

ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง



นางสาวชลรัตน์ ชลมารค

สถาบันวิทยบริการ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารการศึกษา ภาควิชาบริหารการศึกษา


คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2546

ISBN 974-17-5724-7

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

IMAGES OF PRIVATE SCHOOLS IN CHONBURI PROVINCE  
AS PERCEIVED BY GUARDIANS



Miss Cholrat Chollamark

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Education in Educational Administration

Department of Educational Administration

Faculty of Education

Chulalongkorn University

Academic Year 2003

ISBN 974-17-5724-7



ชลรัตน์ ชลมารค : ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง  
(IMAGES OF PRIVATE SCHOOLS IN CHONBURI PROVINCE AS PERCEIVED  
BY GUARDIANS) อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.วิระวัฒน์ อุทัยรัตน์, 186 หน้า.  
ISBN 974-17-5724-7

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง ประชากรในการวิจัยที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ผู้ปกครองโรงเรียนเอกชน 398 คน จากโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี จำนวน 69 โรงเรียน แบบสอบถามที่ใช่แบ่งเป็น 4 องค์ประกอบของภาพลักษณ์โรงเรียน คือ 1) บุคลิกภาพของโรงเรียน 2) ชื่อเสียงของโรงเรียน 3) เอกลักษณ์ของโรงเรียน 4) คุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน ซึ่งวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ โดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

#### ผลการวิจัยมีดังนี้

1. ผู้ปกครองโรงเรียนประถมศึกษาเอกชนและมัธยมศึกษาเอกชน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี โดยรวมทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับค่อนข้างบวก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าผู้ปกครองมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีในระดับค่อนข้างบวกทุกด้าน ยกเว้นด้านเอกลักษณ์ของโรงเรียนเรื่องความโดดเด่นในโรงงานฝีมือ ศิลปหัตถกรรมอยู่ในระดับปานกลาง

2. ผู้ปกครองโรงเรียนประถมศึกษาเอกชนมีความคิดเห็นต่อ ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี โดยรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับค่อนข้างบวก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าผู้ปกครองมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีในระดับค่อนข้างบวกทุกด้าน ยกเว้น ด้านบุคลิกภาพของโรงเรียนเรื่องสภาพสนามกีฬาและบริเวณโรงเรียน และด้านเอกลักษณ์ของโรงเรียนเรื่องความโดดเด่นในโรงงานฝีมือ ศิลปหัตถกรรมอยู่ในระดับปานกลาง

3. ผู้ปกครองโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชนมีความคิดเห็นต่อ ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี โดยรวมทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับค่อนข้างบวก เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าผู้ปกครองมีทัศนคติต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีในระดับค่อนข้างบวกทุกด้าน ยกเว้นด้านเอกลักษณ์ของโรงเรียนเรื่องความโดดเด่นในโรงงานฝีมือ ศิลปหัตถกรรมอยู่ในระดับปานกลาง

ภาควิชา บริหารการศึกษา

ลายมือชื่อ.....

สาขาวิชา บริหารการศึกษา

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ปีการศึกษา 2546

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

##4583674227 : MAJOR : EDUCATIONAL ADMINISTRATION

KEY WORD : IMAGES / PERCEIVED / GUARDIANS /PRIVATE SCHOOLS IN CHONBURI  
PROVINCE

CHOLRAT CHOLLAMARK : IMAGES OF PRIVATE SCHOOLS IN CHONBURI  
PROVINCE AS PERCEIVED BY GUARDIANS. THESIS ADVISOR : ASSO.PROF.  
WEERAWAT UTAIRAT Ph.D., 186 pp. ISBN 974-17-5724-7

The purpose of this research was to study Image of Private Schools in Chonburi Province as perceived by guardians. The study population and sample consisted of 398 guardians who answered the questionnaire from 69 schools. The questionnaire used in study was divided according to four components of Corporate Image as 1) Personality 2) Reputation 3) Corporate identity 4) Values /ethics .Frequencies, percentage, mean and standard division were used to analyze the data.

The research yielded the following findings :

1. The image of Private Schools in Chonburi Province as perceived by guardians in the elementary schools and secondary schools on total four areas were rather positive and on each area was rather positive except the area of the corporate identity under area of the identity of handicraft which the image in question was at the fair level.

2. The image of Private Schools in Chonburi Province as perceived by guardians in the elementary schools on total four areas were rather positive and on each area was rather positive except the area of the personality of school under area of a state of playgrounds and the area in schools and the area of the corporate identity under area of the identity of handicraft which the image in question was at the fair level.

3. The image of Private Schools in Chonburi Province as perceived by guardians in the secondary schools on total four areas were rather positive and on each area was rather positive except the area of the corporate identity under area of the identity of handicraft which the image in question was at the fair level.

Department Educational Administration  
Field of study Educational Administration  
Academic year 2003

Student 's signature.....  
Advisor 's signature.....  
Co - advisor 's signature.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความปลอดภัย ความเมตตาช่วยเหลือ และอนุเคราะห์อย่างดียิ่งจากผู้มีพระคุณหลายท่าน ผู้วิจัยขออนุญาติกล่าวนามไว้ ณ ที่นี้ด้วยความซาบซึ้ง ความเคารพ และรำลึกถึงพระคุณอย่างสูง

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาตั้งใจให้ความรู้ในเรื่องการวิจัย ให้คำปรึกษาแนะนำ ตรวจสอบแก้ไข ในการทำวิทยานิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่ดูแลมาโดยตลอด ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ รองศาสตราจารย์ ดร.อมรชัย ตันติเมธ รองศาสตราจารย์ ดร.ประมะ สตะเวทิน คุณภาวิกา ชิมเจริญ คุณเกษม จิตรวโรจน์ ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้กรุณาช่วยตรวจสอบ แก้ไข และให้คำแนะนำในการทำเครื่องมือวิจัย

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ในภาควิชาบริหารการศึกษ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยทุกท่านที่ได้กรุณาประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้วิจัย และขอขอบพระคุณผู้บริหารโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีที่ได้กรุณาให้ความช่วยเหลือในการตอบแบบสอบถามอย่างดียิ่ง

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ศิริเดช สุชีวะ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำผู้เขียนในการทำวิทยานิพนธ์ และขอขอบคุณสมาชิกทุกคนในครอบครัว ญาติ ๆ และเพื่อน ๆ พี่ ๆ นิสิตภาคบริหารการศึกษที่เป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนช่วยเหลือผู้วิจัยในการทำวิทยานิพนธ์ ตลอดจนผู้มีส่วนช่วยเหลือทุกท่านที่ไม่ได้กล่าวนามในที่นี้

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณบิดามารดา ผู้มีพระคุณสูงสุด ที่ได้ให้คำแนะนำ ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์มาโดยตลอด หากงานวิจัยนี้มีประโยชน์ต่อการศึกษา ผู้วิจัยขอมอบความดีนี้ให้ทุกท่านดังที่กล่าวมา

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	10
ขอบเขตของการวิจัย.....	10
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	11
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัย.....	13
วิธีการดำเนินการวิจัย.....	13
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	15
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์.....	15
แนวคิดการรับรู้.....	46
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์โรงเรียน.....	53
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	55
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	61
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	61
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	61
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	62
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	63
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	64
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	66

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	67
สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	69
ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของ ผู้ปกครอง.....	72
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	126
สรุปผลการวิจัย.....	127
การอภิปรายผล.....	151
ข้อเสนอแนะ.....	157
รายการอ้างอิง.....	158
ภาคผนวก.....	164
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	186

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนประชากร และกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับที่โรงเรียนเปิดสอน.....	62
2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ส่งไปและได้รับกลับคืนมา จำแนกตามผู้ให้ข้อมูล.....	65
3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับ การศึกษา.....	69
4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ตามการ รับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียน ด้าน ตัวสถาบัน.....	72
5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ตามการ รับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียน ด้าน สภาพแวดล้อมในโรงเรียน.....	74
6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ตามการ รับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียน ด้าน หลักสูตร.....	76
7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ตามการ รับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียน ด้าน ผู้บริหาร.....	78
8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ตามการ รับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียน ด้าน บุคลากรครู.....	79
9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ตามการ รับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียน ด้าน บุคลากรสนับสนุน และนักเรียน.....	81

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียน ด้านตัวสถาบัน.....	83
11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียน ด้านนักเรียน.....	85
12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียน ด้านศิษย์เก่า.....	87
13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียน ด้านบุคลากรครู.....	89
14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียน ด้านตัวสถาบัน.....	91
15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียน ด้านเครื่องแบบ.....	93
16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียน ด้านการเรียนการสอน.....	95
17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียน ด้านการดำเนินงาน.....	97

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ตามการรับรู้ของผู้ปกครองจำแนกตามองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน ด้านการบริการ.....	99
19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ตามการรับรู้ของผู้ปกครองจำแนกตามองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน ด้านผู้บริหาร.....	101
20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ตามการรับรู้ของผู้ปกครองจำแนกตามองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน ด้านบุคลากรครู.....	103
21 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียน.....	105
22 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียน.....	110
23 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียน.....	114
24 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน.....	119
25 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนทั้ง 4 องค์ประกอบ.....	124

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

" .....โรงเรียนราษฎร์ทั้งหลายสามารถที่จะช่วยการศึกษาของประเทศชาติได้มาก  
โรงเรียนราษฎร์มีนโยบายเป็นอิสระกว่าโรงเรียนของรัฐบาล..... "

( กระแสพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช พระราชทาน  
แก่คณะครูโรงเรียนราษฎร์ที่ราชอาณาจักร ณ ศาลาภกาภิรมย์ พุทธศักราช 2513 )

จากกระแสพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โรงเรียนราษฎร์หรือใน  
ปัจจุบันคือ โรงเรียนเอกชนมีความสำคัญยิ่งในการที่จะช่วยการศึกษาของประเทศชาติได้ เพราะ  
การจัดการศึกษาเอกชนเป็นการแบ่งเบาภาระของรัฐในการให้บริการการศึกษา โดยที่การจัด  
ศึกษาทุกระดับเพื่อประชาชนนั้นเป็นหน้าที่โดยตรงของรัฐที่จะต้องดำเนินการโดยคำนึงว่า การ  
ศึกษามีความสำคัญในอันดับสูงแห่งกิจการของรัฐที่รัฐพึงส่งเสริมและบำรุงการศึกษา เพื่อปลูกฝัง  
ความเป็นพลเมืองดีและพัฒนาคุณภาพของคนเพื่อพัฒนาประเทศทุกๆด้าน แต่เนื่องจาก  
ทรัพยากรและงบประมาณการจัดการศึกษาของประเทศมีปริมาณจำกัด และมีความจำเป็นต้อง  
นำไปพัฒนางานด้านอื่น ๆ พร้อมๆ กันจึงทำให้รัฐไม่สามารถที่จะจัดการศึกษาให้แก่เยาวชนในวัย  
เรียนได้ทั่วถึงทุกคนและทุกระดับการศึกษาได้ทั้งหมด ดังนั้นการจัดการศึกษาอย่างทั่วถึงและเป็น  
ธรรมทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ จำเป็นต้องระดมทรัพยากรจากชุมชนในท้องถิ่น สถาบัน  
ศาสนาและเอกชน ดังปรากฏจากแนวนโยบายการศึกษาของรัฐที่ปรากฏในแผนการศึกษาแห่งชาติ  
พุทธศักราช 2520 ข้อ 24 กล่าวว่า

" รัฐพึงเปิดโอกาสให้เอกชนร่วมรับภาระจัดการศึกษาได้ภายในขอบเขตที่รัฐกำหนด แต่  
รัฐจะต้องดูแลให้สถานศึกษาเอกชนทุกระดับ ทุกประเภท ทั้งที่จัดเป็นการศึกษาในระบบโรงเรียน  
และนอกโรงเรียนดำเนินงานให้สอดคล้องกับนโยบายแผนงานและโครงการทางการศึกษาของชาติ "

ดังนั้น การที่เอกชนได้เข้ามามีส่วนร่วมจึงนับเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระการจัดการศึกษา  
ของรัฐ อาทิเช่น ในการจัดการศึกษาในระดับต่างๆในบริเวณเมือง ซึ่งบิดามารดาของนักเรียนมี  
ฐานะทางเศรษฐกิจดี ทำให้รัฐสามารถนำงบประมาณไปใช้ในการขยายการศึกษาภาคบังคับใน

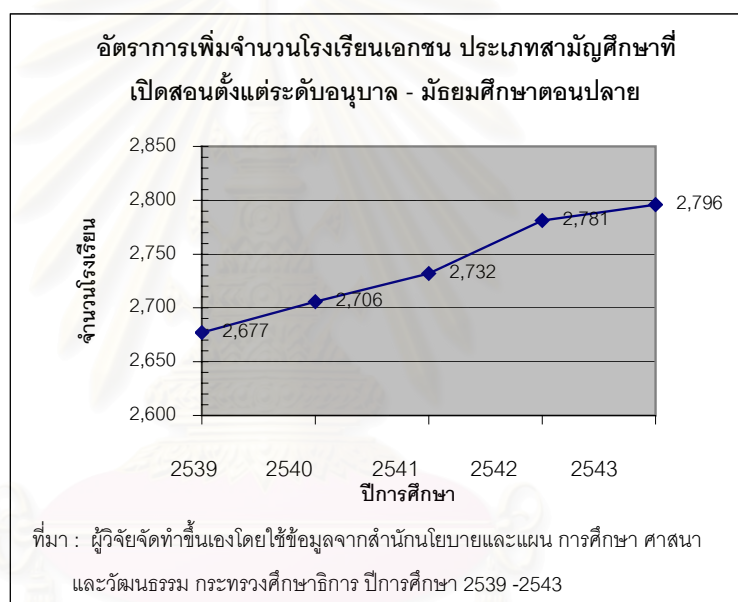
ชนบทได้มากขึ้น ทั้งยังตอบสนองความต้องการเฉพาะของผู้ปกครอง และนักเรียนได้เป็นอย่างดี เช่น การจัดโรงเรียนประจำ การบริการพาหนะรับส่ง เป็นต้น นอกจากนี้โรงเรียนเอกชนยังมีความคล่องตัวในการดำเนินงานสูง จึงสามารถพัฒนาและนำนวัตกรรมทางการศึกษามาใช้ในการเรียนการสอนได้ดีกว่าโรงเรียนของรัฐบาล ซึ่งมีข้อจำกัดในเรื่องระเบียบของทางราชการ

ในอดีตภาคเอกชนได้แบ่งเบาภาระในการจัดการศึกษาโดยตลอด ยังประโยชน์แก่สังคมไทยมาช้านาน โดยผลิตบุคลากรเป็นกำลังในการพัฒนาประเทศทั้งภาครัฐและเอกชนมากมาย หลายคนเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในวงการต่างๆ ทั้งทางธุรกิจ ราชการ การเมือง การทหาร และในราชการอื่นๆ และการศึกษาที่ภาคเอกชนจัดมีวิวัฒนาการขึ้นมาเป็นลำดับ จนกระทั่งปัจจุบัน เอกชนมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาเกือบทุกประเภททุกระดับ กระจายอยู่ทั่วไป ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยเฉพาะการจัดการศึกษาในระบบโรงเรียนเอกชนมีส่วนร่วมจัดไม่น้อยกว่าร้อยละ 15 และแนวโน้มเอกชนจะเข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากบทบัญญัติของกฎหมายได้เอื้อต่อการให้ภาคเอกชนมาลงทุนด้านการศึกษา ดังจะเห็นได้จากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 มาตรา 81 ได้กำหนดให้รัฐสนับสนุนเอกชนจัดการศึกษาอบรมให้เกิดความรู้คู่คุณธรรม และให้ความคุ้มครองการจัดการศึกษาอบรมของเอกชน และพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 มาตรา 43-46 ได้กำหนดเรื่องการบริหารและการจัดการศึกษาของเอกชนไว้เป็นการเฉพาะ โดยให้มีความเป็นอิสระในการบริหารจัดการ สถานศึกษาเอกชนสามารถจัดการศึกษาได้ทุกระดับและทุกประเภท โดยรัฐต้องกำหนดนโยบายและมาตรการที่ชัดเจนเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของเอกชนในด้านการศึกษาและรัฐต้องให้การสนับสนุนด้านเงินอุดหนุน การลดหย่อนหรือยกเว้นภาษี และสิทธิประโยชน์ทางการศึกษาแก่สถานศึกษาเอกชนตามความเหมาะสม รวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนด้านวิชาการให้สถานศึกษาเอกชนมีมาตรฐานและสามารถพึ่งตนเองได้ (ขนิษฐา ตรีหิรัญกุล, 2545 )

จากการที่รัฐได้มีนโยบายเปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามาเป็นผู้จัด หรือร่วมจัดการศึกษา โดยที่รัฐให้การส่งเสริม สนับสนุนให้เอกชนมีความคล่องตัวในการดำเนินการทั้งด้านการบริหาร และการพัฒนาทางวิชาการรวมทั้งปรับปรุงคุณภาพการจัดการศึกษาของเอกชนทุกระดับ ทุกประเภท เพื่อให้การจัดการศึกษาของเอกชนมีคุณภาพนั้น ในช่วงระยะเวลา 5 ปี ที่ผ่านมาคือ ช่วงระหว่างปีการศึกษา 2539 - 2543 การดำเนินงานตามนโยบายดังกล่าวมีดังนี้

การมีส่วนร่วมจัดการศึกษาของเอกชนประเภทสามัญศึกษา เมื่อพิจารณาจากจำนวนโรงเรียนพบว่า มีจำนวนโรงเรียนเอกชนประเภทสามัญศึกษาทั้งหมดทั้งในกรุงเทพมหานครและส่วนภูมิภาคมีจำนวนที่เพิ่มขึ้น ดังนี้ จากปีการศึกษา 2539 มีจำนวน 2,679 โรงเรียน เพิ่มเป็น

2,706 โรงเรียน ในปีการศึกษา 2540 มีจำนวนโรงเรียนที่เพิ่มขึ้น 27 โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 1.01 ต่อปี จากปีการศึกษา 2540 มีจำนวน 2,706 โรงเรียนเพิ่มเป็น 2,732 โรงเรียน ในปีการศึกษา 2541 มีจำนวนโรงเรียนที่เพิ่มขึ้น 26 โรงเรียนคิดเป็นร้อยละ 0.96 ต่อปี จากปีการศึกษา 2541 มีจำนวน 2,732 โรงเรียนเพิ่มเป็น 2,781 โรงเรียน ในปีการศึกษา 2542 มีจำนวนโรงเรียนที่เพิ่มขึ้น 49 โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 1.79 ต่อปี จากปีการศึกษา 2542 มีจำนวน 2,781 โรงเรียนเพิ่มเป็น 2,796 โรงเรียน ในปีการศึกษา 2543 มีจำนวนโรงเรียนที่เพิ่มขึ้น 15 โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 0.54 ต่อปี แนวโน้มจำนวนโรงเรียนเอกชนประเภทสามัญศึกษาในช่วงระหว่างปีการศึกษา 2539 - 2543 เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 1.08 ต่อปี ซึ่งแสดงในกราฟ ดังนี้



เมื่อดูรายละเอียดการขยายตัวของโรงเรียนประเภทสามัญศึกษา พบว่าในระดับก่อนประถมศึกษาเฉลี่ยเพิ่มร้อยละประมาณ 1.8 ต่อปี ทั้งนี้เนื่องจากรัฐมีนโยบายสนับสนุนให้เอกชนจัดการศึกษาระดับนี้ให้มากที่สุด ส่วนภาครัฐเน้นการจัดการศึกษาในพื้นที่ชนบท สำหรับโรงเรียนเอกชนระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาจำนวนโรงเรียนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยเพิ่มเฉลี่ยประมาณร้อยละ 0.3 ต่อปี ทั้งนี้เป็นผลมาจากภาครัฐเร่งขยายการจัดการศึกษาระดับประถมศึกษา ซึ่งเป็นการศึกษาภาคบังคับ และการจัดการศึกษาระดับมัธยมศึกษา เพื่อให้เกิดความเสมอภาคและเป็นการกระจายโอกาสทางการศึกษา



เมื่อพิจารณาในด้านจำนวนนักเรียน นักเรียนประเภทสามัญศึกษาโดยรวมในช่วง ปีการศึกษา 2539 - 2543 ในแต่ละระดับ พบว่าในปีการศึกษา 2539 มีจำนวนนักเรียนในโรงเรียน เอกชนระดับก่อนประถมศึกษา 524,686 คนเพิ่มขึ้นเป็น 535,859 คนในปีการศึกษา 2540 เพิ่มขึ้นคิดเป็นอัตราร้อยละ 2.13 ต่อปี แต่ในระหว่างปีการศึกษา 2540 - 2541 มีจำนวนนักเรียน ลดลงคือ จากจำนวน 535,859 คน ลดลงเป็น 520,156 คน ลดลงคิดเป็นร้อยละ 2.93 ต่อปี ในระหว่างปีการศึกษา 2541 - 2542 มีจำนวนนักเรียนลดลงคือ จากจำนวน 520,156 คนลดลง เป็น 513,700 คน ลดลงคิดเป็นร้อยละ 1.24 ต่อปี และในปีการศึกษา 2543 เพิ่มขึ้นเป็น 532,135 คน โดยเฉลี่ยแล้วในช่วงปีการศึกษา 2539 - 2543 เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.39 ต่อปี ซึ่งแสดงในกราฟ ดังนี้



อย่างไรก็ดี แม้ว่าเอกชนจะสามารถขยายการจัดการศึกษาในระดับก่อนประถมศึกษาได้มากขึ้น แต่เมื่อพิจารณาในแง่สัดส่วนนักเรียนเปรียบเทียบกับภาครัฐ ปรากฏว่าสัดส่วนนักเรียนภาคเอกชนมีแนวโน้มลดลงเนื่องจากในส่วนของภาครัฐก็มีการเร่งขยายการจัดการศึกษาระดับนี้ด้วยเช่นกัน ดังนั้น จึงทำให้สัดส่วนนักเรียนระดับก่อนประถมศึกษาภาครัฐต่อเอกชนในช่วงปีการศึกษา 2539 - 2543 ประมาณ 75 : 24

สำหรับจำนวนนักเรียนในโรงเรียนเอกชนระดับประถมศึกษา พบว่าในปีการศึกษา 2539 มีจำนวนนักเรียนในโรงเรียนเอกชนระดับประถมศึกษา 759,399 คนเพิ่มขึ้นเป็น 787,039 คนในปีการศึกษา 2540 เพิ่มขึ้นคิดเป็นอัตราร้อยละ 3.64 ต่อปี หลังจากนั้นเพิ่มขึ้นเป็น 789,353 คน ในปีการศึกษา 2541 เพิ่มขึ้นคิดเป็นอัตราร้อยละ 0.29 ต่อปี จากปีการศึกษา 2541-2542 และปีการศึกษา 2543 เพิ่มเป็นลำดับคือ จากจำนวน 789,353 คน เพิ่มขึ้นเป็น 796,641 คน และ 817,902 คน การเพิ่มของจำนวนนักเรียนในแต่ละปีเพิ่มคิดเป็นร้อยละ 0.92

และ 2.67 ต่อปี ตามลำดับ โดยเฉลี่ยแล้วในช่วงปีการศึกษา 2539 - 2543 จำนวนนักเรียนในโรงเรียนเอกชนระดับประถมศึกษามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉลี่ยแล้วเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.88 ต่อปี ซึ่งแสดงในกราฟ ดังนี้



ระดับมัธยมศึกษา การเข้าร่วมรับภาระในการจัดการศึกษาของเอกชนในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและมัธยมศึกษาตอนปลายมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ดังจะเห็นได้จากจำนวนนักเรียนในแต่ละระดับ ดังนี้

จำนวนนักเรียนในโรงเรียนเอกชนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นมีแนวโน้มลดลงอย่างเห็นได้ชัดชัดเจน คือ จากจำนวน 157,251 คน ในปีการศึกษา 2539 ลดลงเหลือ 153,852 คน ในปีการศึกษา 2540 คิดเป็นร้อยละ 2.16 ต่อปี และจากปีการศึกษา 2540 ถึงปีการศึกษา 2543 ลดลงเป็นลำดับคือ จากจำนวน 153,852 คน ลดลงเป็น 148,711 คน ในปีการศึกษา 2541 คิดเป็นร้อยละ 3.34 ต่อปี มีจำนวน 144,116 คน ในปีการศึกษา 2542 คิดเป็นร้อยละ 3.09 ต่อปี มีจำนวน 142,597 ในปีการศึกษา 2543 คิดเป็นร้อยละ 1.05 ต่อปี การลดลงของจำนวนนักเรียนในช่วงปีการศึกษา 2539 - 2543 นี้ ลดลงเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 2.41 ต่อปี

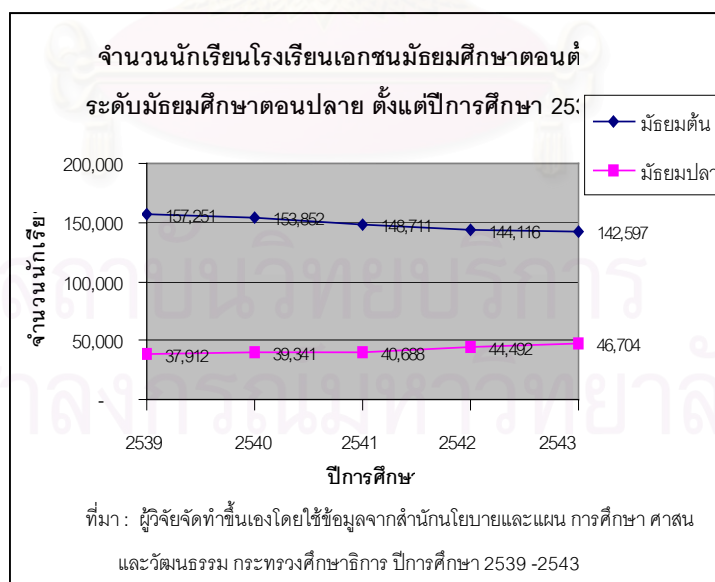
สัดส่วนนักเรียนภาครัฐต่อเอกชนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในช่วงนี้ประมาณเท่ากับ 94:6 การลดลงของจำนวนนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ส่วนใหญ่เป็นการลดลงของนักเรียนในส่วนภูมิภาค เนื่องจากรัฐมีนโยบายเน้นการขยายการจัดการศึกษาระดับนี้ในพื้นที่ด้อยโอกาส โดยเฉพาะระดับมัธยมศึกษาตอนต้น เพื่อเป็นการกระจายโอกาสให้แก่ผู้เรียนได้เข้าศึกษาในระดับนี้ทัดเทียมกัน รัฐจึงได้จัดตั้งโรงเรียนมัธยมศึกษาขึ้นในจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศเป็นจำนวนมาก พร้อมทั้งได้มีการปรับปรุงหลักสูตรให้เป็นหลักสูตรให้เป็นหลักสูตรแบบกว้าง โดยเพิ่ม



เนื้อหาสาระให้มีวิชาชีพนมากขึ้น ซึ่งทำให้โรงเรียนเอกชนต้องลงทุนในด้านต่าง ๆ สูง ประชาชนส่วนใหญ่จึงนิยมส่งบุตรหลานเข้าเรียนระดับมัธยมศึกษาในโรงเรียนของรัฐ เพราะเสียค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการเรียนในโรงเรียนเอกชน การขยายการจัดการศึกษาของรัฐ ทำให้สัดส่วนนักเรียนภาคเอกชนลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับภาครัฐ

ขณะเดียวกันระดับมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวนนักเรียนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมากกว่าทุกระดับ กล่าวคือ ในปีการศึกษา 2539 มีจำนวนนักเรียนในโรงเรียนเอกชนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายเท่ากับ 37,912 คน เพิ่มขึ้นเป็น 39,341 คน ในปีการศึกษา 2540 เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 3.77 ต่อปี และจากปีการศึกษา 2540 ถึงปีการศึกษา 2543 เพิ่มขึ้นเป็นลำดับคือ จากจำนวน 39,341 คน เพิ่มขึ้นเป็น 40,688 คน ในปีการศึกษา 2541 เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 3.42 ต่อปี ในปีการศึกษา 2542 มีจำนวนนักเรียนเท่ากับ 44,492 คน เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 9.35 ต่อปี และในปีการศึกษา 2543 มีจำนวนนักเรียนเพิ่มขึ้นเป็น 46,704 คน คิดเป็นร้อยละ 4.97 ต่อปี จำนวนนักเรียนในช่วงปีการศึกษา 2539 - 2543 นี้ โดยเฉลี่ยเพิ่มร้อยละ 5.38 ต่อปี (สำนักนโยบายและแผนการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ, 2539 - 2543 )

ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบจำนวนนักเรียนในโรงเรียนเอกชนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในช่วงปีการศึกษา 2539 - 2543 แสดงในกราฟดังนี้



ปัจจุบันในการมีส่วนร่วมรับภาระการจัดการศึกษาในระบบโรงเรียนเอกชนนั้น เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนนักเรียนระดับและประเภทต่างๆระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐปรากฏว่าในปีการศึกษา 2544 เอกชนมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาระดับก่อนประถมศึกษา ร้อยละ 26 ระดับประถมศึกษา ร้อยละ 14 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 6 และระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 2.86 ส่วนประเภทอาชีวศึกษา เอกชนมีส่วนร่วมจัด ร้อยละ 29 สำหรับการจัดการศึกษานอกระบบโรงเรียน มีแนวโน้มการขยายตัวของการจัดการศึกษาประเภทศิลปศึกษาและประเภทอาชีวศึกษาเพิ่มขึ้นทั้งจำนวนนักเรียนและสาขาวิชาที่เปิดสอน ในขณะที่การจัดการศึกษาพิเศษและการศึกษาสงเคราะห์ของเอกชน แนวโน้มการขยายตัวในด้านจำนวนโรงเรียนและนักเรียนยังมีไม่มากนัก (สำนักนโยบายและแผนการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ, 2544 )

แต่อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาอัตราการเพิ่มของจำนวนโรงเรียนเอกชนประเภทสามัญศึกษาที่เปิดสอนระดับอนุบาลถึงมัธยมศึกษาตอนปลาย ตลอดจนจำนวนนักเรียนตั้งแต่ระดับอนุบาล ถึงมัธยมศึกษาตอนปลาย เปรียบเทียบกันปรากฏว่าในขณะที่ปริมาณการเพิ่มของจำนวนโรงเรียนเอกชนเพิ่มขึ้นทุกปี แต่จำนวนนักเรียนในแต่ละระดับมีอัตราการเพิ่มและการลดลงของจำนวนนักเรียนในอัตราที่ไม่สมดุลกับการเพิ่มของจำนวนโรงเรียนเอกชน หรือแม้แต่ว่าสัดส่วนของนักเรียนภาคเอกชนและภาครัฐ ซึ่งมีสัดส่วนที่แตกต่างกันอย่างมาก

ดังนั้นการดำเนินงานจัดการศึกษาเอกชนดังกล่าวข้างต้นนับว่ายังมีปัญหา อุปสรรคหลายประการ กล่าวคือ ผลจากการลดลงของจำนวนนักเรียน ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลกระทบจากนโยบายการขยายการจัดการศึกษาของภาครัฐ มีผลทำให้โรงเรียนเอกชนโดยทั่วไปมีฐานะการเงินทรุดลง โดยเฉพาะโรงเรียนขนาดกลางและขนาดเล็กมีรายได้จากค่าธรรมเนียมการเรียนลดลง และอีกส่วนหนึ่งเนื่องมาจากคุณภาพการเรียนการสอนของโรงเรียนเอกชนเอง ตลอดจนปัญหาอื่น ๆ ได้แก่ ปัญหาด้านการบริหารจัดการอันเกิดจากกฎหมาย กฎ และระเบียบต่าง ๆ ของทางราชการทำให้การดำเนินงานของโรงเรียนหลายเรื่องไม่มีความคล่องตัวเท่าที่ควร(สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน, 2537 ) แต่ปัญหาที่สำคัญยิ่งก็คือ คุณภาพ มีโรงเรียนเอกชนจำนวนหนึ่งเป็นโรงเรียนชั้นดีเยี่ยมเป็นที่นิยมของประชาชนเป็นแบบอย่างให้กับโรงเรียนของรัฐได้ แต่ก็ยังมีโรงเรียนเอกชนเป็นจำนวนมากกว่าที่มีคุณภาพด้อยเมื่อเทียบกับโรงเรียนของรัฐโดยทั่วไป(สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2532 ) ในขณะเดียวกันในสภาพที่โรงเรียนเอกชนถูกควบคุมด้วยข้อจำกัดหลายประการและสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป โรงเรียนเอกชนจึงต้องแสวงหาทิศทางใหม่เพื่อความอยู่รอดเพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพ ความสามารถในการแข่ง

ชั้นกับโรงเรียนรัฐบาลได้ และการได้กำไรซึ่งความจริงที่ต้องยอมรับประการหนึ่ง ก็คือ การจัดการศึกษาเป็นธุรกิจอย่างหนึ่ง ทางเลือกในปัจจุบัน คือ ไปจัดการศึกษาที่ไม่ใช่การศึกษาภาคบังคับ นั่นคือ ไปดำเนินการในระดับอนุบาล อาชีวศึกษา และอุดมศึกษา หรือแม้แต่การหาเงินเข้าโรงเรียนโดยวิธีการอื่น เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่า การเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐก่อให้เกิดผลสองด้าน คือ โรงเรียนที่มุ่งแสวงหากำไรหรือไม่ได้มาตรฐานก็อาจต้องล้มเลิกไป แต่โรงเรียนที่ได้มาตรฐานสูงเป็นที่นิยมของผู้ปกครองทั่วไปจะมีข้อจำกัดในการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการจนอาจทำให้มาตรฐานลดลงและผลต่อเนื่องก็คือ การแข่งขันระหว่างโรงเรียนเอกชนและโรงเรียนรัฐบาล หรือแม้แต่การแข่งขันระหว่างโรงเรียนเอกชนด้วยกันเองก็ตาม ย่อมส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมในหลาย ๆ เรื่อง ทั้งคุณภาพก็จะลดลงด้วย ซึ่งหมายความว่ามาตรฐานของโรงเรียนที่ได้มาตรฐานสูงอาจลดลงเช่นกัน

เนื่องจากในบรรดาโรงเรียนเอกชนโดยทั่วไปแต่ละโรงเรียนมีความแตกต่างกันในด้านขนาด คุณภาพ มาตรฐาน การบริหาร การเรียนการสอน ฯลฯ และตั้งอยู่กระจัดกระจายทั่วไปทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและส่วนภูมิภาค จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหาทางส่งเสริมและควบคุมให้โรงเรียนเหล่านี้ ได้ปรับปรุงคุณภาพและมีมาตรฐาน ให้ก้าวหน้า และอยู่ในระดับที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ทั้งนี้เพื่อเป็นการรักษาระดับมาตรฐานการศึกษาของชาติให้มีมาตรฐานที่เสมอกัน (อมรชัย ตันติเมธ และคณะ, 2521) โรงเรียนเอกชนในอนาคตจะต้องหันมาใส่ใจกับคุณภาพการเรียนการสอนมากขึ้น ขณะเดียวกันจะต้องสร้าง " จุดขาย " ที่ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นกีฬา ศิลปะ เทคโนโลยี ฯลฯ เพื่อสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงให้กับตัวเอง ( ศิริวรรณ แซ่อึ้ง, 2544: 23 ) ตลอดจนเป็นทางเลือกที่ดีของประชาชนและเป็นการกระตุ้นการแข่งขันในการจัดการศึกษา อันจะนำไปสู่การศึกษาที่มีคุณภาพและมาตรฐานทัดเทียมสากล สามารถแข่งขันกับนานาชาติ และก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของโลกได้(ชนิษฐา ตรีหิรัญกุล, 2545 ) ในขณะเดียวกันการจัดการศึกษาของโรงเรียนเอกชนก็ไม่ควรมุ่งประโยชน์ทางการค้าหรือจัดการศึกษาที่เป็นไปตามความต้องการของผู้ปกครองมากเกินไป เน้นด้านปริมาณมากกว่าคุณภาพ ไม่เป็นไปตามหลักวิชาการ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน, 2543 )

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนได้เล็งเห็นความสำคัญและตระหนักถึงปัญหานี้ จึงได้กำหนดวิสัยทัศน์ใหม่ 2 ประการ คือ ประการแรกภายในปี 2555 ผู้สำเร็จการศึกษาจากสถานศึกษาเอกชนจะต้องเป็นผู้มีความสมบูรณ์ทั้งทางร่างกายจิตใจ มีสติปัญญาเหมาะสมกับบุคลิกภาพ มีคุณธรรม วัฒนธรรมไทย มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีทักษะการเรียนรู้ และสามารถปรับตัวเข้ากับความเปลี่ยนแปลง มีความสามารถแข่งขันกับประชาคมโลกได้ และ

ประการที่สองสถานศึกษาเอกชนต้องเป็นผู้นำในการจัดการศึกษาของประเทศ มีความโดดเด่น และหลากหลายทัดเทียมกับมาตรฐานสากล มีการนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นวัตกรรมมาใช้ ในการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน รวมทั้งมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถสูง มีจรรยาบรรณใน วิชาชีพ ส่วนพันธกิจใหม่ที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชนต้องดำเนินการให้บรรลุตาม วิสัยทัศน์ดังกล่าว คือ (1) จะเร่งส่งเสริมสถานศึกษาเอกชนทุกระดับทุกประเภทให้สามารถพัฒนา มีคุณภาพสู่ความเป็นเลิศ (2) จะพัฒนากลไกการบริหารและดูแลการศึกษาเอกชนให้มี ประสิทธิภาพ เป็นหน่วยงานที่ส่งเสริมการลงทุนและสนับสนุนการจัดการศึกษาเอกชนให้มี คุณภาพได้อย่างแท้จริง (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน, 2543 )

จากวิสัยทัศน์ของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน ที่ว่าส่งเสริมให้สถานศึกษา เอกชนต้องเป็นผู้นำในการจัดการศึกษาของประเทศ มีความโดดเด่นและหลากหลายทัดเทียมกับ มาตรฐานสากล มีการนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาการเรียนรู้ของ ผู้เรียน รวมทั้งมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถสูง มีจรรยาบรรณในวิชาชีพ ตลอดจน สถานศึกษาเอกชนทุกระดับทุกประเภทให้สามารถพัฒนาคุณภาพสู่ความเป็นเลิศนั้น มีความ สอดคล้องกับการสร้างเอกลักษณ์ของโรงเรียนให้โดดเด่นอันเป็นองค์ประกอบหนึ่งของภาพ ลักษณะมีผลต่อการสร้างความเชื่อมั่นและความร่วมมือกับชุมชน ผู้ปกครอง ศิษย์เก่าของโรง เรียน บุคคลอื่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนาการศึกษาของสถานศึกษา เนื่องจากภาพลักษณ์ของโรงเรียน หรือ Corporate Image ซึ่งหมายความถึง ภาพลักษณ์ของ องค์การรวมทั้งการให้บริการจะส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าของโรงเรียน ภาพลักษณ์ของ โรงเรียนจึงเปรียบเสมือนกระจกเงาที่สะท้อนภาพของโรงเรียนซึ่งอยู่ในจิตใจคน ให้บุคคลเกิด ความประทับใจในองค์กรทั้งตัวองค์กรเองและการบริการขององค์กร โดยเน้นการสร้างภาพ ความดีและความมีคุณลักษณะเด่นเฉพาะตัวขององค์กรให้ปรากฏแก่สาธารณชน การสร้าง ภาพลักษณ์เป็นเรื่องที่ต้องอาศัยระยะเวลา และควรทำอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ใน ทางบวก ไม่ควรทำเพียงแต่ครั้งเดียวชั่วคราวช่วยยาม มิฉะนั้นจะเกิดภาพลักษณ์ในทางลบซึ่งจะเกิด ผลเสียแก่โรงเรียนในที่สุด

