

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย มีวัตถุประสงค์สำคัญ คือ เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในด้านต่าง ๆ

ทั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ 7 ประการ ดังนี้

1. นักเรียนหญิงและนักเรียนชายมีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกัน

2. นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกัน

3. นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่บิดามารดาประกอบอาชีพที่ต่างกันมีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกัน

4. นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่บิดามารดามีสถานะทางเศรษฐกิจที่ต่างกันมีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกัน

5. นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายมีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเชิงบวก

6. นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกันมีความสนใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกัน

7. นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกันมีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกัน

วิธีการศึกษาเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ และใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จาก 9 โรงเรียน จำนวน 515 คน ซึ่งได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อประเมินคำตอบจากแบบสอบถาม ส่วนการทดสอบสมมติฐานใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยโดยใช้ t-test และ การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) เกณฑ์การให้คะแนนคำตอบใช้ Rating Scale

สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างจากโรงเรียนวัดสุทธิวาราม มีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ โรงเรียนศึกษานารี โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย โรงเรียนหอวัง โรงเรียนสตรีวิทยา โรงเรียนสายน้ำผึ้ง โรงเรียนเทพศิรินทร์ โรงเรียนสุรศักดิ์มนตรี และโรงเรียนบดินทร์เดชา ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น หญิงมากกว่าชาย และมีอายุ 17 ปี เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ชั้นละเท่า ๆ กัน ผลการเรียนอยู่ระหว่าง 2.1 - 2.5 อาชีพของบิดาส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนอาชีพมารดาเป็นแม่บ้านมากที่สุด รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือนโดยรวมแล้ว 10,000-30,000 บาทมากที่สุด

ในด้านความสนใจที่จะเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชนนั้น ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่สนใจที่จะเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 54.6 ซึ่งไม่แตกต่างจากจำนวนผู้ที่สนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชนมากนัก คือ จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 45.4

กลุ่มตัวอย่างที่สนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชนส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า ต้องการที่จะเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชนเพราะ (1) สอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐไม่ได้ (2) สามารถเลือกคณะได้ตามความต้องการหรือสนใจ (3) สาขาวิชาที่ศึกษามีคุณภาพดีเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น (4) มหาวิทยาลัยเอกชนเปิดสอนเป็นภาษาอังกฤษหรือต้องการเข้าศึกษาภาควิชาภาษาต่างประเทศ (5) สะดวกในการเดินทาง (6) ความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเอกชน (7) ผู้ปกครองต้องการให้เข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเอกชน (8) ได้รับทุนการศึกษาจากมหาวิทยาลัยเอกชน

ในเรื่องของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในด้านต่าง ๆ ตามความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายนั้น จากการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ที่เด่นที่สุดของมหาวิทยาลัยเอกชน คือ มหาวิทยาลัยเอกชนมีการดำเนินงานร่วมกับสถาบันการศึกษาต่างชาติที่มีชื่อเสียง รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยเอกชนมีอุปกรณ์การเรียนการสอน อุปกรณ์การปฏิบัติการอย่างเพียงพอ มหาวิทยาลัยเอกชนจัดให้มีทุนการศึกษาสำหรับนักเรียนที่ขาดแคลนทุนทรัพย์และนักเรียนเรียนดี อาจารย์มหาวิทยาลัยเอกชนมีการศึกษาสูง มหาวิทยาลัยเอกชนมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว มหาวิทยาลัยเอกชนเป็นองค์กรที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง การจัดการอาคารและสถานที่ของมหาวิทยาลัยเอกชนเป็นไปอย่างเหมาะสม มหาวิทยาลัยเอกชนส่งเสริมและสนับสนุนด้านกีฬา มหาวิทยาลัยเอกชนมีความมั่นคง มหาวิทยาลัยเอกชนมีสภาพแวดล้อมที่ดี มหาวิทยาลัยเอกชนสนับสนุนให้นักเรียนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยเอกชนส่งเสริมการเป็นพลเมืองดี ประสิทธิภาพและการดำเนินงานของผู้บริหารมหาวิทยาลัยเอกชนอยู่ในระดับดี มหาวิทยาลัยเอกชนมีบรรยากาศที่ดี มหาวิทยาลัยเอกชนมีการสอนอย่างมีประสิทธิภาพ มหาวิทยาลัยเอกชนส่งเสริมคุณภาพของสังคม การปรากฏเป็นข่าวผ่านสื่อมวลชนของมหาวิทยาลัยเอกชนเป็นไปในทางที่ดี มหาวิทยาลัยเอกชนมีชื่อเสียง มหาวิทยาลัยเอกชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยเอกชนปลอดภัย ผู้บริหารของมหาวิทยาลัยเอกชนมีชื่อเสียง มหาวิทยาลัยเอกชนตั้งอยู่ในที่หรือบริเวณที่เหมาะสม การเผยแพร่เรื่องราวข่าวสารต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยเอกชนเข้าใจง่าย ชัดเจน ความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเอกชนมีผลต่อคุณภาพของนักศึกษา การเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนของมหาวิทยาลัยเอกชนนั้น สม่ำเสมอ ความยอมรับของสังคมเมื่อนักศึกษาจบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยเอกชน

นักเรียนนิยมเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเอกชน และลำดับสุดท้าย ซึ่งจัดได้ว่าเป็นภาพลักษณ์เชิงลบของมหาวิทยาลัยเอกชน คือ การเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัยเอกชน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสม เนื่องจากมหาวิทยาลัยเอกชนเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาในอัตราที่สูงมาก ยิ่งเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยของรัฐบาล จึงเหมือนกับเป็นการปิดกั้นโอกาสสำหรับผู้ที่มีฐานะยากจนที่ต้องการจะเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเอกชน

2. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 นักเรียนหญิงและนักเรียนชายมีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชน แตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนของนักเรียนหญิงและนักเรียนชายไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

