักษณะนิสัย และค่านิยม ที่ถูกต้อง.....	4.24	.76	มาก
รวม	4.18	.57	มาก

จากตาราง 9 แสดงว่า ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชน
 ขั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ใน
 ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้น
 พื้นฐาน จำแนกตามตัวแปรวุฒิการศึกษา อาชีพ ระดับช่วงชั้น และระยะเวลาในการก่อตั้งโรงเรียน

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อ
 ภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
 ปทุมธานี เขต 2 โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามวุฒิการศึกษา

ภาพลักษณ์ของสถานศึกษา เอกชนชั้นพื้นฐาน	วุฒิการศึกษา								
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 97)			ปริญญาตรี (n = 209)			สูงกว่าปริญญาตรี (n = 55)		
	\bar{X}	S.D.	แปล ผล	\bar{X}	S.D.	แปล ผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ด้านสถาบัน	4.11	.48	มาก	4.06	.72	มาก	4.50	.47	มากที่สุด
2. ด้านการจัดการ	4.08	.54	มาก	4.07	.71	มาก	4.44	.55	มาก
3. ด้านการกระทำ และ กิจกรรมต่างๆ	4.07	.52	มาก	4.07	.75	มาก	4.43	.47	มาก
4. ด้านศีลธรรม ความดีงาม	4.07	.51	มาก	4.01	.76	มาก	4.43	.43	มาก
5. ด้านบุคลากร	4.09	.45	มาก	4.12	.63	มาก	4.55	.38	มากที่สุด
รวม	4.09	.44	มาก	4.05	.64	มาก	4.47	.41	มาก

จากตาราง 10 แสดงว่า ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษา
 เอกชนชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2

เมื่อพิจารณาแยกตามวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และ ปริญญาตรีพบว่าโดยรวมและ
 รายด้านทุกข้ออยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาแยกตามวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีพบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อ
 แยกเป็นรายด้าน ด้านสถาบัน และด้านบุคลากรอยู่ในระดับมากที่สุด

ตาราง 11 การเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษา
 เอกชนชั้นพื้นฐานชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 โดยรวม
 และรายด้าน จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะ

ภาพลักษณ์ของสถานศึกษา เอกชนชั้นพื้นฐาน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านสถาบัน	ระหว่างกลุ่ม	8.58	2	4.293	10.662	.000 *
	ภายในกลุ่ม	144.134	358	.403		
	รวม	152.720	360			
2. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	6.400	2	3.200	7.557	.001 *
	ภายในกลุ่ม	151.604	358	.423		
	รวม	158.004	360			
3. ด้านการกระทำ และ กิจกรรมต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	7.759	2	3.879	8.751	.000 *
	ภายในกลุ่ม	158.709	358	.443		
	รวม	166.467	360			
4. ด้านศีลธรรม ความดีงาม	ระหว่างกลุ่ม	7.894	2	3.947	8.946	.000 *
	ภายในกลุ่ม	157.944	358	.441		
	รวม	165.838	360			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	9.314	2	4.657	14.954	.000 *
	ภายในกลุ่ม	111.487	358	.311		
	รวม	120.801	360			
รวมทั้งหมด	ระหว่างกลุ่ม	7.852	2	3.943	12.207	.000 *
	ภายในกลุ่ม	115.633	358	.323		
	รวม	123.519	360			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 11 แสดงว่า ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษา
 เอกชนชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2

เมื่อเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้น
 พื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 พบว่ามีการรับรู้โดยรวม และราย
 ด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 12 การเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของผู้ปกครอง ที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษาเอกชนชั้น
 พื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 โดยรวมเป็นรายคู่จำแนกตามวุฒิ
 การศึกษาด้วยวิธีการของ Scheffe

วุฒิ		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	\bar{X}	4.09	4.06	4.08
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.09	-	0.03	0.39*
ปริญญาตรี	4.06		-	0.41*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.48			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 12 แสดงว่า ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษา
 เอกชนชั้นพื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 โดยรวมจำแนกตามวุฒิ
 การศึกษาพบว่าผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรีมีการรับรู้ ต่อภาพลักษณ์ของ
 สถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐาน มากกว่าผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตาราง 13 การเปรียบเทียบ ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษาเอกชนชั้น
 พื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ด้านสถาบันเป็นรายคู่ จำแนก
 ตามวุฒิการศึกษา ด้วยวิธีการของ Scheffe

วุฒิ		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	\bar{X}	4.12	4.07	4.50
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.12	-	0.52	0.39*
ปริญญาตรี	4.07		-	0.44*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.50			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 13 แสดงว่า ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษา
 เอกชนชั้นพื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ด้านสถาบันผู้ปกครองที่
 มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี และต่ำกว่าปริญญาตรีกับผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มี
 การรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนชั้นพื้นฐาน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
 โดยผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีการรับรู้ ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน ชั้น
 พื้นฐานมากกว่าผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตาราง 14 การเปรียบเทียบ ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษาเอกชนชั้น
 พื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ด้านการจัดการ เป็นรายคู่ จำแนก
 ตามวุฒิการศึกษา ด้วยวิธีการของ Scheffe

วุฒิ		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	\bar{X}	4.08	4.07	4.45
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.08	-	0.01	0.36*
ปริญญาตรี	4.07		-	0.37*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.45			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 14 แสดงว่า ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษา
 เอกชนชั้นพื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ด้านการจัดการ
 ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี และต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาสูงกว่า
 ปริญญาตรี มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนชั้นพื้นฐาน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
 ที่ระดับ .05 และพบว่าผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีการรับรู้ ภาพลักษณ์ของ
 โรงเรียนเอกชน ชั้นพื้นฐานมากกว่าผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตาราง 15 การเปรียบเทียบ ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษาเอกชนชั้น
 พื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ด้านการกระทำและกิจกรรมต่างๆ
 เป็นรายคู่ จำแนกตามวุฒิการศึกษา ด้วยวิธีการของ Scheffe

วุฒิ		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	\bar{X}	4.08	4.02	4.44
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.08	-	0.06	0.36*
ปริญญาตรี	4.02		-	0.42*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.44			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 15 แสดงว่า ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษา
 เอกชนชั้นพื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ด้านการกระทำและ
 กิจกรรมต่างๆ ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี และต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้ปกครองที่มีวุฒิ
 การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนชั้นพื้นฐาน แตกต่างกัน อย่างมี
 นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่าผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีการรับรู้
 ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน ชั้นพื้นฐานมากกว่าผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี นอกนั้นไม่
 แตกต่างกัน

ตาราง 16 การเปรียบเทียบ ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษาเอกชนชั้น
 พื้นฐาน อำเภออัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ด้านศีลธรรม ความดีงาม เป็นราย
 คู่ จำแนกตามวุฒิการศึกษา ด้วยวิธีการของ Scheffe

วุฒิ		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	\bar{X}	4.08	4.01	4.44
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.08	-	0.67	0.36*
ปริญญาตรี	4.01		-	0.42*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.44			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 16 แสดงว่า ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษา
 เอกชนชั้นพื้นฐาน อำเภออัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ด้านศีลธรรม ความดี
 งาม ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี และต่ำกว่าปริญญาตรีกับผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาสูง
 กว่าปริญญาตรี มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนชั้นพื้นฐาน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง
 สถิติที่ระดับ .05 และพบว่าผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีการรับรู้ ภาพลักษณ์ของ
 โรงเรียนเอกชน ชั้นพื้นฐานมากกว่าผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตาราง 17 การเปรียบเทียบ ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษาเอกชนชั้น
 พื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ด้านบุคลากร เป็นรายคู่ จำแนก
 ตามวุฒิการศึกษา ด้วยวิธีการของ Scheffe