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่แต่ละหน่วยงานต้องรู้ว่าหน่วยงานของตนมีภาพลักษณ์อย่างไร โดย ศึกษาความเห็นของคนส่วนมาก ความเห็นคนส่วนมากเป็นเช่นไร ภาพลักษณ์ของหน่วยงานก็จะ เป็นเช่นนั้น ถ้าผลออกมาไม่ดีหรือปานกลาง ก็จะต้องเร่งรีบสร้างภาพลักษณ์ให้ดีขึ้น มิฉะนั้นหาก ภาพลักษณ์ตกต่ำลงจะพาให้การดำเนินงานของสถาบันนั้นล้มเหลวได้ (วิจิตร อวระกุล 2534 : 150 )

ภาพลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่โรงเรียนสามารถสร้างขึ้นได้ โดยใช้วิธีการที่เหมาะสมอันจะนำไปสู่การพัฒนาองค์กรวิธีหนึ่ง ดังนั้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะได้ศึกษาวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง เพื่อที่จะได้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวางแผนพัฒนาโรงเรียนให้ได้รับความเชื่อถือ การยอมรับ ศรัทธาจากผู้ปกครอง ชุมชน สังคม ตลอดจนเป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับโรงเรียนเอกชนต่อไป

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง

### ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะผู้ปกครองโรงเรียนเอกชน ในจังหวัดชลบุรี
2. การวิจัยครั้งนี้จะศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน โดยประยุกต์ใช้กรอบแนวคิด

ภาพลักษณ์องค์การ ของ Shirley Harrison (1995: 71-75) ซึ่งแสดงองค์ประกอบภาพลักษณ์องค์การ (The Corporate Image Jigsaw) ในส่วนที่มีผลต่อภาพลักษณ์โรงเรียนมี 4 องค์ประกอบแสดงในรูปที่ 1 ดังนี้

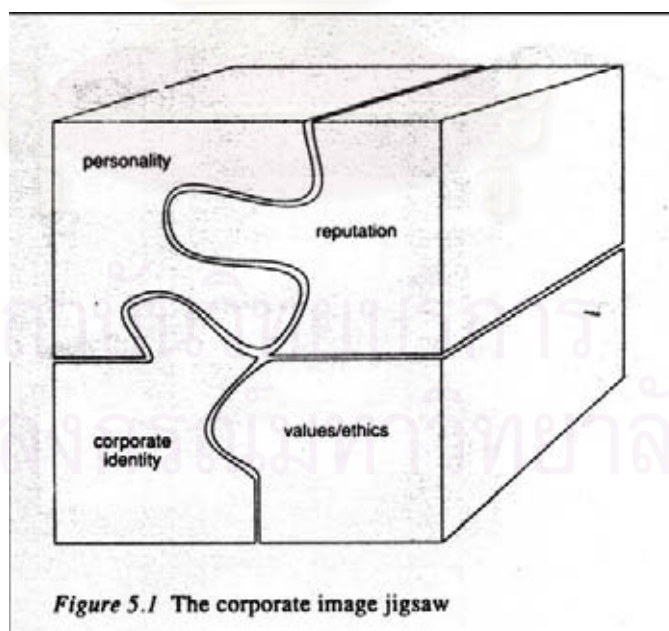


Figure 5.1 The corporate image jigsaw

รูปที่ 1 รูปแบบหรือแบบแผนของภาพลักษณ์องค์การ (The Corporate Image Jigsaw)



1. บุคลิกภาพขององค์กร (Personality) หมายถึง บุคลิกภาพหรือผลรวมของคุณสมบัติหรือลักษณะในเรื่องต่าง ๆ โดยการรับรู้ของบุคคลภายนอกองค์กร ซึ่งบ่งบอกว่าองค์กรเป็นแบบใด มีคุณสมบัติหรือลักษณะอย่างไร

2. ชื่อเสียงขององค์กร (Reputation) หมายถึง ชื่อเสียงหรือกิตติศัพท์ขององค์กรที่ประชาชนหรือบุคคลมีความเชื่อถือ ให้ความไว้วางใจ มั่นใจในเรื่องของคุณภาพ มาตรฐานของผลผลิตและการบริการ

3. เอกลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) หมายถึง ความโดดเด่นที่แสดงอย่างเด่นชัดขององค์กร เอกลักษณ์องค์กรจะสะท้อนบุคลิกภาพและแสดงโครงร่างขององค์กรได้อย่างชัดเจนและเป็น เครื่องบ่งชี้ทางกายภาพขององค์กร

4. คุณค่าหรือ จรรยาบรรณขององค์กร (Values /ethics) หมายถึง ความดีหรือจรรยาบรรณขององค์กร ซึ่งได้รับการยอมรับ ประเมินคุณค่าและ ยกย่องจากบุคคลภายนอก ส่งผลให้องค์กรมีชื่อเสียง

### **คำนิยามที่ใช้ในการวิจัย**

ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน หมายถึง ภาพของโรงเรียนเอกชนซึ่งเกิดขึ้นในจิตใจของผู้ปกครองตามความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อโรงเรียนและประทับ ตรึงตราเป็นความน่าเชื่อถือ ศรัทธา ยอมรับ ต่อโรงเรียนเอกชน ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สัมพันธ์กัน 4 องค์ประกอบ คือ บุคลิกภาพของโรงเรียน ชื่อเสียงของโรงเรียน เอกลักษณ์ของโรงเรียน และคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน

บุคลิกภาพของโรงเรียน หมายถึง บุคลิกภาพหรือผลรวมของคุณสมบัติหรือลักษณะในด้านต่าง ๆ คือ ด้านตัวสถาบัน สภาพแวดล้อมในโรงเรียน หลักสูตร ผู้บริหาร บุคลากรครู บุคลากรสนับสนุนและนักเรียน โดยการรับรู้ของบุคคลภายนอกโรงเรียน ซึ่งบ่งบอกว่าโรงเรียนเป็นแบบใด มีคุณสมบัติหรือลักษณะอย่างไร

ชื่อเสียงของโรงเรียน หมายถึง ชื่อเสียงหรือกิตติศัพท์ของโรงเรียนในด้านต่าง ๆ คือ ด้านตัวสถาบัน นักเรียน ศิษย์เก่า และบุคลากรครู ที่ประชาชนหรือบุคคลมีความเชื่อถือ ให้ความไว้วางใจ มั่นใจในเรื่องของคุณภาพ มาตรฐานของผลผลิตและการบริการของโรงเรียน

เอกลักษณ์ของโรงเรียน หมายถึง ความโดดเด่นที่แสดงอย่างเด่นชัดของโรงเรียนในด้านต่าง ๆ คือ ด้านตัวสถาบัน เครื่องแบบ และการเรียนการสอนซึ่งจะสะท้อนบุคลิกภาพและแสดง

โครงสร้างของโรงเรียนได้อย่างชัดเจนและเป็นเครื่องบ่งชี้ทางกายภาพ ซึ่งบ่งบอกว่าโรงเรียนมีคุณสมบัติหรือลักษณะพิเศษ( Feature)ที่เพิ่มเติมขึ้นจากคุณสมบัติปกติ เพื่อความสวยงามหรือเพิ่มขีดความสามารถให้มากกว่าที่กำหนดไว้ หรือความมีคุณลักษณะพิเศษที่ไม่เหมือนใคร ความโดดเด่นเป็นสิ่งที่ปรากฏอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะบ่งชี้ชื่อ สัญลักษณ์ หรือ เครื่องหมาย ตรา สี และ พิธีการซึ่งโรงเรียนใช้ทำให้โรงเรียนนั้นโดดเด่น ซึ่งจะประทับ ติดตรึงเป็นส่วนประกอบของโรงเรียน

คุณค่าหรือ จรรยาบรรณของโรงเรียน(Values /ethics)หมายถึงความดีหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนในด้านต่าง ๆ คือ ด้านการดำเนินงาน การบริการ ผู้บริหาร และบุคลากรครูซึ่งได้รับการยอมรับ ประเมินคุณค่าและยกย่องจากบุคคลภายนอกว่าดี มีมาตรฐาน ทำให้โรงเรียนมีชื่อเสียง ประกอบด้วยวัฒนธรรมของโรงเรียนซึ่งเป็นการประพฤติปฏิบัติของบุคคลในโรงเรียน อันมีผลกระทบกับบุคคลที่ปฏิบัติงานในโรงเรียน และส่งผลให้โรงเรียนเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

โรงเรียนเอกชน หมายถึง โรงเรียนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัด สำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดชลบุรี ในปีการศึกษา 2546

ร.ร.ประถมศึกษาเอกชน หมายถึง โรงเรียนที่เปิดสอนในระดับประถมศึกษา สังกัด สำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดชลบุรี ในปีการศึกษา 2546

ร.ร.มัธยมศึกษาเอกชน หมายถึง โรงเรียนที่เปิดสอนระดับมัธยมศึกษา สังกัด สำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดชลบุรี ในปีการศึกษา 2546

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการในการตีความ เข้าใจความหมาย โดยอาศัยความรู้และประสบการณ์เดิม ตลอดจนทัศนคติ ค่านิยม และสิ่งแวดล้อม โดยมีการเลือกที่จะรับรู้ อันเกิดจากการใส่ใจหรือสนใจต่อสิ่งนั้น

ผู้ปกครอง หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ให้การดูแลเอาใจใส่นักเรียนอย่างใกล้ชิดที่บ้าน อาจเป็นบิดา มารดา หรือญาติพี่น้องของนักเรียนที่เข้ารับการศึกษาในโรงเรียนเอกชน จังหวัดชลบุรี ในปีการศึกษา 2546

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่สถานศึกษา
2. เพื่อนำมาเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวางแผนพัฒนาโรงเรียนให้ได้รับความเชื่อถือ การยอมรับ ศรัทธาจากผู้ปกครอง ชุมชน และสังคมทั่วไป

## วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีซึ่งมีจำนวนโรงเรียนทั้งหมด 69 โรงเรียน มีจำนวนนักเรียนทั้งหมด 63,608 คน โดยกำหนดให้นักเรียน 1 คน ต่อผู้ปกครอง 1 คน รวม เป็นประชากรจำนวน 63,608 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างของผู้ปกครองโดยใช้ตารางเลขสุ่มของ Yamane ( อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจนวาสี, 2537 : 134) ที่ขนาดประชากร 63,608 คน ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 398 คน นำจำนวนผู้ปกครองนักเรียนแต่ละโรงเรียนที่มีอยู่มาเทียบค่านวนหาสัดส่วนที่จะใช้เป็นรายชื่อโรงเรียนโดยใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง คือ 398 คน เป็นตัวตั้งในการเทียบสัดส่วนร้อยละเป็นรายชื่อโรงเรียน แล้วจึงนำมาแบ่งเป็นโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยม แล้วหากกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มอย่างง่าย ( Simple Random Sampling)

รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 398 คน

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้เครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดในการวิจัย เป็นแบบสอบถามจำนวน 1 ชุด แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งสอบถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ ( Check List )

ตอนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นตามการรับรู้ของผู้ปกครองเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า ( Rating Scale )

เมื่อสร้างเสร็จแล้วนำเครื่องมือไปให้อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแก้ไขและให้คำแนะนำในด้านความตรงของเนื้อหาและการใช้สำนวนภาษาที่เหมาะสมแล้วนำมาแก้ไข เพื่อเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลต่อไป



### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีส่งแบบสอบถามไปยังโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีด้วยตนเองทุกโรงเรียน ที่เป็นประชากรและขอรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ และนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล ทำในรูปตารางประกอบความเรียง

4.2 ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีตามการรับรู้ของผู้ปกครอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.) และ นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยตารางประกอบความเรียง

### ลำดับชั้นในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ลำดับชั้นตอนในการนำเสนอ โดยแบ่งเป็น 5 บท ดังนี้

บทที่ 1 บทนำประกอบด้วยความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ของการวิจัย ขอบเขตของการวิจัย นิยามที่ใช้ในการวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย วิธีการดำเนินงานวิจัยและลำดับชั้นในการวิจัย

บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ความหมายของภาพลักษณ์ ประเภทของภาพลักษณ์ ลักษณะของภาพลักษณ์ การเกิดภาพลักษณ์ ความสำคัญของภาพลักษณ์ องค์ประกอบของภาพลักษณ์ แนวคิดภาพลักษณ์องค์การ กรอบแนวคิดภาพลักษณ์องค์การ แนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพองค์การ แนวคิดการสร้างภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ การสร้างเอกลักษณ์ องค์ประกอบที่สื่อถึงเอกลักษณ์องค์การ ลักษณะของเอกลักษณ์องค์การ การสร้างเอกลักษณ์องค์การ แนวคิดในการสร้างภาพลักษณ์ กลยุทธ์และหลักในการสร้างภาพลักษณ์ให้ประสบความสำเร็จ ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อภาพลักษณ์ขององค์การ แนวคิดการรับรู้ ประเภทของการรับรู้ องค์ประกอบของการรับรู้ แนวคิดภาพลักษณ์โรงเรียน ปัจจัยในการสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน ขั้นตอนการสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัยประกอบด้วย วัตถุประสงค์ของการวิจัย กลุ่มประชากร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามหัวข้อ ดังต่อไปนี้

แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์  
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร  
แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้  
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงเรียน  
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

##### ความหมายภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ เป็นคำภาษาไทยที่ตรงกับภาษาอังกฤษว่า "Image" ตามพจนานุกรมจะหมายถึง ภาพที่เห็นในกระจกเงา ภาพที่ผ่านจากกล้องส่อง หรือ ภาพที่อยู่ในความนึกคิด พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานได้กำหนดให้ใช้คำว่า "ภาพลักษณ์" หรือ จินตภาพแทน

ส่วนคำว่า "ภาพพจน์" เป็นคำในภาษาไทยที่ตรงกับภาษาอังกฤษว่า "Figure of Speech" ซึ่งหมายถึง การพูดที่เป็นสำนวนโวหารทำให้นึกเห็นเป็นภาพ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525, 2530 : 616 )

คำว่า ภาพลักษณ์ มีความหมายตรงกับคำในภาษาอังกฤษ คือ "Image" นั้น ความเข้าใจโดยทั่วไปของคน "ภาพพจน์" กับ "ภาพลักษณ์" ได้ถูกนำมาใช้ในความหมายเดียวกันกับคำภาษาอังกฤษว่า "Image" คำว่าภาพพจน์เคยเป็นที่นิยมแพร่หลาย ส่วนราชบัณฑิตยสถานได้บัญญัติให้ใช้คำว่า จินตภาพ แต่ไม่มีใครมีผู้นิยมใช้ ดังนั้น พลตรีพระเจ้าวรวงศ์เธอกรมหมื่นนราธิปประพันธ์พงศ์ ซึ่งเป็นที่ปรึกษาคณะกรรมการราชบัณฑิตยสถานเสนอว่า ควรจะใช้คำว่า ภาพลักษณ์ จะตรงกับความหมายของศัพท์ภาษาอังกฤษมากกว่า สำหรับงานวิจัยนี้ใช้ "ภาพลักษณ์" ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานกำหนดไว้

สำหรับความหมายของคำว่า "ภาพลักษณ์" ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

Lesley (อ้างถึงในวิรัช ลภีรัตนกุล, 2540 : 76) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับคำว่า "ภาพลักษณ์" ดังนี้ ภาพลักษณ์ (Image) หมายถึง ความประทับใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีต่อองค์การ สถาบัน บุคคล กลุ่มบุคคล ซึ่งความประทับใจดังกล่าวมีรากฐานมาจากผลกระทบระหว่างบุคคลกับสิ่งนั้น ๆ

Robinson และ Barlow ( Public Relations Journal ฉบับ September, 1959 อ้างถึงในวิรัช ลภีรัตนกุล, 2540 : 77) ได้อธิบายความหมายว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์การ สถาบัน ภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้น อาจจะได้มาทั้งประสบการณ์โดยตรง (Direct Experience) และประสบการณ์ทางอ้อม (Indirect Experience) ของตัวเอง เช่น ได้ประสบมาด้วยตนเอง หรือได้ยินได้ฟังมาจากคำบอกเล่าของผู้อื่น หรือ จากกิตติศัพท์เลื่องลือต่าง ๆ นานา เป็นต้น

Anderson and Rubin ( 1986 : 53 -54 อ้างถึงใน พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, 2537) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับองค์การทั้งหมด โดยองค์การก็เปรียบเสมือนคนซึ่งย่อมมีบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ที่ต่างกัน ( Image represents consumer perceptions about a firm as a whole.....Firm, like people, have distinctive personalities and image... )

Boorstin(1973 : อ้างถึงในวิลาวัลย์ หงษ์สุวรรณ, 2543) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์ เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นโดยมีการวางแผนการ เป็นความประทับใจ เป็นความน่าเชื่อถือ เป็นความจริงที่เห็นได้ชัดเจน และคงทน เข้าใจได้ง่าย ๆ แต่ขณะเดียวกันก็จะมีคุณสมบัติคลุมเครือ ไม่กระจ่างชัด

มานิต รัตนสุวรรณ (2527 : 20) ได้กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์ เป็นความประทับใจในสิ่งที่เรารู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือ คนใดคนหนึ่งหรือองค์การใดองค์การหนึ่ง จะเรียกว่าชื่อเสียงก็ได้

วิจิตร อาวะกุล (2534 : 149) ได้ให้ความหมาย ภาพลักษณ์ไว้ว่า เป็นภาพของสถาบัน หน่วยงาน บริษัทห้างร้าน หรือ บุคคลที่เกิดความรู้สึกในจิตใจของคนเราว่าดี ไม่ดี ชอบ ไม่ชอบ เชื่อถือ ไม่เชื่อถือ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ฯลฯ หรือ เจย ๆ อยู่ตรงกลางไม่ดี ไม่เลว ถ้าความเห็นชอบของคนส่วนมากเป็นเช่นไร ภาพลักษณ์ของหน่วยงานก็จะเป็นเช่นนั้น ถ้าผลออกมาไม่ดี หรือ ปานกลางก็ต้องรีบเร่งสร้างภาพลักษณ์ให้ดีขึ้น มิฉะนั้นหากภาพลักษณ์ตกต่ำลง จะพาให้การดำเนินงานของสถาบันนั้นล้มเหลวได้

ประจวบ อื่นอีก (2532 : 96) ได้ให้ความหมายของ ภาพลักษณ์ ดังนี้

1. พลังแห่งที่นำไปสู่พฤติกรรม
2. เจตคติของบุคคล กลุ่มบุคคล ที่มีต่อสถาบันหรือเป้าหมาย ซึ่งอาจจะเป็นกรณีบุคคลหรือสถาบันใด ๆ ก็ได้
3. ความคาดหวังของบุคคลต่อบุคคล กรณีหรือสถาบันที่มีต่อกรณีใดกรณีหนึ่ง ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับความเชื่อ ความรู้สึกของคนที่มิได้อยู่
4. สิ่งสะท้อนความรู้สึกนึกคิดของคนที่มีต่อกรณีหรือบุคคล หรือ สถาบัน
5. คุณค่าเพิ่ม หรือ ความนิยมที่มีต่อสถาบัน บุคคล หรือ กรณีเรื่องราวใด ๆ

( Psychological Value Added)

วิรัช ลภีรัตนกุล (2535 : 77) ได้สรุปความหมายของคำว่า ภาพลักษณ์ ไว้ว่า หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจ ( Mental picture) ของคนเรา อาจเป็นภาพที่มีต่อสิ่งมีชีวิตหรือสิ่งไม่มีชีวิตก็ได้ เช่น ภาพที่มีต่อบุคคล ( Person) องค์กร (Organization) สถาบัน ( Institution) ฯลฯ และภาพดังกล่าวนี้อาจเป็นภาพที่สิ่งเหล่านั้น กล่าวคือ บุคคล องค์กร สถาบัน ฯลฯ หรือ สิ่งใดสิ่งหนึ่งสร้างให้เกิดขึ้นแก่จิตใจเรา หรืออาจเป็นภาพที่เราเ็นึกสร้างเองได้

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคล ซึ่งมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์กร สถาบัน บุคคล กลุ่มบุคคล หรือมีความประทับใจ โดยอยู่บนพื้นฐานของประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

### ประเภทของภาพลักษณ์

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

1. ภาพลักษณ์ของบริษัท ( Corporate Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อบริษัทหรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง ภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้ จะหมายรวมไปถึงด้านการบริหารหรือการจัดการ ( Management) ของบริษัทแห่งนั้นด้วยและหมายรวมไปถึงสินค้าผลิตภัณฑ์ ( Product) และบริการ (Service) ที่บริษัทนั้นจำหน่าย ฉะนั้นคำว่า ภาพลักษณ์ของบริษัท ( Corporate Image) จึงมีความหมายค่อนข้างกว้าง และยังหมายรวมถึงตัวหน่วยงานธุรกิจ ฝ่ายจัดการและสินค้าหรือบริการของบริษัทแห่งนั้นด้วย

2. ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร ( Institution Image) คือภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสถาบันหรือองค์กร ซึ่งโดยมากมักจะเน้นไปทางด้านสถาบัน หรือองค์กรเพียง

อย่างเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย จึงมีความหมายที่แคบลงมาจากภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate Image)

3. ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ (Product / Service Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้าหรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์กรหรือบริษัท

4. ภาพลักษณ์ที่มีต่อสินค้าตราใดตราหนึ่ง (Brand Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง หรือ ตรา (Brand) ใดตราหนึ่ง หรือเครื่องหมายการค้า (Trademark) ใดเครื่องหมายการค้าการค้านั้น ส่วนมากมักจะใช้ในด้านกรโฆษณา (Advertising) และการส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)

Jefkins (1993 :21-22) ได้แบ่ง ภาพลักษณ์ ออกเป็น 7 ประเภท คือ

1. ภาพลักษณ์กระจกเงา (Mirror Image) คือ ภาพที่เห็นในกระจกเงาหรือภาพที่สะท้อนความจริง และเป็นภาพที่ฝ่ายบริหารเชื่อเอาเองว่าเป็นที่ยอมรับของประชาชนทั่วไป ซึ่งโดยแท้จริงแล้วอาจเป็นการปักใจเชื่อที่ผิดก็ได้ หรือ เป็นข้อผิดพลาดของฝ่ายประชาสัมพันธ์ที่ไม่รายงานสภาพของภาพลักษณ์ที่แท้จริงให้ฝ่ายบริหารทราบ หรือเป็นข้อผิดพลาดของฝ่ายบริหารเองที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์รายงานให้ทราบแล้วแต่ฝ่ายบริหารไม่สนใจและไม่เชื่อถือ

2. ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image) คือ ภาพที่บุคคลในองค์กรมีต่อองค์กรที่เป็นไปในทางเดียวกันเป็นส่วนใหญ่ มีความเห็นตรงกันเป็นเอกฉันท์ เป็นทัศนคติที่เหมือนกัน ของคนส่วนใหญ่ที่มีต่อหน่วยงาน ภาพลักษณ์ปัจจุบัน เป็นภาพลักษณ์ที่สำคัญมากที่เราจำเป็นต้องทราบเพราะเป็นภาพที่สะท้อนจุดยืนขององค์กรในขณะนั้น

3. ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple Image) คือ ภาพลักษณ์ขององค์กรในสายตาคนทั่ว ๆ ซึ่งจะแตกต่างกันออกไป หรืออาจเป็นภาพลักษณ์ที่ตัวแทนขององค์กรหรือสถาบันทำให้เกิดขึ้น เช่น พนักงานของของบริษัทแต่ละแห่งทำให้ภาพลักษณ์ของบริษัทแตกต่างกันออกไป อาจมีทั้งภาพลักษณ์ที่ดีและไม่ดีต่อองค์กรแห่งเดียวกันนั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการปฏิบัติงานของพนักงานขายแต่ละคน เป็นต้น

4. ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) คือ ภาพขององค์กรใหม่ ๆ ที่สร้างขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์คุณสมบัติและวัตถุประสงค์ขององค์กร หรือเป็นภาพลักษณ์ที่ฝ่ายบริหารต้องการให้เกิดขึ้นกับองค์กร สินค้า หรือบริการของหน่วยงาน

5. ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) คือ ภาพลักษณ์ของหน่วยงานโดยส่วนรวม เป็นภาพลักษณ์ของสถาบันหรือภาพของหน่วยงานที่สะท้อนความเป็นจริง และเป็นภาพที่บุคคลในองค์กรมีความเห็นตรงกันเป็นเอกฉันท์ หรือมีความตกลงร่วมกัน ซึ่งสร้างให้เกิดขึ้นในจิตใจของ



บุคคล ไม่ว่าจะเป็นสัญลักษณ์ของหน่วยงาน บริษัท แบบฟอร์มหรือยูนิฟอร์มของพนักงาน การบริการ การขนส่ง เป็นต้น

6. ภาพลักษณ์ของสินค้า ( The product Image ) คือ ภาพที่สร้างให้เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้าหรือโดยี่ห้อหนึ่ง หรือ ตรา ( Brand )ใดตราหนึ่ง หรือเครื่องหมายการค้า โดยการโฆษณาที่เน้นลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์

7. ภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ ( The optimum Image) คือ ภาพที่ดีที่สุดที่ได้ผลที่เป็นที่น่าพอใจที่สุด และตั้งอยู่บนมาตรฐานของความเข้าใจในสิ่งที่ถูกต้อง เท่าที่จะเป็นไปได้ ตามความเหมาะสม

รัตนาวดี ศิริทองถาวร( 2546 : 153-154 ) ได้นำแนวคิดการแบ่งประเภทของภาพลักษณ์ที่ Fank Jefkins และ วิรัช ลภวิรัตนกุล มาผสมผสานกันและสามารถครอบคลุมประเภทของภาพลักษณ์ที่วงการธุรกิจทั้งด้านการตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ได้นำไปใช้ในการดำเนินการเพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์การธุรกิจ ดังนี้

#### 1. ภาพลักษณ์ซ้อน ( Multiple Image )

เป็นภาพลักษณ์ขององค์การหรือหน่วยงานในสายตาของคนทั่วไป ซึ่งจะมีความแตกต่างกันออกไป อันเนื่องมาจากคนในสังคมนั้นมาจากแหล่งต่าง ๆ กัน มีความรู้ ความเชี่ยวชาญทางเศรษฐกิจและสังคม มีระดับการศึกษาและอื่น ๆ ที่ต่างกัน โดยเฉพาะมีความรู้และประสบการณ์ต่อองค์การต่างกัน ดังนั้น เป็นไปไม่ได้ที่สมาชิกในสังคมจะมีภาพลักษณ์ขององค์การหนึ่งเหมือนกัน นอกจากนั้นในตัวบุคคลหนึ่งอาจมีภาพลักษณ์ต่อองค์การเชิงบวกต่อเรื่องหนึ่ง และมีภาพเชิงลบในอีกเรื่องหนึ่งก็ได้เช่นกัน

#### 2. ภาพลักษณ์ปัจจุบัน ( Current Image )

เป็นภาพลักษณ์ตามความเป็นจริงในปัจจุบัน ซึ่งอาจเป็นภาพลักษณ์เชิงบวกหรือเชิงลบก็ได้ จะเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นมาเองโดยธรรมชาติ หรือโดยเจตนาก็ตาม นับว่าเป็นภาพลักษณ์ที่สำคัญที่องค์การจะต้องค้นหาเพื่อทราบให้ได้ และเมื่อพบภาพลักษณ์ที่ไม่ดีหรือภาพลักษณ์ที่ผิดเพี้ยนจากสิ่งที่องค์การต้องการ จะได้ปรับเปลี่ยนให้ดีขึ้นภาพลักษณ์ประเภทนี้เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงจุดยืนขององค์การในสายตาของประชาชนในขณะนั้นได้เป็นอย่างดี

#### 3. ภาพลักษณ์กระจกเงา ( Mirror Image )

เป็นภาพลักษณ์ที่ฝ่ายบริหารเชื่อเอาเองหรือมองเห็นว่าองค์การเป็นที่ยอมรับของประชาชนทั่วไปซึ่งเปรียบเสมือนการส่องกระจกจะเห็นภาพของตัวเองในภาพนั้นเขาอาจจะมองว่าสวย สง่างาม หรือดี หรือตรงกับลักษณะใดก็ได้ตามความนึกคิดของเรา ซึ่งก็เช่นเดียวกับที่ผู้บริหาร

มององค์การดังกล่าวข้างต้น โดยผู้บริหารอาจมองว่าองค์การได้ทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ดีมากแล้ว ดังนั้น ภาพลักษณ์ขององค์การจึงน่าจะเป็นภาพที่ดี ซึ่งโดยแท้จริงแล้วอาจเป็นการปักใจเชื่อที่ผิดก็ได้ ทั้งนี้ประชาชนเป้าหมายอาจมองอะไรที่ต่างจากผู้บริหารก็ได้

#### 4. ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image)

เป็นภาพลักษณ์ที่ผู้บริหารหรือพนักงานมีความต้องการจะให้เกิดขึ้นกับองค์การ สินค้าหรือบริการขององค์การ เช่น เป็นองค์การที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นสินค้าที่มีคุณภาพผลิตด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นองค์การที่ให้ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมแก่พนักงาน ฯลฯ ดังนั้นองค์การจึงพยายามทำทุกอย่างเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนานี้ขึ้นซึ่งถือว่าเป็นการกำหนดเป้าหมายที่องค์การต้องการสร้างภาพลักษณ์อย่างชัดเจน

#### 5. ภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ (The optimum Image)

เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการตระหนักในความจริง และการมีความเข้าใจ การรับรู้ (Perception) ของผู้รับข่าวสาร อุปสรรคของการใช้สื่อในการเผยแพร่ข่าวสาร และสภาพแวดล้อมที่ยากจะควบคุมและอื่นๆจะเป็นอุปสรรคต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาได้ ดังนั้นภาพลักษณ์ชนิดนี้จึงเป็นภาพลักษณ์ที่ผู้เกี่ยวข้องรู้จักประมาณตนและตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจนไม่ได้ทำให้การกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนามีความสูงส่งจนเกินความจริง

#### 6. ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง (Correct and Incorrect Image)

เป็นภาพลักษณ์อีกลักษณะหนึ่ง ซึ่งเกิดขึ้นไม่ตรงกับความเป็นจริง เพราะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ เช่น ข่าวลือ หรือ อุบัติเหตุ หรือเกิดจากกระบวนการสื่อสาร หรือ การรับรู้ของผู้รับสาร และเมื่อเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องแล้วก็จำเป็นต้องมีการแก้ไขภาพลักษณ์ให้ถูกต้องต่อไป ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องนี้คล้ายกับภาพลักษณ์ปัจจุบันแต่แตกต่างที่ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องได้มีการปรับเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องมาก่อนระยะหนึ่งแล้ว

#### 7. ภาพลักษณ์ขององค์การ (Corporate Image)

เป็นภาพลักษณ์ขององค์การใดองค์การหนึ่ง โดยเน้นภาพรวมทั้งหมดขององค์การนับตั้งแต่ระบบการบริหารองค์การ สินค้าหรือบริการ ตราของสินค้าหรือบริการ ความมั่นคง การมีบุคลากรที่มีคุณภาพ มีการผลิตที่ทันสมัย มีความรับผิดชอบต่อสังคม ฯลฯ ขององค์การ มักจะเป็นภาพที่ประชาชนมีต่อองค์การธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่งหรือบริษัทใดบริษัทหนึ่ง

#### 8. ภาพลักษณ์ของสถาบัน (Institution Image)

เป็นภาพลักษณ์ที่มีลักษณะคล้ายกับภาพลักษณ์ขององค์การ แต่จะมุ่งมองเฉพาะตัวองค์การหรือ ตัวสถาบันเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย เช่น เป็นสถาบันที่มีความ

รับผิดชอบต่อสังคม มีความมั่นคงเจริญก้าวหน้า แต่ทั้งนี้จะไม่มุ่งมองในเชิงธุรกิจการค้าหรือ การตลาด จะเน้นบทบาทหรือพฤติกรรมของสถาบันเพียงอย่างเดียว

#### 9. ภาพลักษณ์ของสินค้า หรือบริการ ( Product / Service Image )

เป็นภาพลักษณ์ของสินค้า หรือบริการขององค์การที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนไม่รวมถึง บทบาทหรือพฤติกรรมขององค์การ เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการปรุงแต่งให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค นอกจากนี้ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการจะมีความเกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของ องค์การเป็นอย่างมาก

#### 10.ภาพลักษณ์ตราสินค้า ( Brand Image)

เป็นภาพลักษณ์ที่มีลักษณะคล้ายกับภาพลักษณ์สินค้าหรือบริการ แต่กรณีนี้เป็นตราสินค้า (Brand) หรือ เครื่องหมายการค้า ( Trade Mark) หรือ สัญลักษณ์ ( Logo) เช่น สัญลักษณ์ ดอกบัว ภูเขา หรือเป็นตัวอักษร เช่น AIS เป็นต้น

จากประเภทของภาพลักษณ์ดังกล่าวข้างต้น ดังนั้น อาจสรุปประเภทของภาพลักษณ์ได้ เป็น 10 ประเภท คือ

1. ภาพลักษณ์ซ้อน ( Multiple Image ) เป็นภาพลักษณ์ขององค์การหรือหน่วยงานใน สายตาของคนทั่ว ๆ ไป ซึ่งมีความแตกต่างกันทั้งทางด้านสังคม ความรู้ ความเชื่อ ฐานะทาง เศรษฐกิจและสังคม มีระดับการศึกษารวมทั้งมีความรู้และประสบการณ์ต่อองค์การต่างกัน

2.ภาพลักษณ์ปัจจุบัน ( Current Image )เป็นภาพลักษณ์ในปัจจุบัน ตามความเป็นจริง ซึ่งเกิดขึ้นมาเองโดยธรรมชาติ หรือโดยเจตนาก็ตาม อาจเป็นภาพลักษณ์เชิงบวกหรือเชิงลบก็ได้

3.ภาพลักษณ์กระจกเงา ( Mirror Image ) เป็นภาพลักษณ์ที่เปรียบเสมือนการส่อง กระจกสะท้อนให้เห็นภาพของตัวเอง โดยที่เชื่อเอาเองหรือมองเห็นว่าองค์การเป็นที่ยอมรับของ ประชาชนทั่วไป

4. ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา ( Wish Image ) เป็นภาพลักษณ์ที่ผู้บริหารหรือบุคลากร ในองค์การมีความต้องการจะให้เกิดขึ้นกับองค์การ สินค้าหรือบริการขององค์การ

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

6. ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง ( Correct and Incorrect Image)เป็นภาพลักษณ์ อีกลักษณะหนึ่ง ซึ่งเกิดขึ้นเพราะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติเป็นตัวกำหนด อาจจะไม่ตรงกับ ความเป็นจริงหรือไม่ตรงกับความเป็นจริงก็ได้

7. ภาพลักษณ์องค์การ ( Corporate Image )เป็นภาพลักษณ์ที่เน้นภาพรวมทั้งหมดของ องค์การนับตั้งแต่ระบบการบริหารองค์การ สินค้าหรือบริการ ตราของสินค้าขององค์การใด



องค์การหนึ่ง โดยมีการบริการ ความมั่นคง การมีบุคลากรที่มีคุณภาพ มีการผลิตที่ทันสมัย มีความรับผิดชอบต่อสังคม ฯลฯ ขององค์การ

8. ภาพลักษณ์ของสถาบัน ( Institution Image) เป็นภาพลักษณ์ที่จะมุ่งมองเฉพาะตัว องค์การหรือ ตัวสถาบันเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย

9. ภาพลักษณ์ของสินค้า หรือบริการ ( Product / Service Image ) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการปรุงแต่งให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค เป็นภาพลักษณ์ของสินค้า หรือบริการขององค์การ ที่เกิดขึ้นในใจของประชาชน ไม่รวมถึงบทบาทหรือพฤติกรรมขององค์การ

10.ภาพลักษณ์ตราสินค้า ( Brand Image) เป็นภาพลักษณ์ที่แสดงตราสินค้า(Brand) หรือ เครื่องหมายการค้า ( Trade Mark) หรือ สัญลักษณ์ ( Logo)

### ลักษณะของภาพลักษณ์

รัตนาวดี ศิริทองถาวร( 2546 : 155-156 )ได้กล่าวถึงลักษณะของภาพลักษณ์ดังต่อไปนี้

ภาพลักษณ์ขององค์การมีลักษณะที่สำคัญดังนี้

#### 1. ภาพลักษณ์เกิดจากความประทับใจ

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความประทับใจ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์การที่ประชาชนได้รับ และสิ่งเหล่านี้จะก่อตัวขึ้นเป็นความประทับใจ ซึ่งอาจจะเป็นความประทับใจที่ดี หรือไม่ดีก็ได้ แล้วแต่พฤติกรรมหรือการกระทำของหน่วยงาน เช่น ธนาคารต้องการมีภาพลักษณ์ที่ " ให้ความสำคัญกับลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกัน " องค์การหรือ ธนาคารนั้นจะต้องประพฤติในสิ่งดังกล่าวอย่างเคร่งครัด ซึ่งกลุ่มประชาชนที่เป็นลูกค้าสามารถ ประสบได้ด้วยตนเอง หรือได้รับข้อมูลข่าวสารจากผู้อื่นที่มีประสบการณ์เหล่านั้นมา ก็จะทำให้ เกิดความประทับใจที่ดี ซึ่งนำไปสู่การมีภาพลักษณ์ที่ดีตรงตามจุดประสงค์ของธนาคาร

#### 2. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้และเปลี่ยนแปลงได้เสมอกล่าวคืออาจเปลี่ยนจาก ภาพลักษณ์ที่ดีเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ดี หรืออาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ดีมาเป็นภาพลักษณ์ที่ ดีได้ อันเนื่องมาจากสภาพการณ์ภายในหรือปัจจัยภายนอกองค์การมากระทบ ดังนั้น องค์การ ต่าง ๆ จึงจะต้องมีการสำรวจภาพลักษณ์ปัจจุบันขององค์การอย่างสม่ำเสมอ เพื่อจะได้ทราบ ว่าภาพลักษณ์ขององค์การเป็นอย่างไร และจะได้ส่งเสริม รักษา หรือ แก้ไขให้ภาพลักษณ์ที่ดีของ องค์การคงอยู่ตลอดไป

### 3. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่อยู่หนึ่ง

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ต้องไม่ได้แย้งกับความจริง แต่ภาพลักษณ์จะต้องถูกนำเสนออย่าง สอดคล้อง และเป็นไปในทิศทางเดียวกับความจริง นั่นคือ ปรัชญา นโยบายการดำเนินงาน การ ประพฤติปฏิบัติ รวมทั้งคุณภาพของสินค้าหรือบริการขององค์กร

### 4. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือ

ภาพลักษณ์เป็นการสร้างภาพในใจของคนเราเกี่ยวกับบุคคล องค์กร สถาบันหรือสิ่งต่าง ๆ ให้มันคงเป็นที่ยอมรับโดยอยู่บนพื้นฐานของความน่าเชื่อถือ การสร้างภาพลักษณ์จะไม่เกิดผลใด ๆ ถ้าไม่มีความน่าเชื่อถือในบุคคล หรือองค์กรสถาบันนั้น