สมมติฐานที่ 2 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

สมมติฐานที่ 3 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่บิดามารดาประกอบอาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่บิดามารดาประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

สมมติฐานที่ 4 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่บิดามารดามีสถานะทางเศรษฐกิจที่ต่างกันมีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่บิดามารดามีสถานะทางเศรษฐกิจที่ต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

สมมติฐานที่ 5 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายมีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเชิงบวก

ผลการวิจัย พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายมีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเชิงบวก ที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.53 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

สมมติฐานที่ 6 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกันมีความสนใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกันมีความสนใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

สมมติฐานที่ 7 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกันมีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในด้านต่าง ๆ โดยรวมนั้น จัดอยู่ในเกณฑ์ที่ดี หรือที่เรียกว่ามหาวิทยาลัยเอกชนมีภาพลักษณ์เชิงบวก (A Positive Corporate Image) ซึ่งภาพลักษณ์นี้เกิดจากการสร้างภาพที่สวยงาม และน่าประทับใจขององค์กรให้กับกลุ่มเป้าหมาย ในที่นี้หมายถึง นักเรียน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องภาพลักษณ์ของบัวสติน ที่ว่า การสร้างภาพลักษณ์รวมของหน่วยงาน โดยการสร้างพฤติกรรมให้ปรากฏออกมาในทิศทางเดียวกันอย่างเด่นชัด หรือให้ได้ภาพลักษณ์โดยรวมของหน่วยงานเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก หรือเป็นภาพลักษณ์ที่ดีท่ามกลางสายตาของสาธารณชน

ภาพลักษณ์ด้านความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเอกชน และความมีชื่อเสียงของผู้บริหาร ตามความคิดของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ด้านนี้จัดอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า มหาวิทยาลัยเอกชนแต่ละแห่งย่อมมีจุดยืนขององค์กรที่แตกต่างกัน ดังนั้น ถ้ากล่าวถึงมหาวิทยาลัยเอกชนโดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างจะไม่สามารถแยกแยะหรือให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเอกชนได้อย่างชัดเจน ดังนั้นถ้าหากผู้วิจัยแยกมหาวิทยาลัยเอกชนอย่างชัดเจนแล้วคาดว่ากลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่และจะทำให้ได้ผลการวิจัยที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของดร. อำนวย วีรวรรณ (2527) ที่ว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรจะแตกต่างกันไปก็ขึ้นอยู่กับสภาพขององค์กรและจุดยืน (Position) ขององค์กรนั้นๆ ซึ่งความมีชื่อเสียงขององค์กรก็เป็นภาพลักษณ์ ในอีกมุมหนึ่งที่แตกต่างกันไป

ภาพลักษณ์ด้านความมั่นคงของมหาวิทยาลัยเอกชนตามความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ผลการวิจัย พบว่า ภาพลักษณ์นี้อยู่ในระดับที่ดี อาจกล่าวได้

ว่า มหาวิทยาลัยเอกชนนั้นเป็นองค์กรทางการศึกษา ที่ทำคุณประโยชน์ให้กับประเทศชาติ ไม่ใช่องค์กรทางการค้า ภาพลักษณ์ด้านความมั่นคงของมหาวิทยาลัยเอกชนจึงชัดเจน เพราะมหาวิทยาลัยเอกชนสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรไว้โดยเป็นองค์กรที่ไม่ได้หวังผลกำไร แต่เป็นองค์กรเพื่อการส่งเสริมคุณภาพของสังคม ทางด้านการสนับสนุนการศึกษาของรัฐ ช่วยรองรับและแบ่งเบาภาระของมหาวิทยาลัยของรัฐ ในด้านความมั่นคงนี้เป็นภาพลักษณ์ที่ทุกองค์กรต่างต้องการ และรักษาให้คงอยู่ตลอดไป เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือต่อสาธารณชน ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ อานาจ สุขสุเดช (2535) ศึกษาเรื่องการสร้างภาพพจน์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยปี 2535 พบว่า ในด้านการสร้างภาพพจน์ และการประชาสัมพันธ์ ปรากฏว่า บริษัทส่วนมากประสงค์ให้ภาพพจน์ของบริษัทเป็นองค์กรที่มั่นคง

ภาพลักษณ์ด้านประสิทธิภาพและการดำเนินงานของผู้บริหาร ตามความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์นี้อยู่ในระดับดี อาจเนื่องมาจากสาเหตุว่า มหาวิทยาลัยเอกชนมีผู้บริหารที่มีความสามารถ และเป็นที่ยอมรับของสังคม ทำให้การดำเนินงานของผู้บริหารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และภาพลักษณ์ด้านนี้ได้แสดงออกอย่างชัดเจน อาจเนื่องมาจากการทำประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสถาบันและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2537) ในเรื่องของการกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาขององค์กรไว้ว่า การจัดการถือว่าเป็นระบบที่ทำให้องค์กรมีความเจริญรุ่งเรืองก้าวหน้าหรือทำให้องค์กรมีผลผลิตที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ ดังนั้น หากองค์กรใดมีการบริหารที่มีคุณภาพ แน่แน่นอนว่าองค์กรนั้นย่อมมีภาพลักษณ์ที่ดี

ภาพลักษณ์ด้านประสิทธิภาพในการสอนของอาจารย์ และระดับการศึกษาของอาจารย์ของมหาวิทยาลัยเอกชน ตามความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ทั้งสองด้านนี้อยู่ในระดับที่ดี ในที่นี้อาจารย์ก็เปรียบได้กับพนักงานในองค์กรนั่นเอง ซึ่งพนักงานนั้นถือว่าเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งขององค์กร ที่สอดคล้องกับแนวคิดของพรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2537) ที่ว่าภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับพนักงาน (Employee) ค่อนข้างมีความสำคัญมากเพราะองค์กรจะไม่สามารถดำเนินธุรกิจ