วุฒิ		ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	\bar{X}	4.09	4.12	4.56
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.09	-	0.06	0.36*
ปริญญาตรี	4.12		-	0.42*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.56			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 17 แสดงว่า ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษา
 เอกชนชั้นพื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ด้านบุคลากร
 ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรีกับผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาสูงกว่า
 ปริญญาตรี มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนชั้นพื้นฐาน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
 ที่ระดับ .05 และพบว่าผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีการรับรู้ ภาพลักษณ์ของ
 โรงเรียนเอกชน ชั้นพื้นฐานมากกว่าผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อ
 ภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นนำพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
 ปทุมธานี เขต 2 โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอาชีพ

ภาพลักษณ์ของสถานศึกษา เอกชนชั้นนำพื้นฐาน	อาชีพ								
	รับจ้างทั่วไป (n = 164)			รับราชการ (n = 137)			เจ้าของกิจการ (n = 60)		
	\bar{X}	S.D.	แปล ผล	\bar{X}	S.D.	แปล ผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ด้านสถาบัน	4.01	.70	มาก	4.25	.62	มาก	4.25	.48	มาก
2. ด้านการจัดการ	4.03	.70	มาก	4.22	.64	มาก	4.20	.54	มาก
3. ด้านการกระทำ และ กิจกรรมต่างๆ	3.98	.72	มาก	4.17	.69	มาก	4.22	.46	มาก
4. ด้านศีลธรรม ความดีงาม	3.99	.70	มาก	4.15	.71	มาก	4.22	.44	มาก
5. ด้านบุคลากร	4.10	.60	มาก	4.22	.61	มาก	4.29	.36	มาก
รวม	4.02	.63	มาก	4.20	.57	มาก	4.24	.40	มาก

จากตาราง 18 แสดงว่า ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษา
 เอกชนชั้นนำพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 จำแนกตามอาชีพ
 พบว่าทุกอาชีพ มีการรับรู้โดยรวมและรายด้าน ทุกข้ออยู่ในระดับมาก

ตาราง 19 การเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษา
 เอกชนชั้นพื้นฐานชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 โดยรวม
 และรายด้าน จำแนกตามอาชีพ

ภาพลักษณ์ของสถานศึกษา เอกชนชั้นพื้นฐาน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านสถาบัน	ระหว่างกลุ่ม	4.968	2	2.484	6.019	.003*
	ภายในกลุ่ม	147.751	358	.413		
	รวม	152.720	360			
2. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	2.907	2	1.454	3.356	.036*
	ภายในกลุ่ม	155.097	358	.433		
	รวม	158.004	360			
3. ด้านการกระทำ และ กิจกรรมต่างๆ	ระหว่างกลุ่ม	3.670	2	1.835	4.035	.018*
	ภายในกลุ่ม	162.797	358	.455		
	รวม	166.467	360			
4. ด้านศีลธรรม ความดีงาม	ระหว่างกลุ่ม	3.165	2	1.582	3.483	.032*
	ภายในกลุ่ม	162.673	358	.454		
	รวม	165.838	360			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2.102	2	1.051	3.136	.043*
	ภายในกลุ่ม	118.699	358	.332		
	รวม	120.801	360			
รวมทั้งหมด	ระหว่างกลุ่ม	3.227	2	1.614	4.803	.009*
	ภายในกลุ่ม	120.292	358	.336		
	รวม	123.519	360			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 19 แสดงว่า ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษา
 เอกชนชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2

เมื่อเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้น
 พื้นฐาน จำแนกตามอาชีพ พบว่ามีการรับรู้โดยรวม และรายด้านทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
 ทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 20 การเปรียบเทียบ ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษาเอกชนชั้น
 พื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 โดยรวม เป็นรายคู่ จำแนกตาม
 อาชีพ ด้วยวิธีการของ Scheffe

อาชีพ		รับจ้าง	รับราชการ	เจ้าของกิจการ
	\bar{X}	4.03	4.20	4.24
รับจ้าง	4.03	-	0.18	0.21*
รับราชการ	4.20		-	0.04*
เจ้าของกิจการ	4.24			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 20 แสดงว่า ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษา
 เอกชนชั้นพื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 จำแนกตามอาชีพ พบว่า
 ผู้ปกครองที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ มีการรับรู้ ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน ชั้นพื้นฐานแตกต่าง
 จากอาชีพรับจ้าง และรับราชการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ปกครองที่มีอาชีพเป็น
 เจ้าของกิจการมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนชั้นพื้นฐานมากกว่าอาชีพรับราชการและรับจ้าง

ตาราง 21 การเปรียบเทียบ ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษาเอกชนชั้น
 พื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ด้านสถาบัน เป็นรายคู่ จำแนก
 ตามอาชีพ ด้วยวิธีการของ Scheffe

อาชีพ		รับจ้าง	รับราชการ	เจ้าของกิจการ
	\bar{X}	4.02	4.25	4.26
รับจ้าง	4.02	-	0.23	0.23*
รับราชการ	4.25		-	0.00
เจ้าของกิจการ	4.26			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 21 แสดงว่า ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษา
 เอกชนชั้นพื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ด้านสถาบัน จำแนกตาม
 อาชีพ พบว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพรับจ้างกับผู้ปกครองที่เป็นเจ้าของกิจการมีการรับรู้ ภาพลักษณ์ของ
 โรงเรียนเอกชนชั้นพื้นฐาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่าผู้ปกครองที่มี
 อาชีพเป็นเจ้าของกิจการ มีการรับรู้ ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน ชั้นพื้นฐานมากกว่าผู้ปกครองที่มี
 อาชีพรับจ้าง นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตาราง 22 การเปรียบเทียบ ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษาเอกชนชั้น
 พื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ด้านการจัดการ เป็นรายคู่ จำแนก
 ตามอาชีพ ด้วยวิธีการของ Scheffe

อาชีพ		รับจ้าง	รับราชการ	เจ้าของกิจการ
	\bar{X}	4.06	4.22	4.20
รับจ้าง	4.06	-	0.18	0.17*
รับราชการ	4.22		-	0.02
เจ้าของกิจการ	4.20			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 แสดงว่า ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษา
 เอกชนชั้นพื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ด้านการจัดการ จำแนก
 ตามอาชีพ พบว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพรับจ้าง กับผู้ปกครองที่เป็นเจ้าของกิจการ มีการรับรู้ภาพลักษณ์
 ของโรงเรียนเอกชนชั้นพื้นฐาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่าผู้ปกครอง
 ที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ มีการรับรู้ ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน ชั้นพื้นฐานมากกว่าผู้ปกครองที่
 มีอาชีพรับจ้าง นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตาราง 23 การเปรียบเทียบ ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษาเอกชนชั้น
 พื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ด้านการกระทำและกิจกรรมต่างๆ
 เป็นรายคู่ จำแนกตามอาชีพ ด้วยวิธีการของ Scheffe