### 5. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจน

ภาพลักษณ์ถูกสร้างขึ้นจากสิ่งที่เป็นนามธรรมขึ้นเป็นรูปธรรม ซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นการ สร้างจินตนาการรูปธรรมเพื่อให้ตอบสนองและดึงดูดใจ และความรู้สึกทางอารมณ์ได้อย่างชัดเจน ต่อกลุ่มประชาชน เช่น โรงแรมแห่งหนึ่งต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่เต็มไปด้วยความหรูหรา สะดวกสบาย การนำเสนอภาพลักษณ์นี้ให้ออกมาเป็นรูปธรรมด้วยภาพของสถานที่ ห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกแก่แขก

### 6. ภาพลักษณ์จะต้องเป็นสิ่งที่ถูกทำให้ดูง่ายและแตกต่าง

ภาพลักษณ์จะต้องชัดเจน ง่ายต่อการเข้าใจ ง่ายต่อการจดจำ มีความแตกต่าง แต่สื่อ ความหมายได้ครบถ้วนตรงตามต้องการ เช่น เครื่องหมาย ( Logo ) คำขวัญ ( Slogan ) เป็นต้น ซึ่งก็คือ การสร้างภาพลักษณ์ให้มีเอกลักษณ์ ( Identity ) ที่โดดเด่นนั่นเอง

นอกจากนี้ รัตนาวดี ศิริทองถาวร( 2546 : 156 ) ได้จำแนกภาพลักษณ์ตามลักษณะการ เกิดเป็น 2 ทาง คือ

#### 1. ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ

ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาตินั้นเป็นภาพลักษณ์ลักษณะใดก็ได้ที่เกิดขึ้นไปตาม สภาวะแวดล้อมที่มากกระทบ และเป็นภาพที่เกิดจากการที่ประชาชนทั่วไปได้รับรู้เรื่องราว หรือ มี ประสบการณ์กับองค์กรตามปกติ หรือตามธรรมชาติ โดยประชาชนจะตีความหมาย และสรุป จากสิ่งที่เขาประสบมา หรือได้ยินมาเกี่ยวกับองค์กรทั้งหมด ไม่ว่าจะแบบฉบับในการ บริหารงาน บุคลิกภาพของผู้บริหาร การบริการ และอรรถาธิบายของพนักงาน สินค้าและบริการของ องค์กรภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองโดยวิธีนี้ อาจจะมีผิดไปจากความเป็นจริงก็ได้เนื่องจากสิ่งที่ ประชาชนแต่ละคนรับรู้ อาจแตกต่างจากสิ่งที่จริงได้ รวมทั้งความเชื่อ ค่านิยม และทัศนคติ ของบุคคลแต่ละคนก็แตกต่างกัน ซึ่งจะทำให้มีการตีความแตกต่างกันออกไป

### 3.ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการปรุงแต่ง

เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการที่องค์กรใช้กระบวนการสร้างภาพลักษณ์เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ตามที่องค์กรต้องการ ไม่ว่าจะภาพลักษณ์นั้นจะเป็นสิ่งที่เป็นจริงหรือไม่ก็ตาม โดยการปรุงแต่งนั้นกระทำโดยมีความพยายามที่จะให้องค์กรมีพฤติกรรมที่ดี เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี หรือ ถ้าประชาชนมีภาพลักษณ์ที่ผิดไปจากสิ่งที่เป็นจริงก็มีการพยายามแก้ไขโดยเผยแพร่เรื่องราวที่ถูกต้องออกไปอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการแก้ไขข้อเท็จจริงหรือปรุงแต่งภาพลักษณ์ในทิศทางที่พึงประสงค์นั่นเอง

ในองค์กรต่าง ๆ โดยเฉพาะองค์กรขนาดใหญ่ จะไม่ปล่อยให้ภาพลักษณ์เกิดขึ้นเองโดยวิธีธรรมชาติ เพราะองค์กรเหล่านั้นตระหนักดีว่า การปล่อยให้เกิดภาพลักษณ์ตามธรรมชาติ อาจทำให้ลักษณะที่แท้จริงขององค์กรออกไปไม่ครบถ้วน หรือไม่เป็นระบบ ภาพลักษณ์ที่ออกมา อาจผิดพลาดไปจากความจริงและเกิดความเสียหายต่อองค์กรได้ การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรจึงต้องมีการบริหารที่ดี ซึ่งเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ใช้ในการบริหาร กระบวนการสร้างภาพลักษณ์คือ การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นเรื่องของการให้ความรู้ (Knowledge) และการให้คุณค่าองค์กร(Value) ในลักษณะที่ถูกกำหนดวางแผนไว้เป็นขั้นตอนอย่างเหมาะสม เพื่อให้ประชาชนเป้าหมายเกิดกระบวนการทางความคิดในการสร้างภาพและตีความหมายไปในทิศทางที่องค์กรต้องการ

กล่าวโดยสรุปว่าภาพลักษณ์ขององค์กรมีลักษณะที่สำคัญคือ เกิดจากความประทับใจซึ่งอยู่บนพื้นฐานของประสบการณ์ข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนได้รับ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้เสมอ โดยไม่ได้แย้งกับความเป็นจริง และเป็นที่ยอมรับโดยอยู่บนพื้นฐานของความน่าเชื่อถือในบุคคลหรือองค์กรสถาบันนั้น ภาพลักษณ์ขององค์กรถูกสร้างขึ้นจากสิ่งที่เป็นนามธรรมขึ้นเป็นรูปธรรมและอาจเกิดโดยธรรมชาติหรือโดยปรุงแต่งเพื่อให้ตอบสนองและดึงดูดใจ และมีความชัดเจน ง่ายต่อการเข้าใจ ง่ายต่อการจดจำ มีความแตกต่างหรือโดดเด่น แต่สื่อความหมายได้ครบถ้วนตรงตามต้องการ

## ความสำคัญของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ (ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร, 2537: 22 อ้างถึงใน จิตลาวัณย์ บุณนาค, 2539) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จของธุรกิจนั้นทั้งในระยะสั้นและระยะยาว องค์กรต่าง ๆ ได้รับความสนใจจากสาธารณชน และมวลชนมากขึ้น ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร และการสื่อสารดาวเทียมโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารมวลชน ทำให้คนในสังคมต่าง ๆ รับทราบข่าวสาร เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลกได้อย่างกว้างขวาง ทุกคนต้องรับรู้ และมีส่วนเกี่ยวข้องในการแสดงความคิดเห็นเพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจ ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดีก็必将ได้รับความเชื่อถือไว้วางใจ และการสนับสนุนร่วมมือให้องค์กรนั้นประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน แต่ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี ย่อมไม่ได้รับการต่อต้าน และการดูหมิ่นเกลียดชัง ภาพลักษณ์เป็นรากฐานแห่งความมั่นคงขององค์กร ถ้ามีภาพลักษณ์ที่ดีนับเป็นการเตรียมพร้อมขององค์กร แม้วิกฤติการณ์เกิดขึ้นก็สามารถแก้ไขได้อย่างทันท่วงที เหมือนหนึ่งร่างกายของคนที่แข็งแรง มีภูมิคุ้มกันโรคถึงได้รับเชื้อโรคหรือมีเหตุต้องเจ็บป่วย อากาาก็จะไม่ร้ายแรงและหายได้เร็วกว่าปกติ

ภาพลักษณ์ (วิจิตร อวระกุล , 2534: 150 อ้างถึงใน จิราภรณ์ สีขาว, 2536) ได้กล่าวถึงความสำคัญของภาพลักษณ์ว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นมากที่สุดที่แต่ละหน่วยงานต้องรู้ว่าหน่วยงานของตนมีภาพลักษณ์อย่างไรโดยศึกษาจากความเห็นของคนส่วนมาก ถ้าความเห็นของคนส่วนมากเป็นเช่นไร ภาพลักษณ์ของหน่วยงานก็จะเป็นเช่นนั้น ถ้าผลออกมาไม่ดีหรือปานกลางก็จะต้องเร่งรีบสร้างภาพลักษณ์ให้ดีขึ้น มิฉะนั้นหากภาพลักษณ์ตกต่ำลงจะพาให้การดำเนินงานของสถาบันนั้นล้มเหลวได้

นักสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ Clive Chajet (1975) ได้กล่าวถึงอิทธิพลของภาพลักษณ์ไว้ในหนังสือ The Image ว่า ".....ปัจจุบันมนุษย์เรานั้นอยู่ท่ามกลางการสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ ทั้งในตัวมนุษย์เองและธุรกิจทุกประเภท ภาพลักษณ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทั้งในการเลือกจับจ่ายใช้สอย และแม้แต่ความคิดในด้านการเมืองการปกครองบริหารประเทศ นอกจากนี้ภาพลักษณ์ยังเป็นตัวกำหนดความเชื่อและระสนิยมคนเราได้อีกด้วย..... "

John E. Marston นักทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์ ได้กล่าวเสริมความสำคัญของภาพลักษณ์ในปัจจุบันว่า " ...ภาพลักษณ์มีอิทธิพล และมีความสำคัญมากต่อพฤติกรรมและการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ภาพลักษณ์จะเป็นตัวกำหนดทิศทางและความหนักแน่นของพฤติกรรมของคนเราหรือกล่าวได้ว่า ภาพลักษณ์ คือ ความรู้ที่เรามีเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในลักษณะ

ภาววิสัย ( Objective Knowledge ) และความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประเมินค่าของเราเองใน ลักษณะอัตวิสัย ( Subjective Knowledge) ภาพลักษณะมิใช่สิ่งที่เกิดขึ้นเองได้แต่เป็นสิ่งที่สร้างได้ ภาพลักษณะก็ไม่ใช่เป็นสิ่งตายตัวหรือเปลี่ยนแปลงไม่ได้ แม้ว่าตามหลักจิตวิทยาแล้วภาพลักษณะ จะเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงยากพอๆ กับทัศนคติ แต่ภาพลักษณะก็มีสิ่งที่เราจะเปลี่ยนแปลงไม่ได้ เอาเสียเลย...."

นักวิชาการชาวตะวันตกอีกท่านหนึ่ง คือ Kenneth E. Boulding ได้กล่าวถึง "ภาพลักษณะ" ไว้ว่า ภาพลักษณะเป็นความรู้ เป็นความรู้สึกของเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ โดยเฉพาะความรู้ นั้น เป็นความรู้สึกที่เราสร้างขึ้นมาเอง ( Subjective Knowledge) ซึ่งประกอบด้วย "ข้อเท็จจริง" คุณค่าที่ เราเป็นผู้ให้รวมกันอยู่ บุคคลแต่ละบุคคลจะเก็บสะสมความรู้เชิงอัตวิสัย ( Subjective Knowledge) เป็นการสะสมเกี่ยวกับสิ่งในโลกรอบ ๆ ตัวที่เราได้ประสบ ความรู้เชิงอัตวิสัยของ บุคคลนี้จึงเป็นที่รวมของสิ่งต่าง ๆ ที่เราเชื่อว่าเป็นจริง เนื่องจากเราไม่สามารถที่จะรับรู้และทำ ความเข้าใจกับสิ่งต่าง ๆ นั้นได้อย่างถี่ถ้วนเสมอไป เรามักจะได้เฉพาะ "ภาพ" บางส่วนหรือ ลักษณะกว้าง ๆ ของสิ่งเหล่านั้น ซึ่งมีความไม่แน่นอนชัดเจนนอยู่ เราจึงมักต้องตีความหมาย (interpret) หรือให้ความหมายแก่สิ่งนั้น ๆ ด้วยตัวเราเอง ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้ จะประกอบกันเข้า เป็นภาพลักษณะของเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ในโลก และพฤติกรรมของเราจะขึ้นอยู่กับภาพลักษณะที่เรา มีอยู่ในสมองด้วย

ภาพลักษณะจึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการของความคิดจิตใจ ในเมื่อคนเรามีได้มีเพียง ประสบการณ์โดยตรงกับโลกรอบตัวซึ่งเราได้สัมผัส ชิมรส ดมกลิ่น และได้เห็นด้วยตนเองเท่านั้น เรายังมีประสบการณ์โดยทางอ้อมอื่น ๆ ด้วย ซึ่งประสบการณ์เหล่านี้ต้องอาศัยการตีความและให้ ความหมายสำหรับตนเองเสมอ ภาพลักษณะจึงเป็นการแทนความหมายเชิงอัตวิสัย ( Subjective representation) ของสิ่งต่าง ๆ ที่เรารับรู้มาเป็นความรู้สึกเชิงตีความหมาย ( Interpreted sensation) หรือ ความประทับใจ ภาพปรากฏ ( Appearance ) ความคล้ายคลึงหรือเป็นการแทน ความหมายของการรับรู้ ( Perception) กระบวนการของการรับรู้อย่างเลือกสรร ตีความ และให้ ความหมายต่อสิ่งต่าง ๆ นี้คือ กระบวนการก่อเกิดจินตนาการ ( Process of imagery ) ซึ่งมักจะมี ความสำคัญยิ่งต่อการรับรู้ในสิ่งที่ไม่มีความหมายแน่นอนในตัวของมันเอง

กล่าวโดยสรุปว่าความสำคัญของภาพลักษณะ ภาพลักษณะเป็นสิ่งจำเป็นและมีความ สำคัญที่องค์การแต่ละองค์การจะต้องรู้ว่าองค์การของตนมีภาพลักษณะเป็นอย่างไร บุคคลภายนอก



รับรู้ในองค์การของตนอย่างไร เพื่อที่องค์การนั้นจะได้สร้างภาพลักษณ์ให้ดีขึ้น องค์การนั้นก็จะมีประสิทธิผลสำเร็จและมีประสิทธิภาพ

### องค์ประกอบของภาพลักษณ์

Bolding(1975, อ้างถึงในจิตลาวัฒน์ บุณนาค)ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของภาพลักษณ์ อาจแยกได้เป็น 4 ส่วน แต่ในทางเป็นจริง องค์ประกอบทั้งสี่ส่วนจะมีความเกี่ยวข้องเป็น ปฏิสัมพันธ์ต่อกันไม่สามารถจะแยกเป็นส่วน ๆ ได้อย่างเด็ดขาด

1.องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) เป็นสิ่งที่บุคคลจะได้จากการสังเกตอันนำไปสู่การรับรู้ (Cues)หรือมีสิ่งที่ถูกรับรู้ตนเอง ซึ่งอาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิด หรือวัตถุสิ่งของต่าง ๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ โดยผ่านการรับรู้

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

3.องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นสิ่งที่เกี่ยวกับความรู้สึกผูกพัน ยอมรับหรือไม่ยอมรับหรือไม่ชอบ

4.องค์ประกอบเชิงการกระทำ(Conative Component) เป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความมุ่งหมายหรือเจตนาที่จะเป็นแนวทางปฏิบัติตอบโต้สิ่งเร้านั้น อันเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึก

กล่าวโดยสรุปว่าองค์ประกอบของภาพลักษณ์ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สัมพันธ์กัน มี 4 องค์ประกอบคือ องค์ประกอบเชิงการรับรู้ องค์ประกอบเชิงการเรียนรู้ องค์ประกอบเชิงความรู้สึก และองค์ประกอบเชิงการกระทำ องค์ประกอบเหล่านี้จะผสมผสานกันเป็นภาพของโลกที่บุคคลได้มีประสบการณ์มา

### แนวคิดภาพลักษณ์ขององค์การ (Corporate Image)

(Morley,1998:8)ได้กล่าวว่าเป็นคำที่นิยมเรียกกันในแวดวงวิชาการจนเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป หรืออีกนัยหนึ่งนั้นหมายถึง กิตติศัพท์ขององค์การ (Corporate Reputation) นั่นเองในแวดวงการบริหารธุรกิจสมัยใหม่ คำว่า " ภาพลักษณ์ " ถูกนำมาพิจารณาเป็นองค์ประกอบประการหนึ่งในการบริหาร ช่วยเอื้อให้องค์การธุรกิจดำเนินไปได้อย่างก้าวหน้าและมั่นคง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจขนาดใหญ่ซึ่งเกี่ยวพันกับกลุ่มประชาชนจำนวนมาก และยิ่งไปกว่านั้นในทางการ

บริหารธุรกิจยังอาจตีค่าได้ว่าภาพลักษณ์ของบริษัทเปรียบเสมือนสินทรัพย์ (Asset) อันมีค่าซึ่งยากจะประเมินออกมาเป็นตัวเลขทางบัญชีได้

Corporate Image เป็นการตลาดสมัยใหม่ที่นักการตลาดจะต้องเป็น Magician คือต้องสามารถสร้างแรงจูงใจอย่างแรงกล้าให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นในใจของผู้บริโภคที่มีต่อองค์กรนั้นและไม่ต้องการเปลี่ยนแปลง จะเป็นภาพที่ดีในระยะยาวของกลุ่มเป้าหมายอันจะส่งผลให้มีทัศนคติที่ต่อผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่องค์กรนั้น ๆ ได้ผลิตออกมา ตัวอย่างเช่น บริษัทอินซ์เคปซึ่งตระหนักดีในการสร้างภาพลักษณ์ เนื่องจากบริษัทเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าที่มีลักษณะเป็นบริษัทสากล จึงต้องสร้างภาพให้ชัดเจน มีไลฟ์สไตล์เป็นอย่างไรนั่นคือ การสะท้อนออกมาทั้งบุคลิกการแต่งตัวของพนักงาน และการปรับระบบการทำงานให้สอดคล้องกันเป็นไปในแนวทางเดียวกัน ในส่วนของผู้บริหารต้องมองยุทธศาสตร์ตัวนี้ให้แตก เพื่อกำหนดเป็นนโยบายให้ชัดเจนไปในทางปฏิบัติของทุก ๆ แผนกด้วย เรียกว่าเป็นการทำงานทั้งภายในองค์กรให้มีความเข้าใจตรงกันด้วย ซึ่งถ้าจะมองว่าขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่ยากพอสมควร ต้องหาตัวเองให้ได้ก่อนว่าต้องการให้ออกมาในลักษณะใด นอกจากนี้ยังต้องดูด้วยว่าบริษัททำธุรกิจทางด้านใด นอกจากนี้แล้วทุกองค์กรในยุคนี้ต้องมีภาพลักษณ์ของตัวเองอย่างเด่นชัด มีใช้ภาพลักษณ์ที่เป็นแฟชั่น เพื่อสร้างการรับรู้ให้กลุ่มเป้าหมาย ผู้บริโภคอาจจะไม่รู้ใคร่โครงสร้างทั้งหมดขององค์กรแต่จะดูจากภาพรวมนี้คือ ยุทธศาสตร์ใหม่ในการทำตลาด นักการตลาดต้องหันมาสนใจในการสร้างภาพลักษณ์องค์กรที่เห็นความสำคัญในส่วนนี้ซึ่งจะนำไปกำหนดเป็นนโยบายในระดับบริหาร การทำโฆษณาเพียงแค่ว่าเตือนความทรงจำของผู้บริโภค ถ้าไม่ทำอย่างต่อเนื่องกลุ่มเป้าหมายก็จะลืมการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่องค์กรต้องมีความคิดสร้างสรรค์และความต่อเนื่องต้องทำให้ชัดเจนอยู่ตลอดเวลา การสร้างภาพลักษณ์ต้องพึ่งเครื่องมือทุกอย่างทางการตลาดเท่าที่มีอยู่แต่ที่สำคัญก็คือ โฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่สนับสนุนกัน ถ้าจะเทียบเป็นสัดส่วนคงอยู่ในระหว่าง 40:60 เพราะโฆษณาผู้บริโภคอาจจะแบ่งใจมองว่าเป็นการชวนเชื่อ นักการตลาดที่เข้าใจ Concept นี้จะไม่พึ่งพาโฆษณามาก โดยเฉพาะเรื่องของการสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร แล้ว การจัดกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่องจะได้ผลสะท้อนกลับมาในทางบวกมากกว่า ส่วนเครื่องมือทางการตลาดมีทั้งสร้างและทำลายได้ในขณะเดียวกันขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่แต่ละคนจะฉกฉวยเอามาใช้อย่างชาญฉลาดได้หรือไม่

Shirley Harrison (1995: 71-75) ได้กล่าวถึงรายละเอียดภาพลักษณ์องค์กร (The Corporate Image Jigsaw) อันเกิดจากองค์ประกอบที่สัมพันธ์กัน ดังนี้คือ

เมื่อเราพิจารณาตรงที่ว่าทำอย่างไรองค์กรจึงจะมีประสิทธิภาพ ความสำคัญอยู่ที่องค์กรมีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ไปอย่างมีลำดับขั้นตอนตามความจำเป็นก่อนหลังของแผนงาน หรือ

โครงการโดยเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของแผนงาน ก็จะทำให้ชุมชนได้รับทราบถึงวัตถุประสงค์อย่างไร การประชาสัมพันธ์องค์การไปสู่จุดประสงค์หรือจุดหมาย สิ่งที่ต้องคำนึงอาจจะมีเพียงหนึ่งจุดประสงค์หรือมากกว่านั้น ซึ่งควรพิจารณาสิ่งเหล่านี้ คือ สาธารณชนทั่วไป ผู้ลงทุนและนักวิเคราะห์การเงิน ความคิดเห็นของผู้นำขอบเขตเฉพาะขององค์การ ปริมาณคู่แข่ง ผู้ดูแลควบคุม และผู้บัญญัติกฎหมาย

การที่สาธารณชนจะรับรู้เกี่ยวกับองค์การหรือไม่ อย่างไร ขึ้นอยู่กับแผนการปฏิบัติการในงานประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม ภาพลักษณ์ขององค์การเกิดขึ้นจาก 4 องค์ประกอบ ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน คือ

**1. บุคลิกภาพขององค์การ (Personality)** หมายถึง บุคลิกภาพหรือผลรวมของคุณสมบัติหรือลักษณะในเรื่องต่าง ๆ โดยการรับรู้ของบุคคลภายนอกองค์การ ซึ่งบ่งบอกว่าองค์การเป็นแบบใด มีคุณสมบัติหรือลักษณะอย่างไรทัศนคติหรือความคิดเห็นของบุคคลในการมองบุคลิกภาพขององค์การเป็นหลักการหนึ่งซึ่งได้นำมาใช้เป็นหลักเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐาน เช่น ในองค์การนี้มีผู้ที่มีบทบาททำชื่อเสียงให้องค์การ เป็นนักการเมือง หรือเป็นนักร้อง นักแสดง เป็นต้น องค์การต้องมีบุคลิกภาพที่แน่นอนและแสดงให้เห็นได้ ตัวอย่างของคำอธิบายที่แสดงให้เห็นภาพของบุคลิกภาพขององค์การ มีดังนี้ ร้าน Virgin มีบุคลิกภาพที่มีชีวิตชีวา มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและมีความสนุกสนาน ร้าน Body Shop มีบุคลิกภาพขององค์การ คือ มีความเอาใจใส่ การดูแลอย่างพิถีพิถัน และความสุขภาพ ร้าน Cadbury มีบุคลิกภาพขององค์การ คือ มีลักษณะแบบ พ่อปกครองลูก และมีความเมตตากรุณา ร้าน Mark and Spencer มีบุคลิกภาพขององค์การมีประสิทธิภาพ วางใจได้ และมีความปลอดภัย

**2. ชื่อเสียงขององค์การ (Reputation)** คือ ชื่อเสียงหรือกิตติศัพท์ขององค์การที่ประชาชนหรือบุคคลมีความเชื่อถือให้ความไว้วางใจ มั่นใจในเรื่องคุณภาพ ความมีมาตรฐานของผลผลิตและการบริการ ชื่อเสียงขององค์การเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคให้ความเชื่อถือบนพื้นฐานจากประสบการณ์ของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลผลิตและการบริการ องค์การจะประสบความสำเร็จได้จะต้องสร้างความมีชื่อเสียง ในเรื่องต่อไปนี้ ด้านการบริการที่รวดเร็ว ความมีคุณภาพได้มาตรฐาน ความเอาใจใส่ดูแลผู้รับบริการดี และการปฏิบัติต่อผู้รับบริการอย่างยุติธรรม สิ่งเหล่านี้จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อถือในองค์การนั้น ส่งผลให้องค์การประสบความสำเร็จ องค์การบางองค์การอาจจะมีชื่อเสียงดี องค์การบางองค์การมีชื่อเสียงไม่ดี หรือไม่มีชื่อเสียงเลยไม่ว่ากรณีใด ๆ เพราะไม่สามารถทำให้คนเชื่อถือหรือให้การยอมรับจึงไม่เป็นที่รู้จัก การมีชื่อเสียงดีขององค์การนั้นสมควรได้รับการยอมรับ



**3. เอกลักษณ์ขององค์การ (Corporate Identity )** หมายถึง ความโดดเด่นขององค์การ เครื่องบ่งชี้ทางกายภาพขององค์การ หรือ ตามที่ Wally Olin (1989: 9 ) ได้กล่าวว่า กลยุทธ์การประกอบธุรกิจที่เป็นแบบแผนที่ชัดเจน คือ

".....ความโดดเด่น เป็นสิ่งที่ปรากฏอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะป็นชื่อ สัญลักษณ์ หรือ เครื่องหมาย ตรา สี และ พิธีการซึ่งองค์การใช้ทำให้องค์การนั้นโดดเด่น ซึ่งจะประทับใจ ติดตรึงเป็นส่วนประกอบขององค์การ "

องค์การสามารถใช้เอกลักษณ์องค์การในการสะท้อนบุคลิกภาพและแสดงโครงสร้างขององค์การได้อย่างชัดเจนและมีคุณค่า บางองค์การมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนในชื่อ สัญลักษณ์ สี ในลักษณะที่มีความหมายเหมือนกัน เช่น บริษัท Shell มีเอกลักษณ์คือการใช้สัญลักษณ์ Coca - Cola มีเอกลักษณ์ คือ การใช้สีแดงเป็น สัญลักษณ์ของบริษัท และใช้ในการโฆษณา และ IBM ใช้สีฟ้าแสดงความใกล้ชิด และใช้ชื่อเล่นว่า Big Blue

**4. คุณค่าหรือจรรยาบรรณขององค์การ ( Values / ethics )** หมายถึง ความดี หรือจรรยาบรรณขององค์การ ซึ่งได้รับการยอมรับ ประเมินคุณค่าและยกย่องจากบุคคลภายนอกว่าดี มีมาตรฐาน ประกอบด้วยวัฒนธรรมขององค์การอันมีผลกระทบต่อบุคคลที่ปฏิบัติงาน ในองค์การ เมื่อเกิดปัญหาในองค์การ ต้องมีการศึกษาแล้วร่วมกันแก้ปัญหา แล้วปรับปรุงการปฏิบัติงานได้ จนเป็นแบบแผน ประกาศอย่างเป็นทางการในการใช้ร่วมกัน การปฏิบัติให้คนในองค์การเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เป็นมาตรฐานที่ชัดเจน และสิ่งเหล่านี้แสดงถึงคุณค่าขององค์การทำให้ง่ายสำหรับผู้ปฏิบัติงานร่วมกันและส่งผลให้องค์การเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ความมีคุณค่าหรือจรรยาบรรณขององค์การที่เป็นมาตรฐานในการประพฤติปฏิบัติของบุคคลในองค์การ เป็นนโยบาย แนวปฏิบัติในการประพฤติที่ดีที่บุคคลในองค์การได้ร่วมกันกำหนดเป็นมาตรฐานที่ชัดเจน จะไม่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ในทางลบหรือมีผลกระทบต่อองค์การในทางที่ไม่ดี ความดีมีคุณค่าและจรรยาบรรณก็จะปรากฏในองค์การและส่งผลให้องค์การมีชื่อเสียง ได้รับการยกย่องจากบุคคลภายนอก

ดังนั้น องค์ประกอบ 4 องค์ประกอบนั้นสามารถสร้างภาพลักษณ์องค์การให้เกิดขึ้นและปรากฏต่อสายตาสาธารณชน โดยที่ภาพลักษณ์องค์การได้ถูกกำหนดโดยการกระทำ ผลงาน ของผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์การ ไม่มีใครสามารถรักษาภาพลักษณ์ที่หลอกลวงหรือภาพลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นมาชั่วคราวและไม่เป็นจริงไว้ได้ในระยะเวลานาน ๆ บทสรุปสุดท้ายของภาพลักษณ์องค์การ คือ ความเป็นจริง สภาพที่เป็นจริงขององค์การ นอกเหนือไปกว่านั้น สิ่งที่สำคัญที่เป็นไปของภาพลักษณ์องค์การที่ดี คือ ความซื่อสัตย์ขององค์การ จะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจและน่าเชื่อถือในองค์การอย่างแท้จริง

จากแนวคิดภาพลักษณ์ขององค์การที่กล่าวมาข้างต้น อาจกล่าวโดยสรุปว่า ภาพลักษณ์ประกอบด้วยองค์ประกอบหลักที่สำคัญ 4 องค์ประกอบ คือ 1) บุคลิกภาพหรือผลรวมของคุณสมบัติ คุณลักษณะขององค์การ 2) ชื่อเสียงหรือกิตติศัพท์ขององค์การ 3) เอกลักษณ์หรือความโดดเด่นขององค์การ 4) คุณค่าหรือจรรยาบรรณขององค์การ องค์ประกอบทุกองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กันโดยที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ เพราะทุกองค์ประกอบล้วนแต่มีความสำคัญที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์การ ดังนั้น ในปัจจุบันภาพลักษณ์ได้ถูกนำมาพิจารณาให้เป็นองค์ประกอบหนึ่งในการบริหารงานให้ธุรกิจดำเนินกิจการไปอย่างมั่นคงและก้าวหน้า

### แนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพขององค์การ ( Organisational Characteristics )

Gregory(1996,28-30)ได้กล่าวถึงลักษณะหรือคุณสมบัติพิเศษขององค์การ (Organisational Characteristics) ดังนี้

ความรอบรู้ขององค์การเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น เร่งด่วนที่นักประชาสัมพันธ์ควรจะต้องรู้จักองค์การอย่างทะลุปรุโปร่งนับตั้งแต่ประวัติ ภูมิหลัง สถานภาพ ในปัจจุบัน การวางแผนในอนาคต และทุกสิ่งทุกอย่างตามหัวข้อ และโครงสร้างสำหรับการตรวจสอบ อันประกอบด้วย

#### 1. คุณสมบัติหรือธรรมชาติของขอบเขตความรับผิดชอบ( Nature of sector )

นักประชาสัมพันธ์ต้องรู้ถึงขอบเขตความรับผิดชอบ ทิศทาง แนวโน้มขององค์การว่าองค์การจะมีการขยายหรือมีข้อตกลงอะไรใหม่ ๆ ที่จะกระตุ้นการตลาด อะไรคือการจัดการสิ่งแวดล้อม การชบเซาทางเศรษฐกิจเป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลต่อองค์การหรือไม่ เช่น มีกฎหมายใหม่ หรือมีการรณรงค์สิ่งแวดล้อมเป็นการเร่งด่วน อะไรคือขอบเขตของชื่อเสียง ถ้าขอบเขตของทั้งหมดในองค์การมีชื่อเสียงที่ดี ก็จะทำให้เกิดปัญหาเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

#### 2. ความเคลื่อนไหวของคู่แข่ง (Competitor activity )

องค์การจะมีตำแหน่งและที่ตั้งอย่างไรในเชิงความสัมพันธ์กับการแข่งขัน มีทางเป็นไปได้หรือไม่ในการที่จะจับตลาด เป็นผู้นำตลาดในบางพื้นที่หรือในทุกพื้นที่ มีผู้ร่วมแข่งขันภายในหรือไม่และมีจำนวนผู้แข่งขันเป็นจำนวนมากหรือน้อย ส่วนไหนที่ทำให้องค์การของคู่แข่งมีความเจริญก้าวหน้า ทำไมจึงเจริญก้าวหน้า และอะไรคือจุดอ่อนของพวกเขา

#### 3. พันธกิจ ( Mission)

อะไรคือพันธกิจขององค์การ พันธกิจขององค์การใหญ่ที่สุดดีที่สุดหรือไม่ส่วนมาก มีการปรับปรุงหรือปฏิรูปใหม่ มีความเป็นไปได้ในการสร้างจุดเด่นเฉพาะหรือคุณลักษณะพิเศษหรือไม่ พันธกิจมีความเป็นไปได้จริง มีความหวัง ความเชื่อถือ ความไว้วางใจ และมีการคัดค้านหรือไม่

#### 4.รูปร่าง ขนาด และโครงสร้างหรือองค์ประกอบ ( Size and structure )

โครงสร้างขององค์การมีขนาดใหญ่มากหรือไม่เมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นทั้งภายในและภายนอกองค์การ มีอุปสรรคมากน้อยเพียงใด โครงสร้างขององค์การมีองค์ประกอบเดียวมีโครงสร้างแบบง่าย ๆ หรือสลับซับซ้อนและหลากหลาย มีการปกครองตามลำดับชั้นหรือตายตัว มีการปรับปรุงโครงสร้างหรือวางแผนจัดการใหม่หรือไม่ อะไรคือโครงสร้างของการประชาสัมพันธ์ให้เกิดองค์ประกอบเหล่านี้ โครงสร้างมีความเหมาะสมหรือไม่ มีผู้ให้คำปรึกษา ควบคุมการปฏิบัติ รวมทั้งมีวิธีการจัดการที่เหมาะสมในทุกเรื่องหรือไม่

#### 5.คุณสมบัติหรือธรรมชาติของงาน ( Nature of business )

อะไรคือกิจกรรมที่องค์การปฏิบัติ ผลิตรายได้หรือผลผลิตมีองค์ประกอบเดียวหรือหลายองค์ประกอบ มีการจัดการในขอบเขตเดียวหรือหลายขอบเขต บทบาทของการประชาสัมพันธ์ได้รับการตอบสนองเป็นพิเศษหรือไม่ ตัวอย่างเช่น มีเทคโนโลยีสูง หรือการแบ่งโครงสร้างเป็นที่ต้องการ สามารถกระจายงาน จากแผนกหรือหน่วยการการประชาสัมพันธ์ และมีการพัฒนางานหรือไม่

#### 6.ประเพณีและประวัติ ( Tradition and history )

องค์การมีความเก่าแก่ได้รับการสถาปนามานานหรือไม่ หรือเพิ่งจะสร้างใหม่เมื่อไม่นานมานี้ เป็นที่รู้จักดีหรือไม่ในเรื่องของรูปแบบในการปฏิบัติที่แน่นอน หรือไม่เป็นที่รู้จักและ ไม่มีชื่อเสียง ความสัมพันธ์กันในองค์การจะมีความสัมพันธ์กับปรัชญา วัฒนธรรมขององค์การ ว่ามีการเปิดกว้าง เน้นการมีส่วนร่วมหรือไม่หรือสายงานบังคับบัญชา มีการปกครองตามลำดับชั้นโดยตรง

#### 7.ประวัติหรือภูมิหลังของภาพลักษณ์ ( Image History )

ในอดีตที่ผ่านมาหลายปีบุคคลรับรู้ต่อภาพลักษณ์ขององค์การอย่างไร เช่น องค์การมีภาพลักษณ์เป็นผู้นำทางการตลาด มีการปรับปรุง ปฏิรูปใหม่ เป็นที่น่าเชื่อถือ ไว้วางใจ มีความอุตสาหกรรมและใช้เวลานาน หรือมีภาพลักษณ์ที่หลอกลวง มีภาพลักษณ์ที่คงเส้นคงวา เสมอต้นเสมอปลาย หรือมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

#### 8.รูปแบบของคนในองค์การ ( Types of employees )

คนในองค์การมีหลากหลายรูปแบบต่าง ๆ กัน เช่น สำเร็จการศึกษาหรือไม่ มีฝีมือ ทักษะ ความชำนาญในเรื่องใด มีฝีมือเพียงครั้งหรือไม่มีฝีมือ หรือเป็นแบบมีการผสมรวมหลายรูปแบบเข้าด้วยกัน

กล่าวโดยสรุปว่าแนวคิดบุคลิกภาพองค์การประกอบด้วย คุณสมบัติหรือธรรมชาติของ ขอบเขตความรับผิดชอบซึ่งแสดงถึงทิศทาง แนวโน้มขององค์การในการขยายกิจการหรือมีข้อ ตกลงใหม่ ๆ ในการกระตุ้นตลาด ความเคลื่อนไหวของคู่แข่งซึ่งองค์การจะต้องมีการกำหนด ตำแหน่งที่ตั้งในเชิงสัมพันธ์กับการแข่งขัน พันธกิจขององค์การ รูปร่าง ขนาด และโครงสร้างของ องค์การ คุณสมบัติหรือธรรมชาติของงาน ได้แก่ กิจกรรมที่องค์การปฏิบัติ ประเพณีหรือประวัติ ประวัติหรือภูมิหลังของภาพลักษณ์ รูปแบบของคนในองค์การ องค์ประกอบขององค์การทั้งหมด นี้มีผลต่อการประชาสัมพันธ์องค์การ ทั้งในด้านวิธีการและการปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จเป็นที่ ต้องการ

### แนวความคิดการสร้างภาพลักษณ์และเอกลักษณ์

Wally Olin ( 1995 อ้างถึงใน วิลาวรรณย์ หงษ์สุวรรณ 2542 : 44 - 56) กล่าวถึง ภาพ ลักษณ์และเอกลักษณ์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 1. การสร้างภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ขององค์การ

การสร้างภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ขององค์การ ใช้อย่างเดียวแต่การทำงานของฝ่าย ประชาสัมพันธ์เท่านั้น ในวันนี้กลายเป็นอีกส่วนหนึ่งที่จะต้องถูกรวบรวมไว้ในแผนการบริหารงาน ที่ผู้บริหารในปัจจุบันจะต้องมีวิสัยทัศน์ ( Vision) ในการทำงานส่วนนี้จึงเปรียบเสมือนคัมภีร์ในการ ทำงานโดยใช้กระบวนการต่าง ๆ ขององค์การซึ่งจะช่วยให้งานมีประสิทธิภาพอย่างเหนือชั้น

การแข่งขันในโลกธุรกิจในยุคปัจจุบันนี้ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทั้งทาง ด้านโครงสร้างหรือทิศทางขององค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ การคำนึงถึงวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ( Product life Cycle ) การพยายามสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่ง ทั้ง ๆ ที่บางครั้งก็อาจจะ เป็นไปได้ยากสำหรับธุรกิจบริการ หรือการธนาคาร การที่องค์การพยายามดำเนินธุรกิจไปใน หลายๆทิศทาง ผู้แข่งขันมีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจจากที่พยายามรวมกิจการหรือขยาย กิจการมาเป็นการจับกลุ่มลูกค้า และมีการแข่งขันกันอย่างมากมายขึ้น อีกทั้งการควบหรือการซื้อ กิจการของตัวเององค์การเอง และปัจจัยทั้งหลายเหล่านี้ การทบทวนเพื่อค้นหาเอกลักษณ์ และวิถี ทางที่จะนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเอกลักษณ์ขององค์การไปยังกลุ่มลูกค้าทั้งภายในและ ภายนอกองค์การ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นในจิตใจ และ จะนำไปสู่การได้เปรียบเหนือ คู่แข่ง ถ้าทั้งเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ได้ถูกทำให้เดินไปในทิศทางเดียวกันอย่างเหมาะสม

ปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการสื่อสารของคนในสังคมเป็น อย่างมาก การไหลเวียนของข่าวสารทั่วโลกที่สามารถส่งถึงกันภายในไม่กี่วินาที เข้ามามีส่วนใน การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ความรู้ ทัศนคติ โดยเฉพาะการสร้างความต้องการในเรื่องต่าง ๆ