ได้ถ้าไม่มีพนักงาน และก็ไม่สามารถจะเจริญเติบโตถ้าปราศจากพนักงาน ดังนั้น
 ภาพลักษณ์ทั้งสองด้านนี้ จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้
 มหาวิทยาลัยเอกชนมีภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กรที่ดี และสอดคล้องกับแนวคิดของ
 ดร. เสรี วงษ์มณฑา (2530) ที่ว่า ภาพลักษณ์ของพนักงาน อันได้แก่ ความรู้ของพนักงาน
 ความสามารถของพนักงาน บุคลิกของพนักงาน การทำงานของพนักงาน มนุษยสัมพันธ์
 ของพนักงาน สัญญาณบริการของพนักงาน วิธีการดำเนินชีวิตในสังคมของพนักงาน
 เครื่องแบบพนักงาน วิธีการพูดจาของพนักงาน มาตและระสนิยมของพนักงาน เป็นสิ่งที่
 ช่วยให้ผู้บริโภคชื่นชมสินค้าได้ ดังนั้น หากจะทำให้สินค้านี้มีความแตกต่างจากคนอื่นแล้ว
 เราต้องหันมาสนใจการสร้างภาพลักษณ์ของเหล่าบรรดาพนักงานที่ทำงานกับเรา

ภาพลักษณ์ด้านนักเรียนที่นิยมเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน ตามความคิด
 เห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ด้านนี้อยู่ใน
 ระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า สาเหตุที่นักเรียนส่วนใหญ่ไม่นิยมเข้า
 ศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเอกชนนั้นเป็นเพราะต้องการสอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐบาลเสีย
 ก่อน ถ้าสอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐบาลไม่ได้ จึงสนใจที่จะเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัย
 เอกชน ซึ่งถือเป็นทางเลือกอันดับรองลงมาอันสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ได้มีการสำรวจ
 ความสนใจเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเอกชน พบว่าร้อยละ 54.6 สนใจเข้าศึกษาต่อที่
 มหาวิทยาลัยเอกชนโดยพบว่าสาเหตุที่สนใจเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเอกชนเพราะ
 สอบเข้ามหาวิทยาลัย ของรัฐบาลไม่ได้

ภาพลักษณ์ด้านการยอมรับของสังคมเมื่อนักเรียนจบการศึกษาจากมหาวิทยาลัย
 เอกชน ตามความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ผลการวิจัยพบว่า ภาพ
 ลักษณ์ด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง อาจกล่าวได้ว่าค่านิยมของสังคมที่ยังคงนิยมนิสิต
 นักศึกษาที่จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยของรัฐมากกว่านักศึกษาที่จบการศึกษาจาก
 มหาวิทยาลัยเอกชน ดังนั้นในการที่จะสร้างค่านิยมขึ้นใหม่ องค์กรควรให้ความสำคัญ
 กับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง (Related with Target Publics) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด
 ของ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2537) ว่าองค์กรน่าจะมีการสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นเพื่อน
 ที่ดี ไม่ว่าจะเพื่อนในฐานะผู้ชาย หรือเพื่อนผู้ร่วมดำเนินธุรกิจเดียวกัน โดยอาจ

เป็นภาพของการซื้อสัตย์สุจริต การให้ความร่วมมือและการมีส่วนร่วมพัฒนาความเจริญรุ่งเรืองแก่ธุรกิจประเภทนั้น เพื่อช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้สังคมเกิดการยอมรับและเปลี่ยนแปลงค่านิยมใหม่ และเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดียิ่งขึ้นกับ มหาวิทยาลัยเอกราช

ภาพลักษณ์ด้านมหาวิทยาลัยเอกราชมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว มหาวิทยาลัยเอกราชจัดให้มีทุนการศึกษาสำหรับนักเรียนที่เรียนดีแต่ขาดแคลนทุนทรัพย์ มีการดำเนินงานร่วมกับสถาบันการศึกษาต่างชาติดีที่มีชื่อเสียง เป็นองค์กรที่มีเทคโนโลยีขั้นสูง และมีอุปกรณ์การเรียนการสอนและการปฏิบัติการอย่างเพียงพอ ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ทั้ง 5 ด้านนี้อยู่ในระดับที่ดีค่อนข้างดีมาก ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าเมื่อเปรียบเทียบมหาวิทยาลัยเอกราชกับมหาวิทยาลัยรัฐบาล ในด้านของเทคโนโลยีทางการศึกษานั้น พบว่ามหาวิทยาลัยเอกราชมีเทคโนโลยีทางการศึกษาที่ดีกว่าเพราะมหาวิทยาลัยเอกราชได้จัดตั้งขึ้นภายหลัง ดังนั้นในเรื่องของอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆ ของมหาวิทยาลัยเอกราชย่อมใหม่และมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้มากกว่า เนื่องจากไม่มีปัญหาในเรื่องงบประมาณ ซึ่งแตกต่างจากมหาวิทยาลัยรัฐบาลที่จำเป็นต้องใช้งบประมาณของรัฐในการจัดซื้อสิ่งของต่าง ๆ ซึ่งต้องผ่านขั้นตอนและกระบวนการทำให้ใช้เวลานาน และเงินงบประมาณของรัฐบาลมีจำนวนจำกัด จึงไม่สามารถใช้ได้อย่างฟุ่มเฟือย ดังนั้นมหาวิทยาลัยเอกราชจึงได้เปรียบมหาวิทยาลัยรัฐบาลอย่างมากในด้านนี้ และทำให้มหาวิทยาลัยเอกราชมีภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ ดร. ชำนาญ วีรวรรณ (2527) ที่ว่าภาพลักษณ์ที่องค์กรที่ดีพึงมีคือ เป็นองค์กรที่เจริญก้าวหน้าทันโลก