อาชีพ		รับจ้าง	รับราชการ	เจ้าของกิจการ
	\bar{X}	3.99	4.17	4.23
รับจ้าง	3.99	-	0.18	0.24*
รับราชการ	4.17		-	0.06
เจ้าของกิจการ	4.23			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 23 แสดงว่า ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษา
 เอกชนชั้นพื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ด้านการกระทำและ
 กิจกรรมต่างๆ จำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพรับจ้าง กับผู้ปกครองที่เป็นเจ้าของกิจการ มี
 การรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนชั้นพื้นฐาน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
 และพบว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ มีการรับรู้ ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน ชั้นพื้นฐาน
 มากกว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพรับจ้าง นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตาราง 24 การเปรียบเทียบ ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษาเอกชนชั้น
 พื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ด้านศีลธรรมความดีงาม เป็นราย
 คู่ จำแนกตามอาชีพ ด้วยวิธีการของ Scheffe

อาชีพ		รับจ้าง	รับราชการ	เจ้าของกิจการ
	\bar{X}	3.99	4.15	4.23
รับจ้าง	3.99	-	0.16	0.23*
รับราชการ	4.15		-	0.07
เจ้าของกิจการ	4.23			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 24 แสดงว่า ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษา
 เอกชนชั้นพื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ด้านศีลธรรมความดีงาม
 จำแนกตามอาชีพ พบว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพรับจ้าง กับผู้ปกครองที่เป็นเจ้าของกิจการ มีการรับรู้
 ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนชั้นพื้นฐาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ
 พบว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ มีการรับรู้ ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน ชั้นพื้นฐาน
 มากกว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพรับจ้าง นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตาราง 25 การเปรียบเทียบ ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษาเอกชนชั้น
 พื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุทมาณี เขต 2 ด้านบุคลากร เป็นรายคู่ จำแนก
 ตามอาชีพ ด้วยวิธีการของ Scheffe

อาชีพ		รับจ้าง	รับราชการ	เจ้าของกิจการ
	\bar{X}	4.10	4.22	4.29
รับจ้าง	4.10	-	0.12	0.19*
รับราชการ	4.22		-	0.07
เจ้าของกิจการ	4.29			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 25 แสดงว่า ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษา
 เอกชนชั้นพื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุทมาณี เขต 2 ด้านบุคลากร จำแนก
 ตามอาชีพ พบว่าผู้ปกครองที่มีอาชีพรับจ้าง กับผู้ปกครองที่เป็นเจ้าของกิจการ มีการรับรู้ภาพลักษณ์
 ของโรงเรียนเอกชนชั้นพื้นฐาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่าผู้ปกครอง
 ที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ มีการรับรู้ ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน ชั้นพื้นฐานมากกว่าผู้ปกครองที่
 มีอาชีพรับจ้าง นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ตาราง 26 การเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษา เอกชนชั้นพื้นฐานชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 โดยรวม และรายด้าน จำแนกตามการเป็นผู้ปกครองนักเรียนในระดับชั้น

ผู้ปกครอง	ระดับการรับรู้						t	p
	ช่วงชั้นที่ 1			ช่วงชั้นที่ 2				
	\bar{X}	S.D.	แปล ผล	\bar{X}	S.D.	แปล ผล		
การรับรู้								
1. ด้านสถาบัน	4.22	.67	มาก	4.04	.63	มาก	2.595	.004*
2. ด้านการจัดการ	4.19	.71	มาก	4.06	.58	มาก	1.913	.093
3. ด้านการกระทำ และ กิจกรรมต่างๆ	4.14	.72	มาก	4.04	.61	มาก	1.430	.154
4. ด้านศีลธรรม ความดีงาม	4.09	.73	มาก	4.09	.60	มาก	.004	.997
5. ด้านบุคลากร	4.23	.63	มาก	4.10	.49	มาก	2.163	.031*
รวม	4.17	.62	มาก	4.07	.52	มาก	1.773	.077

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 26 แสดงว่า ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษา เอกชนชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2

เมื่อเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้น พื้นฐานจำแนกตามระดับชั้น พบว่ามีการรับรู้โดยรวมไม่แตกต่างกัน และรายด้าน 3 ด้าน คือ ด้าน การจัดการ ด้านการกระทำและกิจกรรมต่างๆ และด้าน ศีลธรรมความดีงาม ไม่แตกต่างกัน

ส่วนด้านสถาบัน และด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 27 การเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษา เอกชนชั้นพื้นฐานชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 โดยรวม และรายด้าน จำแนกตามระยะเวลาการก่อตั้งโรงเรียน

การรับรู้	ระยะเวลาการก่อตั้ง	ระดับการรับรู้					t	p	
		1 – 10 ปี			10 ปีขึ้นไป				
		\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.			แปลผล
1. ด้านสถาบัน		4.12	.69	มาก	4.16	.60	มาก	-0.690	.490
2. ด้านการจัดการ		4.09	.71	มาก	4.16	.60	มาก	-0.968	.334
3. ด้านการกระทำ และกิจกรรมต่าง ๆ		4.06	.71	มาก	4.13	.64	มาก	-1.021	.308
4. ด้านศีลธรรม ความดีงาม		4.07	.68	มาก	4.10	.67	มาก	-0.443	.658
5. ด้านบุคลากร		4.15	.60	มาก	4.20	.55	มาก	-0.950	.343
	รวม	4.10	.63	มาก	4.15	.53	มาก	-0.899	.369

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 27 แสดงว่า ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษา เอกชนชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2

เมื่อเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐานจำแนกตามระยะเวลาการก่อตั้งโรงเรียน พบว่ามีการรับรู้โดยรวม และรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้น
พื้นฐาน อำเภอดุสิตบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุกดาหาร เขต 2 สรุปได้ดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษา
เอกชนชั้นพื้นฐาน อำเภอดุสิตบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุกดาหาร เขต 2
2. เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษา
เอกชนชั้นพื้นฐานจำแนกตามวุฒิการศึกษา อาชีพ ในระดับช่วงชั้น และระยะเวลาในการก่อตั้ง
โรงเรียน

สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงเรียนที่แตกต่างกัน
2. ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกันมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงเรียนที่แตกต่างกัน
3. ผู้ปกครองของนักเรียนที่อยู่ระดับช่วงชั้นต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงเรียนที่
แตกต่างกัน
4. ระยะเวลาการก่อตั้งโรงเรียนแตกต่างกัน ผู้ปกครองมีการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงเรียน
แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ปกครองนักเรียนในสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐาน
อำเภอดุสิตบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุกดาหารเขต 2 ที่เปิดสอนถึงช่วงชั้นที่ 2 จำนวน 15
โรงเรียน โดยแยกเป็นผู้ปกครองของนักเรียนในระดับช่วงชั้นที่ 1 จำนวน 4,644 คน ผู้ปกครองของ
นักเรียนในระดับช่วงชั้นที่ 2 จำนวน 4,369 คน รวมทั้งสิ้น 9,013 คน
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ปกครองของนักเรียนในสถานศึกษาเอกชนชั้น
พื้นฐานที่เปิดทำการสอนในระดับช่วงชั้นที่ 1 และ 2 ในอำเภอดุสิตบุรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษามุกดาหารเขต 2 กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์จากตารางสำเร็จของ เคริจซี่ และมอร์แกน

(Krejcie and Morgan. 1970: 608) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 375 คนจากนั้นทำการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ตามสัดส่วนของผู้ปกครองนักเรียนในแต่ละระดับชั้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร ตำรา บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จำนวน 46 ข้อ เพื่อใช้สอบถามการรับรู้ของผู้ปกครองเกี่ยวกับภาพลักษณ์ภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุทมาณี เขต 2 ซึ่งผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ตอนคือ