ของคนในสังคมมากขึ้น ความต้องการที่จะเลือกใช้สินค้าให้เหมาะสมกับตนเองมีลักษณะเฉพาะที่เป็นส่วนตัวมากขึ้น ซึ่งเกี่ยวเนื่องกับการ segmentation ที่มีความเป็นตัวของตัวเอง ดังนั้น การสร้างภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ขององค์กรที่ทำให้องค์กรมีความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัดจากองค์กรอื่น ๆ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะเป็นเครื่องมือขององค์กรในการเข้าถึงกลุ่มประชาชน ภาพลักษณ์และเอกลักษณ์จึงเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในยุคปัจจุบันนี้และเป็นที่ทราบกันอยู่ว่า สินค้าและการตลาดเป็นของคู่กัน สำหรับการแข่งขันในสมัยนี้หลายองค์กรพยายามเสนอสินค้าหลากหลายให้ลูกค้าเลือกซื้อ เลือกใช้ และพยายามผลักดันให้ลูกค้าซื้อซ้ำ ๆ ด้วยการใช้กลยุทธ์ทางการขายและการตลาด เช่น การมีพนักงานขายตรงหรือการลดราคาเป็นต้น ให้ลูกค้ารู้จักยอมรับ เกิดความนิยมเกิดความต้องการ และซื้อสินค้าเหล่านั้นด้วยการใช้แรงกระตุ้นในด้านต่าง ๆ ให้ลูกค้าซื้อสินค้า จนบางครั้งเจ้าของสินค้าเองอาจจะหลงลืมกลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรให้ติดตรึงอยู่ในใจของลูกค้า ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญกลยุทธ์หนึ่งที่บริษัทต่าง ๆ จำเป็นต้องสร้างขึ้นทีละน้อยให้กับองค์กร

สิ่งที่เราต้องคำนึงถึงตลอดเวลา คือ สินค้าและบริษัทเป็นสิ่งที่ต้องคู่กันเสมอ การขายสินค้าแต่เพียงอย่างเดียว อาจจะเป็นประโยชน์ในระยะสั้นเท่านั้น นอกจากนั้นบริษัทยังเป็นแหล่งสร้างสรรค์สินค้าและนวัตกรรมให้สู่ตลาดเพื่อสร้างลูกค้าใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา การสร้างการยอมรับในตัวบริษัทหรือองค์กรในด้านต่าง ๆ ล้วนสนับสนุนความสำเร็จของสินค้าใหม่ขององค์กรที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

การกำหนดยุทธวิธีหรือการเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้องค์กรสามารถทำได้ด้วยสื่อต่าง ๆ ที่เผยแพร่ concept ออกไปทั้งหมด ดังนั้นการวางแผนระยะยาวมีความแน่นอนในการกำหนดภาพลักษณ์ออกไปที่ชัดเจน สิ่งรอบข้างทั้งหมดของตัวสินค้าหรือบริษัท องค์กรต่าง ๆ ความเคลื่อนไหวต่อเรื่องที่เกิดขึ้นทั้งหมดต้องชัดเจน สะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์หรือเอกลักษณ์ แต่สิ่งที่ต้องคำนึงอย่างหนึ่งก็คือ การสร้างการยอมรับให้เกิดขึ้นกับบริษัทหรือองค์กรจะต้องระมัดระวังในเรื่องของการโฆษณาเพื่อขายสินค้า จะต้องระวังไม่ให้เกิดภาพว่าเป็นเชิงธุรกิจมากเกินไป

## 2. การสร้างเอกลักษณ์ ( Identity)

การสร้างเอกลักษณ์ ( Identity) จะเป็นการกำหนดที่ช่วยให้เรารู้ว่า

1. เราเป็นใคร

2. เป็นเรื่องเกี่ยวกับคุณภาพ ความเชื่อ และความคิดซึ่งทำให้เรารู้สึกว่าเรามีความแตกต่างจากบุคคลอื่น หรือเป็นสิ่งที่ เป็นของของกลุ่มพวกเราโดยเฉพาะ

ทุกองค์กรจะต้องมีการติดต่อทางด้านธุรกิจเป็นประจำทุกวัน ซึ่งการติดต่อทางด้านธุรกิจเหล่านี้ องค์กรจะต้องนำเสนอตัวเอง หรือนำเสนอบางส่วนของตนเองไปยังกลุ่มของคนซึ่ง



องค์การนั้น ๆ ติดต่อกันด้วย ลักษณะทั้งหมดของการที่องค์การได้นำเสนอตนเอง เรียกว่า "เอกลักษณ์" (Identity) ซึ่งทางด้านกลุ่มเป้าหมายจะรับรู้ออกมาเป็น "ภาพลักษณ์" (Image)

องค์การทุกองค์การจะมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง แม้ว่าจะมีการจัดการอย่างชัดเจนหรือให้ความตระหนักในเรื่องนี้หรือไม่ก็ตาม อย่างไรก็ตาม การจัดการเกี่ยวกับเอกลักษณ์นั้น จะเป็นการจัดการที่เข้มงวดในสิ่งที่องค์การนำเสนอตัวเองไปสู่กลุ่มเป้าหมายสิ่งที่สำคัญ คือ ความเข้มงวดนั่นเอง

แนวคิดพื้นฐานที่อยู่ภายใต้ความเป็นเอกลักษณ์นั้นก็คือ ในทุกสิ่งทุกอย่างที่องค์การนั้น ๆ ดำเนินการเป็นเจ้าของและผลิตนั้นจะต้องอยู่ในแนวคิดที่ชัดเจนว่า องค์การนั้นคืออะไร และมีวัตถุประสงค์อะไร สิ่งที่สำคัญก็คือ องค์การจะต้องดำเนินการในทุกสิ่งทุกอย่างไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ สภาวะแวดล้อม การสื่อสารและพฤติกรรมจะต้องมีความคิดต่อเนื่องกันในส่วนของวัตถุประสงค์และการแสดงออกอย่างเหมาะสม ความต่อเนื่องของวัตถุประสงค์นั้นจะมาจากวิสัยทัศน์ (Vision) หรือแนวความคิดหลัก (Central Ideal) ซึ่งน่าจะเป็นพื้นฐานที่จะทำให้ความเป็นเอกลักษณ์ที่ประสบผลสำเร็จได้รับการพัฒนาขึ้น แนวความคิดหลักหรือวิสัยทัศน์ขององค์การนั้น ๆ ให้ความยึดถือเกี่ยวกับอะไรซึ่งเมื่อทุกสิ่งทุกอย่างถูกมองหรือคิดไปในทิศทางเดียวกัน เอกลักษณ์ขององค์การก็จะถูกสร้างขึ้นให้เด่นชัดมากขึ้นทั้งภาพที่องค์การปรารถนาที่จะให้เกิดขึ้น และภาพที่เกิดขึ้นภายในใจของผู้บริโภคก็จะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

นอกจากนี้ Wally Olin(1990)ได้ให้ความหมายเอกลักษณ์ขององค์การ หรือ Corporate Identity ไว้ว่า องค์การทุกองค์การย่อมต้องมีแนวทางที่ชัดเจนเพื่อชี้ นำให้สมาชิกสามารถปฏิบัติตามแนวทางที่องค์การวางไว้ ทั้งนี้เพื่อนำองค์การไปสู่ความสำเร็จตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้แต่ทั้งนี้สมาชิกต้องมีความรู้สึกเป็นเจ้าของ(Belonging) องค์การนี้ด้วย

แนวทางขององค์การที่ชัดเจนและความรู้สึกเป็นเจ้าของสมาชิกขององค์การ คือ ที่มาของเอกลักษณ์ขององค์การ เอกลักษณ์ขององค์การจึงเป็นภาพสะท้อนถึงรากแท้เนื้อแท้ขององค์การ บุคลิกภาพที่แท้จริง ข้อดีข้อเสียขององค์การ เอกลักษณ์ไม่ใช่คำขวัญแต่เป็นสิ่งที่มองเห็นได้ จับต้องได้ ทุกสิ่งทุกอย่างที่ประกอบขึ้นมาเป็นองค์การ ล้วนแล้วแต่บ่งบอกถึงภาพลักษณ์ขององค์การทั้งสิ้น นับแต่ผลิตภัณฑ์ซึ่งผลิตหรือขายโดยองค์การได้ก็ย่อมสะท้อนถึงคุณภาพมาตรฐานความเชื่อขององค์การนั้นเช่นเดียวกับสิ่งปลูกสร้างอาคารต่าง ๆ ที่ใช้เพื่อการผลิต สำนักงานหรือโซลูชั่นบริเวณที่ตั้งของอาคารเหล่านี้รวมไปถึงการตกแต่งการดูแลรักษา ล้วนบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ขององค์การนั้น นอกจากนี้เอกสารสิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ การโฆษณาไปจนถึงคู่มือต่าง ๆ สามารถชี้ให้เห็นถึงบุคลิกลักษณะและคุณภาพขององค์การนั้นเป็นอย่างดี

เอกลักษณ์องค์กรสามารถสื่อได้จากพฤติกรรมของคนในองค์กร รวมทั้งพนักงานขององค์กรนั้นไปจนถึงบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ผู้บริหารองค์กรมักใช้สื่อสัญลักษณ์ ตราสินค้า สี และพิธีกรรมเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการสร้างเอกลักษณ์องค์กร เพื่อให้องค์กรโดดเด่นเป็นที่รู้จัก บทบาทของส่วนประกอบเหล่านี้ด้านหนึ่งทำหน้าที่คล้ายกับสัญลักษณ์ ธงชาติ หรือ ศาสนา แสดงออกถึงการเป็นเจ้าของ (Sense of belonging) และเป็นเป้าหมายขององค์กร ในอีกด้านหนึ่งเป็นตัวแทนมาตรฐานคุณภาพขององค์กรนั้น ๆ เพื่อให้องค์กรนั้น ๆ มีภาพลักษณ์ที่ชัดเจน โดดเด่น และเป็นไปตามความต้องการขององค์กรนั้น

### 3. องค์ประกอบที่สื่อถึงเอกลักษณ์องค์กร

เอกลักษณ์มีความหมายมากสำหรับองค์กรธุรกิจที่มีธุรกิจมากมายหลายประเภทและแตกต่างกัน องค์กรเหล่านี้มักมีธุรกิจอยู่ทั่วโลก ทำให้เกิดความแตกต่างในด้านเชื้อชาติ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีรวมถึงระบบการบริหารงานซึ่งมีลักษณะกระจายอำนาจ (Decentralization) หนทางที่จะช่วยให้องค์กรเหล่านี้ประสานความแตกต่างหลากหลายที่เกิดขึ้นภายในองค์กรได้ คือ " เอกลักษณ์ " ( Identity)

ปัจจุบันตลาดยังเต็มไปด้วยสินค้าและบริการที่มีความใกล้เคียงกันทั้งในด้านคุณภาพและองค์กรที่มีคุณภาพดีมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนย่อมอยู่เหนือคู่แข่ง ถึงแม้จะมีสินค้าคุณภาพใกล้เคียงกัน แต่ถ้าหากมีภาพลักษณ์ที่ไม่ชัดเจนก็ย่อมไม่เป็นที่ประทับใจของผู้บริโภคอย่างแน่นอน

องค์ประกอบที่สื่อถึงเอกลักษณ์องค์กรประกอบด้วย

1.ผลิตภัณฑ์และการบริการ ( Product and Service ) หมายถึง สิ่งที่องค์กรนั้น ๆ ผลิตหรือจำหน่าย

2.สภาวะแวดล้อม ( Environment ) หมายถึง สถานที่ผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการขององค์กรนั้น

3.การสื่อสาร ( Communication ) หมายถึง วิธีการอธิบายหรือสื่อสารในสิ่งที่องค์กรนั้น ๆ ได้ดำเนินการ

4.พฤติกรรม ( Behaviors ) หมายถึง การปฏิบัติตัวของผู้ผลิตที่มีต่อพนักงานในองค์กรและบุคคลภายนอก

องค์กรที่ดำเนินธุรกิจในการผลิตหรือจำหน่ายสินค้าเป็นหลัก สินค้าเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ขององค์กรนั้น ๆ เช่น ผู้ผลิตรถยนต์จกัวร์ รูปลักษณ์ ราคา ความสะดวกสบายภายในรถยนต์ สมรรถนะรถยนต์ ฯลฯ องค์ประกอบรถยนต์ในแง่มุมต่าง ๆ จะมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของบริษัทที่ผลิต

ในขณะที่ธุรกิจค้าปลีก บรรยากาศภายในตัวห้างตั้งแต่การออกแบบตกแต่ง สีของ ห้าง ตลอดจนแผนพับ โปสเตอร์ ภูเขา หิว การโฆษณา ฯลฯ ล้วนแล้วแต่มีผลต่อเอกลักษณ์ของห้างสรรพสินค้าทั้งสิ้น

#### 4. ลักษณะของเอกลักษณ์องค์การ

ลักษณะของเอกลักษณ์องค์การสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. โมโนลิธิค (Monolithic) เป็นลักษณะเอกลักษณ์ขององค์การที่ใช้ชื่อเสียง และมี Visual style แบบเดียวตลอดทั้งองค์การ

2. เอนดอร์ส (Endorsed) เป็นลักษณะขององค์การที่ประกอบด้วยกลุ่มบริษัทหรือกิจกรรมหลากหลายซึ่งได้รับการ Endorsed ด้วยชื่อหรือเอกลักษณ์ของกลุ่ม

3. แบรินด์ (Branded) บริษัทที่มีสินค้าหลากหลายยี่ห้อทั้งที่เกี่ยวข้องกันเองและกับตัวบริษัท เช่น พรอคเตอร์ แอนด์ แกมเบล (P & G) และ Uniliver เป็นต้น

เอกลักษณ์อย่างหนึ่งอาจมีความเหมาะสมกับบริษัทหนึ่ง แต่อาจไม่เหมาะสมกับอีกบริษัทหนึ่งก็ได้ อย่างไรก็ตาม เอกลักษณ์แต่ละประเภทก็มีความเป็นมาและความเกี่ยวข้องกับธุรกิจเฉพาะประเภท เช่น เอกลักษณ์แบบโมโนลิธิค เป็นเอกลักษณ์ของธุรกิจธนาคาร สายการบิน และบริษัทน้ำมัน เป็นต้น

ลักษณะและเอกลักษณ์ขององค์การไม่ใช่สิ่งผิวเผิน แต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างมาจากส่วนลึกของระบบการจัดการขององค์การ มันมีความหมายมากกว่าการตั้งชื่อสิ่งต่าง ๆ แต่เป็นพันธะผูกพันอันลึกซึ้งขององค์การในการกำหนดแนวทางธุรกิจขององค์การ

ลักษณะและเอกลักษณ์ขององค์การแต่ละประเภทมีทั้งข้อดีและข้อเสียในตัวของมันเองดังมีรายละเอียด ดังนี้

##### 1. เอกลักษณ์แบบ โมโนลิธิค ( Monolithic)

องค์การที่ใช้เป็นเอกลักษณ์แบบ Monolithic ส่วนใหญ่มักมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจกันอย่างใกล้ชิด ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วจะถูกใช้ในวงการอุตสาหกรรมที่เกิดการรวมตัว หรือกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวกับการบริการแบบอย่างชัดเจน คือ บริษัทน้ำมัน ซึ่งแต่ก่อนใช้ชื่อต่าง ๆ กันสำหรับผลิตภัณฑ์ของตนเองในประเทศต่าง ๆ แต่เมื่อเวลาผ่านไป บริษัทเหล่านี้ก็เรียนรู้ว่าแนวทางที่ดีที่สุดในการสร้างความจงรักภักดีของพนักงานซึ่งอยู่ในที่ต่าง ๆ คือ การสร้างเอกลักษณ์หนึ่งเดียวมีความชัดเจนสามารถใช้ชื่อร่วมกันได้ทั้งหมด และนี่ก็คือความเป็นมาของบริษัททั้งหลายที่มุ่งใช้ชื่อในธุรกิจของตนเองเพียงชื่อเดียวเท่านั้น ด้วยชื่อและเอกลักษณ์ขององค์การได้กลายมาเป็นส่วนสำคัญทำให้พนักงานของบริษัทไม่ว่าจะอยู่ที่ใดอยู่ในสังคม หรือ วัฒนธรรมใดมีภูมิลำเนาหรือศาสนาเป็นอย่างไรก็ตาม ด้วยเอกลักษณ์ขององค์การทำให้พนักงานบอกได้ว่า

เขาเป็นส่วนหนึ่งขององค์การนั้น ภาพลักษณ์ของเซลล์และบริษัทน้ำมันอื่น ๆ ยังมีอิทธิพลอย่างมากต่อลูกค้า เพราะเอกลักษณ์นี้ทำให้ลูกค้ามีภาพที่ชัดเจนเกี่ยวกับบริษัททั้งในด้านผลิตภัณฑ์ บริการ และราคาบนพื้นฐานของความเชื่อที่ว่า ลูกค้าจะจงรักภักดีต่อองค์การที่สามารถตอบสนองความต้องการของเขาได้ ภาพลักษณ์นี้ยังมีอิทธิพลไปถึงบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ตั้งแต่ซัพพลายเออร์ คู่แข่งขัน ตลาดแรงงาน บุคคลที่มีอิทธิพล สื่อมวลชน ตลอดจนสมาชิกขององค์การของรัฐทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ รวมถึงสถาบันการเงินและผู้ถือหุ้นด้วย

## 2. เอกลักษณ์แบบเอนดอซ ( Endorsed )

องค์การที่ใช้เป็นเอกลักษณ์แบบ Endorsed นี้ คือ ส่วนย่อย ๆ มีรูปลักษณะของตนเองซึ่งสามารถบ่งบอกถึงความเป็นส่วนหนึ่งขององค์การโดยรวมได้ ลักษณะของบริษัท หรือองค์การที่มักใช้เอกลักษณ์แบบนี้ คือ

2.1 เป็นองค์การที่เติบโตจากการเข้าซื้อกิจการหรือร่วมทุนกับบริษัทนั้น ๆ ซึ่งก่อให้เกิดการผนวกเอาวัฒนธรรมองค์การ ความเป็นมา ความเชื่อถือ เครือข่าย บุคคลกลุ่มต่าง ๆ รวมถึงชื่อขององค์การทั้งสอง

2.2 มักเป็นธุรกิจข้ามชาติ ซึ่งประกอบธุรกิจมากมายหลายประเภท ตั้งแต่การผลิต การค้าปลีก - ส่ง

2.3 บริษัทเหล่านี้มีความปรารถนาที่จะดำรงความรู้สึกที่ดีต่อตัวสินค้าและบริษัทต่าง ๆ ในเครือทั้งหมดแต่ในขณะเดียวกัน ผู้บริหารเหล่านี้ก็มีความต้องการอย่างแรงกล้าในการสร้างแบบอย่างการบริหารงาน ทัศนคติ ฯลฯ ให้อยู่เหนือบริษัทในเครือ

2.4 บริษัทเหล่านี้ย่อมมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มต่าง ๆ ทั้งกลุ่มสถาบันการเงิน คู่ค้า ลูกค้าและอื่น ๆ ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่บริษัทต้องการให้มีความประทับใจต่อบริษัทในเรื่องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของขนาด ข้อเด่นต่าง ๆ โดยเฉพาะความเป็นเอกภาพขององค์การซึ่งแตกต่างจากสภาพที่เป็นจริงของบริษัทเหล่านี้

2.5 บริษัทเหล่านี้มักมีสินค้าอยู่ในความดูแลมากมายหลายชนิด ก่อให้เกิดปัญหาความสับสนต่อซัพพลายเออร์ ลูกค้า หรือ แม้แต่พนักงานของบริษัทเอง

2.6 บริษัทเหล่านี้มักมีธุรกิจในประเทศต่าง ๆ ในแต่ละประเทศยอมรับในตัวสินค้าและบริษัทแตกต่างกันออกไป

องค์การที่มีลักษณะดังกล่าว จึงจำเป็นต้องแสวงหาเอกลักษณ์ที่สามารถบ่งบอกถึงลักษณะธุรกิจหลากหลายประกอบด้วยบริษัทย่อย ๆ ซึ่งแตกต่างและแข่งขันซึ่งกันและกัน แต่ในขณะเดียวกันเอกลักษณ์โดยรวมก็จำเป็นต้องมีลักษณะที่ยอมรับให้รูปลักษณะของหน่วยงานย่อย ๆ เหล่านี้ได้แสดงออกเพื่อรักษาความรู้สึกที่ดีของพนักงานและตลาด

General Electric เป็นตัวอย่างของบริษัทที่ใช้การสร้างเอกลักษณ์แบบ Endorsed Identity คือ GE พยายามที่จะประกาศว่าตนเป็นบริษัทที่มีการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาด อยู่เสมอ จากการผลิตเครื่องยนต์ของเครื่องบินไปสู่การบริการทางด้านโปรแกรมทางโทรทัศน์ แต่อย่างไรก็ตาม จากผลของการสำรวจความคิดเห็นของชาวอเมริกันและผู้บริโภคจากทุกมุมโลก GE ยังถูกมองว่าเป็นบริษัทที่ผลิตสินค้าที่ล้ำหลังและไม่ทันสมัย เพราะผู้บริโภคจะรู้จัก GE ในฐานะผู้ผลิตหลอดไฟและเครื่องใช้ไฟฟ้าเท่านั้น เพื่อต้องการขยายเอกลักษณ์ให้เกิดขึ้นในใจ ผู้บริโภค GE จึงตัดสินใจที่จะเชื่อมผลิตภัณฑ์และตราสินค้าที่ตนผลิตอยู่ภายใต้ชื่อ GE โดยเปรียบเสมือนว่า GE เป็นตราสินค้าแม่ (parent)

การสร้างเอกลักษณ์แบบ Endorsed จะถูกใช้อย่างมากกับสินค้าประเภทแฟชั่น ตัวอย่าง เช่น จะมีสินค้าภายใต้ชื่อ Armani อยู่ 4 ชื่อ คือ Giorgio Armani, Emporio Armani, Mani (ตราสินค้าที่ขายในห้างสรรพสินค้า) และ AX by Armani ทั้ง 4 ตราสินค้าจะถูกกำหนดให้มีชื่อที่แตกต่างกันที่สามารถมองเห็นได้และแยกออกจากกันได้อย่างชัดเจน ซึ่งแต่ละตราสินค้าก็จะมี ความหลากหลายภายในตัวของมันเอง เช่น Giorgio Armani จะเป็นสินค้าที่เป็นทางการ Emporio Armani จะเป็นแบบลำลองของกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง Mani เหมาะกับคนทำงาน และ Armani Exchange จะเป็นแบบลำลองมากที่สุดแต่สิ่งสำคัญก็คือ ทั้ง 4 ตราสินค้าจะสื่อให้เห็นถึงตราสินค้าแม่ก็คือ Armani นอกจากนี้ก็มี Donna Karen and DKNY ; ที่ผลิตสินค้า Gianì Versus และ Versace

### 3.เอกลักษณ์แบบ Branded Identity

แนวความคิดเกี่ยวกับตรานี้เกิดขึ้นเมื่อกลางศตวรรษที่ 19 ซึ่งเป็นยุคที่เริ่มมีเทคโนโลยี มีความรู้ และมาตรฐาน การดำรงชีวิตสูงขึ้น เป็นยุคแรกของการตลาดมวลชน (Mass market) แนวคิดในการสร้างตราหรือยี่ห้อสินค้าพื้นฐานโดยผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไม่มีความแตกต่าง ทางด้านการผลิตแต่อย่างใด แต่ถูกนำมาสร้างให้มีภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับความชื่นชมของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม การสร้างตราสินค้าเป็นวิธีการอย่างหนึ่งในการโปรโมตสินค้าต่าง ๆ ไปให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย ตราสินค้ายังสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อตัวสินค้าให้เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภค

การสร้างเอกลักษณ์แบบ Branded Identity ส่วนใหญ่ถูกพบในบริษัทที่ผลิตสินค้าประเภทอุปโภคบริโภค (Consumer Goods) แต่อย่างไรก็ตามการสร้างเอกลักษณ์ด้วยวิธีนี้ บางครั้งอาจทำให้ผู้บริโภคไม่ทราบถึงองค์การหรือบริษัทที่ผลิตสินค้านั้น ๆ ออกมา



## 5. การสร้างเอกลักษณ์องค์กร (Corporate Identity)

การสร้างเอกลักษณ์องค์กรย่อมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นภายในองค์กร โดยเฉพาะภาพลักษณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ได้แสดงให้เห็นถึงจุดเปลี่ยน turning point ขององค์กรนั้นอย่างชัดเจน

การสร้างเอกลักษณ์ขององค์กรมีความเกี่ยวข้องกับแนวทางหลัก ๆ 3 แนวทาง คือ

1. องค์กรต้องการให้ตนเองมีภาพลักษณ์ที่ชัดเจน เป็นที่เข้าใจของบุคคลกลุ่มต่าง ๆ ที่มีความต้องการให้ส่วนต่าง ๆ ที่แตกต่างกันจัดกระจายเข้ามารวมกันอย่างเป็นระเบียบ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าใจต่อโครงสร้างขององค์กรซึ่งประกอบด้วยฝ่ายต่าง ๆ บริษัทย่อย และสินค้าอีกมาก

2. องค์กรต้องการให้มีสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงทัศนคติ ความเชื่อหรือหลักการขององค์กร เพื่อให้พนักงานสามารถรับรู้และเข้าใจในสิ่งเดียวกับที่องค์กรยึดถือ และสามารถสื่อสารให้บุคคลภายนอกที่เกี่ยวข้องกับองค์กรได้

3. องค์กรต้องการให้ตัวองค์กรและสินค้าขององค์กรมีความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด

การสร้างเอกลักษณ์ให้แก่องค์กรเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี เพราะช่วยกระตุ้นลูกค้าให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นสินค้าและเป็นองค์กรที่มีคุณภาพ มีการควบคุมมีรูปแบบมีมาตรฐานเป็นหนึ่งเดียวทุกหนแห่งนอกจากนี้แล้ว การกำหนดเอกลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) จะมีส่วน ช่วยในการลดความล่าช้าในการทำงาน ช่วยให้ความผิดพลาดในการทำงานลดลง ช่วยให้การควบคุมผลงานให้ได้คุณภาพมากขึ้น ช่วยให้งานที่ได้มีมาตรฐานเดียวกัน ช่วยให้เกิดเอกภาพในการทำงานร่วมกัน ช่วยลดความขัดแย้งทางความคิดลง ช่วยให้การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ทำได้ง่ายขึ้น และเป็นไปอย่างเป็นขั้นตอน ช่วยลดความสูญเปล่าลง

แต่สิ่งที่สำคัญประการหนึ่ง คือ อย่าให้ เอกลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) ในเรื่องใด ๆ จำกัดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานเป็นอันขาด เพราะมีฉะนั้นเอกลักษณ์องค์กรจะเป็นตัวที่บ่อนทำลายองค์กรแทนที่จำช่วยให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพการสร้างเอกลักษณ์องค์กร (Corporate Identity) ขึ้นในกระบวนการต่างๆจะต้องพิจารณาแล้วว่าเป็นสิ่งที่เหมาะสมจริง ๆ สำหรับสิ่งนั้นๆ และต้องสามารถเปลี่ยนแปลงปรับปรุงได้ตามความเหมาะสมตลอดเวลา

เอกลักษณ์องค์กรสามารถจำแนกได้เป็น

1. มาตรฐานรูปแบบร้าน
2. มาตรฐานในการตกแต่ง
3. มาตรฐานความสามารถของโซ่วิธี
4. มาตรฐานศูนย์บริการ
5. มาตรฐานในการให้บริการ
6. มาตรฐานชุดฟอร์มของพนักงาน
7. มาตรฐานในการจัดทำป้ายโลโก้
8. มาตรฐานของรูปแบบของแบนเนอร์ที่ต้องใช้
9. มาตรฐานของถุงกระดาษ
10. มาตรฐานการตกแต่งจัดสิ่งของ ฯลฯ

ดังนั้น อาจสรุปการสร้าง เอกลักษณ์องค์กร ได้เป็น 3 ประการ คือ

1. เป็นการกำหนดให้องค์กรมีภาพที่ชัดเจนและโดดเด่น ช่วยให้สัดส่วนต่าง ๆ ขององค์การสามารถเชื่อมประสานกันอย่างเป็นเอกภาพ ทำให้บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องมีความเข้าใจรู้จักองค์การเป็นอย่างดี

2. การปรับปรุงสัญลักษณ์ใหม่มีลักษณะเป็นตัวแทนความเชื่อ เจตจำนง และทัศนคติขององค์การได้อย่างแท้จริง สัญลักษณ์นี้เป็นตัวแทนที่สำคัญที่ช่วยให้พนักงานได้มีส่วนร่วมรับรู้ และผลักดันให้เป็นจริงในความมุ่งมั่นขององค์การ อีกทั้งยังเป็นตัวก่อสร้างให้บุคคลภายนอกได้รับรู้อีกด้วย

3. มีจุดยืนที่ชัดเจนช่วยสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด

เมื่อองค์การได้กำหนดเอกลักษณ์ ( Identity ) ได้อย่างชัดเจนแล้ว สิ่งนี้จะเป็นส่วนช่วยในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดแก่องค์การด้วย นั่นก็คือ การนำไปสู่ Corporate Image

### แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างภาพลักษณ์

การสร้างภาพลักษณ์ (Image) นักวิชาการตะวันตกได้บัญญัติขึ้นใช้และได้มีการศึกษาอย่างกว้างขวางมานานแล้ว สำหรับนักวิชาการไทยยังไม่มีการศึกษาอย่างจริงจังในเรื่องนี้ แต่มีการบัญญัติศัพท์ภาษาไทยเพื่อใช้แทนความหมาย " Image " ไว้หลายคำ เช่น จินตภาพ ภาพพจน์ และภาพลักษณ์ ซึ่งคำเหล่านี้ใช้กันอย่างแพร่หลาย Mr.Daniel J.Boorstin(1973, อ้างถึงใน วิชาวัฒนธรรม 2542 : 53) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์นั้นเป็นความคิดที่ตีมองเห็นสิ่งต่าง ๆ

ดีเลิศ ซึ่งความจริงแล้วจะดีเลิศอย่างนั้นเป็นไปได้ ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เราสร้างขึ้นมามองเห็นได้ มองเห็นได้ชัดเจน ง่ายแก่การเข้าใจ ซึ่งภาพลักษณ์นี้อาจกล่าวได้เป็น 6 ประการ คือ

1. An image is synthetic

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมา โดยกระบวนการวางแผน การสร้างสรรค์ขึ้นมาให้บรรลุวัตถุประสงค์และรู้สึกประทับใจ

2. An image is believable

ภาพลักษณ์ คือ ความน่าเชื่อถือ ภาพลักษณ์เป็นการสร้างภาพในใจของคนเราที่เกี่ยวกับสถาบันหรือบุคคลให้มั่นคงเป็นที่ยอมรับ การสร้างภาพลักษณ์นี้จะไม่มีความประโยชน์ถ้าไม่มีความน่าเชื่อถือในสถาบันหรือบุคคลนั้น

3. An image is passive

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่คงอยู่และถูกสมมติขึ้นมาให้มีความเหมาะสมกับสภาพเหตุผล และเป็นความจริง ผู้ที่สร้างภาพลักษณ์ถูกคาดหวังว่าจะสามารถทำให้ได้ภาพลักษณ์นั้น และผู้รับก็คาดหวังว่าภาพลักษณ์นี้จะไปทำตามที่ได้รับนั้น

4. An image is vivid an concrete

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เห็นได้คงทน

5. An image is simplified

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เข้าใจง่าย

6. An image is ambiguouse

ภาพลักษณ์มีความคลุมเครือ ความคลุมเครือนั้นล่องลอยอยู่ในระหว่างจินตนาการและความรู้สึก และอยู่ระหว่างความคาดหวังกับความจริง

สรุปได้ว่า การสร้างภาพลักษณ์ในความหมายของ Mr.Daniel J.Boorstin (1973) คือ การสร้างภาพลักษณ์โดยมีการวางแผนการ เป็นความประทับใจ เป็นความน่าเชื่อถือ เป็นความจริงที่เห็นได้ชัดเจน และคงทน เข้าใจง่าย แต่ในขณะเดียวกันก็มีคุณสมบัติคลุมเครือ ไม่กระจ่างชัด

Gregoryและ Wiechmann(1991: 1 - 8) ได้กล่าวถึง กลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์และการสร้างภาพลักษณ์ให้ประสบความสำเร็จไว้ ดังนี้

1. การสร้างให้ประชาชนยอมรับและเห็นด้วย อันเป็นผลที่จะทำให้สถาบันเป็นที่เชื่อถือ
2. ปรับปรุงองค์การในเรื่องการจัดการทั้งหมด
3. การวางแผนเป้าหมายการตลาดล่วงหน้า เพื่อสนับสนุนการขายผลิตภัณฑ์

4. การเข้าไปมีอิทธิพลต่อสภาพแวดล้อม
5. การสร้างสถาบันให้มีตำแหน่งที่ดีขึ้น
6. การจัดการเข้าไปช่วยเหลือเมื่อมีสถานการณ์ที่วิกฤต
7. ดึงดูดใจลูกค้าที่มีคุณภาพในขณะเดียวกันที่ให้ความร่วมมือกับชุมชน

นอกเหนือไปกว่านั้น Gregory และ Wiechmann (1991 : 4 - 23 )กล่าวว่าหลักการสร้างภาพลักษณ์ให้ประสบความสำเร็จ มีหลัก 6 ประการ คือ

1. การรับรู้ คือศึกษากลุ่มเป้าหมาย การสร้างภาพลักษณ์ โดยการกล่าวถึงสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายเชื่อความจริงนั้น
2. ทิศทาง การสร้างภาพลักษณ์จะถูกกำหนดโดยผู้บริหาร เพราะเป็นผู้เข้าใจหน่วยงานในทุก ๆ ด้าน สามารถทำให้ภาพลักษณ์อยู่ในทิศทางที่จำเป็น เพื่อให้เกิดการสร้างงาน
3. รู้จักตัวเอง หน่วยงานควรทราบว่า ภาพลักษณ์ปัจจุบันเป็นอย่างไร ภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่ต้องการเกิดขึ้นคืออะไร ควรมีการวิจัยก่อนระหว่างและหลังจากการวางโครงการภาพลักษณ์
4. จุดเน้น ต้องรู้ว่าหน่วยงานกำลังทำอะไร ยิ่งเข้าใจลูกค้าดีขึ้นเท่าไร จะทำให้หน่วยงานสามารถมีอิทธิพลต่อการยอมรับของลูกค้ามากขึ้นเท่านั้น
5. การสร้างสรรค์ ในการสร้างภาพลักษณ์ให้ศึกษาความต้องการของลูกค้าและตัดเข้าไปสู่จุดนั้น
6. ความคงเส้นคงวาในการสร้างภาพลักษณ์ มักจะคู่ไปกับการสร้างสรรค์วิธีการใหม่ ๆ ในการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอ

สรุปได้ว่า การสร้างภาพลักษณ์มีหลักและกลยุทธ์สำคัญ คือ ศึกษากลุ่มเป้าหมาย เพื่อจะได้รู้ทิศทาง รู้จักสภาพขององค์การว่าปัจจุบันมีภาพลักษณ์เป็นอย่างไร รู้จุดเน้นที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับของลูกค้า นำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์ให้ประสบความสำเร็จ เพื่อให้ประชาชนยอมรับ และเชื่อถือในตัวสถาบัน

## ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อภาพลักษณ์ขององค์การ

(Gregory และ Wiechmann, 1991 : 4 )กล่าวว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของหน่วยงาน คือ ตัวสถาบันหรือองค์การ ในการจะสร้างภาพลักษณ์โดยสร้างความยอมรับให้ประชากรกลุ่มเป้าหมายเห็นด้วย จะเป็นผลทำให้สถาบันเป็นที่เชื่อถือ

ตัวสถาบันจะมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ มีหน้าที่ บทบาท ลักษณะทางกายภาพ เช่น อาคารสถานที่ สัญลักษณ์ (วิจิตร อวระกุล, 2534 : 41)

การศึกษาตัวสถาบันเพื่อสร้างภาพลักษณ์ (วิจิตร อวระกุล, 2534 : 120) ได้กล่าวถึงส่วนที่เกี่ยวข้อง คือ บุคคล ผู้จัดการ พนักงาน ประโยชน์ การบริการ สาธารณะ สังคม การทำงานของสถาบัน ความก้าวหน้าที่ไม่หยุดนิ่ง ความรับผิดชอบ ส่งเสริมสนับสนุนส่วนต่างๆ ของสังคม ชื่อเสียง เกียรติคุณ คุณภาพ ความตั้งใจจริง สุจริต อุดมการสร้างสรรค์ ในขณะที่ พงษ์เทพ วรภิโจคาทร (2533 : 113 ) ได้กล่าวไว้ในเรื่องภาพลักษณ์สถาบันที่มุ่งมองเฉพาะตัวสถาบันเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ความเป็นสถาบันที่มั่นคงเจริญก้าวหน้า และบทบาทหรือพฤติกรรมของสถาบัน

ตัวสถาบันเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ขององค์การ ซึ่งเราสามารถจะศึกษาจากความเชื่อถือ การยอมรับ ศรัทธา ที่บุคคลมีต่อตัวสถาบัน โดยจะศึกษาจากแนวคิดทฤษฎีของนักวิชาการต่าง ๆ ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

Fishbein ( 1975 : 259 )ได้กล่าวไว้ว่า ความเชื่อ ( Beliefs) เป็นเรื่องของความคิด ความรู้ ความเข้าใจ และเป็นการกระทำซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบต่าง ๆ ของสิ่งที่เป็นเป้าหมาย ได้แก่ ลักษณะเด่นเฉพาะคุณลักษณะหรือลักษณะต่าง ๆ ความเชื่อจะเป็นความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดกับความเป็นจริง เช่น ลักษณะของบุคคลกับความเป็นผู้มีคุณธรรม ความมีคุณค่า ตามการรับรู้ของบุคคลความเชื่อเกิดจากความเคารพนับถือ ความเชื่อมั่น และการยอมรับ ศรัทธา ต่อสิ่งที่เป็นเป้าหมาย

Hershey ( 1976 : 40 - 41 ) ได้กล่าวถึงความไว้วางใจหรือความศรัทธา ( trust ) ว่าเป็นเรื่องของความจงรักภักดี ความซื่อสัตย์ ความมีศักดิ์ศรี เกียรติภูมิหรือการได้รับเกียรติ ความภาคภูมิใจ



สุปาณี สนิธิรัตน และคณะ ( 2526 : 460 ) ได้กล่าวถึง คำว่าความเชื่อ ( Beliefs) ไว้ คือ ความเชื่อเป็นเรื่องของการยอมรับข้อความหรือเรื่องใด ๆ ที่เป็นข้อเท็จจริง ( fact ) และ ความจริง(truth)

สรุปได้ว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อภาพลักษณ์ขององค์การ คือ ความเชื่อถือ การยอมรับ ศรัทธา ที่บุคคลมีต่อตัวสถาบันหรือองค์การ โดยอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แนวคิดการรับรู้ ( Perception )

### ความหมายและลักษณะ

Barbe and Legge (1976:54) กล่าวว่า การรับรู้เป็นเรื่องเกี่ยวกับการแยกข่าวสารออกมาจากสิ่งแวดล้อมภายนอกตัวเรา เกี่ยวข้องกับปฏิบัติการของการสัมผัส และเป็นผลในรูปของความคาดหวัง ความหวัง ความกลัว ความต้องการ และความทรงจำ ซึ่งทำให้เกิดเป็นโลก ๆ หนึ่งภายในตัวเราขึ้น