สำหรับเรื่องของการจัดให้มีทุนการศึกษาสำหรับนักเรียนที่เรียนดีแต่ขาดแคลนทุนทรัพย์ เป็นภาพลักษณ์ที่ดีส่วนหนึ่งของมหาวิทยาลัยเอกราช เนื่องจากว่าองค์กรที่ดีควรมีการคืนกำไรให้กับสังคม และในกรณีนี้ถือเป็นการส่งเสริมการศึกษาให้กับผู้ที่ด้อยโอกาสทางการศึกษา เพื่อพวกเขาจะได้เป็นอนาคตของชาติต่อไป ดังนั้นถ้าหากขาดการสนับสนุนที่ดีจากภาครัฐและเอกราชแล้ว เด็กยากจนที่เรียนดีจะไม่สามารถเติบโตขึ้นอย่างสมบูรณ์ได้ การให้ทุนการศึกษาเป็นการส่งเสริมให้มหาวิทยาลัยเอกราชมีภาพ

ลักษณะที่ดียิ่งขึ้น ทั้งจากกลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษาและประชาชนทั่วไป เพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัยเอกชนว่ามีได้หวังเพียงกำไรจากค่าธรรมเนียมการศึกษาเพียงอย่างเดียว แต่มหาวิทยาลัยเอกชนได้ทำคุณประโยชน์ให้กับสังคม ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ประการหนึ่ง

ในเรื่องการดำเนินงานร่วมกับสถาบันการศึกษาต่างชาติที่มีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยเอกชน ตามความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ถือเป็นภาพลักษณ์ที่ดีที่สุด ทั้งนี้ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า มหาวิทยาลัยเอกชนจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ในเรื่องนี้ค่อนข้างมาก ดังนั้น ชาวสารจึงไปถึงผู้รับสารได้มาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องภาพลักษณ์ของโบลด์ิงที่ว่า ภาพลักษณ์เกิดจากองค์ประกอบ 4 ส่วน คือองค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) องค์ประกอบเชิงเรียนรู้ (Cognitive Component) องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) และ องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Conative Component) ทำให้กลุ่มตัวอย่างทราบข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชนว่ามีการดำเนินงานร่วมกับสถาบันการศึกษาต่างชาติ และเรื่องนี้ก็ได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากเป็นเรื่องใหม่ และแตกต่างจากมหาวิทยาลัยของรัฐ และอาจเป็นเพราะในปัจจุบันนี้ค่านิยมของการไปศึกษาต่อต่างประเทศเพิ่มขึ้น ดังนั้นเมื่อมหาวิทยาลัยเอกชนมีการดำเนินงานร่วมกับสถาบันการศึกษาต่างชาติ จึงเป็นที่นิยมและสนใจของประชาชนเพื่อที่จะได้ใช้ทดแทนการไปศึกษาต่อต่างประเทศ

ภาพลักษณ์ด้านการเก็บค่าธรรมเนียมของมหาวิทยาลัยเอกชนตามความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ด้านนี้อยู่ในระดับต่ำ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 30.9 ไม่เห็นด้วยกับเรื่องนี้ อาจเนื่องมาจากการเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัยเอกชนมีอัตราที่ค่อนข้างสูง ในด้านการแก้ไขหรือปรับปรุงภาพลักษณ์นี้ ไม่สามารถแก้ปัญหาเฉพาะปลายเหตุจากการลดค่าธรรมเนียมได้ แต่สามารถกระทำได้โดยการวางแผนการสร้างภาพลักษณ์ในด้านอื่นขึ้นมาทดแทน เช่น จัดให้มีทุนการศึกษาสำหรับนักเรียนเรียนดี ทุนการศึกษาสำหรับนักกีฬา หรือทุนข้างเผือก เป็นต้น ซึ่งแต่ละองค์กรสามารถคิดหัวข้อ (Theme) ต่างๆ เพื่อใช้ในการสร้าง

ภาพลักษณ์แก่ประชาชนได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ดร. เสรี วงษ์มณฑา (2538) ที่กล่าวว่าแต่ละองค์กรมีลักษณะเฉพาะตัว (Identify) ต่างกันไป

ภาพลักษณ์ด้านสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัยเอกชน ความปลอดภัยของมหาวิทยาลัยเอกชน ความเหมาะสมของการจัดอาคารและสถานที่ของมหาวิทยาลัยเอกชน มหาวิทยาลัยเอกชนตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสมและบรรยากาศภายในของมหาวิทยาลัยเอกชน ตามความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ผลการวิจัยพบว่าภาพลักษณ์ด้านนี้อยู่ในเกณฑ์ดี อาจกล่าวได้ว่าสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้มหาวิทยาลัยเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2537) ที่ว่า ความปลอดภัย มลภาวะ และเทคโนโลยี (Safety , Pollution and Technology) เป็นคุณสมบัติที่จำเป็นสำหรับองค์กรทั่วไปว่า ในปัจจุบันอาจมีการเน้นต่างกัน แต่ที่มักพูดกันมากคือความปลอดภัย การไม่มีมลภาวะ และการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในระบบการทำงาน หรือใช้ในกระบวนการผลิตสินค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิพรรณ บิลมาโนช (2538) ศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยส่งเสริมและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องในการสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กรรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.) พบว่าปัจจัยที่เป็นอุปสรรคที่ควรจะต้องปรับปรุงแก้ไข เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์ อาคารสถานที่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของชัยนันท์ นันทพันธ์ (2534) ศึกษาเรื่องการสื่อสารสถาบันกับการสร้างภาพพจน์ ศึกษากรณีการเคหะแห่งชาติ ปี 2535 พบว่ากลุ่มลูกค้าปัจจุบันส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสมควรปรับปรุงในด้านความสะอาดและสภาพแวดล้อมของชุมชนที่อยู่อาศัยให้ดีขึ้น ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจึงไม่ควรละเลยสิ่งเหล่านี้ เพราะนับได้ว่าเป็นภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาขององค์กร