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งสอบถามเกี่ยวกับ วุฒิกการศึกษา อาชีพ ระดับชั้นของนักเรียนในปกครอง และระยะเวลาการก่อตั้งโรงเรียน มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 สอบถามการรับรู้ของผู้ปกครอง เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชน มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 4 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และนำแบบสอบถามที่ได้มาปรับปรุงแก้ไข แล้วนำไปทดลองใช้ (Try – out) กับผู้ปกครองนักเรียน จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แล้วนำไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .93

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยขอหนังสือรับรองจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขอความร่วมมือจากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา และผู้บริหารสถานศึกษาเอกชนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุทมาณี เขต 2 ตอบแบบสอบถาม

2. แจกแบบสอบถามแก่ผู้ปกครองที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 375 คน พร้อมทั้งชี้แจงรายละเอียดและเก็บรวบรวมแบบสอบถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจได้รับแบบสอบถามคืนทั้งหมด 366 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 97.60 นำแบบสอบถามที่ได้รับคืน มาตรวจสอบความสมบูรณ์ในการตอบ แล้วคัดลอกฉบับที่สมบูรณ์ ปรากฏว่าแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา มีความสมบูรณ์ จำนวน 361 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 96.26 จากนั้นนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบค่าที (t – test) และ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way ANOVA)

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษารับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 ใน 5 ด้าน คือ ด้านสถาบัน ด้านการจัดการ ด้านการกระทำ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ด้านศีลธรรม ความดีงาม และด้านบุคลากร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ระดับการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ ของสถานศึกษาเอกชนโดยรวม อยู่ในระดับมาก และรายด้านได้แก่ ด้านสถาบัน ด้านการจัดการ ด้านการกระทำและกิจกรรมต่าง ๆ ด้านศีลธรรมความดีงาม และด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากทุกด้าน

2. การเปรียบเทียบการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐาน จำแนกตามวุฒิการศึกษา อาชีพ การเป็นผู้ปกครองนักเรียนในระดับช่วงชั้น และระยะเวลาในการก่อตั้งโรงเรียน พบว่า

2.1 การรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐาน ที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน พบว่ามีการรับรู้โดยรวม และรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.2 การรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐาน ที่มีอาชีพต่างกัน พบว่ามีการรับรู้โดยรวม และรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.3 การรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐาน ที่เป็นผู้ปกครองนักเรียนในระดับช่วงชั้นต่างกัน พบว่ามีการรับรู้โดยรวมไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านการจัดการ ด้านการกระทำ และกิจกรรมต่าง ๆ และด้านศีลธรรม ความดีงาม มีระดับการรับรู้ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านสถาบัน และด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.4 การรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐาน ตามระยะเวลาการก่อตั้งโรงเรียน พบว่ามีการรับรู้โดยรวม และรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

ผลการวิจัยมีประเด็นที่นำมาอภิปรายดังนี้

1. การรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นนำพื้นฐาน อำเภอกัญญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

1.1 ด้านสถาบัน โดยรวม และรายข้อ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่า สถานศึกษาเอกชนจะต้องมีภาพลักษณ์ที่สร้างได้จากการทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ (ชัยวัฒน์ ชยางกูร. 2545: 1) และภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนนั้น หากโรงเรียนมีการพัฒนาโรงเรียนให้ทันสมัย อาคาร สถานที่ที่เป็นเอกลักษณ์ภายนอกที่มองเห็น วัสดุอุปกรณ์ภายในที่พร้อมเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ จะเป็นภาพลักษณ์ของโรงเรียน ในการประชาสัมพันธ์สู่ภายนอก (รัชพล ศษชารุ่งโรจน์. 2548: 104)

1.2 ด้านการจัดการ โดยรวม และรายข้อ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่า สถานศึกษาเอกชน ได้มีการพัฒนาแนวคิด ปรัชญา และนโยบาย ตลอดจนกระบวนการจัด ประสบการณ์ และกิจกรรม มีการจัดรูปแบบการเรียนการสอนที่หลากหลาย จะต้องมีการแข่งขัน และปรับปรุงประสิทธิภาพมาตรฐานการเรียนการสอนในทุกๆด้านและโรงเรียนต้องมีการพัฒนาการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพอยู่เสมอ คุณภาพการศึกษาจะต้องมีความสัมพันธ์กับการบริหารจัดการ โรงเรียนเอกชน (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. 2542 ข: 3)

1.3 ด้านการกระทำ หรือกิจกรรมต่าง ๆ โดยรวม และรายข้อ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่า สถานศึกษาเอกชนได้ดำเนินกิจกรรมต่างๆที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความมั่นใจ และความเชื่อมั่นต่อผู้ปกครอง ชุมชน สังคม ว่าการดำเนินงานของโรงเรียนเป็นไปตามวิสัยทัศน์ และพันธกิจ มีนโยบายพัฒนาโรงเรียนก่อให้เกิดผลผลิตทางการศึกษาที่มีคุณภาพ (เมตต์ เมตต์การุณจิต. 2547: 109) และมีการจัดกิจกรรมทั้งในและนอกเวลาเรียน ซึ่งไม่ได้กำหนดไว้ในหลักสูตร หรือไม่ได้บังคับไว้ว่าจะต้องเรียน เพื่อสนองความต้องการและความสนใจ อันเป็นแนวทางเสริมประสบการณ์ และพัฒนาการทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญาของนักเรียน (ธีระ แทนศิริ. 2541: 12)

1.4 ด้านศีลธรรม และความดีงาม โดยรวม และรายข้อ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจเนื่องจากว่า สถานศึกษาเอกชน ได้มีการสร้างภาพลักษณ์โรงเรียนในด้านความดี ความงาม โดยโรงเรียนมีแนวทางในการพัฒนาผู้เรียนอย่างชัดเจน โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้ ซึ่งจะต้องพัฒนา ผู้เรียนทั้งด้านกาย ด้านความประพฤติ ด้านจิต และด้านปัญญา โดยมุ่งเน้นให้นักเรียนมีคุณลักษณะ กิน อยู่ ดู ฟัง เป็น เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาตนและสังคม โดยไม่เบียดเบียนผู้ใด (ณัฐริกา ลิ่มเฉลิม 2549: 30)

1.5 ด้านบุคลากร โดยรวม และรายข้อ มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่า สถานศึกษาเอกชน ได้มีการพัฒนาบุคลากรภายในโรงเรียนอยู่เสมอๆ ทั้งนี้ บุคลากรเปรียบเสมือนทูต

องค์กร ที่จะเสริมสร้างความน่าเชื่อถือ ความสัมพันธ์กับลูกค้า และสังคม บุคลากรเปรียบเสมือน
กระบอกเสียงที่สำคัญในการกระจายเสียงและภาพลักษณ์ของโรงเรียน (ชัยวัฒน์ ชัยางกูร. 2545: 1)

จากผลการศึกษาค้นคว้า พบว่า ด้านสถาบัน ด้านการจัดการ ด้านการกระทำ กิจกรรมต่างๆ
ด้านศีลธรรม และความดีงาม และด้านบุคลากร ทั้งโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

2. การเปรียบเทียบการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้น
พื้นฐาน อำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุทมาณี เขต 2 ใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสถาบัน
ด้านการจัดการ ด้านการกระทำ หรือกิจกรรมต่างๆ ด้านศีลธรรม ความดีงาม และด้านบุคลากร
จำแนกตาม วุฒิการศึกษา อาชีพ ผู้ปกครองของนักเรียนระดับช่วงชั้น ระยะเวลาในการก่อตั้งโรงเรียน

1. ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกันมีการรับรู้ ภาพลักษณ์ของโรงเรียนที่แตกต่างกัน ทั้งนี้
อาจเป็นความสามารถอย่างหนึ่ง ที่เป็นผลมาจากสิ่งสำคัญ 3 ประการ คือ ความสามารถทางสมอง
ประสบการณ์ และการศึกษาอบรม (เสริมศักดิ์ วิชาลาภรณ์. 2522: 131-1320)

2. ผู้ปกครองที่มีอาชีพต่างกันมีการรับรู้ ภาพลักษณ์ของโรงเรียนที่แตกต่างกัน ซึ่งธรรมชาติ
ของอาชีพ ผู้ปกครองมีวิถีการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันในการศึกษาจากหลายสถาบัน มีประสบการณ์
ของชีวิตที่ไม่เท่ากัน ดังนั้น จึงแตกต่างกันภาพในใจของแต่ละคน ย่อมไม่เหมือนกัน จึงมองภาพลักษณ์
ของโรงเรียนแตกต่างกัน ดังที่ (วิรัช ภิรัตน์กุล. 2540) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้น จากการ
ประทับใจอย่างแท้จริง ของบุคคลภาพลักษณ์ ที่บุคคลมีต่อองค์กร หรือสถาบันจะเป็นอย่างไร
ย่อมขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ข้อมูล ข่าวสาร ที่บุคคลนั้นได้รับ

3. ระดับช่วงชั้นที่ต่างกันมีการรับรู้ ภาพลักษณ์ ของโรงเรียนที่แตกต่างกัน
ในรายด้าน ด้านการจัดการ ด้านการกระทำ หรือกิจกรรมต่างๆ และด้านศีลธรรม ความดีงาม ไม่
แตกต่างกัน ส่วนด้านสถาบัน และด้านบุคลากร แตกต่างกัน สอดคล้องกับ (ภัทธิดา ยะสวัสดิ์.2549
บทคัดย่อ) กล่าวว่าภาพลักษณ์ของโรงเรียนมัธยมโรงเรียนวัดธาตุทอง ตามความคิดเห็นของนักเรียน
ช่วงชั้นต่างกัน ผู้ปกครองที่มีวุฒิการศึกษาต่างกัน และครูที่มีประสบการณ์ สอนต่างกัน เมื่อ
เปรียบเทียบ โรงเรียนมัธยมวัดธาตุทอง ตามความคิดเห็นของนักเรียนและผู้ปกครองพบว่าแตกต่างกัน

4. ระยะเวลาการก่อตั้งโรงเรียนแตกต่างกัน จากการศึกษา การรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงเรียน
เอกชนชั้นพื้นฐาน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามุทมาณี เขต 2 โดยรวมรายด้านไม่แตกต่างกัน ดังที่
(จิราภรณ์ สีขาว. 2536 : 36) ให้ความหมายกับภาพลักษณ์ขององค์กร ว่าสามารถทำให้สถาบันนั้น
หน่วยงานนั้น มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ เชื่อกัน ศรัทธา จากบุคคลที่เกี่ยวข้อง และจะทำให้องค์กร
หน่วยงาน สถาบันนั้นๆ มีความเจริญก้าวหน้าได้

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ และข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า การรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ปทุมธานี เขต 2 ที่มีวุฒิการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีการรับรู้ต่างกัน ผู้วิจัยขอเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติดังนี้

- 1.1 โรงเรียนควรพัฒนา ด้านสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการเรียนรู้
- 1.2 ควรส่งเสริม ความสามารถพิเศษให้กับนักเรียน
- 1.3 ควรกำหนดนโยบาย การพัฒนา ด้านคุณธรรม จริยธรรม ให้กับนักเรียน

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

- 2.1 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน ตามการรับรู้ของนักเรียน ชุมชน
- 2.2 ควรมีการศึกษาการรับรู้ของผู้ปกครอง ชุมชนเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนและโรงเรียนของรัฐ
- 2.3 ควรมีการศึกษาการรับรู้ของผู้ปกครอง ที่มีวุฒิการศึกษา และอาชีพต่างกัน โดยการสัมภาษณ์ แบบเจาะลึก เพื่อให้ได้ผล วิจัย ที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2528). *คู่มือการจัดกิจกรรมนักเรียนระดับมัธยมศึกษา*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ศาสนา.
- กรมวิชาการ. (2544ก). *เอกสารรายงานผลการใช้สื่อชุด We are APEC: Thailand เพื่อพัฒนาการเรียนรู้ในกิจกรรมชุมนุมภาษาอังกฤษ*. กรุงเทพฯ: กรมวิชาการ.
- (2544) : *คู่มือการจัดการเรียนรู้กลุ่มสาระการเรียนรู้ สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์การศาสนา.
- กองบรรณาธิการ. (2541). *การศึกษาราคาแพง*. กรุงเทพฯธุรกิจ (นสพ.): 28 ก.ย. 2541.
- กิติมา ปรีดีดีลิก (2529). *ทฤษฎีบริหารองค์การ พิมพ์ครั้งที่ 1* กรุงเทพฯ: ห.จ.ก.ธนาคารพิมพ์
- ชินษฐา ตริหิรัญกุล. (2545). *ปัจจัยที่เกื้อหนุนต่อการจัดการศึกษาในทศวรรษหน้า*. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการการศึกษาเอกชน.
- จิราภรณ์ สีขาว. (2536). *ภาพลักษณ์สถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษาตามการรับรู้ของผู้บริหารการศึกษาระดับสูง*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (บริหารการศึกษา) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร
- ชมแข พงษ์เจริญ. (2542). *การศึกษาการมีส่วนร่วมและความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อการปฏิบัติตามระเบียบของโรงเรียน ในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดนนทบุรี* วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา.) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- ชลรัตน์ ชลมารค. (2546). *ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (บริหารการศึกษา) กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร
- ชัยวัฒน์ ชยางกูร. (2545). *Image ภาพลักษณ์องค์กร*. บิสิเนสไทย. 28 มีนาคม.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2541). *หลักการจัดการ*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : ไทวัฒนาพานิช.
- ธีระ แทนศิริ. (2541). *ปัญหาการบริหารงานกิจกรรมนักเรียนโรงเรียนเอกชน ระดับประถมศึกษา จังหวัดสมุทรปราการ*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ธวัช แสงรัตน์. (2542). *ทักษะการบริหารของผู้บริหารงานโรงเรียนประถมศึกษาตามความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียนและครู อาจารย์ สังกัดสำนักงานการประถมศึกษา อำเภอโพธาราม จังหวัดหนองคาย*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.

- นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์. (2540). *การประชาสัมพันธ์โรงเรียน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญเกื้อ ควรหาเวช. (2537). *การประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: เอส อาร์ ฟิ้งนิง.
- ประจวบ อินอ้อด. (2537). *การบริหารงานประชาสัมพันธ์. ในเอกสารการสอนชุดวิชา*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประสาร ทองภักดี. (2526). *กลวิธีสอนตามแนวพุทธศาสตร์ ศึกษาตามแนวพุทธศาสตร์ ภาคที่ 2 ระบบการสอน*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.
- ประมะ สตะเวทิน. (2530). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: จำรัสการพิมพ์.
- พร รุจนะเวช. (2547). *แนวดำเนินการประกันคุณภาพการศึกษา สพท. กทม.1*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ หจก. เจเอ็นที.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษา และจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- พัชรี เขยจรรยา; และคณะ. (2534). *แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภิญโญ สาร. (2529). *กิจกรรมเสริมหลักสูตร หลักการบริหารการศึกษา*. พระนคร : โรงพิมพ์ วัฒนาพานิช.
- ภัทริภา ยะสวัสดิ์. (2549). *ภาพลักษณ์โรงเรียนมัธยมศึกษาวัดธาตุทอง*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- ไพโรจน์ อุลิศ. สืบค้นเมื่อวันที่ 27 มิ.ย. 2547 จาก <http://it.aru.ac.th/courseware2/detail/chapter5>
- พรานเชษฐา เบนส์. (2547). แปลโดย โชคชัย ยะชูศรี แปล. *การรับรู้ ร่างกายของเราเชื่อมโยงกับ โลกภายนอกอย่างไร*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาฯ.
- มโนพร รัชตะหิรัญ. (2543). *ภาพลักษณ์ของโรงเรียนพาณิชยการ จรัลสนิทวงศ์ในสายตา ผู้ปกครอง*. วิทยานิพนธ์ คอ.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง. ถ่ายเอกสาร
- มุกดา สุขสมาน. (2537). *มนุษย์ ภาวะกายและจิต*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เมตต์ เมตต์การุณจิต. (2547). *การบริหารจัดการศึกษาแบบมีส่วนร่วม*. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย.

- มะลิวัลย์ ศิริวรรณ. (2542). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์และการให้บริการแก่ชุมชน ของโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัด กรมสามัญศึกษาเขตการศึกษา 12.*
วิทยานิพนธ์ กศ.ม (การบริหารการศึกษา). ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
ถ่ายเอกสาร
- รัตนาวดี ศิริทองถาวร. (2546). *การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ.* กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัชพล คชชารุ่งโรจน์. (2548). *คิดทำที่หลากหลาย กลยุทธ์การบริหารจัดการโรงเรียนทันสมัย.*
กรุงเทพฯ : บริษัทด้านสุขภาพการพิมพ์.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525. (2538). *พิมพ์ครั้งที่ 5* กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์.
- พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. (2537). *การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพพจน์ ก่อน ระหว่างและหลังการตั้งโรงงานอุตสาหกรรม.* ใน ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์.
พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : เจริญผล.
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. (2545). *การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์.* พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ประกายพริก.
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. (2540). *ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่งการประชาสัมพันธ์ภาพพจน์.* พิมพ์ครั้งที่ 4.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ประกายพริก.
- พนัส พฤษสุสุนันท์; และคณะ. (2545). *การสร้างพลังชุมชน.* ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: วิชาการกรมอนามัย
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. *กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ.* กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษาและวิจัยสื่อสารมวลชนภายใน.
- วิจิตร อวระกุล. (2534). *เทคนิคการประชาสัมพันธ์.* กรุงเทพฯ: โอ เอส พินิตติ้ง เฮาส์.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2542). *นักประชาสัมพันธ์กับงานประชาสัมพันธ์ในเชิงปฏิบัติยุคสารสนเทศ.*
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัชต์ แสงดาวฉาย. (2531). *ภาพพจน์ของ พล.อ.เปรม ติณสูลานนท์ ในหนังสือพิมพ์ไทย.*
วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- วิทยา ตำนธำรงกุล. (2544). *สร้างภาพลักษณ์ อย่าแค่สร้างภาพ.* กรุงเทพฯ: กรุงเทพธุรกิจ.
- วีรวุฒน์ อุทัยรัตน์. *การสร้างภาพลักษณ์โรงเรียน.* บทความการศึกษา.

- วิภัฏญา เจนสุริยะกุล. (2544). การศึกษาลักษณะการรับรู้ภาพลักษณ์โลกรอบตัวอย่างถูกต้อง
ของนักเทคโนโลยีการศึกษาในสถาบันการศึกษาสังกัด ทบวงมหาวิทยาลัย.
วิทยานิพนธ์ ค.ม.(การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
-(2545). ภาพลักษณ์ของโรงเรียน (School Image). วารสารสถาบันพัฒนาผู้
บริหารการศึกษา. ปีที่ 19 ฉบับที่ 4 (เมษายน-พฤษภาคม): 12-13.
-(2546). กลยุทธ์และขั้นตอนสร้าง ภาพลักษณ์ ของโรงเรียน. วารสารการศึกษาไทย.
กรุงเทพฯ: Vol.3 No27 (มีนาคม - เมษายน).
- วิมลพรรณ อภาเวท. (2546). การวางแผนการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: บুদ্ধ พอยท์.
- วรินทร์ วิมุตติสุนทร. (2550). ภาพลักษณ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาคพิเศษ มหาวิทยาลัยศรี
นครินทรวิโรฒ ตามการรับรู้ของมหาบัณฑิต และนิสิตปริญญาโท. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การ
จัดการ). กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- ศิริวรรณ แซ่อึ้ง. (2544). พฤษจิกายบนบนทาง 2 แพร่ง. สานปฏิรูปการศึกษา. 4;23.
- สภาร่างรัฐธรรมนูญ. (2540). (ร่าง) รัฐธรรมนูญ แห่งราชอาณาจักรไทย ฉบับประชาชน.(ส.ค.).
กรุงเทพฯ:
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2537). สรุปรายงานการวิจัย เรื่องประสิทธิภาพในการ
จัดการศึกษาเอกชน. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.
-(2543). ปฏิรูปการเรียนรู้สำคัญที่สุด. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษา
แห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน. (2540). เอกชนเคียงคู่รัฐจัดการศึกษา : 32 ปี สช.
กรุงเทพฯ: คุรุสภาลาดพร้าว.
-(2543 พฤษภาคม). กำหนดวิสัยทัศน์ใหม่ของโรงเรียนเอกชนใหม่. ข่าวสด หน้า 12
- (2545). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2)
พ.ศ. 2545. กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. (2547). การประชุมทางวิชาการ การวิจัย
เกี่ยวกับการปฏิรูปการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: สำนักวิจัยและพัฒนาการศึกษา สำนักงาน.
เลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.

สิริมา กลิ่นกุหลาบ. (2546). การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความสามารถในการตัดสินใจของผู้เรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่เรียนคุณธรรมที่ส่งเสริมความเป็นพลเมืองดี ตามระบอบประชาธิปไตย ด้วยชุดการสอนแบบโยนิโสมนสิการกับชุดการสอนแบบกระบวนการกระจำง่า่นิยม. ปริญญาโท กศ.ม. (การมัธยมศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีและการปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กส์.

.....(2546). สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: ธนัชการพิมพ์.

สุวรรณา แซ่เอ็ง. (2542). ภาพลักษณ์ของคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตามทัศนะของ อาจารย์และนิสิตคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ปริญญาโท กศ.ม. (การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร

แสงระวี เทพรอด. (2542). ความสัมพันธ์ระหว่างการปลูกฝังคุณธรรมทางพุทธศาสนา พฤติกรรมทางพุทธศาสนากับพฤติกรรมป้องกันสารเสพติด : กรณีศึกษาในนักเรียนวัยรุ่นจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.