Rosinski (1977 :2) กล่าวว่า การให้นิยามของการรับรู้เกี่ยวข้องข้องเป็นประการแรกกับการพิจารณาตัดสินว่าบุคคลใช้การกระตุ้นเพื่อเป็นการนำทางในการทำกิจกรรมในโลกนี้ของเขาอย่างไร .....เนื่องจากการรับรู้เป็นความรู้เกี่ยวกับโลกที่บุคคลหนึ่ง ไม่ว่าจะได้มาหรือใช้ประโยชน์ไป การรับรู้จึงเกี่ยวกับกิจกรรมที่เป็นปฏิกิริยาโต้ตอบกับสิ่งแวดล้อม

Roe (1978:558) กล่าวว่า การรับรู้ คือ ความรู้สึกตัวในสิ่งที่ได้รับจากสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการแปลความหมายของข้อมูลที่ได้สัมผัส

Haney (1967 : อ้างถึงใน Burgoon et al., 1994 ) กล่าวว่า การรับรู้ คือกระบวนการในการเข้าใจความหมาย และสร้างความรู้สึกจากประสบการณ์

Burgoon et al.,(1994) ได้กล่าวว่า ความแตกต่างในสภาพแวดล้อม อารมณ์ความรู้สึกของผู้รับรู้ ความแตกต่างในค่านิยม เป้าหมายและทัศนคติภายในตัวผู้รับรู้ ส่งผลให้เกิดความแตกต่างในการรับรู้ความจริงของแต่ละบุคคล ประสบการณ์และความคาดหวังในอดีตของบุคคล จะส่งผลต่อการรับรู้ในสิ่งที่มากระตุ้นจากสภาพแวดล้อม

เดโช สนวนานนท์ (2518:30) ได้กล่าวว่า " สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบ ๆ ตัวเรานั้น ล้วนแต่มีโอกาสก่อให้เกิดการรับรู้ขึ้นในตัวเราได้ แต่มนุษย์เราก็เลือกจะรับรู้ กล่าวคือ ไม่รับรู้ในทุกสิ่งที่ผ่านมาเข้าทางประสาทสัมผัส "

ฉลอง ภิมย์รัตน์ (2521) ได้กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการระหว่างสิ่งเร้ากับการตอบสนองของบุคคล

โยธิน ศันสนยุทธ และคณะ(2524:43) ได้ให้ความหมาย การรับรู้ คือ การตีความหมาย การรับสัมผัส ออกเป็นสิ่งที่มีความหมาย ซึ่งการตีความหมายนั้นจะต้องอาศัยประสบการณ์หรือการเรียนรู้

ธรรมชาติของการรับรู้ ก็คือ การรับรู้เป็นสิ่งที่เรียนรู้ ( Perception is learned ) เพราะถ้าปราศจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์จะไม่มี การรับรู้ มีแต่เพียงการสัมผัสสัมผัสเท่านั้น การรับรู้ นอกจากเป็นสิ่งที่เรียนรู้แล้วการรับรู้ยังเป็นสิ่งเลือกสรร เนื่องจากเราอยู่ท่ามกลางสิ่งเร้ามากมาย ในขณะที่ใดขณะหนึ่งเราไม่ได้รับรู้ไปหมดทุกอย่าง แต่เราเลือกรับรู้สิ่งเร้าบางอย่าง

ถวิล ธาราโกชน (2526: 203) ได้กล่าวถึง การรับรู้ในเชิงจิตวิทยาสังคมว่า เป็นลักษณะที่บุคคลมองเห็นหรือเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์ต่างๆซึ่งเป็นการกล่าวถึงการรับรู้อย่างกว้างขวางทั่วไปแต่การรับรู้ ทางสังคมเป็นการรับรู้ที่สัมพันธ์กับสังคม ( Social perception ) และถ้าการรับรู้ทางสังคมเกิดขึ้นเมื่อใดต้องมีผลไปถึงพฤติกรรมทางสังคมของบุคคล

ถวิล ธาราโกชน และศรัณย์ คำวิสุทธิ (2545: 51) ได้กล่าวถึง การรับรู้ ( Perception ) ในเชิงพฤติกรรมมนุษย์ว่า เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นต่อเนื่องจากการรู้สึก อันได้แก่ อวัยวะรับการรู้สึกทั้งภายในและภายนอก ทำหน้าที่รับการรู้สึกส่งเป็นกระแสประสาทไปยังสมองเพื่อให้ตีความหมาย แล้วจึงรู้ว่าสิ่งที่ทำให้เกิดการรู้สึกนั้นคืออะไร และได้ให้ความหมายของการรับรู้ไว้ว่า " การรับรู้ ( Perception ) คือ กระบวนการที่ผ่านการตีความจากการจัดระเบียบข้อมูลต่าง ๆ "

อย่างไรก็ตามการรับรู้ จะเกิดขึ้นได้จะต้องมีการรู้สึก (Sensation) เกิดขึ้นก่อน การรับรู้ เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องกัน ซึ่งไม่สามารถบอกได้ชัดเจนว่าการรับรู้จะเกิดขึ้นจากการรู้สึกตรงไหน แต่เราสามารถกล่าวได้ว่าการรู้สึกจะมีลักษณะแบบตรงไปตรงมาไม่ขึ้นอยู่กับการเรียนรู้ การคิด การจูงใจ อารมณ์ ฯลฯ ส่วนการรับรู้จะมีเรื่องของ การเรียนรู้ การคิด การจูงใจ อารมณ์ และอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

การรับรู้เป็นคุณลักษณะอย่างหนึ่งที่บุคคลมีอยู่ จะเกิดขึ้นต่อเนื่องจากการรู้สึก การรับรู้ เป็นกระบวนการที่มีขั้นตอนซึ่งมีการเลือก ( Selection ) เป็นกระบวนการแรกสุดของการรับรู้โดยที่ การเลือกจะเกิดขึ้นจากการใส่ใจ (Attention) ของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น นักจิตวิทยาจึงเรียกลักษณะนี้ว่า การใส่ใจที่จะเลือก ( Selection attention ) หรือการเลือกที่จะรับรู้ ( Selection perception )

การใส่ใจที่จะเลือกเป็นกระบวนการรับรู้ที่จะเลือกสิ่งเร้าเฉพาะที่บุคคลเกิดการใส่ใจ Feldman (1994 :117 อ้างถึงใน ถวิล ธาราโกชน และศรัณย์ คำวิสุทธิ ,2545: 51) ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่จะต้องใช้ในการเลือกเฟ้นสิ่งเร้าที่มีอยู่ ทั้งนี้เพราะในเวลาหนึ่ง ๆ บุคคลจะต้องพบกับสิ่งเร้ามากมาย แต่ว่าบุคคลสามารถที่จะเอาใจใส่หรือสนใจสิ่งเร้าเพียงหนึ่งหรือสองอย่าง ทำให้เกิดการรับรู้ได้เด่นชัดเฉพาะสิ่งเร้าที่ตนเองให้ความสนใจเท่านั้น ส่วนสิ่งเร้าอื่นอาจจะรับรู้ได้เพียงกลางเลือน และในสิ่งเร้าบางอย่างอาจรับรู้ไม่ได้เลย

ชุมพร ยงกิตติกุล และคณะ(2529 : 2-3) ได้นิยามศัพท์คำว่า การรับรู้ ( Perception) หมายถึง กระบวนการซึ่งสมองได้รับข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมจากอวัยวะรับสัมผัส และสมองใช้วัตถุดิบนี้เพื่อทำความเข้าใจกับสิ่งแวดล้อม คนรับรู้โดยผ่านระบบรับสัมผัส ซึ่งได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง และกล้ามเนื้อ ข่าวสารที่ระบบรับสัมผัสจากสิ่งแวดล้อมจะถูกส่งต่อไปยังสมองเพื่อให้เกิดความรู้สึกเป็นการเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การได้รส ความรู้สึกร้อนหนาว เจ็บปวด ฯลฯ ความรู้สึก(Sensation)เป็นการตอบสนองขั้นแรกสุดของคนเราต่อการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อม สมองจะตีความสิ่งที่รู้สึกต่อไปอีกขั้นหนึ่งเป็นการรับรู้ว่าสิ่งที่เห็นได้ยินหรือรู้สึกคืออะไร กระบวนการรับรู้จึงเป็นการตีความข่าวสารที่สมองได้รับ การตีความนี้ขึ้นกับตัวแปรหลายอย่าง เช่น ประสบการณ์เดิม หรือการเรียนรู้เดิม ความคาดหวังในขณะนั้น ทักษะคิด ค่านิยม และสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ของสิ่งเร้าที่เรารับรู้

ความสามารถในการรับรู้สิ่งแวดล้อมด้านต่าง ๆ นั้นขึ้นอยู่กับทั้งความสามารถที่มีแต่กำเนิดและการเรียนรู้ของมนุษย์ การรับรู้จำเป็นต้องมีการเลือกและมีความตั้งใจรับรู้ กล่าวคือ ในช่วงเวลาขณะหนึ่งเรามีความตั้งใจต่อเพียงส่วนหนึ่งของสิ่งเร้าที่หลั่งไหลเข้ามากระทบกับตัวเราเท่านั้น ส่วนสิ่งเร้าที่เราไม่ได้ตั้งใจรับรู้นั้นอาจจะถูกบันทึกไว้ในระบบประสาทชั่วคราว แต่จะไม่ได้รับเลือกให้เป็นข่าวสารที่ตั้งใจรับรู้ นอกเสียจากข่าวสารหรือสิ่งเร้านั้นจะมีความเกี่ยวข้องกับตรงอย่างชัดเจนกับเรื่องที่กำลังรับรู้อยู่ องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเลือกและความตั้งใจที่จะรับรู้ ได้แก่ คุณสมบัติทางกายภาพของสิ่งเร้า คือ ความเข้ม (Intensity) ขนาด (size) ความแตกต่างที่ชัดเจน(contrast) และความเคลื่อนไหว(movement)บุคคลหนึ่งๆรับรู้อะไรและรับรู้อย่างไรขึ้นอยู่กับความสนใจส่วนบุคคล และค่านิยมส่วนบุคคลของเขาเอง เมื่อบุคคลที่ตั้งใจรับรู้ต่อสิ่งเร้าก็จะทำให้มีการเตรียมตัวเพื่อการกระทำ

ประมะ สตะเวทิน(2530 : 67 - 68)ได้กล่าวถึง การรับรู้ ( Perception) ว่าเป็นกระบวนการตีความหมายสิ่งที่เราพบเห็นในสิ่งแวดล้อม ส่วนความหมาย( Meaning)คือ สิ่งที่เกิดจากกระบวนการตีความหมาย หรือการรับรู้ กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ เราจะตีความหมายต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไรย่อมขึ้นอยู่กับการที่เรารับรู้ ( Perceive)หรือตีความหมาย( Interpret) สิ่งนั้นอย่างไรในการรับรู้ และตีความหมายสิ่งที่เราได้พบนั้นเรากระทำได้โดยอาศัยประสบการณ์ของเรา ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้และความหมายของเราต่อสิ่งที่เราพบ ประสบการณ์ คือ สิ่งที่เรารับรู้ พบเห็น มีความหมายและจดจำไว้ใช้ ซึ่งได้แก่ ความเชื่อ ค่านิยม ภาษา ความรู้ สถานะทางสังคม ทักษะคิด บุคลิกลักษณะ ศาสนา วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี อาชีพ ความต้องการ อารมณ์ เป็นต้น เรารับรู้และตีความหมายสิ่งที่เราประสบโดยอาศัยความหมายจากประสบการณ์

ที่เรามีอยู่ หากสิ่งที่เราพบเห็นเป็นสิ่งใหม่ ซึ่งเราไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อน เราก็จะทำสิ่งนั้น มีความหมายได้ด้วยการเลือก ( Select) เพิ่มเติม ( Add) บิดเบือน ( Distort ) และโยง ( Relate) สิ่งนั้นให้เข้ากับประสบการณ์ของเรา ดังได้กล่าวแล้วว่า ประสบการณ์ ( Experience) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ ( Perception) และความหมาย ( Meaning) ของคน แต่เนื่องจากแต่ละคนมีประสบการณ์ที่ต่างกันไป ไม่มีใครมีประสบการณ์เหมือนกันทั้งหมด ดังนั้น แต่ละคนจึงมีการรับรู้และแปลความหมายต่อสิ่งที่พบเห็นแตกต่างกันไป

พัชรี เชยจรรยา (2530 :71-73) กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับ เป็นกระบวนการการเลือกรับสาร การจัดสรรเข้าด้วยกัน และการตีความสารที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง โดยทั่วไปการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจ และมักเกิดตามประสบการณ์และการสังมทางสังคม การรับรู้จึงเป็นกระบวนการที่เรียนรู้ได้ เด็กเมื่อเกิดมาจะสามารถรับรู้ความรู้สึกต่าง ๆ และตอบสนองต่อความรู้สึกเหล่านั้นได้

คนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ละคนมีความสนใจและรับรู้สารเดียวกัน โดยทั่วไปการรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ละคนมีความสนใจและการรับรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัวแตกต่างกัน ฉะนั้นเมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสารสองคนอาจได้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกันโดยทั่วไปการรับรู้ที่ต่างกันอย่างเกิดจากอิทธิพลหรือตัวกรอง(Filter)บางอย่าง คือ

1. แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ(Motivation)คนเรามักเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็นและได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยินเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

2. ประสบการณ์เดิม(past experience) คนเราต่างเติบโตขึ้นในสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน ถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีต่างกัน และคบหาสมาคมกับคนต่างกัน

3. กรอบอ้างอิง (frame of reference) ซึ่งเกิดจากการสังมอบรมสั่งสอนทางครอบครัวและสังคม ฉะนั้นคนต่างศาสนาจึงมีความเชื่อและทัศนคติในเรื่องต่าง ๆ กันได้

4. สภาพแวดล้อม คนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมต่างกัน เช่น อุณหภูมิ บรรยากาศสถานที่ ฯลฯ จะตีความสารที่ได้รับต่างกัน

5. สภาพจิตใจและอารมณ์ ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ฯลฯ ตัวอย่างเช่น เรามักมองความผิดเล็กน้อยเป็นเรื่องใหญ่โตในขณะที่อารมณ์ไม่ดีหรือหงุดหงิด แต่กลับมองปัญหาหรืออุปสรรคใหญ่หลวงเป็นเรื่องเล็กน้อยขณะที่มีความรัก



การรับรู้ของบุคคลเป็นผลมาจากสภาพร่างกายหรือความสามารถทางกายภาพของบุคคล (individual biology, or physical ability) การเรียนรู้ทางสังคมและวัฒนธรรม (Culture training) และลักษณะทางจิตวิทยาสังคมของบุคคล

การรับรู้เป็นเรื่องที่ซับซ้อน เช่น ในการสื่อสารแบบสองต่อสอง หรือระหว่างบุคคลสองคน (dyadic communication) การรับรู้จะเกิดขึ้นอย่างน้อย 6 ทาง คือ

1. เรามองตัวเราอย่างไร
2. คนอื่นมองเราอย่างไร
3. เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร
4. คนอื่นมองตัวเขาเองอย่างไร
5. เรามองคนอื่นอย่างไร
6. คนอื่นคิดว่าเรามองเขาอย่างไร

หากการรับรู้ต่างกันมา การตีความสารต่างๆจะเป็นไปคนละทาง เกิดปัญหาการสร้าง ความเข้าใจต่อกัน เป็นผลให้การสื่อสารไม่สัมฤทธิ์ผล

นอกเหนือไปจากการรับรู้ต่างกันเนื่องมาจากตัวกรองการสื่อสารของแต่ละบุคคลแล้วยังมี ปัญหาการรับรู้ประเภทอื่น ๆ ด้วยซึ่งทำให้การสื่อสารไม่มีประสิทธิภาพ ดังนี้

- ก. การรับรู้แบบเหมารวม (stereotype)
- ข. การรับรู้แบบมีอคติหรือความโน้มเอียง (bias)
- ค. การรับรู้แบบมีอคติหรือความโน้มเอียง (Black and white)
- ง. การรับรู้แบบแช่แข็ง (freezing)

พัชรี เษยจรรยา ได้แสดงความเห็นว่า การสื่อสารระหว่างมนุษย์ มีทั้งการเลือกเปิดรับ การเลือกรับรู้ โดยสามารถแยกออกเป็นพฤติกรรม 3 แบบ คือ

การเลือกเปิดรับ (selective exposure) หมายถึง การที่คนเรามีแนวโน้มจะเปิด ตัวเองให้ สื่อสารตามความเห็นและความสนใจของตน และหลีกเลี่ยงไม่สื่อสารในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับ ความคิดเห็นและความสนใจของตน

การเลือกรับรู้ (selective perception) หมายถึง แนวโน้มของคนเราที่จะเปิดรับและ ตีความ เพื่อให้การสื่อสารนั้นเป็นไปตามความคิดเห็นและความสนใจของตน โดยการบิดเบือนสาร ให้มีทิศทางเป็นที่พึงพอใจของตน

การเลือกจดจำ(selective retention) การเลือกรับรู้มีความเกี่ยวข้องกับการเลือกจดจำ อย่างเห็นได้ชัด Klapper(1960) กล่าวว่า ความพร้อมที่จะจดจำสารมักเกิดขึ้นแก่คนที่สนใจและพร้อมที่จะเข้าใจและพร้อมที่จะสื่อสารเมื่อไม่สนใจที่จะรับรู้และไม่พร้อมที่จะเข้าใจ

วรลักษณ์ ธีราโมกษ์(2533)ได้ให้ความหมายของการรับรู้ของบุคคลว่า การรับรู้ คือ กระบวนการที่มีการจัดหมวดหมู่และการตีความข้อมูลจากประสาทสัมผัสผั่งทั้งห้า โดยการรวมกับประสบการณ์ในอดีต

สรุปได้ว่า ความหมายและลักษณะของการรับรู้ คือ การรับรู้เป็นกระบวนการในการตีความ เข้าใจความหมาย โดยอาศัยความรู้และประสบการณ์เดิม ตลอดจนทัศนคติ ค่านิยม และสิ่งแวดล้อม โดยมีการเลือกที่จะรับรู้ อันเกิดจากการใส่ใจหรือสนใจต่อสิ่งนั้น

### ประเภทของการรับรู้

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

1. การรับรู้เกี่ยวกับบุคคล เป็นการกระทำซึ่งก่อให้เกิดความประทับใจ ความคิดเห็นหรือความรู้สึกเกี่ยวกับคนอื่น ๆ ขึ้น การรับรู้ในระหว่างบุคคลจะบอกให้ทราบถึงการตัดสินใจหรือผู้รับรู้อาจจะแยกตัวออกจากโลกภายนอกของคนที่ถูกตัดสินหรือถูกรับรู้ เมื่อเป็นเช่นนั้นคนจะตัดสินคนอื่นบนฐานของหลักพื้นฐานต่าง ๆ ซึ่งอาจพบได้ในรูปถ่ายในภาพยนตร์ หรือจากลายมือต่าง ๆ โดยไม่จำเป็นจะต้องเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กันเพื่อก่อให้เกิดการพิจารณาขึ้น

2. การรับรู้เกี่ยวกับสังคม นอกจากการรับรู้ที่เกี่ยวกับบุคคลแล้ว ยังมีการรับรู้ที่เกี่ยวกับสังคมซึ่งจะออกมาในรูปทั่ว ๆ ไปมากกว่าการรับรู้เกี่ยวกับบุคคล การรับรู้ทางสังคมจะครอบคลุมถึงการรับรู้ของกระบวนการทางสังคม ตัวการถูกรับรู้ทางสังคมนี้ คือ ความสัมพันธ์ของคนนั้นกับคนอื่น รวมทั้งการรับรู้เกี่ยวกับกลุ่มชนและสถาบันทางสังคมของเขาด้วย จุดสำคัญของ การรับรู้ทางสังคม คือ กระบวนการรับรู้ที่แน่นอนนั่นเอง ซึ่งหมายถึงวิธีการที่ให้ความหมายของสภาวะทางสังคมหรือของบุคคลอื่น ๆ ซึ่งมามีส่วนเกี่ยวข้อง นักจิตวิทยาสังคมจะให้ความสนใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์กันในระหว่างบุคคล 2 คน เพราะวิถีทางซึ่งคน 2 คนจะให้ความหมายเกี่ยวกับสภาวะต่าง ๆ และแต่ละคนก็มีส่วนสำคัญในการที่จะวินิจฉัยตัดสินว่า ทั้งสองจะแสดงพฤติกรรมเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างไรในสถานการณ์นั้น ๆ

สรุปได้ว่าประเภทของการรับรู้ของบุคคล ได้แก่ การรับรู้เกี่ยวกับบุคคลเป็นการกระทำซึ่งก่อให้เกิดความคิดเห็นหรือความรู้สึก ความประทับใจต่อบุคคล ส่วนการรับรู้เกี่ยวกับสังคมจะ

ครอบคลุมถึงการรับรู้ของกระบวนการทางสังคม เป็นกระบวนการรับรู้ที่แน่นอนอันแสดงถึงพฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันของบุคคล 2 คนในสถานการณ์นั้น

### องค์ประกอบของการรับรู้

โยธิน ศันสนยุทธ์ และคณะ(2524:43-45) ได้แบ่งองค์ประกอบของการรับรู้ โดยยึดหลักของสาเหตุการเกิด เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

#### 1. องค์ประกอบอันเนื่องมาจากสิ่งเร้า

1.1 ความเข้มและขนาด (Intensity and size) เสียงดัง แสงสว่าง ขนาดใหญ่ ทำให้เราเลือกรับรู้มากกว่าสิ่งเร้าที่มีความเข้มน้อยกว่าและขนาดเล็กกว่า

1.2 ความผิดแผกกัน(Contrast)

1.3 การกระทำซ้ำ(Repetition) การกระทำซ้ำ ๆ จะเป็นสิ่งที่เรียกร้องความสนใจ

1.4 การเคลื่อนไหว (Movement) สิ่งเร้าที่เคลื่อนไหวจะเรียกร้องความสนใจได้ดีกว่าสิ่งเร้าที่อยู่นิ่ง

#### 2. องค์ประกอบอันเนื่องมาจากบุคคล

การเลือกรับรู้นั้นอาจขึ้นกับความสนใจหรือความคาดหวังของบุคคลนั่นเองดังนี้

2.1 ความสนใจ (Interest) คนเราจะเลือกรับรู้เฉพาะสิ่งที่เขาสนใจเท่านั้น

2.2 ความคาดหวัง (Expectancy) ถ้าคนเราคาดหวังสิ่งใดไว้ การรับรู้ของเรา ก็จะเป็นไปตามที่คาดหวัง

2.3 ความต้องการ (Need) ความต้องการเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับรู้การเห็นคุณค่า (Value) การรับรู้ขึ้นอยู่กับการเห็นคุณค่าในสิ่งนั้น

กล่าวโดยสรุปว่าองค์ประกอบของการรับรู้ ได้แบ่งโดยยึดหลักของสาเหตุการเกิด เป็น 2 ลักษณะ คือ องค์ประกอบอันเนื่องมาจากสิ่งเร้า ได้แก่ ความเข้มและขนาด ความผิดแผกกัน การกระทำซ้ำ การเคลื่อนไหว และองค์ประกอบอันเนื่องมาจากบุคคล การเลือกรับรู้นั้นอาจขึ้นกับความสนใจหรือความคาดหวังของบุคคล ได้แก่ ความสนใจ ความคาดหวัง และความต้องการ

## แนวคิดภาพลักษณ์ของโรงเรียน

### ปัจจัยในการสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ของโรงเรียนมีผู้ที่ทำการศึกษา ค้นคว้าและทำวิจัยไว้ ได้แก่ ปัจจัยที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ของโรงเรียนที่เป็นผลอันเกิดจากความเชื่อถือ การยอมรับ และ ศรัทธาที่บุคคลมีต่อโรงเรียน ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่อไปนี้ (จิราภรณ์ สีขาว, 2536; จิตลาวัณย์ บุญนา, 2539; ศศิพรรณ บิลมาโนช, 2538 อ้างถึงใน วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์, 2545 :13 )

#### 1. ความเชื่อถือ

1.1 บุคลากร ผู้บริหาร ครู และเจ้าหน้าที่ เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ ประพฤติดี และ ปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ

1.2 ชื่อเสียงของโรงเรียน ในด้านใดด้านหนึ่ง หรือหลายด้านรวมกัน เช่น ด้าน วิชาการ กีฬา ดนตรี จริยธรรม ฯลฯ

1.3 ความเหมาะสมของอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมในโรงเรียน

1.4 การพัฒนาโรงเรียนจนได้รับรางวัลและการยกย่อง เช่น โรงเรียนพระราชทาน โรงเรียนจัดสิ่งแวดล้อมดีเด่น เป็นต้น

#### 2. การยอมรับ

2.1 ผู้ปกครองนิยมส่งบุตรหลานมาศึกษาต่อมากขึ้น

2.2 บุคลากรในโรงเรียนเป็นผู้นำในการดำเนินกิจกรรมของชุมชน

2.3 โรงเรียนมีโครงการที่ดำเนินการร่วมกับผู้ปกครองและชุมชน

#### 3. ความเลื่อมใสศรัทธา

3.1 ความภาคภูมิใจของนักเรียนที่จบจากโรงเรียนแล้วประสบความสำเร็จในการทำงานและการศึกษาต่อ

3.2 ความประทับใจของนักเรียนและผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียน

สรุปได้ว่า ปัจจัยในการสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียนควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อถือจากผู้บริหารโรงเรียน บุคลากรครู และบุคลากรสนับสนุนในการร่วมมือกันพัฒนาองค์การไปในทิศทางเดียวกัน โดยกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย นโยบายตามลักษณะโครงสร้างขององค์การ เพื่อให้มีคุณภาพได้รับการยอมรับจากผู้ปกครอง สร้างประทับใจและความเลื่อมใสศรัทธาแก่นักเรียน และผู้ปกครอง

วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์ (2545 : 13) ได้กล่าวว่า กลยุทธ์และขั้นตอนการสร้างภาพลักษณ์โรงเรียนให้ประสบความสำเร็จควรดำเนินการ ดังนี้

1. สร้างความรู้สึกให้ประชาชนยอมรับและเห็นด้วย อันเป็นผลให้โรงเรียนเป็นที่เชื่อถือ
2. ปรับปรุงโรงเรียนทั้งหมด ทั้งด้านบริหาร การจัดการเรียนการสอน และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ
3. กำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายล่วงหน้า เพื่อเป็นแนวทาง และหลักชัยในการทำงาน
4. นำโรงเรียนไปเกี่ยวข้องกับชุมชนและท้องถิ่นมากขึ้น
5. สร้างโรงเรียนให้มีชื่อเสียง เช่น การส่งโรงเรียนเข้าประกวด การส่งครูและนักเรียนไปแข่งขันความรู้และทักษะต่าง ๆ เน้นการประชาสัมพันธ์โรงเรียนที่มีประสิทธิภาพ

#### ขั้นตอนการสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียน

ขั้นตอนการสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียนควรดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียน ตามการรับรู้ของบุคลากรในโรงเรียน นักเรียน ผู้ปกครอง ชุมชนและสังคมทั่วไป โดยการวิเคราะห์ วิจัย หรือสำรวจความคิดเห็น
2. สร้างความตระหนักแก่บุคลากร ให้เห็นความสำคัญของภาพลักษณ์โรงเรียน
3. ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน หาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพและเกิดภาพลักษณ์ที่ดี
4. กำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย นโยบาย และแผนการดำเนินการเพื่อพัฒนาโรงเรียนให้มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับ เชื่อถือ และศรัทธาจากประชาชน
5. ใช้การประชาสัมพันธ์เป็นมาตรการสำคัญในการสร้างความเข้าใจแก่ผู้เกี่ยวข้องในการดำเนินงานของโรงเรียนควบคู่กันไปกับการบริหารและจัดการศึกษาโดยมุ่งเน้นความเป็นเลิศ
6. มีการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล การดำเนินงานสม่ำเสมอและนำผลการประเมินไปปรับปรุงการทำงาน
7. ทำการพัฒนาโรงเรียนให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง

สรุปได้ว่า กลยุทธ์และขั้นตอนการสร้างภาพลักษณ์โรงเรียนให้ประสบความสำเร็จควรดำเนินการ โดยการกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกันระหว่าง ผู้บริหาร บุคลากรครู และบุคลากรสนับสนุน เพื่อเป็นแนวทางในการทำงาน ปรับปรุงการบริหารจัดการ การจัดการเรียนการสอน การจัด



กิจกรรมของโรงเรียนทั้งหมด รวมทั้งสร้างชื่อเสียงให้โรงเรียนโดยการส่งครู นักเรียนเข้าแข่งขัน พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์โรงเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความรู้สึกให้ประชาชนยอมรับและเชื่อถือโรงเรียน

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์องค์กรการพบว่ามีจำนวนไม่มากนัก ผู้วิจัยจะขอนำเสนอเป็น 2 ประเภท คือ งานวิจัยในต่างประเทศและงานวิจัยในประเทศไทย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### งานวิจัยในต่างประเทศ

ซึ่งเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กรที่ได้นำมาศึกษามีดังต่อไปนี้

Lewis และ Anne (1990 : 234 อ้างถึงใน จิราภรณ์ สีขาว, 2536 : 60 ) ได้ทำการศึกษาภาพลักษณ์สถาบันเป็นการศึกษาเฉพาะกรณีของสถาบันการศึกษาระดับสูงที่มหาวิทยาลัย George Mason University (GMU) ผลการวิจัยพบว่า ในระยะ 20 ปีที่ผ่านมาภาพลักษณ์ของสถาบันการศึกษาระดับสูงได้กลายเป็นสิ่งสำคัญมากกว่าการแข่งขันระหว่างวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยสำหรับนักเรียน ในปี 1979 Mayhew ได้ตั้งคำถามว่าเป็นไปได้หรือไม่สำหรับสถาบันที่ไม่ได้สร้างภาพลักษณ์ที่ดี ที่จะสร้างให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีให้มีขึ้น การศึกษาได้ชี้ให้เห็นถึงคำถามของ Mayhew โดยการรวบรวมจุดศูนย์กลางของการยอมรับในภาพลักษณ์สถาบันของ George Mason University หรือมหาวิทยาลัยจอร์จเมสัน (GMU) การศึกษาได้ทำการทดสอบที่ มหาวิทยาลัยจอร์จเมสัน (GMU) โดยความพยายามที่จะปรับปรุงภาพลักษณ์ เช่นเดียวกับผลซึ่งมีต่อภาพลักษณ์ของประเพณีที่มีอยู่ การวิจัยนี้มีสองส่วน ส่วนแรก มหาวิทยาลัยจอร์จเมสัน(GMU)มีผลอย่างไรต่อการปรับภาพลักษณ์ของเขา เมื่อเปรียบเทียบและหาข้อแตกต่างในวิธีของ Toper (1986) ในการสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งมีโครงสร้างตามภาพลักษณ์ของสถาบันและการตลาดของการศึกษาระดับสูง และข้อสองเป็นการรวมสัดส่วนใหม่ของการสร้างภาพลักษณ์ และประเพณีของมหาวิทยาลัยจอร์จเมสัน (GMU) มีผลต่อภาพลักษณ์อย่างไร การศึกษาพบว่าความสำเร็จของการสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเกี่ยวข้องกับความใกล้ชิดของการวางแผนทางวิชาการและการตลาดของสถาบัน ผู้อำนวยการของมหาวิทยาลัยได้ให้ความสำคัญของการทำภาพลักษณ์ของสถาบันโดยพยายามแยกแยะบุคคล โปรแกรมของหลักสูตรและโครงการที่จะสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในทางบวก ขณะที่ได้พยายามสร้างประเพณีของเขาเองโดยการเปลี่ยนแปลงการทดลองและประเพณีได้แตกต่างจากที่ Deal และ Kennedy (1982) ได้อธิบายไว้ ซึ่งเป็นสำนึกที่รุนแรงในการมีส่วนร่วมในความเชื่อ คุณค่าและประเพณีที่ไม่เด่นของมหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยจอร์จเมสัน(GMU)จึงเป็นตัวอย่างของสถาบันในการสร้างภาพ

ลักษณะให้สำเร็จ ซึ่งจะเป็นสิ่งดึงดูดนักเรียนที่ดีกว่า ผู้วิจัยเชื่อว่าการสร้างประเพณีที่ดีจะทำให้เกิดความมั่นคงอันจะนำมาซึ่งพื้นฐานของภาพลักษณ์

Myers และ Anne (1991 : 178 อ้างถึงใน จิราภรณ์ สีขาว, 2536 : 61 ) ได้ทำการศึกษาหลักการจัดการภาพลักษณ์ของวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยผู้บริหาร เนื่องจากสถาบันการศึกษาในระดับสูงเคยมีความเจริญเติบโตและความรุ่งเรืองมาก่อน ปัจจุบันได้มาถึงขั้นสุดท้ายโดยวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยลดขนาดลง ขณะเดียวกัน การมีภาพลักษณ์เป็นยุทธวิธีการตลาดสำหรับสถาบันที่ต้องการความเจริญก้าวหน้า (เช่น การกำหนดภาพลักษณ์ การทำภาพลักษณ์ และการสร้างภาพลักษณ์) ก็ได้รับความสนใจอย่างแพร่หลายจากผู้บริหารโรงเรียน โดยธรรมชาติของสถาบันการศึกษาจะมีความแตกต่างของสถาบันอื่น ๆ ยุทธวิธีนี้จำเป็นต่อการโยกย้ายในส่วนขององค์กร โดยการหาขอบเขตของบทบาทในการสร้างภาพลักษณ์ในแผนการศึกษาในระดับสูงซึ่งยังสรุปไม่ได้ในทางกลับกัน การออกแบบและการจัดการที่ส่งเสริมการศึกษาในระดับสูงควรมีพื้นฐานอยู่กับขอบเขตของทฤษฎีซึ่งเกี่ยวข้องกับข้อมูลที่ให้แกสถาบันการศึกษา ดังนั้น จุดประสงค์ของการศึกษาก็เพื่อพัฒนารูปแบบของทฤษฎีซึ่งแยกแยะ อธิบาย และรวบรวมข้อแตกต่างซึ่งยอมรับภาพลักษณ์ หลักการของการจัดการภาพลักษณ์ในรูปของการแนะนำผู้บริหารของวิทยาลัยและมหาวิทยาลัย ผู้ซึ่งวางแผนไว้ล่วงหน้าเกี่ยวกับสถาบันของเขา

**งานวิจัยในประเทศ** งานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายในประเทศที่นำมาศึกษาเป็นงานวิจัยภาพลักษณ์องค์กรของหน่วยงานต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน มีดังต่อไปนี้

จิราภรณ์ สีขาว ( 2536) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์สถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษาตามการรับรู้ของผู้บริหารการศึกษา ระดับสูง มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาภาพลักษณ์สถาบันพัฒนาผู้บริหาร การศึกษาตามการรับรู้ของผู้บริหารการศึกษาระดับสูงที่ผ่านการอบรมหลักสูตร ผู้บริหารสถานศึกษาระดับสูงจากสถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษาระทรวงศึกษาธิการ โดยมีสมมติฐานในการวิจัยคือ ผู้บริหารการศึกษาระดับสูงต่างกรมที่สังกัด ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ กรมสามัญศึกษา กรมอาชีวศึกษา และสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลจะมีภาพลักษณ์ต่อสถาบันพัฒนา ผู้บริหารการศึกษาด้านตัวสถาบัน ด้านวิทยาการ ด้านการบริหาร และด้านการ ให้บริการแตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า 1. ผู้บริหารการศึกษาระดับสูงมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสถาบัน พัฒนาผู้บริหารการศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างบวก ยกเว้นมีความคิดเห็น ต่อภาพลักษณ์ด้านการบริหารในเรื่องการประชาสัมพันธ์ด้านการ ให้บริการ เรื่องอาหารอยู่ในระดับเป็นกลาง 2. ผลการศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริหาร

การศึกษาระดับ สูงต่างกรมที่สังกัดมีภาพลักษณ์ต่อสถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษาในด้าน ตัวสถาบัน ด้านวิทยากร ด้านการบริหาร และด้านการให้บริการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้ง 4 ด้าน ที่ระดับ .05

ใจทิพย์ ตรีประกายเพชร( 2537)ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษากิจกรรมการ ประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลการสร้างภาพลักษณ์ของ โครงการดาวเทียมไทยคม มีวัตถุประสงค์สำคัญ 2 ประการ ประการแรกเพื่อศึกษากิจกรรมการประชาสัมพันธ์โครงการดาวเทียม ไทยคม และประการที่ 2 เพื่อศึกษาประสิทธิผลของแผนประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ โครงการ ดาวเทียมไทยคม การศึกษาในส่วนของกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์โครงการดาวเทียม ไทยคม เป็นการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารที่รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์ กลุ่มชินวัตร และศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องพบว่า กลยุทธ์การ ประชาสัมพันธ์โครงการดาวเทียมไทยคม แบ่งเป็น 3 ช่วง คือ 1. การประชาสัมพันธ์ช่วงก่อนยิงดาวเทียมขึ้นสู่วงโคจร (THAICOM pre-launch campaign) 2.การประชาสัมพันธ์ช่วงที่ดาวเทียมคนใกล้จะถูกส่งขึ้นสู่วงโคจรแล้ว (THAICOM launch campaign) 3. การประชาสัมพันธ์ช่วงหลังจากที่ดาวเทียมไทยคมได้ถูกส่ง ขึ้นสู่วงโคจรแล้ว (THAICOM post-launch campaign) จากกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ทั้ง 3 ช่วง พบว่า กลุ่มชินวัตรได้ใช้ กลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับดาวเทียมไทยคม 2 ลักษณะ คือ การใช้ การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ขององค์กร (Corporate Advertising) และ การสร้างเหตุการณ์เทียม (Pseudo-Events) ทั้งนี้กระบวนการในการสร้างภาพลักษณ์ แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ 1. การให้ข้อมูลข่าวสาร 2. การโน้มน้าวชักจูงใจ 3. การย้ำความเชื่อถือในโครงการฯ นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ศึกษาถึงประสิทธิผลของการสร้างภาพลักษณ์โครงการดาวเทียมไทยคม จากการดำเนินกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมา พบว่า โดยภาพรวมแล้วคนไทยที่อาศัยอยู่ใน กรุงเทพฯ และบริเวณทลรัฐจกดาว เทียมไทยคม 92% หากจำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ พบว่า กลุ่มที่รู้จักดาวเทียมไทยคมมากที่สุดคือ กลุ่มที่มีระดับการศึกษา ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป รองลงมาคือกลุ่มที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษาและกลุ่มที่มีระดับ การศึกษาต่ำกว่า ม.6 ตามลำดับ

จิตลาวัฒน์ บุญนาค(2539) ได้ทำวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชน ในสายตาของนักเรียนชั้น มัธยมศึกษาตอนปลาย มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเอกชน ทั้งนี้โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์มาเป็นกรอบสำคัญ ผลการวิจัยพบว่าภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆของ มหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอยู่ในระดับดีหรืออาจเรียก