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเรื่องของการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยเอกชนส่งเสริมคุณภาพของสังคม มหาวิทยาลัยเอกชนส่งเสริมการเป็นพลเมืองดี มหาวิทยาลัยเอกชนส่งเสริมให้นักศึกษามีความคิดสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยเอกชนส่งเสริมและสนับสนุนด้านกีฬา ตามความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ผลการวิจัยพบว่าภาพลักษณ์ด้านนี้อยู่ในเกณฑ์ดี ซึ่งภาพลักษณ์เหล่านี้เป็น

ภาพลักษณ์ที่องค์กรส่วนใหญ่ต้องการที่จะสร้างและรักษาไว้ให้อยู่ตลอดไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ด.ร. อำนวย วีรวรรณ (2527) ที่ว่า ภาพลักษณ์ที่องค์กรที่ดีพึงมี คือการทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนรวม และมีความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับสูง และสอดคล้องกับพรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2537) ที่เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาขององค์กรไว้ว่า ต้องมีส่วนเสริมสร้างเศรษฐกิจสังคม (Socio - Economics Construction) หมายถึงการที่องค์กรเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ก็ย่อมมีหน้าที่สร้างสรรค์ความเจริญให้แก่สังคม และความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) เป็นการสร้างภาพลักษณ์ว่าองค์กรนี้เป็นสมาชิกที่ดีของสังคม

ภาพลักษณ์ด้านการปรากฏเป็นข่าวผ่านสื่อมวลชนของมหาวิทยาลัยเอกชนเป็นไปในทางที่ดี ได้รับทราบข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชนอย่างสม่ำเสมอ และการเผยแพร่ข่าวสารเรื่องราวต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยเอกชนเข้าใจง่าย ชัดเจน ตามความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ผลการวิจัยพบว่าภาพลักษณ์ทั้ง 3 ด้านนี้อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง อาจสันนิษฐานได้ว่า ข่าวสาร (Message) ต่าง ๆ ที่เผยแพร่ออกไปจากผู้ส่งสาร (Source) ในที่นี้หมายถึงมหาวิทยาลัยเอกชนไปไม่ถึงผู้รับสาร (Receiver) ในที่นี้หมายถึงนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย และเนื้อหาข่าวสารนั้นอาจไม่น่าสนใจหรือไม่ชัดเจน ทำให้กลุ่มเป้าหมายไม่ได้รับข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชน หรือได้รับน้อย และมีผลทำให้กลุ่มเป้าหมายขาดความรู้ ความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเอกชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของบัญญัติ คำคุณวัฒน์ (2531) ศึกษาเรื่องงานชุมชนสัมพันธ์กับการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด ศึกษากรณีโรงงานปูนซิเมนต์แก่งคอย จังหวัดสระบุรี พบว่าผลการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ที่โรงงานปูนซิเมนต์แก่งคอย มีความสัมพันธ์กับการเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีของบริษัท คือยังมีการรับรู้และได้รับประโยชน์จากงานชุมชนสัมพันธ์มาก ก็ยิ่งมองภาพพจน์ของบริษัทไปในทางที่ดี และสอดคล้องกับแนวคิดของชัยนันท์ นันทพันธ์ (2534) ที่ว่าการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี (Positive Image) จะต้องใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ เข้าช่วย ในการดำเนินงานสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นไปอย่างกว้างขวาง เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นต้น

โบลดิง (1975) กล่าวว่าลักษณะการก่อตัวของภาพลักษณะจะมีสิ่งที่ถูกสังเกต ซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกรับรู้ผ่านเข้ามาทางการรับรู้ ซึ่งได้แก่สัมผัสทั้ง 5 ของบุคคล อาจเป็นการสังเกตจากประสบการณ์โดยตรงหรือทางอ้อม ทั้งที่ผ่านสื่อมวลชนและสื่ออื่นๆ ในรูปแบบต่างๆ จากข้อมูลที่ได้หรือข้อมูลที่ผ่านมาโดยกระบวนการของการรับรู้ ดังนั้นถ้าองค์กรต้องการที่จะสร้างภาพลักษณ์อย่างแท้จริงจะต้องทำความเข้าใจกับกระบวนการเกิดภาพลักษณ์ และกระบวนการสื่อสารให้ต้องแท้เสียก่อน เพื่อที่จะได้นำไปวางแผนการสร้างและเผยแพร่ภาพลักษณ์ขององค์กรต่อไป

สมมติฐานที่ 1 นักเรียนชายและนักเรียนหญิงมีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนชายและนักเรียนหญิงมีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ จึงอาจกล่าวได้ว่า เพศ ไม่อาจจะอธิบายถึงความแตกต่างในเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนทั้งนี้ อาจเป็นเพราะภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนถูกสร้างขึ้นมาจากตัวมหาวิทยาลัยเองจะใช้เผยแพร่ไปยังสาธารณชน เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ซึ่งในเรื่องการสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนนั้น กลุ่มเป้าหมายมุ่งเน้นไปที่นักเรียน นิสิต นักศึกษา และ ประชาชนทั่วไป โดยที่ไม่ได้มีการแบ่งเพศ หรือ ทำให้มีความแตกต่างกันในด้านข้อมูลข่าวสาร ดังนั้นทุกคนทุกเพศ ทุกวัยจึงรับรู้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของบัวสตินที่ว่า An image is synthetic. ซึ่งหมายถึงภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นโดยมีการวางแผนการสร้างสรรคขึ้นมาให้บรรลุวัตถุประสงค์และรู้สึกประทับใจ หรืออาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนสังกัดกรมสามัญศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งโรงเรียนเหล่านี้มีสภาพแวดล้อมและการดำเนินชีวิตในโรงเรียนค่อนข้างคล้ายกัน และนักเรียนใช้เวลาส่วนใหญ่ที่โรงเรียนมากกว่าที่บ้าน ดังนั้นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารส่วนใหญ่จึงเกิดขึ้นที่โรงเรียน การรับรู้ข้อมูลข่าวสารจึงไม่แตกต่างกัน เพศจึงไม่น่าจะอธิบายความแตกต่างของภาพลักษณ์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของโบลดิงที่ว่าภาพลักษณ์เป็นเรื่องของกระบวนการของความคิด จิตใจ ในเมื่อคนเรามีได้มี