สุวิชัย เศรษฐเสถียร. (2531). รูปแบบการจัดกิจกรรมนักศึกษาของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. ปริญญาโท กศ.ม. (การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

สุจินดา อยู่ยงสินธุ์ (2547). ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ต่อการเปิดหลักสูตรบริหารธุรกิจปริญญาโท MBAnานาชาติในทัศนะของผู้เรียนจบปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม.(การจัดการ).บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร

สันติชัย นำจิตร์ชื่น. (2547). "PERCEPTION AND PATHOLOGY OF PERCEPTION". <http://www.mahidol.ac.th/mahidol/ra/rapc/percept.html>. กรุงเทพฯ : ภาควิชาจิตเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี.

เสาวลักษณ์ ตันติพิบูลย์ทรัพย์. (2545). ภาพลักษณ์โรงเรียนตามความรับรู้ของผู้ปกครองนักเรียนบวรรัตนศาสตร์. ปริญญาโท กศ.ม. (บริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

อริศรา เจริญวานิช. (2544). การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- อัปษวศรี ปลอดภัย. (2543). *การประชาสัมพันธ์โรงเรียน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เอกชัย กี่สุขพันธ์. (2533). *การบริหาร ทักษะและการปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดอรุณการพิมพ์.
- อภิสิทธิ์ ด้ตรนนานนท์, (2548,กุมภาพันธ์). "คน...ผู้สร้างภาพลักษณ์องค์กร". *ผู้จัดการราย สัปดาห์*. หน้า 20
- Barnes, Rhoda Ann. (1995 April.). African American Parents' Involvement in Their Children's Schooling. *Dissertation Abstracts International*.55 (10):
- Bell, M.L. (1992). *A study to determine why parents do or do not participate in the education of their middle school children*. (On-line). Abstract from: Umi Proquets Digital Dissertation.
- Boorstin,(1973). Danial J. *The Image : A Guide to Pseudo-Events in America*, New York: McCellelland & Stewart.
- Campbell, Ronald F. (1978). *Introduction to Educational Administration*. 5th ed. Boston: Allyn and Bacon.
- Gregory Jame R. With Wiechmann Jack G. (1996). *Marketing Corporate Image*. Illinois: NTC.
- Garcia Nancy. (2005,September). Acompatison of teachers' and administrators' perception of the characteristics of effective alternative New York City public high school. *Dissertation Abstracts International*.66(03):857.
- Harrison Shiriey. (1995). *Public Relation*. London : Routledge.
- Hargens, M. Donna. (2007). An Exploratory Study of the Impact of the Organization on He Retention of Hight Schiil Teacher. *Dissertation Abstracts. International* 66(09):222.
- Jefkins, Frank. (1977). *Planned, Press and Public Relations*. London: International Textbook.
- Krejcie,V.Robert; & Daryle, W.Morgan. (1970). Determinaning Sample Size for Research Activity. *Journal of Educational and Psychological Measurement*. 13(3): 607 – 610.

- 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*. 26 (01) : 225
- Miller, Van. (1985). *The Public Administration of American School*. New York: Macmillian.
- Nada Dabbagh., Dr. Gestalt Theory. [www.http://chd.gse.gmu.edu/immersion](http://chd.gse.gmu.edu/immersion)
- Shirley Harrison. (1995). *Public Relation*. London: Routledge.
- Zuehlke, T. Julie. (1996, August). Managing Public Relations Using MG00: a Model for Action Planning in Community Organizations. *Dissertation Abstracts International*.57 (02): 500.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง การรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชน
ชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรีสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดปทุมธานี เขต 2

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการทำสารนิพนธ์ของนิสิตปริญญาโท
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จึงขอความร่วมมือจากทุกท่าน โปรดตอบ
คำถามตามความเป็นจริง เพื่อจะนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป โดยข้อมูลที่ท่าน
ตอบในแบบสอบถามทั้งหมดจะถือเป็นความลับ ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น

แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสถานภาพของผู้ปกครอง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของสถานศึกษา
เอกชน ชั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานีเขต 2

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ปกครอง

คำชี้แจง: โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่อง หน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริงหรือความคิดเห็นของ
ท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของท่าน

1. วุฒิการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

2. อาชีพ

- รับจ้างทั่วไป รับราชการ เจ้าของกิจการ

3. ผู้ปกครองนักเรียนระดับช่วงชั้น

- ช่วงชั้นที่ 1 ช่วงชั้นที่ 2

4. ระยะเวลาการก่อตั้งโรงเรียน

- โรงเรียนก่อตั้ง 1-10 ปี โรงเรียนก่อตั้ง 10 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 การรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของสถานศึกษาเอกชนขั้นพื้นฐาน

คำชี้แจง

ในฐานะที่ท่านเป็นผู้ปกครองของนักเรียนของสถานศึกษาเอกชนขั้นพื้นฐานอำเภอธัญบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 โปรดแสดงถึงการรับรู้ของท่าน ที่มีต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของโรงเรียนในเรื่องต่างๆ ได้แก่ สถาบันการศึกษา การจัดการการศึกษา การกระทำกิจกรรมต่างๆ ในสถานศึกษา ศีลธรรมความดีงามของสถานศึกษา และบุคลากรในสถานศึกษา

คำตอบของท่านจะช่วยให้โรงเรียนสามารถปรับปรุงให้มีคุณภาพดีขึ้นได้ และจะไม่มีผลกระทบทางที่ไม่ดีต่อการศึกษาของบุตรหลานท่าน เป็นเพียงการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น

คำแนะนำ

ขอให้ท่านเขียนเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความรู้ของท่านมากที่สุด ตามระดับค่าคะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	ระดับการรับรู้ที่มีต่อภาพลักษณ์ มากที่สุด
4	หมายถึง	ระดับการรับรู้ที่มีต่อภาพลักษณ์ มาก
3	หมายถึง	ระดับการรับรู้ที่มีต่อภาพลักษณ์ ปานกลาง
2	หมายถึง	ระดับการรับรู้ที่มีต่อภาพลักษณ์ น้อย
1	หมายถึง	ระดับการรับรู้ที่มีต่อภาพลักษณ์ น้อยที่สุด

ข้อรายการ	ระดับการรับรู้					สำหรับ ผู้วิจัย
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	
ด้านสถาบัน						
1. การวางผัง ของโรงเรียนเหมาะสมและได้รับความสะดวกแก่ผู้ใช้						
2. อาคารเรียนมีสีสันทนสวยงามน่าเรียน						
3. ห้องเรียนมีแสงสว่างเพียงพอ โต๊ะเก้าอี้ในห้องเรียนมีสภาพดีเพียงพอกับความ ต้องการของนักเรียน						
4. โรงเรียน มีสภาพแวดล้อมที่ดี และมีความสะอาดร่มรื่น						
5. บริเวณโรงเรียน มีสนามกีฬาทั้งใน ร่ม กลางแจ้ง มีสภาพดี พร้อมใช้งาน						
6. เครื่องเล่นและอุปกรณ์ประกอบสนาม โรงเรียน อยู่ในสภาพดี และมั่นคงถาวร ปลอดภัย						
7. โรงเรียนมีวัสดุ อุปกรณ์การสอน เหมาะสมทันสมัย และมีการปรับเปลี่ยน สม่ำเสมอ						
8. ขนาดของโรงเรียนเมื่อเทียบกับจำนวน นักเรียน มีความเหมาะสม และเพียงพอ						
9. โรงอาหารถูกสุขลักษณะ มีโต๊ะเก้าอี้ เหมาะสมเพียงพอกับจำนวนนักเรียน						
10. โรงเรียนมีอุปกรณ์การเรียนดนตรีและ อุปกรณ์กีฬาเพียงพอต่อความต้องการของ นักเรียน						