ได้ว่า มหาวิทยาลัยเอกชนมีภาพลักษณ์เชิงบวกเฉลี่ย 3.53 โดยที่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 54.6 ไม่สนใจที่จะเข้า ศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน แต่ทั้งนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเอกชน ร้อยละ 45.4 ให้เหตุผลดังนี้คือ สอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐไม่ได้ สามารถเลือกคณะได้ตามความต้องการหรือสนใจและสาขาวิชาที่ศึกษามีคุณภาพดี เมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น ฯลฯ ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า ภาพลักษณ์ที่เด่นที่สุดของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายคือ มหาวิทยาลัยเอกชนมีการดำเนินงานร่วมกับมหาวิทยาลัยต่างชาติที่มีชื่อเสียง รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยเอกชนมีอุปกรณ์การเรียนการสอน อุปกรณ์ การปฏิบัติการอย่างเพียงพอ ฯลฯ สำหรับภาพลักษณ์ ที่ด้อยที่สุดหรือเรียกได้ว่าเป็นภาพลักษณ์ในเชิงลบคือการเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัยเอกชน

มโนพร รัชตะหิรัญ (2543) ได้ทำวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ของโรงเรียนพณิชยการจรัลสนิทวงศ์ ในสายตาผู้ปกครอง มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียน พณิชยการจรัลสนิทวงศ์ในสายตาผู้ปกครอง ประกอบด้วยด้านปรัชญา และ เป้าหมายของโรงเรียน ด้านหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอน ด้านบุคลากร ด้านกิจการนักเรียนนักศึกษา และด้านทรัพยากรเพื่อการเรียนการสอน ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ปกครองนักเรียนชั้น ปวช. 3 จำนวน 129 คน และผู้ปกครองนักศึกษาชั้น ปวส. 2 จำนวน 148 คน โดยศึกษาจากประชากรทั้งหมดรวม 277 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปกครองนักเรียนนักศึกษาเห็นว่าภาพลักษณ์ของโรงเรียนพณิชยการ จรัลสนิทวงศ์ โดยภาพรวมเป็นภาพลักษณ์ที่ดี ภาพลักษณ์ที่เด่นที่สุด คือ ด้านทรัพยากรเพื่อการเรียนการสอน รองลงไป คือ ด้านกิจการนักเรียน นักศึกษา ด้านหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอน ด้านบุคลากร ส่วนด้านปรัชญาและเป้าหมายของโรงเรียนเป็นภาพลักษณ์ที่ควรปรับปรุง ผู้ปกครองนักเรียนชั้น ปวช. 3 กับผู้ปกครองนักศึกษาชั้น ปวส. 2 เห็นว่าภาพลักษณ์ของโรงเรียนพณิชยการจรัลสนิทวงศ์ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้ บริเวณโรงเรียนได้รับการดูแลเอาใจใส่ตกแต่งให้สวยงามสะอาดเรียบร้อยและปลอดภัย อาคารเรียนมั่นคงถาวรสวยงามและถูกสุขลักษณะ อาจารย์ฝ่ายปกครองเอาใจใส่นักเรียน นักศึกษา อยู่เสมอ โรงเรียนรายงานความประพฤติของนักเรียนให้ผู้ปกครองทราบสม่ำเสมอ โรงเรียนแจ้งผลการเรียนให้ผู้ปกครองรับทราบ โรงเรียนปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยอยู่เสมอ โรงเรียนจัดระบบบันทึกผลการเรียนของนักเรียนนักศึกษา ถูกต้อง ชัดเจน ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์กว้างไกลทางการศึกษาเป็นผู้ที่ครูและนักเรียน นักศึกษาให้ความเคารพนับถือโรงเรียนมีความสัมพันธ์ที่ดีกับองค์กรภายนอก โรงเรียนมีความมั่นคงสามารถที่จะขยายและพัฒนาโรงเรียนอยู่เสมอ นอกจากนี้ยังพบว่ายังมีบางประเด็นที่ ผู้ปกครองไม่แน่ใจ คือ โรงเรียนมีอุปกรณ์การเรียนการสอนทันสมัยเพียง



พอกับนักเรียน นักศึกษา บรรยากาศและสภาพแวดล้อมของโรงเรียนเอื้อต่อการเรียนการสอน และให้เป็นแหล่งการเรียนรู้อย่างแท้จริง โรงเรียนจัดแนะแนวการศึกษาและอาชีพให้นักเรียน นักศึกษา ได้อย่างกว้างขวาง อาจารย์ฝายปกครองแก้ปัญหาได้รวดเร็วทันเหตุการณ์ เป้าหมายของโรงเรียนนี้มีได้มุ่งสร้างทางวิชาการเพียงอย่างเดียว แต่มุ่งพัฒนาทางอารมณ์ของนักเรียน นักศึกษาด้วย ลักษณะเด่นของโรงเรียน คือ ฝึกให้นักเรียนนักศึกษาามีระเบียบวินัย การดำเนินการของโรงเรียน ลงทุนเพื่อการศึกษามากกว่าหวังผลเลิศทางกำไร

สุวรรณา แซ่เฮ็ง (2541) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตามทัศนะของอาจารย์และนิสิต คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตามทัศนะของอาจารย์และนิสิตคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในด้าน ต่าง ๆ 7 ด้าน คือ ด้านหลักสูตรอักษรศาสตร์ การจัดการเรียนการสอน คุณลักษณะของอาจารย์ อักษรศาสตร์ คุณลักษณะของนิสิตอักษรศาสตร์ การบริการสังคม การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นอาจารย์และนิสิตคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในภาคต้น ปีการศึกษา 2541 จำนวน 1,076 คน แบ่งเป็นอาจารย์ จำนวน 133 คน นิสิตระดับปริญญาตรีและระดับบัณฑิตศึกษา จำนวน 943 คน ผลการวิจัยพบว่า 1. อาจารย์และนิสิตคณะอักษรศาสตร์ มีทัศนะต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยรวมทั้ง 7 ด้าน อยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า อาจารย์และนิสิตมีทัศนะต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ในระดับดีทุกด้าน ยกเว้นด้าน คุณลักษณะของนิสิตอักษรศาสตร์ ซึ่งอาจารย์และนิสิตคณะอักษรศาสตร์มีทัศนะในระดับปานกลาง 2. ทัศนะของอาจารย์ที่มีต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามประสบการณ์การสอน ปรากฏผลคือ อาจารย์ที่มีประสบการณ์การสอนแตกต่างกัน มีทัศนะต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในแต่ละด้านและโดยรวมทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน 3. ทัศนะของอาจารย์ที่มีต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามคุณวุฒิ ปรากฏผลคือ อาจารย์ที่มีคุณวุฒิแตกต่างกัน มีทัศนะต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในแต่ละด้านและโดยรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน 4. ทัศนะของอาจารย์ที่มีต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามภาควิชา ปรากฏผลคือ อาจารย์ที่สังกัดภาควิชาต่างกัน มีทัศนะต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในแต่ละด้านและโดยรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นในด้านหลักสูตรอักษรศาสตร์ อาจารย์ที่สังกัดภาควิชาต่างกันที่ทัศนะแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 5. ทัศนะของนิสิตที่มีต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลง



กรณีมหาวิทยาลัย จำแนกตามชั้นปีปรากฏผลคือ นิสิตที่มีชั้นปีต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในแต่ละด้านและโดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ยกเว้นในด้านคุณลักษณะของอาจารย์อักษรศาสตร์ นิสิตที่มีชั้นปีต่างกัน มีทัศนคติไม่แตกต่างกัน 6. ทัศนคติของนิสิตที่มีต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามคะแนนเฉลี่ยสะสม ปรากฏผลคือ นิสิตที่มีคะแนนเฉลี่ยสะสมแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในแต่ละด้านและโดยรวมทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน 7. ทัศนคติของนิสิตที่มีต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามภาควิชา ปรากฏผลคือ นิสิตที่เรียนในภาควิชาต่างกัน มีทัศนคติต่อภาพลักษณ์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในแต่ละด้านโดยรวมทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ไพบุลย์ ไพรระหง (2532) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของครูโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา ในเขตพัฒนาพื้นที่บริเวณ ชายฝั่งทะเลตะวันออก ผลของการวิจัยพบว่า 1. ภาพลักษณ์ของครูโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง ตามความรู้สึกรู้สึกของครู เป็นภาพลักษณ์ที่ดีโดยเรียงลำดับ คือ การปฏิบัติงาน บุคลิกภาพ คุณธรรมและจรรยาครู การทำงานนอกเวลา อุปนิสัยและความประพฤติ ความสัมพันธ์กับชุมชนและการเป็นผู้นำ 2. ภาพลักษณ์ของครูโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง ตามความรู้สึกรู้สึกของนักเรียนเป็นภาพลักษณ์ที่ดี โดยเรียงลำดับ คือ การปฏิบัติงาน คุณธรรมและจรรยาครู การเป็นผู้นำ ความสัมพันธ์กับชุมชน การทำงานนอกเวลา อุปนิสัย และความประพฤติ และบุคลิกภาพ 3. ภาพลักษณ์ของครูโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง ตามความรู้สึกรู้สึกของประชาชนเป็นภาพลักษณ์ที่ดี โดยเรียงลำดับคือ การปฏิบัติงาน การทำงานนอกเวลา บุคลิกภาพ ความสัมพันธ์กับชุมชน อุปนิสัยและความประพฤติ คุณธรรม และจรรยาครู และการเป็นผู้นำ ข้อเสนอแนะ คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานบุคคล หรือกลุ่มโรงเรียน หรือโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง ควรจัดให้มีการอบรมครู โดยเน้นภาพลักษณ์ของครูโรงเรียนมัธยมศึกษา ทั้ง 7 ด้าน ตามลำดับ คือ การเป็นผู้นำ ความสัมพันธ์กับชุมชน อุปนิสัยและความประพฤติ การทำงานนอกเวลา คุณธรรมและจรรยาครู บุคลิกภาพ และการปฏิบัติงาน

### บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ(Survey Research)โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนตามการรับรู้ของผู้ปกครองในจังหวัดชลบุรี

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการสร้างเครื่องมือวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

##### 1. ประชากร

ประชากร ได้แก่ ผู้ปกครองของโรงเรียนเอกชนซึ่งเปิดสอนระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาในจังหวัดชลบุรีซึ่งมีจำนวนโรงเรียนทั้งหมด 69 โรงเรียน มีจำนวนนักเรียนทั้งหมด 63,608 คน โดยกำหนดให้นักเรียน 1 คน ต่อ ผู้ปกครอง 1 คน รวมเป็นประชากรจำนวน 63,608 คน

##### 2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ปกครองโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางเลขสุ่มของ Yamane (อ้างถึงใน ศิริชัย กาญจนวาสี, 2537: 134) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % โดยให้มีความคลาดเคลื่อนได้  $\pm 5 %$  ที่ขนาดประชากร 63,608 คน ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 398 คน นำจำนวนผู้ปกครองนักเรียนแต่ละโรงเรียนในกลุ่มโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีอยู่มาเทียบค่านวนหาสัดส่วนที่จะใช้เป็นรายโรงเรียนโดยใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง คือ 398 คน เป็นตัวตั้งในการเทียบสัดส่วน

ร้อยละเป็นรายโรงเรียน แล้วจึงนำมาแบ่งเป็นโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยม แล้วหากกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ดังรายละเอียดตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับที่โรงเรียนเปิดสอน

ระดับ	ประชากร		กลุ่มตัวอย่าง	
	จำนวนโรงเรียน	จำนวนคน	จำนวนโรงเรียน	จำนวนคน
ประถมศึกษา	48	31,199	48	196
มัธยมศึกษา	21	32,409	21	202
	69	63,608	69	398

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้เครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดในการวิจัย เป็นแบบสอบถามจำนวน 1 ชุด แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งสอบถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นตามการรับรู้ของผู้ปกครองเกี่ยวกับ ภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยใช้กรอบแนวคิดของ Shirley Harrison (1995: 71) มีลักษณะแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) จำนวน 62 ข้อ รายละเอียดครอบคลุมองค์ประกอบภาพลักษณ์องค์กร (The Corporate Image Jigsaw) ทั้ง 4 องค์ประกอบ ที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

- |                                 |       |    |     |
|---------------------------------|-------|----|-----|
| 1. บุคลิกภาพขององค์กร           | จำนวน | 16 | ข้อ |
| 2. ชื่อเสียงขององค์กร           | จำนวน | 11 | ข้อ |
| 3. เอกลักษณ์ขององค์กร           | จำนวน | 15 | ข้อ |
| 4. คุณค่าหรือจรรยาบรรณขององค์กร | จำนวน | 20 | ข้อ |

## ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ เอกสาร วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ขององค์กร

2. กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยกำหนดตามแนวคิดองค์ประกอบภาพลักษณ์องค์กรของนักวิชาการที่ผู้วิจัยนำมาสรุปเป็นกรอบในการวิจัยประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ คือ บุคลิกภาพขององค์กร ชื่อเสียงขององค์กร เอกลักษณ์ขององค์กร และคุณค่าหรือจรรยาบรรณขององค์กร

3. กำหนดตัวบ่งชี้ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนทั้ง 4 องค์ประกอบนำข้อมูลรายละเอียดมาประยุกต์ใช้และสร้างข้อคำถามตามกรอบแนวคิดของ Shirley Harrison (1995 )

4. ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อจัดทำแบบสอบถามให้ครอบคลุมกรอบแนวคิดที่กำหนด

5. นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจปรับและแก้ไข

6. นำแบบสอบถามเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อพิจารณาตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา ความถูกต้อง ในด้านการครอบคลุมเนื้อหา ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย การใช้ภาษา และการสื่อความหมาย จำนวน 5 ท่าน คือ

1. รองศาสตราจารย์นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์

ผู้อำนวยการโรงเรียนนวมวิทย์ จังหวัดเชียงใหม่

2. รองศาสตราจารย์ ดร.อมรชัย ตันติเมธ

อาจารย์พิเศษภาควิชาบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. รองศาสตราจารย์ ดร.ปรมะ สตะเวทิน

อาจารย์ประจำภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4. นางภาวิกา ชีมเจริญ

ผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี(วุฒิทางการศึกษาปริญญาโท)

อดีตอาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

5. นายเกษม จิตรวิโรจน์

ผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี(วุฒิทางการศึกษาปริญญาตรี)

7. นำแบบสอบถามที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้ตรวจสอบแล้ว ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลทั้งหมดนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบในการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ถูกต้องและสมบูรณ์ที่สุด และนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล มีวิธีการและขั้นตอนดังนี้

#### 1. การขอความร่วมมือในการวิจัย

ผู้วิจัยทำบันทึกเสนอบัณฑิตศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเพื่อขอให้ทำหนังสือถึงผู้อำนวยการสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการออกหนังสือขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเพื่อการวิจัยส่งไปยังโรงเรียนต่าง ๆ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

#### 2. การส่งแบบสอบถามไปยังประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามพร้อมหนังสือของผู้อำนวยการสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนไปยังโรงเรียนประถมศึกษาและมัธยมศึกษาเอกชนที่ใช้ในการวิจัยด้วยตนเองทุกโรงเรียนที่เป็นประชากรทั้งหมด จำนวน 69 โรงเรียน เพื่อให้ผู้ปกครองที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามโดยผู้วิจัยกำหนดเวลาในการขอรับแบบสอบถามคืนก่อนล่วงหน้า 1 สัปดาห์และนัดหมายทุกโรงเรียนเพื่อขอรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง

#### 3. การรับแบบสอบถามคืน

เมื่อครบเวลาตามกำหนดนัดหมาย 1 สัปดาห์ ผู้วิจัยได้ขอรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเองทุกโรงเรียนที่เป็นประชากรทั้งหมด โดยแจ้งการนัดหมายทางโทรศัพท์เพื่อรับแบบสอบถามคืนก่อนล่วงหน้า 1 วัน

#### 4. จำนวนแบบสอบถามที่ได้รับคืน

จำนวนแบบสอบถามที่ผู้วิจัยส่งไปทั้งหมด จำนวน 398 ฉบับ ได้รับกลับคืนมา 387 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 97.24 ตรวจความสมบูรณ์ของแบบสอบถามได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ 379 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 95.23 ดังรายละเอียดในตารางที่ 2



ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของแบบสอบถามที่ส่งไปและได้รับกลับคืน

กลุ่มตัวอย่าง	ส่งไป	ได้รับคืน		แบบสอบถามที่สมบูรณ์	
	จำนวน	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โรงเรียนประถมศึกษา	196	191	97.44	188	95.92
โรงเรียนมัธยมศึกษา	202	196	97.03	191	94.55
	398	387	97.24	379	95.23

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่รวบรวมได้ และตรวจสอบแล้วว่าถูกต้อง ดำเนินการวิเคราะห์หาค่า สถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป spss (Statistic Package for the Social Sciences) ดังนี้

1. สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

2. ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีตามการรับรู้ของผู้ปกครอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ปกครองโรงเรียนประถมศึกษาเอกชนและมัธยมศึกษาเอกชนในจังหวัดชลบุรีทั้ง 69 โรงเรียน

3. นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล ทำในรูปตารางประกอบคำบรรยาย



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเพื่อศึกษาภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีตามการรับรู้ของผู้ปกครอง

ข้อมูลของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนประกอบด้วยข้อความแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนใน 4 องค์ประกอบ คือ บุคลิกภาพของโรงเรียน ชื่อเสียงของโรงเรียน เอกลักษณ์ของโรงเรียน และคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน ในการประเมินความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามใช้เกณฑ์ ดังนี้

- 5 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยอย่างมากต่อข้อคำถามนั้น ๆ
- 4 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้วยต่อข้อคำถามนั้น ๆ
- 3 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิด ไม่แน่ใจต่อข้อคำถามนั้น ๆ
- 2 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดไม่เห็นด้วยต่อข้อคำถามนั้น ๆ
- 1 หมายถึง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดไม่เห็นด้วยอย่างมากต่อข้อคำถามนั้น ๆ

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการประเมินความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามกำหนดค่าคะแนนเฉลี่ยเป็นช่วงตามแนวความคิดของ (Best, 1970: 201-204 อ้างถึงใน จิราภรณ์ สีขาว, 2536) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.51 - 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
คะแนนเฉลี่ย	3.51 - 4.50	หมายถึง	เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย	2.51 - 3.50	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
คะแนนเฉลี่ย	1.51 - 2.50	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.50	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ปกครอง ตามเกณฑ์ดังกล่าวสามารถนำข้อมูลมาแปรผลของภาพลักษณ์ตามระดับความคิดเห็นได้ ดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	หมายถึง	มีภาพลักษณ์เชิงบวก
เห็นด้วย	หมายถึง	มีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก
ไม่แน่ใจ	หมายถึง	มีภาพลักษณ์เป็นกลาง
ไม่เห็นด้วย	หมายถึง	มีภาพลักษณ์ค่อนข้างลบ
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	หมายถึง	มีภาพลักษณ์เชิงลบ

เพื่อให้การแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีความเหมาะสมและมีความกระชับของ  
ข้อความในตารางแสดงผล ผู้วิจัยจึงใช้อักษรย่อของโรงเรียนจำแนกตามระดับการศึกษาที่  
เปิดสอน ดังนี้

ร.ร.ประถม หมายถึง โรงเรียนเอกชนที่เปิดสอนระดับประถมศึกษา

ร.ร.มัธยม หมายถึง โรงเรียนเอกชนที่เปิดสอนระดับมัธยมศึกษา

การวิจัยเพื่อศึกษาภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนตามการรับรู้ของผู้ปกครองในจังหวัด  
ชลบุรี ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง ดังรายละเอียด ดังนี้

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งจำแนกตามระดับการศึกษาที่โรงเรียนเปิดสอน มาแจกแจงจำนวนและหาค่าร้อยละผลการวิเคราะห์ข้อมูล ปราบกฎตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	ผู้ปกครอง ร.ร.ประถม		ผู้ปกครอง ร.ร.มัธยม		รวม	
	(n <sub>1</sub> = 188)		(n <sub>2</sub> = 191)		(n <sub>t</sub> = 379)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>1. เพศ</b>						
ชาย	44	23.40	49	25.70	93	24.50
หญิง	144	76.60	142	74.30	286	75.50
<b>2. อายุ</b>						
ต่ำกว่า 21 ปี	2	1.10	1	0.50	3	0.80
21 - 30 ปี	24	12.80	11	5.80	35	9.20
31 - 40 ปี	82	43.60	94	49.20	176	46.40
41 - 50 ปี	71	37.80	80	41.90	151	39.80
สูงกว่า 50 ปี ขึ้นไป	9	4.80	5	2.60	14	3.70
<b>ระดับการศึกษา</b>						
อ่านไม่ออก - เขียนไม่ได้	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ประถมศึกษา	13	6.90	12	6.30	25	6.60
มัธยมศึกษาตอนต้น	12	6.40	12	6.30	24	6.30
มัธยมศึกษาตอนปลายหรือป.วช.	31	16.50	26	13.60	57	15.00
อนุปริญญา หรือ ป.วส.	23	12.20	24	12.60	47	12.40
ปริญญาตรี	101	53.70	95	49.70	196	51.70
สูงกว่าปริญญาตรี	8	4.30	22	11.50	30	7.90



จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามปรากฏผลดังนี้

### เพศ

ในการพิจารณาภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นหญิงมากที่สุด จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50 และเพศชาย จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า ผู้ปกครองในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชนเป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 76.60 และเป็นเพศชาย จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 23.40 ผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชนพบว่าเป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 74.30 และเป็นเพศชาย จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 25.70

### อายุ

ในการพิจารณาภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มากที่สุด จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 46.40 รองลงมาคือ อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า กลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชนมีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มากที่สุด จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 43.60 รองลงมาคือ อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80 กลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชนพบว่ามีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มากที่สุด จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 49.20 รองลงมาคือ อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 41.90

### ระดับการศึกษา

ในการพิจารณาภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีวุฒิการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 51.70 รองลงมาคือวุฒิการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ป.วช.) จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า ผู้ปกครองในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชนมีวุฒิการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 53.70 รองลงมาคือวุฒิการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ป.วช.) จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 ผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชนพบว่ามีวุฒิการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี

มากที่สุด จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 49.70 รองลงมามีวุฒิการศึกษาระดับมัธยมศึกษา  
ตอนปลายหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ป.วช.) จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 13.60



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีตามการรับรู้ของผู้ปกครอง

ในตอนที่ 2 ผู้วิจัยเสนอผลการวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีตามการรับรู้ของผู้ปกครอง ตามองค์ประกอบภาพลักษณ์องค์การทั้ง 4 องค์ประกอบ

ตอนที่ 2.1 องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพขององค์การ เสนอผลการวิเคราะห์ ดังนี้

**ตารางที่ 4** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านตัวสถาบัน

บุคลิกภาพของโรงเรียน ด้านตัวสถาบัน	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
1. อาคารเรียนของโรงเรียนได้รับการออกแบบในรูปแบบที่ทันสมัย สวยงาม และสีสดใสสดุดตา	3.80	0.91	3.95	0.82	3.88	0.87
2. อาคารเรียนของโรงเรียนมีความมั่นคง แข็งแรง เหมาะสมและปลอดภัย	4.27	0.74	4.34	0.64	4.30	0.69
3. โรงเรียนมีห้องเรียน โต๊ะเก้าอี้ครู และนักเรียนมั่นคงแข็งแรงเหมาะสมและเพียงพอ	3.93	0.84	3.99	0.75	3.96	0.80
รวมเฉลี่ย	4.00	0.83	4.09	0.74	4.05	0.79

จากตารางที่ 4 สนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของ โรงเรียน  
ในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านตัวสถาบัน ปรากฏผลดังต่อไปนี้

เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้าง  
ข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของกลุ่มผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพ  
ลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านตัวสถาบัน พบว่าโรงเรียน  
เอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องอาคารเรียนของโรงเรียนมีความ  
มั่นคง แข็งแรง เหมาะสมและปลอดภัย ( $\bar{X}_1 = 4.30$ ) รองลงมาคือ โรงเรียนมีห้องเรียน โต๊ะ  
เก้าอี้ครู และนักเรียนมั่นคงแข็งแรงเหมาะสมและเพียงพอ ( $\bar{X}_1 = 3.96$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า โรงเรียนประรมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนใน  
องค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านตัวสถาบันอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด  
ในเรื่องอาคารเรียนของโรงเรียนมีความมั่นคง แข็งแรง เหมาะสมและปลอดภัย ( $\bar{X}_1 = 4.27$ )  
รองลงมาคือ โรงเรียนมีห้องเรียน โต๊ะเก้าอี้ครู และนักเรียนมั่นคงแข็งแรงเหมาะสมและเพียงพอ  
( $\bar{X}_1 = 3.93$ )

ส่วนโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์  
ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านตัวสถาบันอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด  
ในเรื่องอาคารเรียนของโรงเรียนมีความมั่นคง แข็งแรง เหมาะสมและปลอดภัย ( $\bar{X}_2 = 4.34$ )  
รองลงมาคือ โรงเรียนมีห้องเรียน โต๊ะเก้าอี้ครู และนักเรียนมั่นคงแข็งแรงเหมาะสมและเพียงพอ  
( $\bar{X}_2 = 3.99$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความคิดเห็นของผู้ปกครองโรงเรียนประถมและมัธยม ใน  
องค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านตัวสถาบันจากจำนวน 3 ข้อ ปรากฏว่ามีค่าคะแนน  
เฉลี่ยระหว่าง 3.88 - 4.30 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 3 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.05

เมื่อพิจารณากลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถม ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.80 -  
4.27 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 3 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.00

กลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยม พบว่า มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.95 - 4.34 โดย  
จำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 3 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.09

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนตามการรับรู้ของผู้ปกครองจำแนกตามองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านสภาพแวดล้อมในโรงเรียน

บุคลิกภาพของโรงเรียน ด้านสภาพแวดล้อมในโรงเรียน	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
4. สภาพแวดล้อมในโรงเรียนมีความสะอาด ร่มรื่น ห้องเรียนมีแสงสว่าง ปลอดภัย และมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้	4.15	0.80	4.21	0.80	4.18	0.80
5. โรงเรียนมีบริเวณกว้างขวาง มีสนามกีฬากลางแจ้งที่มีสภาพดี และใช้ได้ทุกฤดูกาล	3.49	1.09	3.86	1.04	3.68	1.08
6. โรงเรียนมีเครื่องเล่นและอุปกรณ์ประกอบสนามที่อยู่ในสภาพดี มั่นคงถาวรและปลอดภัย	3.56	0.99	3.79	0.92	3.68	0.96
7. โรงเรียนมีจำนวนห้องน้ำ ห้องส้วมที่ถูกสุขลักษณะพอเพียง และเหมาะสม	3.84	0.88	3.85	0.90	3.84	0.89
รวมเฉลี่ย	3.76	0.94	3.93	0.91	3.84	0.93

จากตารางที่ 5 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านสภาพแวดล้อมในโรงเรียน ปรัชญาผลดังต่อไปนี้

เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของกลุ่มผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านสภาพแวดล้อมในโรงเรียน



พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องสภาพแวดล้อมในโรงเรียนมีความสะอาด ร่มรื่น ห้องเรียนมีแสงสว่าง ปลอดภัย และมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ( $\bar{X}_t = 4.18$ ) รองลงมาคือ โรงเรียนมีจำนวนห้องน้ำ ห้องส้วมที่ถูกสุขลักษณะพอเพียง และเหมาะสม ( $\bar{X}_t = 3.84$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านสภาพแวดล้อมในโรงเรียนอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องสภาพแวดล้อมในโรงเรียนมีความสะอาด ร่มรื่น ห้องเรียนมีแสงสว่าง ปลอดภัย และมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ( $\bar{X}_1 = 4.15$ ) รองลงมาคือ โรงเรียนมีจำนวนห้องน้ำ ห้องส้วมที่ถูกสุขลักษณะพอเพียงและเหมาะสม ( $\bar{X}_1 = 3.84$ )

ส่วนโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านสภาพแวดล้อมในโรงเรียนอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องสภาพแวดล้อมในโรงเรียนมีความสะอาด ร่มรื่น ห้องเรียนมีแสงสว่าง ปลอดภัย และมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ( $\bar{X}_2 = 4.21$ ) รองลงมาคือ โรงเรียนมีบริเวณกว้างขวาง มีสนามกีฬากลางแจ้งที่มีสภาพดีและใช้ได้ทุกฤดูกาล ( $\bar{X}_2 = 3.86$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความคิดเห็นของผู้ปกครองโรงเรียนประถมและมัธยม ในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านสภาพแวดล้อมในโรงเรียนจากจำนวน 4 ข้อ ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.68 - 4.18 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 4 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 3.84

เมื่อพิจารณากลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถม ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.49 - 4.15 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วย 3 ข้อ ไม่แน่ใจ 1 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 3.76

กลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยม พบว่า มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.79 - 4.21 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 4 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 3.93

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านหลักสูตร

บุคลิกภาพของโรงเรียน ด้านหลักสูตร	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
8. โรงเรียนมีหลักสูตรที่หลากหลาย และช่วยเสริมความสามารถของ นักเรียนในการเชื่อมต่อการเรียนรู้ ในห้องเรียนสู่ชุมชน	3.94	0.78	4.00	0.70	3.97	0.74
9. หลักสูตรของโรงเรียนมีความ ทันสมัย สอดคล้องกับท้องถิ่น เหมาะสมตรงกับ ความต้องการ ของนักเรียน และชุมชน	3.99	0.71	4.05	0.69	4.02	0.70
10. โรงเรียนมีวัสดุและอุปกรณ์ การเรียนการสอนเหมาะสมกับ วัยของเด็ก ทันสมัย และ เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย	3.84	0.80	4.04	0.75	3.94	0.78
รวมเฉลี่ย	3.92	0.76	4.03	0.71	3.98	0.74

จากตารางที่ 6 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านหลักสูตร ปรากฏผลดังต่อไปนี้

เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของกลุ่มผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านหลักสูตร พบว่า โรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องหลักสูตรของโรงเรียนมีความทันสมัย สอดคล้องกับท้องถิ่น เหมาะสมตรงกับความต้องการของนักเรียนและชุมชน ( $\bar{X}_t =$

4.02) รองลงมาคือ โรงเรียนมีหลักสูตรที่หลากหลายและช่วยเสริมความสามารถของนักเรียนในการเชื่อมต่อการเรียนรู้ในห้องเรียนสู่ชุมชน ( $\bar{X}_1 = 3.97$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านหลักสูตรอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องหลักสูตรของโรงเรียนมีความทันสมัย สอดคล้องกับท้องถิ่น เหมาะสมตรงกับความต้องการของนักเรียนและชุมชน ( $\bar{X}_1 = 3.99$ ) รองลงมาคือ โรงเรียนมีหลักสูตรที่หลากหลายและช่วยเสริมความสามารถของนักเรียนในการเชื่อมต่อการเรียนรู้ในห้องเรียนสู่ชุมชน ( $\bar{X}_1 = 3.94$ )

ส่วนโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียน ด้านหลักสูตรอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องหลักสูตรของโรงเรียนมีความทันสมัย สอดคล้องกับท้องถิ่น เหมาะสมตรงกับความต้องการของนักเรียนและชุมชน ( $\bar{X}_2 = 4.05$ ) รองลงมาคือ โรงเรียนมีวัสดุและอุปกรณ์การเรียนการสอนเหมาะสมกับวัยของเด็ก ทันสมัย และเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย ( $\bar{X}_2 = 4.04$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความคิดเห็นของผู้ปกครองโรงเรียนประถมและมัธยมในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านหลักสูตรจากจำนวน 3 ข้อ ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.94 - 4.02 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 3 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 3.98

เมื่อพิจารณากลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถม ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.84 - 3.94 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 3 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 3.92

กลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยม พบว่า มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.00 - 4.05 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 3 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.03

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านผู้บริหาร

บุคลิกภาพของโรงเรียน ด้านผู้บริหาร	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
<b>11. ผู้บริหารยิ้มแย้มแจ่มใส สุกภาพ พูดจา เหมาะสมอารมณ์ดี</b>						
เหมาะสมกับเป็นนักบริหาร	4.27	0.78	4.23	0.73	4.25	0.76
<b>12. ผู้บริหารมีบุคลิกภาพโดดเด่น</b>						
นำเคารพ เชื้อถือและศรัทธา	4.21	0.76	4.21	0.73	4.21	0.74
รวมเฉลี่ย	4.24	0.77	4.22	0.73	4.23	0.75

จากตารางที่ 7 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านผู้บริหาร ปรากฏผลดังต่อไปนี้

เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของกลุ่มผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านผู้บริหาร พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องผู้บริหารยิ้มแย้มแจ่มใส สุกภาพ พูดจาเหมาะสม อารมณ์ดีเหมาะสมกับเป็นนักบริหาร ( $\bar{X}_t = 4.25$ ) รองลงมาคือ ผู้บริหารมีบุคลิกภาพโดดเด่น นำเคารพ เชื้อถือและศรัทธา ( $\bar{X}_t = 4.21$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า โรงเรียนประรมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านผู้บริหารอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องผู้บริหารยิ้มแย้มแจ่มใส สุกภาพ พูดจาเหมาะสม อารมณ์ดีเหมาะสมกับเป็นนักบริหาร ( $\bar{X}_1 = 4.27$ ) รองลงมาคือ ผู้บริหารมีบุคลิกภาพโดดเด่น นำเคารพ เชื้อถือและศรัทธา ( $\bar{X}_1 = 4.21$ )

ส่วนโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านผู้บริหารอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องผู้บริหารยิ้มแย้มแจ่มใส สุขภาพ พุดจาเหมาะสม อารมณ์ดีเหมาะสมกับเป็นนักบริหาร ( $\bar{X}_2 = 4.23$ ) รองลงมาคือ ผู้บริหารมีบุคลิกภาพโดดเด่น น่าเคารพ เชื่อถือและศรัทธา ( $\bar{X}_2 = 4.21$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความคิดเห็นของผู้ปกครองโรงเรียนประถมและมัธยมในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านผู้บริหารจากจำนวน 2 ข้อ ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 4.25 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 2 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.23

เมื่อพิจารณากลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชน ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 4.27 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 2 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.24

กลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชน พบว่า มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 4.23 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 2 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.22

**ตารางที่ 8** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านบุคลากรครู

บุคลิกภาพของโรงเรียน ด้านบุคลากรครู	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
13. ครูมีความกระฉับกระเฉง						
คล่องแคล่ว ว่องไว มีชีวิตชีวา	4.11	0.72	4.06	0.69	4.08	0.70
14. ครูพุดจาไพเราะ สุขภาพเรียบร้อย						
มีมนุษยสัมพันธ์ดีและเป็นกันเอง	4.22	0.72	4.13	0.72	4.17	0.72
รวมเฉลี่ย	4.16	0.72	4.09	0.71	4.13	0.71



จากตารางที่ 8 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน  
ในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านบุคลากรครู ปรากฏผลดังต่อไปนี้

เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้าง  
ข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์  
ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านบุคลากรครู พบว่าโรงเรียนเอกชนมี  
ภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องครูพูดจาไพเราะ สุภาพเรียบร้อย มีมนุษย  
สัมพันธ์ดีและเป็นกันเองโดยมีค่าเฉลี่ยการรับรู้สูงที่สุด ( $\bar{X}_1 = 4.17$ ) รองลงมาคือ ครูมีความ  
กระตือรือร้น คล่องแคล่ว ว่องไว มีชีวิตชีวา ( $\bar{X}_1 = 4.08$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า โรงเรียนประรมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนใน  
องค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านบุคลากรครูอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด  
ในเรื่องครูพูดจาไพเราะ สุภาพเรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ดีและเป็นกันเอง ( $\bar{X}_1 = 4.22$ ) รองลงมา  
คือ ครูมีความกระตือรือร้น คล่องแคล่ว ว่องไว มีชีวิตชีวา ( $\bar{X}_1 = 4.11$ )

ส่วนโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนใน  
องค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านบุคลากรครูอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด  
ในเรื่องครูพูดจาไพเราะ สุภาพเรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ดีและเป็นกันเอง ( $\bar{X}_2 = 4.13$ ) รองลงมา  
คือ ครูมีความกระตือรือร้น คล่องแคล่ว ว่องไว มีชีวิตชีวาอยู่ในระดับค่อนข้างบวก ( $\bar{X}_2 = 4.06$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความคิดเห็นของผู้ปกครองโรงเรียนประถมและมัธยมใน  
องค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านบุคลากรครูจากจำนวน 2 ข้อ ปรากฏว่ามีค่าคะแนน  
เฉลี่ยระหว่าง 4.08 - 4.17 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 2 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.13

เมื่อพิจารณากลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชน ปรากฏว่ามีค่าคะแนน  
เฉลี่ยระหว่าง 4.11 - 4.22 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 2 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.16

กลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชน พบว่า มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.06 -  
4.13 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 2 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.09

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านบุคลากร สนิบสนุน และนักเรียน

บุคลิกภาพของโรงเรียน ด้านบุคลากร สนิบสนุน และนักเรียน	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
15. บุคลากร สนิบสนุน มีความสุภาพ อ่อนน้อม พุดจาไพเราะ สุภาพ เรียบร้อย เต็มใจให้การบริการ และ อำนวยความสะดวก	4.11	0.79	4.07	0.64	4.09	0.72
16. นักเรียน มีความร่าเริง แจ่มใส กระตือรือร้นในการเรียน และ รักการอ่าน	4.11	0.72	3.98	0.70	4.04	0.71
<b>รวมเฉลี่ยด้านบุคลิกภาพ ของโรงเรียน</b>	3.99	0.81	4.05	0.76	4.02	0.79

จากตารางที่ 9 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน ในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านบุคลากร สนิบสนุน และนักเรียน ปรากฏผลดังต่อไปนี้

เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านบุคลากร สนิบสนุน และนักเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ในเรื่องบุคลากร สนิบสนุน มีความสุภาพ อ่อนน้อม พุดจาไพเราะ สุภาพ เรียบร้อย เต็มใจให้การบริการ และ อำนวยความสะดวก ( $\bar{X}_t = 4.09$ ) และในเรื่องนักเรียนมีความร่าเริง แจ่มใส กระตือรือร้นในการเรียน และรักการอ่าน ( $\bar{X}_t = 4.04$ ) เช่นเดียวกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านบุคลากรสนับสนุนและนักเรียนอยู่ในระดับค่อนข้างบวกในเรื่องบุคลากรสนับสนุนมีความสุขภาพอ่อนนุ่ม พุดจาไพเราะ สุภาพ เรียบร้อย เต็มใจให้บริการและอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับค่อนข้างบวก ( $\bar{X}_1 = 4.11$ ) และในเรื่องนักเรียนมีความร่าเริง แจ่มใส กระตือรือร้นในการเรียนและรักการอ่านอยู่ในระดับค่อนข้างบวก ( $\bar{X}_1 = 4.11$ ) เช่นเดียวกัน

ส่วนโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านบุคลากรสนับสนุนและนักเรียนอยู่ในระดับค่อนข้างบวกในเรื่องบุคลากรสนับสนุนมีความสุขภาพอ่อนนุ่ม พุดจาไพเราะ สุภาพ เรียบร้อย เต็มใจให้บริการและอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับค่อนข้างบวก ( $\bar{X}_2 = 4.07$ ) และในเรื่องนักเรียนมีความร่าเริง แจ่มใส กระตือรือร้นในการเรียนและรักการอ่านอยู่ในระดับค่อนข้างบวก ( $\bar{X}_2 = 3.98$ ) เช่นเดียวกัน