เพียงประสบการณ์โดยตรงกับโลกรอบตัว ซึ่งเราได้สัมผัส ชิมรส ดมกลิ่น ได้ยินและได้เห็นด้วยตนเองเท่านั้น เรายังมีประสบการณ์โดยอ้อมอื่น ๆ ด้วย

สมมติฐานที่ 2 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ จึงอาจกล่าวได้ว่าระดับการศึกษาไม่อาจจะอธิบายถึงความแตกต่างในเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนได้ ทั้ง ๆ ที่นักเรียนที่มีการศึกษาอยู่ในระดับชั้นต่างกันย่อมน่าที่จะมีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกัน โดยอาจเป็นเพราะนักเรียนมีจุดมุ่งหมายทางการศึกษาต่างกัน เช่น นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มุ่งหวังที่จะสอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐให้ได้ ส่วนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ที่สอบเทียบได้แล้วก็เพียงทดลองสอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐเท่านั้น แต่ไม่ได้คาดหวังอย่างนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 และอาจเป็นไปได้ว่าภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนเป็นภาพลักษณ์ที่มั่นคง ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้หรือเปลี่ยนแปลงได้ยาก เมื่อรับรู้และเกิดการจดจำและสร้างเป็นภาพลักษณ์ขึ้นมา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของโบลด์ิงที่ว่า เมื่อบุคคลมีภาพลักษณ์ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในความรู้สึกนึกคิดของตนแล้ว ภาพลักษณ์นี้ก็ย่อมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล ภาพลักษณ์ที่ได้ก่อตัวหรือถูกสร้างขึ้นแล้วย่อมมีแนวโน้มที่จะเหนี่ยวนำพฤติกรรมของผู้บริโภคและสาธารณชนให้เห็นคล้ายตามกันไปในทิศทางเดียวกันได้เช่นกัน โดยเฉพาะภาพลักษณ์เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะเปลี่ยนแปลงได้ยาก

และสอดคล้องกับแนวคิดของบัวสตินที่กล่าวถึงคุณลักษณะของภาพลักษณ์ไว้ว่า An image is vivid and concrete. ซึ่งหมายถึงภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ชัดเจนและคงทน

สมมติฐานที่ 3 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่บิดามารดาประกอบอาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่บิดามารดาประกอบอาชีพที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ จึงอาจกล่าวได้ว่าอาชีพของบิดามารดาไม่สามารถนำมาอธิบายถึงความแตกต่างของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนได้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะโดยทั่วไปแล้วบุคคลไม่ว่าจะประกอบอาชีพอะไรก็ตาม ย่อมต้องการให้บุตรหลานของตนได้รับแต่สิ่งที่ดีที่เป็นประโยชน์มากที่สุด ดังนั้นเรื่องของมหาวิทยาลัยเอกชน ไม่ว่าจะบิดามารดาจะประกอบอาชีพใด ก็ย่อมแสดงความคิดเห็นในเรื่องนี้ ซึ่งอาจก่อประโยชน์ไม่มากนักน้อยให้กับบุตรหลานของตน เพื่อเป็นข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเอกชน หรืออาจเป็นเพราะนักเรียนเติบโตมาในสังคมของโรงเรียน และใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่ที่โรงเรียน ซึ่งจะแวดล้อมไปด้วยเพื่อนและครู โดยที่สิ่งแวดล้อมเหล่านี้อาจมีผลต่อความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนของนักเรียนได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพงษ์เทพ วรภิจ โภคาทร (2533) ที่กล่าวไว้ว่า ในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลายนี้ จะมีคุณค่า ด้านดีหรือด้านเลว จะสำคัญหรือไม่ จะมีความหมายอะไร และคงจะไม่เกิดขึ้นจากตัวของเราเพียงอย่างเดียว แต่สภาพแวดล้อมที่อยู่กับเหตุการณ์ และอยู่โดยรอบเรากลับมีอิทธิพลใน การกำหนดคุณค่าเหล่านั้นทั้งก่อนและหลังการรับรู้

สมมติฐานที่ 4 นักเรียนชั้นมัธยมปลายที่บิดามารดามีสถานะทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกัน

จากผลการวิจัย พบว่านักเรียนชั้นมัธยมปลายที่บิดามารดามีสถานะทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ จึงอาจกล่าวได้ว่าสถานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวไม่สามารถนำมาอธิบายถึงความแตกต่างของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนได้ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะในปัจจุบันค่านิยมในการเลี้ยงดูบุตรเปลี่ยนแปลงไป เด็กสามารถคิดและตัดสินใจได้ด้วยตนเอง บิดามารดาหรือผู้ปกครองเป็นเพียงผู้ที่คอยให้คำแนะนำและให้คำปรึกษา หรืออาจเป็นเพราะสิ่งแวดล้อมในโรงเรียนเป็นตัวสนับสนุนความคิดเห็นของนักเรียนเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนก็ได้ ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวความคิดเรื่องการเกิดภาพลักษณ์ของพงษ์เทพ วรภิจ โภคาทร (2533) ได้กล่าวถึง

เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม (Events and Environment) ไว้ว่า คนเรานั้นเป็นสมาชิกของสังคม ซึ่งในสังคมนี้ก็จะมีเหตุการณ์ทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การศึกษาและอื่น ๆ เกิดขึ้นมากมาย หรืออาจเป็นเพราะสื่อต่าง ๆ ในปัจจุบันได้สร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนให้เป็นไปในรูปแบบเดียวกัน ดังที่แนวคิดของชัยนันท์ นันทพันธ์ (2534) ได้กล่าวไว้ในเรื่องของกลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ว่า ต้องใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้าช่วยในการดำเนินงานสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นไปอย่างกว้างขวาง เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เป็นต้น