ข้อรายการ	ระดับการรับรู้					สำหรับ ผู้วิจัย
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	
11. โรงเรียนมีอุปกรณ์ห้องคอมพิวเตอร์ เพียงพอกับความต้องการของนักเรียน						
12. ชื่อโรงเรียน อักษรย่อ สัญลักษณ์ เครื่องหมายของโรงเรียน สะดุดตา ช่วยสร้างความภาคภูมิใจที่มีบุตรหลานเรียนในโรงเรียนแห่งนี้						
13. ชื่อเสียงประวัติและความเก่าแก่ของโรงเรียนถือเป็นจุดเด่นของโรงเรียนที่ก่อตั้งมานาน						
ด้านการจัดการ						
14. นักเรียนมีความสามารถในด้านวิชาการ มารยาท ความประพฤติ และได้รับรางวัล						
15. นักเรียนมีความสามารถ ในการศึกษาค้นคว้า จากแหล่งเรียนรู้ และสื่อด้านเทคโนโลยี						
16. โรงเรียนมีแผนพัฒนาคุณภาพการศึกษามีคู่มือครู คู่มือนักเรียนเพื่อเป็นแนวทางในการยึดถือปฏิบัติอย่างชัดเจน						
17. โรงเรียนมีการจัดกิจกรรมแนะแนวการศึกษาต่อให้กับนักเรียน						
18. คณะครู และผู้บริหารมีการพัฒนาระบบการเรียนการสอนให้ทันสมัยอยู่เสมอ						

ข้อรายการ	ระดับการรับรู้					สำหรับ ผู้วิจัย
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	
ด้านการกระทำหรือกิจกรรมต่าง ๆ						
19. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการจัด การศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการ						
20. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการส่งเสริม ให้นักเรียนมีความสามารถพิเศษด้านกีฬา ดนตรี ศิลปะ						
21. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องระเบียบวินัย ของนักเรียน						
22. การจัดกิจกรรมช่วยเหลือดูแลนักเรียนที่มี ปัญหา ช่วยแก้ปัญหาให้กับนักเรียน						
23. กิจกรรมโครงการพี่สอนน้องช่วยส่งเสริม ความสามารถทางวิชาการให้นักเรียน						
24. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการสอน ภาษาต่างประเทศ						
25. กิจกรรมการศึกษาแหล่งเรียนรู้ภายนอก โรงเรียนมีความเหมาะสม						
26. กิจกรรมปฐมนิเทศนักเรียนใหม่ และ ผู้ปกครองช่วยให้ผู้ปกครองและนักเรียนเข้าใจ ระเบียบข้อบังคับและวิถีดำเนินชีวิตในโรงเรียน						
27. การประสานงานของโรงเรียนกับผู้ปกครอง นักเรียนทำให้เกิดความเข้าใจมีสัมพันธภาพที่ดี ต่อกัน						

ข้อรายการ	ระดับการรับรู้					สำหรับ ผู้วิจัย
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	
28. โรงเรียนมีการประชาสัมพันธ์ให้ บุคคลภายนอกได้รับรู้						
29. โรงเรียนมีบริการให้ทุนอาหารกลางวันแก่ นักเรียนที่ประสบภาวะขาดแคลนทุนทรัพย์						
30. โรงเรียนจัดให้มีการบริการตรวจสอบสภาพ อนามัยแก่นักเรียนเป็นประจำ						
ด้านศีลธรรม ความดีงาม						
31. นักเรียนของโรงเรียนมีความประพฤติดี ปฏิบัติตามกฎระเบียบวินัยของโรงเรียน						
32. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ						
33. โรงเรียนมีนโยบายและแผนพัฒนา โรงเรียน ในด้านคุณธรรมนักเรียนอย่าง ชัดเจน						
34. โรงเรียนมีบริการให้ทุนการศึกษาแก่ นักเรียนที่ขาดแคลนและนักเรียนที่เรียนดี						
35. โรงเรียนมีกิจกรรมปลูกฝังการทำความดี						
ด้านบุคลากร						
36. ผู้บริหารเป็นที่รู้จัก เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง และเป็นที่รู้จักในสังคม						
37. ผู้บริหาร และครูเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็น แบบอย่างที่ดี และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี						
38. ผู้บริหารปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็ม ความสามารถ และมีการพัฒนาอย่าง ต่อเนื่อง						

ข้อรายการ	ระดับการรับรู้					สำหรับ ผู้วิจัย
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)	
39. ผู้บริหารมีการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ มาใช้ในการบริหารจัดการ เป็นคนทันสมัย พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ อย่างเหมาะสม						
40. ผู้บริหารยิ้มแย้มแจ่มใส สุขภาพ พุดจาเหมาะสม อารมณ์ดี เหมาะเป็นผู้บริหาร						
41. ผู้บริหารมีบุคลิกภาพโดดเด่น น่าเคารพ เชื่อถือและศรัทธา						
42. ครูในโรงเรียนส่วนใหญ่มีวุฒิทางการศึกษาตรงกับวิชาที่สอน						
43. ครูมีความกระตือรือร้น คล่องแคล่ว ว่องไว มีชีวิตชีวา มีความสามารถในด้านการสอน และได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง						
44. นักเรียนพูดจาไพเราะ สุขภาพเรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ดี						
45. บุคลากรสนับสนุนมีความสุภาพอ่อนน้อม พุดจาไพเราะ สุขภาพเรียบร้อย เต็มใจให้บริการ และอำนวยความสะดวกผู้ที่มาติดต่อ						
46. ผู้บริหาร ควบคุมดูแลเอาใจใส่ให้นักเรียนมีลักษณะนิสัย และค่านิยมที่ถูกต้อง						

ขอขอบพระคุณที่ท่านช่วยกรุณาสละเวลาตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ

- | | |
|------------------------------|---|
| 1. ดร.นิศย์ โรจน์รัตนวาณิชย์ | อาจารย์ภาควิชาการบริหารการศึกษา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ |
| 2. อาจารย์นวลอนงค์ นวลเขียว | ผู้รับใบอนุญาตโรงเรียนผ่องสุวรรณวิทยา
อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี |
| 3. อาจารย์ศิริพรรณ เกตุไชโย | ครูใหญ่โรงเรียนทิพพากรวิทยาการ
อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี |
| 4. อาจารย์สุภรณ์ สระตันดี | ผู้รับใบอนุญาตโรงเรียนจุฑารัตน์วิทยา
อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี |
| 5. อาจารย์สุทิน วิเศษสุวรรณ | หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมการศึกษาเอกชน
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2 |

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นางภาวิณี จิรกาลวสาน
วันเดือนปีเกิด	6 มีนาคม 2505
สถานที่เกิด	ตำบลบัวทอง อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	250/122 หมู่ 1 ตำบลลำฝักกูด อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	สถานที่ทำงานปัจจุบัน โรงเรียนจุฑารัตน์วิทยา 84 ถนนเลียบบคลอง 9 อำเภอหนองเสือ จังหวัดปทุมธานี
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2520	มัธยมศึกษาตอนต้น จากจังหวัดบุรีรัมย์
พ.ศ. 2524	ครูพิเศษประถมศึกษา จากโรงเรียนเพาะช่าง กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2526	ครูพิเศษมัธยมศึกษา จากโรงเรียนเพาะช่าง กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2530	ครุศาสตร์บัณฑิต (ค.บ.) จากวิทยาลัยครูจันทระเกษม กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2551	การศึกษามหาบัณฑิต (กศ.ม.) สาขาวิชาการบริหารการศึกษา จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