เมื่อพิจารณากลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชน อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.11 กลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชน อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.98

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านตัวสถาบัน

ชื่อเสียงของโรงเรียน ด้านตัวสถาบัน	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
1. โรงเรียนมีชื่อเสียงในด้านการ อบรมจรรยาบรรณคุณธรรม จริยธรรมแก่นักเรียน	3.94	0.68	4.09	0.70	4.02	0.70
2. โรงเรียนมีการจัดการศึกษาที่มี มาตรฐานทางวิชาการ	4.08	0.66	4.17	0.62	4.12	0.64
3. โรงเรียนได้รับรางวัลจากการแข่งขัน ด้านต่าง ๆ มาก ( ด้านกีฬา วิชาการ มารยาท ความประพฤติ )	4.03	0.68	4.12	0.69	4.07	0.69
รวมเฉลี่ย	4.02	0.67	4.13	0.67	4.07	0.67

จากตารางที่ 10 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านตัวสถาบัน ปรากฏผลดังต่อไปนี้

เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านตัวสถาบัน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องโรงเรียนมีการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการ ( $\bar{X}_t = 4.12$ ) รองลงมาคือ โรงเรียนได้รับรางวัลจากการแข่งขันด้านต่าง ๆ มาก (ด้านกีฬา วิชาการ มารยาท ความประพฤติ) ( $\bar{X}_t = 4.07$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า โรงเรียนประรมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านตัวสถาบันอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด

ในเรื่องโรงเรียนมีการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการ( $\bar{X}_1 = 4.08$ ) รองลงมา คือ โรงเรียนได้รับรางวัลจากการแข่งขันด้านต่าง ๆ มาก(ด้านกีฬา วิชาการ มารยาท ความประพฤติ) ( $\bar{X}_1 = 4.03$ )

ส่วนโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน ในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านตัวสถาบันอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องโรงเรียนมีการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการ ( $\bar{X}_2 = 4.17$ )รองลงมาคือ โรงเรียนได้รับรางวัลจากการแข่งขันด้านต่าง ๆ มาก(ด้านกีฬา วิชาการ มารยาท ความประพฤติ) ( $\bar{X}_2 = 4.12$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความคิดเห็นของผู้ปกครองโรงเรียนประถมและมัธยม ในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านตัวสถาบันจากจำนวน 3 ข้อ ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.02 - 4.12 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 3 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.07

เมื่อพิจารณากลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชน ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.94 - 4.08 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 3 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.02

กลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชน พบว่า มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.09 - 4.17 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 3 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.13

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนตามการรับรู้  
ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านนักเรียน

ชื่อเสียงของโรงเรียน ด้านนักเรียน	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
4. นักเรียนมีความรู้ความสามารถใน ด้านวิชาการ (คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ศาสตร์ ภาษาไทย ภาษาต่าง ประเทศ )	3.92	0.65	3.95	0.67	3.94	0.66
5. นักเรียนมีความรู้ความสามารถและ ทักษะการใช้คอมพิวเตอร์	3.95	0.80	3.96	0.63	3.96	0.72
6. นักเรียนมีความรู้ความสามารถใน ด้าน ดนตรี กีฬา ศิลปะ	3.97	0.74	3.98	0.63	3.98	0.68
7. นักเรียนกิจกรรมยามว่างมี วินัยในตนเอง	3.82	0.73	3.87	0.68	3.85	0.70
รวมเฉลี่ย	3.91	0.73	3.94	0.65	3.93	0.69

จากตารางที่ 11 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน  
ในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านนักเรียน ปรากฏผลดังต่อไปนี้

เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้าง  
ขำบวก ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์  
ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านนักเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์  
ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในเรื่องนักเรียนมีความรู้ความสามารถในด้านดนตรี กีฬา  
ศิลปะ ( $\bar{X}_t = 3.98$ ) รองลงมาคือ นักเรียนมีความรู้ความสามารถและทักษะการใช้คอมพิวเตอร์  
( $\bar{X}_t = 3.96$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านนักเรียนอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องนักเรียนมีความรู้ความสามารถในด้านดนตรี กีฬา ศิลปะ ( $\bar{X}_1 = 3.97$ ) รองลงมาคือ นักเรียนมีความรู้ความสามารถและทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ ( $\bar{X}_1 = 3.95$ )

ส่วนโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านนักเรียนอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องนักเรียนมีความรู้ความสามารถในด้านดนตรี กีฬา ศิลปะ ( $\bar{X}_2 = 3.98$ ) รองลงมาคือ นักเรียนมีความรู้ความสามารถและทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ ( $\bar{X}_2 = 3.96$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความคิดเห็นของผู้ปกครองโรงเรียนประถมและมัธยม ในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านนักเรียนจากจำนวน 4 ข้อ ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.85 - 3.98 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 4 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 3.93

เมื่อพิจารณากลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชน ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.82 - 3.97 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 4 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 3.91

กลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชน พบว่า มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.87 - 3.98 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 4 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 3.94

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนตามการรับรู้  
ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านศิษย์เก่า

ชื่อเสียงของโรงเรียน ด้านศิษย์เก่า	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
8. ผู้สำเร็จจากโรงเรียนมีโอกาส ศึกษาต่อและ/หรือเข้าทำงานได้ง่าย	3.84	0.73	3.81	0.74	3.82	0.73
9. ผู้สำเร็จจากโรงเรียนประสบความสำเร็จ ในการทำงาน มีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับในสังคม	3.92	0.71	3.92	0.69	3.92	0.70
รวมเฉลี่ย	3.88	0.72	3.87	0.71	3.87	0.72

จากตารางที่ 2 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน  
ในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านศิษย์เก่า ปรากฏผลดังต่อไปนี้

เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้าง  
ขำงบวก ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์  
ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านศิษย์เก่า พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพ  
ลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในเรื่องผู้สำเร็จจากโรงเรียนประสบความสำเร็จใน  
การทำงาน มีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับในสังคม ( $\bar{X}_t = 3.92$ ) รองลงมาคือ ผู้สำเร็จจากโรง  
เรียนมีโอกาสศึกษาต่อและ/หรือเข้าทำงานได้ง่าย ( $\bar{X}_t = 3.82$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า โรงเรียนประรมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนใน  
องค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านศิษย์เก่าอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ใน  
เรื่องผู้สำเร็จจากโรงเรียนประสบความสำเร็จในการทำงาน มีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับในสังคม  
( $\bar{X}_1 = 3.92$ ) รองลงมาคือ ผู้สำเร็จจากโรงเรียนมีโอกาสศึกษาต่อและ/หรือเข้าทำงานได้ง่าย ( $\bar{X}_1 =$   
3.82 )

ส่วนโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านศิษย์เก่าอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องผู้สำเร็จจากโรงเรียนประสบความสำเร็จในการทำงาน มีชื่อเสียงได้รับการยอมรับในสังคม ( $\bar{X}_2 = 3.92$ ) รองลงมา คือ ผู้สำเร็จจากโรงเรียนมีโอกาสศึกษาต่อและ/หรือเข้าทำงานได้ง่าย ( $\bar{X}_2 = 3.81$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความคิดเห็นของผู้ปกครองโรงเรียนประถมและมัธยม ในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านศิษย์เก่าจากจำนวน 2 ข้อ ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.82 - 3.92 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 2 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 3.87

เมื่อพิจารณากลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชน ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.82 - 3.92 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 2 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 3.88

กลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชน พบว่า มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.81 - 3.92 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 2 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 3.87

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียน ด้านบุคลากรครู

ชื่อเสียงของโรงเรียน ด้านบุคลากรครู	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
10. ครูมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียน	4.34	0.60	4.23	0.60	4.28	0.60
11. ครูมีความรู้ความสามารถในการสอน	4.20	0.60	4.12	0.61	4.16	0.61
รวมเฉลี่ย	4.27	0.60	4.17	0.61	4.22	0.61
<b>รวมเฉลี่ยด้านชื่อเสียงของโรงเรียน</b>	<b>4.00</b>	<b>0.69</b>	<b>4.02</b>	<b>0.66</b>	<b>4.01</b>	<b>0.68</b>

จากตารางที่ 13 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน

ในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านบุคลากรครู ปรากฏผลดังต่อไปนี้

เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านบุคลากรครู พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องครูมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียน ( $\bar{X}_t = 4.22$ ) รองลงมาคือ ครูมีความรู้ความสามารถในการสอนอยู่ในระดับค่อนข้างบวก ( $\bar{X}_t = 4.16$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า โรงเรียนประรมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านบุคลากรครูอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องครูมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียน ( $\bar{X}_1 = 4.34$ ) รองลงมาคือ ครูมีความรู้ความสามารถในการสอน ( $\bar{X}_1 = 4.20$ )

ส่วนโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน ดังนี้



ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านบุคลากรครูอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องครูมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียน ( $\bar{X}_2 = 4.23$ ) รองลงมาคือ ครูมีความรู้ความสามารถในการสอน ( $\bar{X}_2 = 4.12$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความคิดเห็นของผู้ปกครองโรงเรียนประถมและมัธยม ในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านบุคลากรครูจากจำนวน 2 ข้อ ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.16 - 4.28 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 2 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.01

เมื่อพิจารณาในกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชน ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.20 - 4.34 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 2 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.27

กลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชน พบว่า มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.12 - 4.23 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 2 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.17



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านตัวสถาบัน

เอกลักษณ์ของโรงเรียน ด้านตัวสถาบัน	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
1. ชื่อของโรงเรียนเป็นสิ่งจูงใจในการตัดสินใจในการเลือกโรงเรียนสำหรับบุตรหลาน	4.01	0.80	4.17	0.78	4.09	0.79
2. ท่านมีความรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อมีโอกาสใช้สิ่งของอันแสดงถึงสัญลักษณ์ของโรงเรียน	3.96	0.79	4.01	0.78	3.98	0.79
3. ชื่อโรงเรียน อักษรย่อ สัญลักษณ์เครื่องหมายของ โรงเรียนสะดุดตาช่วยสร้างความภูมิใจที่มีบุตรหลานเรียนโรงเรียนแห่งนี้	4.09	0.74	4.32	0.73	4.21	0.75
4. พิธีการและประเพณีปฏิบัติของโรงเรียนช่วยเสริมภาพพจน์ให้นักเรียนและโรงเรียน	4.04	0.70	4.26	0.69	4.15	0.70
5. ชื่อเสียงประวัติและความเก่าแก่ของโรงเรียนถือเป็นจุดเด่นของโรงเรียนที่ก่อตั้งมานาน	4.15	0.77	4.43	0.71	4.30	0.75
รวมเฉลี่ย	4.05	0.76	4.24	0.74	4.15	0.76

จากตารางที่ 14 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านตัวสถาบัน ปรากฏผลดังต่อไปนี้

เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านตัวสถาบัน พบว่าโรงเรียนเอกชนมี

ภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกโดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ในเรื่องชื่อเสียงประวัติและความเก่าแก่ของโรงเรียนถือเป็นจุดเด่นของโรงเรียนที่ก่อตั้งมานาน ( $\bar{X}_1 = 4.30$ ) รองลงมาคือ ชื่อโรงเรียน อักษรย่อ สัญลักษณ์ เครื่องหมายของโรงเรียนสะอาดตา ช่วยสร้างความภูมิใจที่มีบุตรหลานเรียนโรงเรียนแห่งนี้ ( $\bar{X}_1 = 4.21$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านตัวสถาบันอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ในเรื่องชื่อเสียงประวัติและความเก่าแก่ของโรงเรียนถือเป็นจุดเด่นของโรงเรียนที่ก่อตั้งมานาน ( $\bar{X}_1 = 4.15$ ) รองลงมาคือ ชื่อโรงเรียน อักษรย่อ สัญลักษณ์ เครื่องหมายของโรงเรียนสะอาดตา ช่วยสร้างความภูมิใจที่มีบุตรหลานเรียนโรงเรียนแห่งนี้ ( $\bar{X}_1 = 4.09$ )

โรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านตัวสถาบันอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องชื่อเสียงประวัติและความเก่าแก่ของโรงเรียนถือเป็นจุดเด่นของโรงเรียนที่ก่อตั้งมานาน ( $\bar{X}_2 = 4.43$ ) รองลงมาคือ ชื่อโรงเรียน อักษรย่อ สัญลักษณ์ เครื่องหมายของโรงเรียนสะอาดตา ช่วยสร้างความภูมิใจที่มีบุตรหลานเรียนโรงเรียนแห่งนี้ ( $\bar{X}_2 = 4.32$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความคิดเห็นของผู้ปกครองโรงเรียนประถมและมัธยม ในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านตัวสถาบัน จากจำนวน 5 ข้อ เมื่อพิจารณาภาพรวมปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.98 - 4.30 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 5 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.15

เมื่อพิจารณากลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชน ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.96 - 4.15 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 5 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.05

กลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชน พบว่า มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.01 - 4.43 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 5 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.24

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านเครื่องแบบ

เอกลักษณ์ของโรงเรียน ด้านเครื่องแบบ	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
6. การแต่งกายของผู้บริหารและครูมี ความเป็นระเบียบ เรียบร้อย สุภาพ สวยงาม และเหมาะสมกับ กาลเทศะ	4.35	0.66	4.48	0.61	4.42	0.63
7. เครื่องแบบนักเรียนมีรูปแบบที่ สวยงาม สะดุดตาและมีความ สุภาพ เรียบร้อย	4.25	0.60	4.40	0.63	4.32	0.62
8. การแต่งกายของบุคลากรสนับสนุน มีความสุภาพเรียบร้อยเหมาะสม	4.14	0.69	4.27	0.59	4.21	0.64
<b>รวมเฉลี่ย</b>	4.25	0.65	4.38	0.61	4.32	0.63

จากตารางที่ 15 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน

ในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านเครื่องแบบ ปรากฏผลดังต่อไปนี้

เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านเครื่องแบบ พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ในเรื่องการแต่งกายของผู้บริหารและครูมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สุภาพ สวยงาม และเหมาะสมกับกาลเทศะ ( $\bar{X}_t = 4.42$ ) รองลงมาคือ เครื่องแบบนักเรียนมีรูปแบบที่สวยงาม สะดุดตาและมีความสุภาพเรียบร้อย อยู่ในระดับค่อนข้างบวก ( $\bar{X}_t = 4.32$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านเครื่องแบบอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ในเรื่องการแต่งกายของผู้บริหารและครูมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สุภาพ สวยงาม และเหมาะสมกับกาลเทศะ ( $\bar{X}_1 = 4.35$ ) รองลงมาคือ เครื่องแบบนักเรียนมีรูปแบบที่สวยงาม สะดุดตาและมีความสุภาพเรียบร้อย ( $\bar{X}_1 = 4.25$ )

ส่วนโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านเครื่องแบบอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ในเรื่องการแต่งกายของผู้บริหารและครูมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สุภาพ สวยงาม และเหมาะสมกับกาลเทศะ ( $\bar{X}_2 = 4.48$ ) รองลงมาคือ เครื่องแบบนักเรียนมีรูปแบบที่สวยงาม สะดุดตาและมีความสุภาพเรียบร้อย ( $\bar{X}_2 = 4.40$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความคิดเห็นของผู้ปกครองโรงเรียนประถมและมัธยม ในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านเครื่องแบบจากจำนวน 3 ข้อ เมื่อพิจารณาภาพรวมปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 4.42 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 3 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.32

เมื่อพิจารณากลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชน ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.14 - 4.35 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 3 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.25

กลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชน พบว่า มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.27 - 4.48 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 3 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.38

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนตามการรับรู้  
ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านการเรียน  
การสอน

เอกลักษณ์ของโรงเรียน ด้านการเรียนการสอน	ร.ร. ประถม ( $n_1 = 188$ )		ร.ร. มัธยม ( $n_2 = 191$ )		รวม ( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
	9. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่อง งานฝีมือ ศิลปะหัตถกรรม	3.43	0.82	3.48	0.72	3.45
10. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องกา รอบรมคุณธรรม จริยธรรม และ จรรยาบรรณ	3.90	0.74	3.97	0.78	3.94	0.76
11. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่อง การสอนภาษาต่างประเทศ	3.63	0.85	3.92	0.86	3.78	0.86
12. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่อง การสอนคอมพิวเตอร์	3.75	0.82	3.84	0.76	3.79	0.79
13. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่อง การจัดการศึกษาที่มีมาตรฐาน ทางวิชาการ	3.96	0.73	4.04	0.68	4.00	0.70
14. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่อง การส่งเสริมให้นักเรียนมีความ สามารถพิเศษทางด้านกีฬา ดนตรี ศิลปะ	3.96	0.85	4.05	0.73	4.01	0.79
15. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่อง ระเบียบวินัยของนักเรียน	3.97	0.78	4.02	0.72	3.99	0.75
รวมเฉลี่ย	3.80	0.80	3.90	0.75	3.85	0.78
<b>รวมเฉลี่ยด้านเอกลักษณ์ ของโรงเรียน</b>	3.97	0.76	4.11	0.72	4.04	0.74

จากตารางที่ 16 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน

ในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านการเรียนการสอน ปรากฏผลดังต่อไปนี้

เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านการเรียนการสอน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการและโรงเรียนมีความโดดเด่นและในเรื่องการส่งเสริมให้นักเรียนมีความสามารถพิเศษทางด้านกีฬา ดนตรี ศิลปะเช่นเดียวกัน ( $\bar{X}_t = 4.40$ ) รองลงมาคือ โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องระเบียบวินัยของนักเรียน ( $\bar{X}_t = 3.99$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า โรงเรียนประรมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านการเรียนการสอน อยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องโรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องระเบียบวินัยของนักเรียน ( $\bar{X}_1 = 3.97$ ) รองลงมาคือ โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการและโรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการส่งเสริมให้นักเรียนมีความสามารถพิเศษทางด้านกีฬา ดนตรี ศิลปะเช่นเดียวกัน ( $\bar{X}_1 = 3.96$ )

ส่วนโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านการเรียนการสอน อยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องโรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการส่งเสริมให้นักเรียนมีความสามารถพิเศษทางด้านกีฬา ดนตรี ศิลปะ ( $\bar{X}_2 = 4.05$ ) รองลงมาคือ โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการ ( $\bar{X}_2 = 4.04$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความคิดเห็นของผู้ปกครองโรงเรียนประถมและมัธยม ในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านการเรียนการสอนจากจำนวน 7 ข้อ ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.45 - 4.00 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วย 6 ข้อ และไม่แน่ใจ 1 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 3.85

เมื่อพิจารณากลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชน ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.43 - 3.97 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วย 6 ข้อ และไม่แน่ใจ 1 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 3.80

กลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชน พบว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.48 - 4.05 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วย 6 ข้อ และไม่แน่ใจ 1 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 3.90

**ตารางที่ 17** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านการดำเนินงาน

คุณค่าหรือจรรยาบรรณ ของโรงเรียน ด้านการดำเนินงาน	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
1. โรงเรียนมีวิสัยทัศน์ หรือเป้าหมาย ในการดำเนินงานของโรงเรียน ประกาศไว้ อย่างเปิดเผย ชัดเจน	4.02	0.77	4.21	0.62	4.12	0.70
2. โรงเรียนมีธรรมเนียมโรงเรียน คู่มือครู คู่มือนักเรียน สำหรับเป็นแนวใน การยึดถือปฏิบัติอย่างชัดเจน	3.96	0.74	4.21	0.67	4.09	0.72
3. โรงเรียนมีนโยบายและแผนพัฒนา โรงเรียนอย่างชัดเจน	3.93	0.83	4.20	0.71	4.07	0.78
4. อัตราส่วนครูต่อนักเรียนมีความ เหมาะสม ขนาดของชั้นเรียนมี ขนาดพอเหมาะกับจำนวน นักเรียนในชั้น	3.99	0.78	3.68	0.89	3.83	0.85
รวมเฉลี่ย	3.98	0.78	4.08	0.72	4.03	0.76

จากตารางที่ 17 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์  
ของโรงเรียน  
ในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านการดำเนินงาน ปรากฏ  
ผลดังต่อไปนี้

เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านการดำเนินงานพบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องโรงเรียนมีวิสัยทัศน์ หรือเป้าหมายในการดำเนินงานของโรงเรียนประกาศไว้อย่างเปิดเผยชัดเจน ( $\bar{X}_4 = 4.12$ ) รองลงมาคือ โรงเรียนมีธรรมเนียมโรงเรียน คู่มือครู คู่มือนักเรียนสำหรับเป็นแนวในการยึดถือปฏิบัติอย่างชัดเจน ( $\bar{X}_1 = 4.09$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า โรงเรียนประรมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านการดำเนินงาน อยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องโรงเรียนมีวิสัยทัศน์ หรือเป้าหมายในการดำเนินงานของโรงเรียนประกาศไว้อย่างเปิดเผยชัดเจน ( $\bar{X}_1 = 4.02$ ) รองลงมาคือ อัตราส่วนครูต่อนักเรียนมีความเหมาะสม ขนาดของชั้นเรียนมีขนาดพอเหมาะกับจำนวนนักเรียนในชั้น ( $\bar{X}_1 = 3.99$ )

ส่วนโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านการดำเนินงาน อยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องโรงเรียนมีวิสัยทัศน์ หรือเป้าหมายในการดำเนินงานของโรงเรียนประกาศไว้อย่างเปิดเผยชัดเจน และโรงเรียนมีธรรมเนียมโรงเรียน คู่มือครู คู่มือนักเรียนสำหรับเป็นแนวในการยึดถือปฏิบัติอย่างชัดเจน ( $\bar{X}_2 = 4.21$ ) รองลงมาคือ โรงเรียนมีนโยบายและแผนพัฒนาโรงเรียนอย่างชัดเจน ( $\bar{X}_2 = 4.20$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความคิดเห็นของผู้ปกครองโรงเรียนประถมและมัธยม ในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านการดำเนินงาน จากจำนวน 4 ข้อ ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.03 - 4.12 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 6 ข้อ และไม่แน่ใจ 1 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 3.85

เมื่อพิจารณากลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชน ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.93 - 4.02 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 4 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 3.98

กลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชน พบว่า มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.68 - 4.21 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 4 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.08

**ตารางที่ 18** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านการบริการ

คุณค่าหรือจรรยาบรรณ ของโรงเรียน ด้านการบริการ	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
5. โรงเรียนมีบริการให้ทุนการศึกษา แก่นักเรียนที่ขาดแคลนและ นักเรียนที่เรียนดี	3.91	0.94	3.91	0.79	3.91	0.87
6. โรงเรียนมีบริการให้ทุนอาหาร กลางวันแก่นักเรียนที่ประสบภาวะ ทุพโภชนา หรือขาดแคลนอาหาร กลางวัน	3.67	0.94	3.42	0.83	3.55	0.89
7. โรงเรียนจัดให้มีการบริการตรวจ สุขภาพอนามัยแก่นักเรียนเป็น ประจำ	4.16	0.76	4.10	0.74	4.13	0.75
8. โรงเรียนจัดให้บริการด้านการให้คำ ปรึกษาและการแนะแนว	3.90	0.83	3.94	0.65	3.92	0.75
9. โรงเรียนให้บริการคอมพิวเตอร์ ห้องสมุด เป็นสื่อและแหล่งการ เรียนรู้แก่ชุมชน	3.84	0.93	3.96	0.82	3.90	0.88
รวมเฉลี่ย	3.90	0.88	3.87	0.77	3.88	0.83



จากตารางที่ 18 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านการบริการ ปรากฏผลดังต่อไปนี้

เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านการบริการ พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องโรงเรียนจัดให้มีการบริการตรวจสอบสภาพอนามัยแก่นักเรียนเป็นประจำ ( $\bar{X}_t = 4.13$ ) รองลงมาคือ โรงเรียนจัดให้บริการด้านการให้คำปรึกษาและการแนะแนว ( $\bar{X}_t = 3.92$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านการบริการ อยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องโรงเรียนจัดให้มีการบริการตรวจสอบสภาพอนามัยแก่นักเรียนเป็นประจำ ( $\bar{X}_1 = 4.16$ ) รองลงมาคือ โรงเรียนมีบริการให้ทุนอาหารกลางวันแก่นักเรียนที่ประสบภาวะทุพโภชนาหรือขาดแคลนอาหารกลางวัน ( $\bar{X}_1 = 3.91$ )

ส่วนโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านการบริการ อยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องโรงเรียนจัดให้มีการบริการตรวจสอบสภาพอนามัยแก่นักเรียนเป็นประจำ ( $\bar{X}_2 = 4.10$ ) รองลงมาคือ โรงเรียนมีบริการคอมพิวเตอร์ ห้องสมุด เป็นสื่อและแหล่งการเรียนรู้แก่ชุมชน ( $\bar{X}_2 = 3.96$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความคิดเห็นของผู้ปกครองโรงเรียนประถมและมัธยม ในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านการบริการ จากจำนวน 5 ข้อ ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.55 - 4.13 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 5 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 3.88

เมื่อพิจารณากลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชน ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.67 - 4.16 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 5 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 3.90

กลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชน พบว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.42 - 4.10 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วย 4 ข้อ และไม่แน่ใจ 1 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 3.08

**ตารางที่ 19** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านผู้บริหาร

คุณค่าหรือจรรยาบรรณ ของโรงเรียน ด้านผู้บริหาร	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
10. ผู้บริหารเป็นผู้มีความรู้ทางด้าน เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง และทันต่อข่าวสาร เหตุการณ์	4.09	0.83	4.10	0.70	4.09	0.77
11. ผู้บริหารเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็น แบบอย่างที่ดี	4.27	0.79	4.28	0.68	4.27	0.73
12. ผู้บริหารเข้าร่วมกิจกรรมในการ ส่งเสริม และช่วยเหลือสังคม	4.08	0.79	4.23	0.71	4.15	0.75
13. ผู้บริหารปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็ม ความสามารถและมีการพัฒนา อย่างต่อเนื่อง	4.17	0.85	4.24	0.66	4.20	0.76
14. ผู้บริหารมีการนำนวัตกรรมหรือ เทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการบริหาร จัดการ	4.06	0.78	4.16	0.72	4.11	0.75
15. ผู้บริหารปฏิบัติตนเป็นคนทันสมัย พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ อย่างเหมาะสม	4.04	0.81	4.14	0.70	4.09	0.76
รวมเฉลี่ย	4.12	0.81	4.19	0.69	4.15	0.75

จากตารางที่ 19 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านผู้บริหาร ปรากฏผลดังต่อไปนี้

เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านผู้บริหาร พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องผู้บริหารเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ( $\bar{X}_1 = 4.27$ ) รองลงมาคือ ผู้บริหารปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X}_1 = 4.20$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านผู้บริหาร อยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องผู้บริหารเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ( $\bar{X}_1 = 4.27$ ) รองลงมา คือ ผู้บริหารปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X}_1 = 4.17$ )

ส่วนโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านผู้บริหาร อยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องผู้บริหารเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ( $\bar{X}_2 = 4.28$ ) รองลงมาคือ ผู้บริหารปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X}_2 = 4.24$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความคิดเห็นของผู้ปกครองโรงเรียนประถมและมัธยม ในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านผู้บริหาร จากจำนวน 6 ข้อ ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.09 - 4.27 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 6 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.15

เมื่อพิจารณากลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชน ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.04 - 4.27 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 6 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.12

กลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชน พบว่า มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.10 - 4.28 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 6 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.19

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านบุคลากรครู

คุณค่าหรือจรรยาบรรณ ของโรงเรียน ด้านบุคลากรครู	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
16. ครูในโรงเรียนส่วนใหญ่มีคุณวุฒิทางการศึกษาสูง	4.02	0.73	3.99	0.75	4.01	0.74
17. ครูเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี	4.25	0.63	4.17	0.71	4.21	0.67
18. ครูเข้าร่วมกิจกรรมในการส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม	4.06	0.66	4.07	0.68	4.07	0.67
19. ครูปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีการพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มพูนทักษะในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง	4.15	0.72	4.16	0.72	4.16	0.72
20. ครูมีการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการเรียนการสอน	4.07	0.73	3.96	0.71	4.02	0.72
รวมเฉลี่ย	4.11	0.70	4.07	0.71	4.09	0.70
<b>รวมเฉลี่ยด้านคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน</b>	<b>4.03</b>	<b>0.79</b>	<b>4.06</b>	<b>0.72</b>	<b>4.05</b>	<b>0.76</b>

จากตารางที่ 20 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านบุคลากรครู ปรากฏผลดังต่อไปนี้

เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านบุคลากรครู พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องครูเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ( $\bar{X}_1 = 4.21$ ) รองลงมาคือ ครูปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีการพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มพูนทักษะในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X}_1 = 4.16$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านบุคลากรครู อยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องครูเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ( $\bar{X}_1 = 4.25$ ) รองลงมาคือ ครูปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีการพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มพูนทักษะในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X}_1 = 4.15$ )

ส่วนโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านบุคลากรครู อยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องครูเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ( $\bar{X}_2 = 4.17$ ) รองลงมาคือ ครูปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีการพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มพูนทักษะในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X}_2 = 4.16$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความคิดเห็นของผู้ปกครองโรงเรียนประถมและมัธยม ในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านบุคลากรครูจากจำนวน 5 ข้อ ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.01 - 4.21 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 5 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.09

เมื่อพิจารณากลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชน ปรากฏว่ามีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.02 - 4.25 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 5 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.11

กลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชน พบว่า มีค่าคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.96 - 4.17 โดยจำแนกออกเป็นระดับเห็นด้วยทั้ง 5 ข้อ ค่าเฉลี่ยรวม 4.07



ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนตามการรับรู้  
ของผู้ปกครอง ในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียน

บุคลิกภาพของโรงเรียน	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
1. อาคารเรียนของโรงเรียนได้รับการออกแบบในรูปแบบที่ทันสมัย สวยงาม และสีสดใสสดุดตา	3.80	0.91	3.95	0.82	3.88	0.87
2. อาคารเรียนของโรงเรียนมีความมั่นคง แข็งแรง เหมาะสมและปลอดภัย	4.27	0.74	4.34	0.64	4.30	0.69
3. โรงเรียนมีห้องเรียน โต๊ะเก้าอี้ครู และนักเรียนมั่นคงแข็งแรงเหมาะสมและเพียงพอ	3.93	0.84	3.99	0.75	3.96	0.80
4. สภาพแวดล้อมในโรงเรียนมีความสะอาด ร่มรื่น ห้องเรียนมีแสงสว่าง ปลอดภัย และมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้	4.15	0.80	4.21	0.80	4.18	0.80
5. โรงเรียนมีบริเวณกว้างขวาง มีสนามกีฬากลางแจ้งที่มีสภาพดีและใช้ได้ทุกฤดูกาล	3.49	1.09	3.86	1.04	3.68	1.08
6. โรงเรียนมีเครื่องเล่นและอุปกรณ์ประกอบสนามที่อยู่ในสภาพดีมั่นคงถาวรและปลอดภัย	3.56	0.99	3.79	0.92	3.68	0.96
7. โรงเรียนมีจำนวนห้องน้ำห้องส้วมที่ถูกลักษณะพอเพียงและเหมาะสม	3.84	0.88	3.85	0.90	3.84	0.89

ตารางที่ 21 (ต่อ)

บุคลิกภาพของโรงเรียน	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
8. โรงเรียนมีหลักสูตรที่หลากหลาย และ ช่วยเสริมความสามารถของ นักเรียนในการเชื่อมต่อการเรียนรู้ ในห้องเรียนสู่ชุมชน	3.94	0.78	4.00	0.70	3.97	0.74
9. หลักสูตรของโรงเรียนมีความ ทันสมัย สอดคล้องกับท้องถิ่น เหมาะสมตรงกับความต้องการ ของนักเรียน และชุมชน	3.99	0.71	4.05	0.69	4.02	0.70
10. โรงเรียนมีวัสดุและอุปกรณ์ การเรียนการสอนเหมาะสมกับ วัยของเด็ก ทันสมัย และ เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย	3.84	0.80	4.04	0.75	3.94	0.78
11. ผู้บริหารยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ พูดจา เหมาะสมอารมณ์ดี เหมาะสมกับเป็นนักบริหาร	4.27	0.78	4.23	0.73	4.25	0.76
12. ผู้บริหารมีบุคลิกภาพโดดเด่น น่าเคารพ เชื่อถือและศรัทธา	4.21	0.76	4.21	0.73	4.21	0.74
13. ครูมีความกระฉับกระเฉง คล่องแคล่ว ว่องไว มีชีวิตชีวา	4.11	0.72	4.06	0.69	4.08	0.70
14. ครูพูดจาไพเราะ สุภาพเรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ดีและเป็นกันเอง	4.22	0.72	4.13	0.72	4.17	0.72
15. บุคลากรสนับสนุนมีความสุภาพ อ่อนน้อม พูดจาไพเราะ สุภาพ เรียบร้อย เต็มใจให้การบริการ และ อำนวยความสะดวก	4.11	0.79	4.07	0.64	4.09	0.72

ตารางที่ 21 (ต่อ)

บุคลิกภาพของโรงเรียน	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
16. นักเรียนมีความร่าเริง แจ่มใส กระตือรือร้นในการเรียน และ รักการอ่าน	4.11	0.72	3.98	0.70	4.04	0.71
รวมเฉลี่ยด้านบุคลิกภาพของโรงเรียน	3.99	0.81	4.05	0.76	4.02	0.79

จากตารางที่ 21 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียน ปรากฏผลดังต่อไปนี้

### 1. บุคลิกภาพของโรงเรียน

เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 อาคารเรียนของโรงเรียนมีความมั่นคง แข็งแรง เหมาะสมและปลอดภัย ( $\bar{X}_t = 4.30$ )

1.2 ผู้บริหารยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ พุดจาเหมาะสม อารมณ์ดีเหมาะสมกับเป็นนักบริหาร ( $\bar{X}_t = 4.25$ )

1.3 ผู้บริหารมีบุคลิกภาพโดดเด่น น่าเคารพ เชื้อถือและศรัทธา ( $\bar{X}_t = 4.21$ )

1.4 สภาพแวดล้อมในโรงเรียนมีความสะอาด ร่มรื่น ห้องเรียนมี แสงสว่าง ปลอดภัย โปร่ง และมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ( $\bar{X}_t = 4.18$ )

1.5 ครูพุดจาไพเราะ สุภาพ เรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ดีและเป็นกันเอง ( $\bar{X}_t = 4.17$ )

1.6 บุคลากรสนับสนุนมีความสุภาพ อ่อนน้อม พุดจาไพเราะ สุภาพ

เรียบร้อย เต็มใจให้บริการและอำนวยความสะดวก ( $\bar{X}_t = 4.09$ )

1.7 ครูมีความกระฉับกระเฉง คล่องแคล่ว ว่องไว มีชีวิตชีวา ( $\bar{X}_t = 4.08$ )

1.8 นักเรียนมีความร่าเริง แจ่มใส กระตือรือร้นในการเรียน และรักการอ่าน ( $\bar{X}_t = 4.04$ )

1.9 หลักสูตรของโรงเรียนมีความทันสมัยสอดคล้องกับท้องถิ่นเหมาะสม ตรงกับความต้องการของนักเรียนและชุมชน ( $\bar{X}_t = 4.02$ )

1.10 โรงเรียนมีหลักสูตรที่หลากหลาย และช่วยเสริมความสามารถของนักเรียนในการเชื่อมต่อการเรียนรู้ในห้องเรียนสู่ชุมชน ( $\bar{X}_t = 3.97$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 อาคารเรียนของโรงเรียนมีความมั่นคง แข็งแรง เหมาะสมและปลอดภัย ( $\bar{X}_1 = 4.27$ )

1.2 ผู้บริหารยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ พุดจาเหมาะสม อารมณ์ดีเหมาะสมกับเป็นนักบริหาร ( $\bar{X}_1 = 4.27$ )

1.3 ครูพุดจาไพเราะ สุภาพ เรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ดีและเป็นกันเอง ( $\bar{X}_1 = 4.22$ )

1.4 ผู้บริหารมีบุคลิกภาพโดดเด่น น่าเคารพ เชื้อถือและศรัทธา ( $\bar{X}_1 = 4.21$ )

1.5 สภาพแวดล้อมในโรงเรียนมีความสะอาด ร่มรื่น ห้องเรียนมี แสงสว่างปลอดภัย และมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ( $\bar{X}_1 = 4.15$ )

1.6 ครูมีความกระฉับกระเฉง คล่องแคล่ว ว่องไว มีชีวิตชีวา ( $\bar{X}_1 = 4.11$ ) นักเรียนมีความร่าเริง แจ่มใส กระตือรือร้นในการเรียนและรักการอ่าน ( $\bar{X}_1 = 4.11$ ) และบุคลากรสนับสนุนมีความสุภาพ อ่อนน้อม พุดจาไพเราะ สุภาพ เรียบร้อย เต็มใจให้บริการและอำนวยความสะดวก ( $\bar{X}_1 = 4.11$ )

1.7 หลักสูตรของโรงเรียนมีความทันสมัยสอดคล้องกับท้องถิ่นเหมาะสม ตรงกับความต้องการของนักเรียนและชุมชน ( $\bar{X}_1 = 3.99$ )

1.8 โรงเรียนมีหลักสูตรที่หลากหลาย และช่วยเสริมความสามารถของนักเรียนในการเชื่อมต่อการเรียนรู้ในห้องเรียนสู่ชุมชน ( $\bar{X}_1 = 3.94$ )

1.9 โรงเรียนมีห้องเรียน โต๊ะเก้าอี้ครูและนักเรียนมั่นคงแข็งแรง เหมาะสมและเพียงพอ ( $\bar{X}_1 = 3.93$ )

1.10 โรงเรียนมีจำนวนห้องน้ำ ห้องส้วมที่ถูกต้องลักษณะพอเพียงและเหมาะสม ( $\bar{X}_1 = 3.84$ ) และโรงเรียนมีวัสดุและอุปกรณ์การเรียนการสอนเหมาะสมกับวัยของเด็ก ทันสมัย และเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย ( $\bar{X}_1 = 3.84$ )

ส่วนโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน องค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 อาคารเรียนของโรงเรียนมีความมั่นคง แข็งแรง เหมาะสมและปลอดภัย ( $\bar{X}_2 = 4.34$ )

1.2 ผู้บริหารยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ พุดจาเหมาะสม อารมณ์ดีเหมาะสมกับเป็นนักบริหาร ( $\bar{X}_2 = 4.23$ )

1.3 ผู้บริหารมีบุคลิกภาพโดดเด่น น่าเคารพ เชื้อถือและศรัทธา ( $\bar{X}_2 = 4.21$ ) และสภาพแวดล้อมในโรงเรียนมีความสะอาด ร่มรื่น ห้องเรียนมี แสงสว่าง ปลอดภัย และมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ( $\bar{X}_2 = 4.21$ )

1.4 ครูพุดจาไพเราะ สุภาพ เรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ดีและเป็นกันเอง ( $\bar{X}_2 = 4.13$ )

1.5 บุคลากรสนับสนุนมีความสุภาพ อ่อนน้อม พุดจาไพเราะ สุภาพ เรียบร้อย เต็มใจให้บริการและอำนวยความสะดวก ( $\bar{X}_2 = 4.07$ )

1.6 ครูมีความกระตือรือร้น คล่องแคล่ว ว่องไว มีชีวิตชีวา ( $\bar{X}_2 = 4.06$ )