สมมติฐานที่ 5 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายมีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในเชิงบวก

ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเป็นภาพลักษณ์ในเชิงบวก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ ทั้งนี้เนื่องจาก มหาวิทยาลัยเอกชนได้มีการพัฒนาและขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านของบุคลากร เทคโนโลยี สภาพแวดล้อม และศักยภาพของนักศึกษาซึ่งเป็นที่ยอมรับได้มากในสังคมปัจจุบันเป็นเหตุผลสำคัญ ในด้านของการสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเอกชนก็ได้มีการแสดงพฤติกรรมขององค์กรออกมาในทิศทางเดียวกันทั้งหมด ทำให้มหาวิทยาลัยเอกชนเป็นองค์กรที่มีจุดยืนที่ชัดเจน ซึ่งเป็นผลทำให้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนเป็นไปในทางที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบัลสตันที่ว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เราสร้างขึ้นมา เห็นได้ เชื่อถือได้ มองเห็นได้ชัดเจน ง่ายแก่การเข้าใจ ดังนั้น

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนที่มีลักษณะที่เรียบง่ายนี้ ทำให้คนจำได้และเห็นว่าเป็นภาพลักษณ์ที่ดีที่สุดในที่สุด เพราะภาพลักษณ์เกิดขึ้นจากหลายกระบวนการ และจะมีการผันแปรอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เนื่องมาจากการได้รับข้อมูลใหม่เกี่ยวกับองค์กรนั้น ๆ และหรือไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเลย นอกจากนี้ทั้งกระบวนการอันได้แก่ ช่องทางการสื่อสาร การรับรู้และความประทับใจ และสภาพสิ่งแวดล้อม เป็นตัวแปรสำคัญของการปรับและปรุงแต่งภาพลักษณ์ในอนาคตต่อไปเรื่อย ๆ ดังที่พงษ์เทพ วรภิกขโกศาทร (2533) ได้กล่าวไว้ แต่อย่างไรก็ตามถ้าหากองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดีอยู่แล้วในสายตาของสาธารณชน

ภาพลักษณ์นั้นก็จะเปลี่ยนแปลงและลบเลือนได้ยาก

สมมุติฐานที่ 6 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกันมีความสนใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกันมีความสนใจเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกัน อาจเป็นเพราะนักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนดีมีความมุ่งมั่นที่จะสอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐบาลให้ได้ โดยใช้ความสามารถทางการศึกษาที่มีอยู่อย่างเต็มที่เพื่อสร้างความภาคภูมิใจทั้งกับตนเองและครอบครัว เพราะฉะนั้นจึงสนใจที่จะเข้าศึกษาแต่เพียงมหาวิทยาลัยของรัฐบาลเท่านั้น ไม่สนใจการเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน ส่วนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำมีความสนใจที่จะเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชนสูงกว่า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะไม่ได้คาดหวังกับการสอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐบาลมากนัก เนื่องจากไม่แน่ใจในความสามารถของตนเองและอื่น ๆ ดังนั้นเพื่อเป็นทางเลือกอันดับรองลงมาจึงมีความสนใจที่จะเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน

สมมุติฐานที่ 7 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกันมีความคิดเห็นเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนแตกต่างกัน

ผลการวิจัย พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีผลสัมฤทธิ์การเรียนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนไม่แตกต่างกัน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าระดับผลการเรียนไม่สามารถจะนำมาใช้อธิบายความแตกต่างของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนได้ อาจเป็นเพราะภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นและเผยแพร่ออกไปสู่สาธารณชนโดยที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับคนทุกเพศทุกวัย โดยไม่มีข้อจำกัด และข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชนนี้ก็เป็นที่สนใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เพราะเกี่ยวข้องกับพวกเขาโดยตรง ดังนั้นทุกคนจึงรับทราบข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชนในแนวทางเดียวกัน จึงทำให้ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนออกมาในลักษณะเดียวกัน โดย

ที่ระดับผลการเรียนไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องแต่อย่างใดกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชน หรืออาจเป็นเพราะนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมือนกัน ในที่นี้คือโรงเรียน และสภาพแวดล้อมนี้มีอิทธิพลต่อระบบความคิดและความเชื่อของนักเรียน จึงกล่าวได้ว่าระดับผลการเรียนที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

ในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเห็นว่ามีความดีที่สุดในอันดับ 5 อันดับ ผลการวิจัยพบว่า อันดับหนึ่ง คือ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ รองลงมา คือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ทั้งนี้อาจกล่าวถึงสาเหตุที่มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญมีภาพลักษณ์ดีเป็นอันดับแรก เนื่องมาจากมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญเปิดสอนเป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งตรงกับความต้องการของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย โดยสอดคล้องกับผลการวิจัยตอนต้นในเรื่องของสาเหตุที่สนใจเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเอกชน พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่สนใจเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเอกชน ร้อยละ 10.5% เลือกเข้ามหาวิทยาลัยเอกชนเพราะเปิดสอนเป็นภาษาอังกฤษ หรืออาจเป็นเพราะปัจจุบันตลาดแรงงานต้องการผู้ที่มีความรู้ทางด้านภาษาต่างประเทศเป็นจำนวนมาก เพื่อทำการติดต่อสื่อสารกับโลกไร้พรมแดน ดังนั้นภาษาจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง จนทำให้มีผู้ที่ต้องการศึกษาภาษาต่างประเทศเป็นจำนวนมากและทำให้มหาวิทยาลัยที่เปิดสอนเป็นภาษาต่างประเทศได้รับความนิยมมากด้วยเช่นกัน ในส่วนของมหาวิทยาลัยกรุงเทพที่มีภาพลักษณ์ที่ดีในอันดับรองลงมา อาจเป็นเพราะมหาวิทยาลัยกรุงเทพเป็นมหาวิทยาลัยที่ได้รับความนิยมมากในด้านของสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ ซึ่งนักเรียนกำลังนิยมมากในปัจจุบัน ส่วนมหาวิทยาลัยรังสิตนั้นได้รับความนิยมในเรื่องการเปิดสอนในสายวิทยาศาสตร์มาก เช่น แพทยศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ เป็นต้น สำหรับสาเหตุที่นักเรียนเห็นว่ามหาวิทยาลัยหอการค้าไทยมีภาพลักษณ์ที่ดี เมื่อเปรียบเทียบกับมหาวิทยาลัยเอกชนอื่น อาจเป็นเพราะมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยตั้งอยู่ในพื้นที่ที่สะดวกในการเดินทางมากกว่า และมีหลายคณะ/สาขาวิชาที่เปิดสอน และมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตก็ถือได้ว่าเป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงมานานมหาวิทยาลัยหนึ่ง

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่าภาพลักษณ์โดยรวมของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจัดอยู่ในระดับที่ดี แต่มีภาพลักษณ์ในบางส่วนยังอยู่ในระดับที่จำเป็นจะต้องได้รับการปรับปรุงและแก้ไขอย่างเร่งด่วน เช่น การเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษา การเผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชนซึ่งมีการเผยแพร่อย่างไม่สม่ำเสมอเท่าที่ควร รวมถึงการมีส่วนร่วมค่อนข้างน้อยในกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งภาพลักษณ์เหล่านี้อาจมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์โดยรวมของมหาวิทยาลัยเอกชนซึ่งดีอยู่แล้ว ดังนั้นมหาวิทยาลัยเอกชนจึงควรพิจารณาทิศทางแก้ไขหรือปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ที่ไม่พึงประสงค์ เพื่อธำรงภาพลักษณ์ที่ดีให้คงอยู่ตลอดไป หรือสร้างความสนใจ ความประทับใจ ตลอดจนความภาคภูมิใจที่ได้เข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชน โดยมีข้อที่ควรพิจารณาดังนี้

การเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษา จากการวิจัย พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยกับเรื่องนี้ แนวทางแก้ไขอาจทำได้โดยมหาวิทยาลัยเอกชนควรชะลอการขึ้นค่าน่วยกิตหรือตั้งราคาให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในขณะนั้น หรืออาจจัดตั้งกองทุนการศึกษาสำหรับเยาวชน ให้ทุนการศึกษากับนักเรียนที่เรียนดี ยากจน และนักกีฬา อาจจัดให้อยู่ในรูปของทุนข้างเผือกให้จนจบการศึกษา เพื่อเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับมหาวิทยาลัย และอาจทำให้นักเรียนมีความสนใจจะเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยเอกชนเพิ่มขึ้นได้ รวมทั้งอาจจัดกิจกรรมคืนกำไรให้กับสังคมให้มากขึ้น เพื่อสร้างศรัทธา ความน่าเชื่อถือแก่มหาวิทยาลัยเอกชนจะได้สร้างความเชื่อที่ว่าดวงกำไรแค่เพียงอย่างเดียว

การเผยแพร่ข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชน จากผลการวิจัย พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่ไม่ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชนอย่างสม่ำเสมอและชัดเจน จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องได้รับการปรับปรุงและแก้ไข ซึ่งสิ่งสำคัญที่จะทำให้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเอกชนได้ก็คือ การประชาสัมพันธ์ เพราะการประชาสัมพันธ์จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นได้ และยังช่วยให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเอกชน โดยจะ

ต้องมีการวางแผนและใช้สื่อต่าง ๆ ให้เกิดประสิทธิผลในการให้ข่าวสาร ความรู้และภาพลักษณ์ที่ดีต่อมหาวิทยาลัยเอกชนมากที่สุด แต่เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้มิได้สำรวจของทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เข้าถึงนักเรียน ตลอดจนผู้ปกครองของนักเรียน จึงเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปว่า ให้มีการสำรวจของทางการสื่อสารและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงนักเรียนและผู้ปกครองของนักเรียน เพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการให้ข่าวสาร

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

การศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ขององค์กรในปัจจุบันเป็นเรื่องที่น่าสนใจมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรทางการศึกษา เพราะในปัจจุบันได้เกิดการแข่งขันกันสูงมาก มหาวิทยาลัยเอกชนใหม่ ๆ ได้เปิดดำเนินการสอนขึ้นมากมาย และหลายสาขาวิชา แตกต่างกันไป เนื่องจากการดำเนินชีวิตของคนเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสโลกาภิวัตน์ คนหันมาสนใจเกี่ยวกับความรู้ที่เรียนไม่รู้จักจบสิ้น สถานศึกษาจึงเป็นแหล่งที่ผู้คนหันมาจับตามอง และผู้คนหันมาบริโภคภาพลักษณ์ที่องค์กรต่าง ๆ สร้างขึ้นมา

สำหรับงานวิจัยในอนาคต ควรจะมีการวิจัยในเชิงเปรียบเทียบภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยเอกชน กับมหาวิทยาลัยของรัฐ เพื่อศึกษาถึงข้อดีข้อด้อยที่แตกต่างกัน และเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนโรงเรียนรัฐบาลกับนักเรียนโรงเรียนเอกชน ว่ามีปัจจัยส่วนใดที่เหมือนหรือแตกต่างกัน และเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างจากภาคหรือจังหวัดต่าง ๆ กับงานวิจัยครั้งนี้

งานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการสำรวจของทางการสื่อสารและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงนักเรียนและผู้ปกครองของนักเรียน เพื่อทราบประสิทธิผลในการให้ข่าวสารของมหาวิทยาลัยเอกชน