1.7 หลักสูตรของโรงเรียนมีความทันสมัยสอดคล้องกับท้องถิ่นเหมาะสม ตรงกับความต้องการของนักเรียนและชุมชน ( $\bar{X}_2 = 4.05$ )

1.8 โรงเรียนมีวัสดุและอุปกรณ์การเรียนการสอนเหมาะสมกับวัยของเด็ก ทันสมัย และเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย ( $\bar{X}_2 = 4.04$ )

1.9 โรงเรียนมีหลักสูตรที่หลากหลาย และช่วยเสริมความสามารถของนักเรียนในการเชื่อมต่อการเรียนรู้ในห้องเรียนสู่ชุมชน ( $\bar{X}_2 = 4.00$ )

1.10 โรงเรียนมีห้องเรียน โต๊ะเก้าอี้ครูและนักเรียนมั่นคงแข็งแรง เหมาะสมและเพียงพอ ( $\bar{X}_2 = 3.99$ )



ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนตามการรับรู้  
ของผู้ปกครอง ในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียน

ชื่อเสียงของโรงเรียน	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
1. โรงเรียนมีชื่อเสียงในด้านการ อบรมจรรยาบรรณคุณธรรม จริยธรรมแก่นักเรียน	3.94	0.68	4.10	0.70	4.02	0.70
2. โรงเรียนมีการจัดการศึกษาที่มี มาตรฐานทางวิชาการ	4.08	0.66	4.17	0.62	4.13	0.64
3. โรงเรียนได้รับรางวัลจากการ แข่งขันด้านต่าง ๆ มาก( ด้านกีฬา วิชาการ มารยาท ความประพฤติ )	4.03	0.68	4.12	0.69	4.07	0.69
4. นักเรียนมีความรู้ความสามารถใน ด้านวิชาการ (คณิตศาสตร์ วิทยา ศาสตร์ ภาษาไทย ภาษาต่าง ประเทศ )	3.92	0.65	3.95	0.67	3.94	0.66
5. นักเรียนมีความรู้ความสามารถ และทักษะการใช้คอมพิวเตอร์	3.96	0.80	3.96	0.63	3.96	0.72
6. นักเรียนมีความรู้ความสามารถใน ด้าน ดนตรี กีฬา ศิลปะ	3.97	0.74	3.98	0.63	3.98	0.68
7. นักเรียนกิริยามารยาทเรียบร้อย มี วินัยในตนเอง	3.82	0.73	3.87	0.68	3.85	0.70
8. ผู้สำเร็จจากโรงเรียนมีโอกาส ศึกษาต่อและ/หรือเข้าทำงานได้ง่าย	3.84	0.73	3.81	0.74	3.82	0.73
9. ผู้สำเร็จจากโรงเรียนประสบความสำเร็จ ในการทำงาน มีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับในสังคม	3.92	0.71	3.92	0.69	3.92	0.70

## ตารางที่ 22 ( ต่อ )

ชื่อเสียงของโรงเรียน	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
10. ครูมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียน	4.34	0.60	4.23	0.60	4.28	0.60
11. ครูมีความรู้ความสามารถในการสอน	4.20	0.60	4.12	0.61	4.16	0.61
<b>รวมเฉลี่ยด้านชื่อเสียงของโรงเรียน</b>	<b>4.00</b>	<b>0.69</b>	<b>4.02</b>	<b>0.66</b>	<b>4.01</b>	<b>0.68</b>

จากตารางที่ 22 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียน ปรากฏผลดังต่อไปนี้

## 2. ชื่อเสียงของโรงเรียน

เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 ครูมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียน ( $\bar{X}_t = 4.28$ )

2.2 ครูมีความรู้ความสามารถในการสอน ( $\bar{X}_t = 4.16$ )

2.3 โรงเรียนมีการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการ ( $\bar{X}_t = 4.12$ )

2.4 โรงเรียนได้รับรางวัลจากการแข่งขันด้านต่าง ๆ มาก ( ด้านกีฬา วิชาการ มารยาท ความประพฤติ) ( $\bar{X}_t = 4.07$ )

2.5 โรงเรียนมีชื่อเสียงในด้านกรอบรมจรรยาบรรณ คุณธรรม จริยธรรมแก่นักเรียน ( $\bar{X}_t = 4.02$ )

2.6 นักเรียนมีความรู้ ความสามารถด้านดนตรี กีฬา ศิลปะ ( $\bar{X}_t = 3.98$ )

2.7 นักเรียนมีความรู้ ความสามารถและทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ ( $\bar{X}_t = 3.96$ )

2.8 นักเรียนมีความรู้ ความสามารถในด้านวิชาการ (คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภาษาไทย ภาษาต่างประเทศ) ( $\bar{X}_t = 3.94$ )

2.9 ผู้สำเร็จจากโรงเรียนประสบความสำเร็จในการทำงาน มีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับในสังคม ( $\bar{X}_t = 3.92$ )

2.10 นักเรียนมีกิจกรรมยามว่างเรียบร้อย มีวินัยในตนเอง ( $\bar{X}_t = 3.85$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า โรงเรียนประถมนีมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมนีมีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน องค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 ครูมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียน ( $\bar{X}_1 = 4.34$ )

2.2 ครูมีความรู้ความสามารถในการสอน ( $\bar{X}_1 = 4.20$ )

2.3 โรงเรียนมีการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการ ( $\bar{X}_1 = 4.08$ )

2.4 โรงเรียนได้รับรางวัลจากการแข่งขันด้านต่าง ๆ มาก (ด้านกีฬา วิชาการ มารยาท ความประพฤติ) ( $\bar{X}_1 = 4.03$ )

2.5 นักเรียนมีความรู้ ความสามารถด้านดนตรี กีฬา ศิลปะ ( $\bar{X}_1 = 3.97$ )

2.6 นักเรียนมีความรู้ ความสามารถและทักษะการใช้คอมพิวเตอร์ ( $\bar{X}_1 = 3.95$ )

2.7 โรงเรียนมีชื่อเสียงในด้านการอบรมจรรยาบรรณ คุณธรรม จริยธรรมแก่นักเรียน ( $\bar{X}_1 = 3.94$ )

2.8 นักเรียนมีความรู้ ความสามารถในด้านวิชาการ (คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภาษาไทย ภาษาต่างประเทศ) ( $\bar{X}_1 = 3.92$ ) และผู้สำเร็จจากโรงเรียนประสบความสำเร็จในการทำงาน มีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับในสังคม ( $\bar{X}_1 = 3.92$ )

2.9 ผู้สำเร็จจากโรงเรียนมีโอกาสศึกษาต่อและ/หรือเข้าทำงานได้ง่าย ( $\bar{X}_1 = 3.84$ )

2.10 นักเรียนมีกิจกรรมยามว่างเรียบร้อย มีวินัยในตนเอง ( $\bar{X}_1 = 3.82$ )

ส่วนโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- 2.1 ครูมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียน ( $\bar{X}_2 = 4.23$ )
- 2.2 โรงเรียนมีการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการ ( $\bar{X}_2 = 4.17$ )
- 2.3 ครูมีความรู้ความสามารถในการสอน ( $\bar{X}_2 = 4.12$ ) และโรงเรียนได้รับรางวัลจากการแข่งขันด้านต่าง ๆ มาก(ด้านกีฬา วิชาการ มารยาท ความประพฤติ)( $\bar{X}_2 = 4.12$ )
- 2.4 โรงเรียนมีชื่อเสียงในด้าน การอบรมจรรยาบรรณ คุณธรรมจริยธรรมแก่นักเรียน( $\bar{X}_2 = 4.09$ )
- 2.5 นักเรียนมีความรู้ ความสามารถด้านดนตรี กีฬา ศิลปะ( $\bar{X}_2 = 3.98$ )
- 2.6 นักเรียนมีความรู้ ความสามารถ และทักษะการใช้คอมพิวเตอร์( $\bar{X}_2 = 3.96$ )
- 2.7 นักเรียนมีความรู้ ความสามารถในด้านวิชาการ (คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภาษาไทย ภาษาต่างประเทศ) ( $\bar{X}_2 = 3.95$ )
- 2.8 ผู้สำเร็จจากโรงเรียนประสบความสำเร็จในการทำงาน มีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับในสังคม ( $\bar{X}_2 = 3.92$ )
- 2.9 นักเรียนมีกิจกรรมยามว่าง มีวินัยในตนเอง ( $\bar{X}_2 = 3.87$ )
- 2.10 ผู้สำเร็จจากโรงเรียนมีโอกาสศึกษาต่อและ/หรือเข้าทำงานได้ง่าย ( $\bar{X}_2 = 3.81$ )

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนตามการรับรู้  
ของผู้ปกครอง ในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียน

เอกลักษณ์ของโรงเรียน	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
1. ชื่อของโรงเรียนเป็นสิ่งจูงใจในการ ตัดสินใจในการเลือกโรงเรียน สำหรับบุตรหลาน	4.01	0.80	4.17	0.78	4.09	0.79
2. ท่านมีความรู้สึกภาคภูมิใจ เมื่อมีโอกาสใช้สิ่งของอันแสดงถึง สัญลักษณ์ของโรงเรียน	3.96	0.79	4.01	0.78	3.98	0.79
3. ชื่อโรงเรียน อักษรย่อ สัญลักษณ์ เครื่องหมายของ โรงเรียนสะดุดตา ช่วยสร้างความภูมิใจที่มีบุตรหลาน เรียนโรงเรียนแห่งนี้	4.09	0.74	4.32	0.73	4.21	0.75
4. พิธีการและประเพณีปฏิบัติของ โรงเรียนช่วยเสริมภาพพจน์ให้ นักเรียนและโรงเรียน	4.04	0.70	4.26	0.69	4.15	0.70
5. ชื่อเสียงประวัติและความเก่าแก่ ของโรงเรียนถือเป็นจุดเด่นของ โรงเรียนที่ก่อตั้งมานาน	4.15	0.77	4.43	0.71	4.30	0.75
6. การแต่งกายของผู้บริหารและครูมี ความเป็นระเบียบ เรียบร้อย สุภาพ สวยงาม และเหมาะสมกับ กาลเทศะ	4.35	0.66	4.48	0.61	4.42	0.63
7. เครื่องแบบนักเรียนมีรูปแบบที่ สวยงาม สะดุดตาและมีความ สุภาพ เรียบร้อย	4.25	0.60	4.40	0.63	4.32	0.62



ตารางที่ 23 ( ต่อ )

เอกลักษณ์ของโรงเรียน	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
8. การแต่งกายของบุคลากรสนับสนุน มีความสุภาพเรียบร้อยเหมาะสม	4.14	0.69	4.27	0.59	4.21	0.64
9. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่อง งานฝีมือ ศิลปหัตถกรรม	3.43	0.82	3.48	0.72	3.45	0.77
10. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่อง การอบรมคุณธรรม จริยธรรม และ จรรยาบรรณ	3.90	0.74	3.97	0.78	3.94	0.76
11. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่อง การสอนภาษาต่างประเทศ	3.63	0.85	3.92	0.86	3.78	0.86
12. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่อง การสอนคอมพิวเตอร์	3.75	0.82	3.84	0.76	3.79	0.79
13. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่อง การจัดการศึกษาที่มีมาตรฐาน ทางวิชาการ	3.96	0.73	4.04	0.68	4.00	0.70
14. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่อง การส่งเสริมให้นักเรียนมีความ สามารถพิเศษทางด้านกีฬา ดนตรี ศิลปะ	3.96	0.85	4.05	0.73	4.01	0.79
15. โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่อง ระเบียบวินัยของนักเรียน	3.97	0.78	4.02	0.72	3.99	0.75
<b>รวมเฉลี่ยด้านเอกลักษณ์ ของโรงเรียน</b>	3.97	0.76	4.11	0.72	4.04	0.74

จากตารางที่ 23 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน ในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนปรากฏผลดังต่อไปนี้

### 3.เอกลักษณ์ของโรงเรียน

เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 การแต่งกายของผู้บริหารและครูมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สุภาพ สวยงาม และเหมาะสมกับกาลเทศะ ( $\bar{X}_t = 4.42$ )

3.2 เครื่องแบบนักเรียนมีรูปแบบที่สวยงาม สะดุดตาและมีความสุภาพเรียบร้อย ( $\bar{X}_t = 4.32$ )

3.3 ชื่อเสียง ประวัติและความเก่าแก่ของโรงเรียนถือเป็นจุดเด่นของโรงเรียนที่ก่อตั้งมานาน ( $\bar{X}_t = 4.30$ )

3.4 ชื่อโรงเรียน อักษรย่อ สัญลักษณ์ เครื่องหมายของโรงเรียนสะดุดตาช่วยสร้างความภูมิใจที่มีบุตรหลานเรียนโรงเรียนแห่งนี้ ( $\bar{X}_t = 4.21$ ) และการแต่งกายของบุคลากรสนับสนุนมีความสุภาพเรียบร้อยเหมาะสม ( $\bar{X}_t = 4.21$ )

3.5 พิธีการและประเพณีปฏิบัติของโรงเรียนช่วยเสริมภาพพจน์ให้นักเรียนและโรงเรียน ( $\bar{X}_t = 4.15$ )

3.6 ชื่อของโรงเรียนเป็นสิ่งจูงใจในการตัดสินใจในการเลือกโรงเรียนสำหรับบุตรหลาน ( $\bar{X}_t = 4.09$ )

3.7 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการส่งเสริมให้นักเรียนมีความสามารถพิเศษทางด้านกีฬา ดนตรี ศิลปะ ( $\bar{X}_t = 4.01$ )

3.8 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการ ( $\bar{X}_t = 4.00$ )

3.9 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องระเบียบวินัยของนักเรียน ( $\bar{X}_t = 3.99$ )

3.10 ท่านมีความรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อมีโอกาสใช้สิ่งของอันแสดงถึงสัญลักษณ์ของโรงเรียน ( $\bar{X}_t = 3.98$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน องค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 การแต่งกายของผู้บริหารและครูมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สุภาพ สวยงาม และเหมาะสมกับกาลเทศะ ( $\bar{X}_1 = 4.35$ )

3.2 เครื่องแบบนักเรียนมีรูปแบบที่สวยงาม สะดุดตาและมีความสุภาพเรียบร้อย ( $\bar{X}_1 = 4.25$ )

3.3 ชื่อเสียง ประวัติและความเก่าแก่ของโรงเรียนถือเป็นจุดเด่นของโรงเรียนที่ก่อตั้งมานาน ( $\bar{X}_1 = 4.15$ )

3.4 การแต่งกายของบุคลากรสนับสนุนมีความสุภาพ เรียบร้อย เหมาะสม ( $\bar{X}_1 = 4.14$ )

3.5 ชื่อโรงเรียน อักษรย่อ สัญลักษณ์ เครื่องหมายของโรงเรียนสะดุดตา ช่วยสร้างความภูมิใจที่มีบุตรหลานเรียนโรงเรียนแห่งนี้ ( $\bar{X}_1 = 4.09$ )

3.6 พิธีการและประเพณีปฏิบัติของโรงเรียนช่วยเสริมภาพพจน์ให้นักเรียนและโรงเรียน ( $\bar{X}_1 = 4.04$ )

3.7 ชื่อของโรงเรียนเป็นสิ่งจูงใจในการตัดสินใจในการเลือกโรงเรียนสำหรับบุตรหลาน ( $\bar{X}_1 = 4.01$ )

3.8 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องระเบียบวินัยของนักเรียน ( $\bar{X}_1 = 3.97$ )

3.9 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการ ( $\bar{X}_1 = 3.96$ ) ผู้ปกครองมีความรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อมีโอกาสใช้สิ่งของอันแสดงถึงสัญลักษณ์ของโรงเรียน ( $\bar{X}_1 = 3.96$ ) โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการส่งเสริมให้นักเรียนมีความสามารถพิเศษทางด้านกีฬา ดนตรี ศิลปะ ( $\bar{X}_1 = 3.96$ )

3.10 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการอบรมคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ ( $\bar{X}_1 = 3.90$ )

ส่วนโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 การแต่งกายของผู้บริหารและครูมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สุภาพ สวยงาม และเหมาะสมกับกาลเทศะ ( $\bar{X}_2 = 4.48$ )

3.2 ชื่อเสียง ประวัติและความเก่าแก่ของโรงเรียนถือเป็นจุดเด่นของโรงเรียนที่ก่อตั้งมานาน ( $\bar{X}_2 = 4.43$ )

3.3 เครื่องแบบนักเรียนมีรูปแบบที่สวยงาม สะดุดตาและมีความสุภาพเรียบร้อย ( $\bar{X}_2 = 4.40$ )

3.4 ชื่อโรงเรียน อักษรย่อ สัญลักษณ์ เครื่องหมายของโรงเรียนสะดุดตาช่วยสร้างความภูมิใจที่มีบุตรหลานเรียนโรงเรียนแห่งนี้ ( $\bar{X}_2 = 4.32$ )

3.5 การแต่งกายของบุคลากรสนับสนุนมีความสุภาพ เรียบร้อย เหมาะสม ( $\bar{X}_2 = 4.27$ )

3.6 พิธีการและประเพณีปฏิบัติของโรงเรียนช่วยเสริมภาพพจน์ให้นักเรียนและโรงเรียน ( $\bar{X}_2 = 4.26$ )

3.7 ชื่อของโรงเรียนเป็นสิ่งจูงใจในการตัดสินใจในการเลือกโรงเรียนสำหรับบุตรหลาน ( $\bar{X}_2 = 4.17$ )

3.8 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการส่งเสริมให้นักเรียนมีความสามารถพิเศษทางด้านกีฬา ดนตรี ศิลปะ ( $\bar{X}_2 = 4.05$ )

3.9 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการ ( $\bar{X}_2 = 4.04$ )

3.10 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องระเบียบวินัยของนักเรียน ( $\bar{X}_2 = 4.02$ )

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนตามการรับรู้  
ของผู้ปกครอง ในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน

คุณค่าหรือจรรยาบรรณ ของโรงเรียน	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
1. โรงเรียนมีวิสัยทัศน์ หรือเป้าหมาย ในการดำเนินงานของโรงเรียน ประกาศไว้ อย่างเปิดเผย ชัดเจน	4.02	0.77	4.21	0.62	4.12	0.70
2. โรงเรียนมีธรรมเนียมโรงเรียน คู่มือครู คู่มือนักเรียน สำหรับเป็นแนวใน การยึดถือปฏิบัติอย่างชัดเจน	3.96	0.74	4.21	0.67	4.09	0.72
3. โรงเรียนมีนโยบายและแผนพัฒนา โรงเรียนอย่างชัดเจน	3.93	0.83	4.20	0.71	4.07	0.78
4. อัตราส่วนครูต่อนักเรียนมีความ เหมาะสม ขนาดของชั้นเรียนมี ขนาดพอเหมาะกับจำนวน นักเรียนในชั้น	3.99	0.78	3.68	0.89	3.83	0.85
5. โรงเรียนมีบริการให้ทุนการศึกษา แก่นักเรียนที่ขาดแคลนและ นักเรียนที่เรียนดี	3.91	0.94	3.91	0.79	3.91	0.87
6. โรงเรียนมีบริการให้ทุนอาหาร กลางวันแก่นักเรียนที่ประสบภาวะ ทุพโภชนา หรือขาดแคลนอาหาร กลางวัน	3.67	0.94	3.42	0.83	3.55	0.89
7. โรงเรียนจัดให้มีการบริการตรวจ สุขภาพอนามัยแก่นักเรียนเป็น ประจำ	4.16	0.76	4.10	0.74	4.13	0.75
8. โรงเรียนจัดให้บริการด้านการให้คำ ปรึกษาและการแนะแนว	3.90	0.83	3.94	0.65	3.92	0.75

ตารางที่ 24 ( ต่อ )

คุณค่าหรือจรรยาบรรณ ของโรงเรียน	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
9. โรงเรียนให้บริการคอมพิวเตอร์ ห้องสมุด เป็นสื่อและแหล่งการ เรียนรู้แก่ชุมชน	3.84	0.93	3.96	0.82	3.90	0.88
10. ผู้บริหารเป็นผู้มีความรู้ทางด้าน เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง และทันต่อข่าวสาร เหตุการณ์	4.09	0.83	4.10	0.70	4.09	0.77
11. ผู้บริหารเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็น แบบอย่างที่ดี	4.27	0.79	4.28	0.68	4.27	0.73
12. ผู้บริหารเข้าร่วมกิจกรรมในการ ส่งเสริม และช่วยเหลือสังคม	4.08	0.79	4.23	0.71	4.15	0.75
13. ผู้บริหารปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็ม ความสามารถและมีการพัฒนา อย่างต่อเนื่อง	4.17	0.85	4.24	0.66	4.20	0.76
14. ผู้บริหารมีการนำนวัตกรรมหรือ เทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการบริหาร จัดการ	4.06	0.79	4.16	0.72	4.11	0.75
15. ผู้บริหารปฏิบัติตนเป็นคนทันสมัย พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ อย่างเหมาะสม	4.04	0.81	4.14	0.70	4.09	0.76
16. ครูในโรงเรียนส่วนใหญ่มีคุณวุฒิ ทางการศึกษาสูง	4.02	0.73	3.99	0.75	4.01	0.74
17. ครูเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบ อย่างที่ดี	4.25	0.63	4.17	0.71	4.21	0.67



ตารางที่ 24 ( ต่อ )

คุณค่าหรือจรรยาบรรณ ของโรงเรียน	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
18 .ครูเข้าร่วมกิจกรรมในการส่งเสริม และช่วยเหลือสังคม	4.06	0.66	4.07	0.68	4.07	0.67
19 .ครูปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความ สามารถและมีการพัฒนาตนเอง เพื่อเพิ่มพูนทักษะในการ ปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง	4.15	0.72	4.16	0.72	4.16	0.72
20 .ครูมีการนำนวัตกรรมหรือ เทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการเรียน การสอน	4.07	0.73	3.96	0.71	4.02	0.72
<b>รวมเฉลี่ยด้านคุณค่า หรือจรรยาบรรณของโรงเรียน</b>	4.03	0.79	4.06	0.72	4.05	0.76

จากตารางที่ 24 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน ปรากฏผลดังต่อไปนี้

#### 4. คุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน

เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.1 ผู้บริหารเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ( $\bar{X}_t = 4.27$ )

4.2 ครูเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ( $\bar{X}_t = 4.21$ )

- 4.3 ผู้บริหารปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X}_t = 4.20$ )
- 4.4 ครูปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีการพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มพูนทักษะในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X}_t = 4.16$ )
- 4.5 ผู้บริหารเข้าร่วมกิจกรรมในการส่งเสริม และช่วยเหลือสังคม ( $\bar{X}_t = 4.15$ )
- 4.6 โรงเรียนจัดให้มีการบริการตรวจสุขภาพอนามัยแก่นักเรียนเป็นประจำ ( $\bar{X}_t = 4.13$ )
- 4.7 โรงเรียนมีวิสัยทัศน์ หรือเป้าหมายในการดำเนินงานของโรงเรียนประกาศไว้ อย่างเปิดเผย ชัดเจน ( $\bar{X}_t = 4.12$ )
- 4.8 ผู้บริหารมีการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการบริหารจัดการ ( $\bar{X}_t = 4.11$ )
- 4.9 ผู้บริหารเป็นผู้มีความรู้ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง และทันต่อข่าวสารเหตุการณ์ ( $\bar{X}_t = 4.09$ ) ผู้บริหารปฏิบัติตนเป็นคนทันสมัย พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ อย่างเหมาะสม ( $\bar{X}_t = 4.09$ ) และ โรงเรียนมีธรรมเนียมโรงเรียน คู่มือครู คู่มีนักเรียน สำหรับเป็นแนวทางในการยึดถือปฏิบัติอย่างชัดเจน ( $\bar{X}_t = 4.09$ )
- 4.10 โรงเรียนมีนโยบายและแผนพัฒนาโรงเรียนอย่างชัดเจน ( $\bar{X}_t = 4.07$ ) และ ครูเข้าร่วมกิจกรรมในการส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม ( $\bar{X}_t = 4.07$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน องค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- 4.1 ผู้บริหารเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ( $\bar{X}_1 = 4.27$ )
- 4.2 ครูเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ( $\bar{X}_1 = 4.25$ )
- 4.3 ผู้บริหารปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถ และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X}_1 = 4.17$ )
- 4.4 โรงเรียนจัดให้มีการบริการตรวจสุขภาพอนามัยแก่นักเรียนเป็นประจำ ( $\bar{X}_1 = 4.16$ )
- 4.5 ครูปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีการพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มพูนทักษะในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X}_1 = 4.15$ )

4.6 ผู้บริหารเป็นผู้มีความรู้ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง และทันต่อข่าวสารเหตุการณ์ ( $\bar{X}_1 = 4.09$ )

4.7 ผู้บริหารเข้าร่วมกิจกรรมในการส่งเสริม และช่วยเหลือสังคม ( $\bar{X}_1 = 4.08$ )

4.8 ครูมีการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการเรียนการสอน ( $\bar{X}_1 = 4.07$ )

4.9 ผู้บริหารมีการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการบริหารจัดการ ( $\bar{X}_1 = 4.06$ ) และครูเข้าร่วมกิจกรรมในการส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม ( $\bar{X}_1 = 4.06$ )

4.10 ผู้บริหารปฏิบัติตนเป็นคนทันสมัย พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ อย่างเหมาะสม ( $\bar{X}_1 = 4.04$ )

ส่วนโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.1 ผู้บริหารเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ( $\bar{X}_2 = 4.28$ )

4.2 ผู้บริหารปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X}_2 = 4.24$ )

4.3 ผู้บริหารเข้าร่วมกิจกรรมในการส่งเสริม และช่วยเหลือสังคม ( $\bar{X}_2 = 4.23$ )

4.4 โรงเรียนมีวิสัยทัศน์ หรือเป้าหมายในการดำเนินงานของโรงเรียนประกาศไว้อย่างเปิดเผย ชัดเจน ( $\bar{X}_2 = 4.21$ ) และโรงเรียนมีธรรมเนียมโรงเรียน ครูมีอคครู ครูมีนักเรียน สำหรับเป็นแนวทางในการยึดถือปฏิบัติอย่างชัดเจน ( $\bar{X}_2 = 4.21$ )

4.5 โรงเรียนมีนโยบายและแผนพัฒนาโรงเรียนอย่างชัดเจน ( $\bar{X}_2 = 4.20$ )

4.6 ครูเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ( $\bar{X}_2 = 4.17$ )

4.7 ครูปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีการพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มพูนทักษะในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X}_2 = 4.16$ ) และผู้บริหารมีการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการบริหารจัดการ ( $\bar{X}_2 = 4.16$ )

4.8 ผู้บริหารปฏิบัติตนเป็นคนทันสมัย พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ อย่างเหมาะสม ( $\bar{X}_2 = 4.14$ )

4.9 ผู้บริหารเป็นผู้มีความรู้ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง และทันต่อข่าวสารเหตุการณ์ ( $\bar{X}_2 = 4.10$ ) และโรงเรียนจัดให้มีการบริการตรวจสอบสุขภาพอนามัยแก่นักเรียนเป็นประจำ ( $\bar{X}_2 = 4.10$ )

4.10 ครูเข้าร่วมกิจกรรมในการส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม ( $\bar{X}_2 = 4.07$ )

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ยรวม ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จำแนกตามองค์ประกอบภาพลักษณ์โรงเรียนทั้ง 4 องค์ประกอบ

ภาพลักษณ์โรงเรียน	ร.ร. ประถม		ร.ร. มัธยม		รวม	
	( $n_1 = 188$ )		( $n_2 = 191$ )		( $n_t = 379$ )	
	$\bar{X}_1$	SD.	$\bar{X}_2$	SD.	$\bar{X}_t$	SD.
1. บุคลิกภาพของโรงเรียน ( 16 ข้อ )	3.99	0.81	4.05	0.76	4.02	0.79
2. ชื่อเสียงของโรงเรียน ( 11 ข้อ )	4.00	0.69	4.02	0.66	4.01	0.68
3. เอกลักษณ์ของโรงเรียน ( 15 ข้อ )	3.97	0.76	4.11	0.72	4.04	0.74
4. คุณค่าของโรงเรียน ( 20 ข้อ )	4.03	0.79	4.06	0.72	4.05	0.76
<b>รวมเฉลี่ย 4 องค์ประกอบ ภาพลักษณ์โรงเรียน</b>	4.00	0.76	4.06	0.72	4.03	0.74

จากตารางที่ 25 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน

ในองค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบ ปรากฏผลดังต่อไปนี้

เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่าโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนทั้ง 4 องค์ประกอบ พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยรวมจากมากไปหาน้อย 4 อันดับ ดังนี้

1. คุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน ( $\bar{X}_t = 4.05$ )
2. เอกลักษณ์ของโรงเรียน ( $\bar{X}_t = 4.04$ )
3. บุคลิกภาพของโรงเรียน ( $\bar{X}_t = 4.02$ )
4. ชื่อเสียงของโรงเรียน ( $\bar{X}_t = 4.01$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน ทั้ง 4 องค์ประกอบ พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยรวมจากมากไปหาน้อย 4 อันดับ ดังนี้

1. คุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน ( $\bar{X}_1 = 4.03$ )
2. ชื่อเสียงของโรงเรียน ( $\bar{X}_1 = 4.00$ )
3. บุคลิกภาพของโรงเรียน ( $\bar{X}_1 = 3.99$ )
4. เอกลักษณ์ของโรงเรียน ( $\bar{X}_1 = 3.97$ )

ส่วนโรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน ทั้ง 4 องค์ประกอบ พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยรวมจากมากไปหาน้อย 4 อันดับ ดังนี้

1. เอกลักษณ์ของโรงเรียน ( $\bar{X}_2 = 4.11$ )
2. คุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน ( $\bar{X}_2 = 4.06$ )
3. บุคลิกภาพของโรงเรียน ( $\bar{X}_2 = 4.05$ )
4. ชื่อเสียงของโรงเรียน ( $\bar{X}_2 = 4.02$ )

## สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีตามการรับรู้ของผู้ปกครอง

### วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ปกครอง จำนวน 398 คน จากโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ(Check List) และแบบมาตราส่วนประเมินค่า(Rating Scale)
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ส่งแบบสอบถามด้วยตนเองและไปรับคืนด้วยตนเอง
4. การวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการโดยวิธีแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นตารางประกอบการบรรยาย

### สรุปผลการวิจัย

**ตอนที่ 1** สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามคือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา

**เพศ** ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นหญิงมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า กลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชนและกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชน เป็นเพศหญิงมากที่สุด เช่นเดียวกัน

**อายุ** ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า กลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชนและกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชนมีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มากที่สุดเช่นเดียวกัน

**ระดับการศึกษา** ผู้ตอบแบบสอบถามมีวุฒิการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่า กลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมศึกษาเอกชนและกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชนมีวุฒิการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มากที่สุดเช่นเดียวกัน



**ตอนที่ 2** ข้อมูลภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน ตามกรอบที่ผู้วิจัยได้สรุปแนวคิดองค์ประกอบภาพลักษณ์องค์การของนักวิชาการมากำหนดเป็นกรอบในการศึกษา ประกอบด้วย

1. องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพของโรงเรียน
2. องค์ประกอบด้านชื่อเสียงของโรงเรียน
3. องค์ประกอบด้านเอกลักษณ์ของโรงเรียน
4. องค์ประกอบด้านคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน สรุปผลการวิจัยดังรายละเอียดต่อไปนี้

**สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลในองค์ประกอบภาพลักษณ์ของโรงเรียน** อันประกอบด้วย

### 1. องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพของโรงเรียน

#### 1.1 ด้านตัวสถาบัน

โรงเรียนประถมและมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านตัวสถาบัน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องอาคารเรียนของโรงเรียนมีความมั่นคง แข็งแรง เหมาะสมและปลอดภัย

โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านตัวสถาบันอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องอาคารเรียนของโรงเรียนมีความมั่นคง แข็งแรง เหมาะสมและปลอดภัย

โรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านตัวสถาบันอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องอาคารเรียนของโรงเรียนมีความมั่นคง แข็งแรง เหมาะสมและปลอดภัย

## 1.2 ด้านสภาพแวดล้อมในโรงเรียน

โรงเรียนประถมและมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านสภาพแวดล้อมในโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องสภาพแวดล้อมในโรงเรียนมีความสะอาด ร่มรื่น ห้องเรียนมีแสงสว่าง ปลอดภัย และมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้

โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านสภาพแวดล้อมในโรงเรียนอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องสภาพแวดล้อมในโรงเรียนมีความสะอาด ร่มรื่น ห้องเรียนมีแสงสว่าง ปลอดภัย และมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้

โรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านสภาพแวดล้อมในโรงเรียนอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องสภาพแวดล้อมในโรงเรียนมีความสะอาด ร่มรื่น ห้องเรียนมีแสงสว่าง ปลอดภัย และมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้

## 1.3 ด้านหลักสูตร

โรงเรียนประถมและมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านหลักสูตร พบว่า โรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องหลักสูตรของโรงเรียนมีความทันสมัย สอดคล้องกับท้องถิ่น เหมาะสมตรงกับความต้องการของนักเรียนและชุมชน

โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านหลักสูตรอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องหลักสูตรของโรงเรียนมีความทันสมัย สอดคล้องกับท้องถิ่น เหมาะสมตรงกับความต้องการของนักเรียนและชุมชน

โรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของ  
 โรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียน ด้านหลักสูตรอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมี  
 ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ในเรื่องหลักสูตรของโรงเรียนมีความทันสมัย สอดคล้องกับท้องถิ่น เหมาะสมตรง  
 กับความต้องการของนักเรียนและชุมชน

#### 1.4 ด้านผู้บริหาร

โรงเรียนประถมและมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มี  
 ต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านผู้บริหาร พบว่า โรงเรียน  
 เอกชนมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ในเรื่องผู้บริหารยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ  
 พุดจาเหมาะสม อารมณ์ดีเหมาะสมกับเป็นนักบริหาร

โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของ  
 โรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านผู้บริหารอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ย  
 สูงที่สุดในเรื่องผู้บริหารยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ พุดจาเหมาะสม อารมณ์ดีเหมาะสมกับเป็น  
 นักบริหาร

โรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของ  
 โรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านผู้บริหารอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ย  
 สูงที่สุดในเรื่องผู้บริหารยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ พุดจาเหมาะสม อารมณ์ดีเหมาะสมกับเป็น  
 นักบริหาร

#### 1.5 ด้านบุคลากรครู

โรงเรียนประถมและมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์  
 ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านบุคลากรครู พบว่าโรงเรียนเอกชนมี  
 ภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องครูพุดจาไพเราะ สุภาพเรียบร้อย มีมนุษย  
 สัมพันธ์ดีและเป็นกันเอง

โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านบุคลากรครูอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องครูพูดจาไพเราะ สุภาพเรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ดีและเป็นกันเอง

โรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านบุคลากรครูอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องครูพูดจาไพเราะ สุภาพเรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ดีและเป็นกันเอง

#### 1.6 ด้านบุคลากรสนับสนุนและนักเรียน

โรงเรียนประถมและมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านบุคลากรสนับสนุนและนักเรียน พบว่า โรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก ในเรื่องบุคลากรสนับสนุนมีความสุภาพอ่อนน้อม พูดจาไพเราะ สุภาพ เรียบร้อย เต็มใจให้บริการและอำนวยความสะดวก และในเรื่องนักเรียนมีความร่าเริง แจ่มใส กระตือรือร้นในการเรียนและรักการอ่าน เช่นเดียวกัน

โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านบุคลากรสนับสนุนและนักเรียนอยู่ในระดับค่อนข้างบวก ในเรื่องบุคลากรสนับสนุนมีความสุภาพอ่อนน้อม พูดจาไพเราะ สุภาพ เรียบร้อย เต็มใจให้บริการและอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับค่อนข้างบวก และในเรื่องนักเรียนมีความร่าเริง แจ่มใส กระตือรือร้นในการเรียนและรักการอ่านอยู่ในระดับค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน

โรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนด้านบุคลากรสนับสนุนและนักเรียนอยู่ในระดับค่อนข้างบวก ในเรื่องบุคลากรสนับสนุนมีความสุภาพอ่อนน้อม พูดจาไพเราะ สุภาพ เรียบร้อย เต็มใจให้บริการและอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับค่อนข้างบวก และในเรื่องนักเรียนมีความร่าเริง แจ่มใส กระตือรือร้นในการเรียนและรักการอ่านอยู่ในระดับค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน

## 2. องค์ประกอบด้านชื่อเสียงของโรงเรียน

### 2.1 ด้านตัวสถาบัน

โรงเรียนประถมและมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านตัวสถาบัน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องโรงเรียนมีการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการ

โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านตัวสถาบันอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องโรงเรียนมีการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการ

โรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านตัวสถาบันอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องโรงเรียนมีการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการ

### 2.2 ด้านนักเรียน

โรงเรียนประถมและมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านนักเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องนักเรียนมีความรู้ความสามารถในด้านดนตรี กีฬา ศิลปะ

โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านนักเรียนอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องนักเรียนมีความรู้ความสามารถในด้านดนตรี กีฬา ศิลปะ



โรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของ  
 โรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านนักเรียนอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ย  
 สูงที่สุด ในเรื่องนักเรียนมีความรู้ความสามารถในด้านดนตรี กีฬา ศิลปะ

### 2.3 ด้านศิษย์เก่า

โรงเรียนประถมและมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มี  
 ต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านศิษย์เก่า พบว่าโรงเรียน  
 เอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ในเรื่องผู้สำเร็จจากโรงเรียนประสบความสำเร็จ  
 ความสำเร็จในการทำงาน มีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับในสังคม

โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของ  
 โรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านศิษย์เก่าอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ย  
 สูงที่สุด ในเรื่องผู้สำเร็จจากโรงเรียนประสบความสำเร็จในการทำงาน มีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับ  
 ในสังคม

โรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของ  
 โรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านศิษย์เก่าอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ย  
 สูงที่สุด ในเรื่องผู้สำเร็จจากโรงเรียนประสบความสำเร็จในการทำงาน มีชื่อเสียงได้รับการ  
 ยอมรับในสังคม

### 2.4 ด้านบุคลากรครู

โรงเรียนประถมและมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มี  
 ต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านบุคลากรครู พบว่าโรงเรียน  
 เอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ในเรื่องครูมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียน



โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านด้านบุคลากรครูอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีความเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องครูมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียน

โรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนด้านบุคลากรครูอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีความเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องครูมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียน

### 3. องค์ประกอบด้านเอกลักษณ์ของโรงเรียน

#### 3.1 ด้านตัวสถาบัน

โรงเรียนประถมและมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านตัวสถาบัน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกโดยมีความเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องชื่อเสียงประวัติและความเก่าแก่ของโรงเรียนถือเป็นจุดเด่นของโรงเรียนที่ก่อตั้งมานาน

โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านตัวสถาบันอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีความเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องชื่อเสียงประวัติและความเก่าแก่ของโรงเรียนถือเป็นจุดเด่นของโรงเรียนที่ก่อตั้งมานาน

โรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านตัวสถาบันอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีความเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องชื่อเสียงประวัติและความเก่าแก่ของโรงเรียนถือเป็นจุดเด่นของโรงเรียนที่ก่อตั้งมานาน

### 3.2 ด้านเครื่องแบบ

โรงเรียนประถมและมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านเครื่องแบบ พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ในเรื่องการแต่งกายของผู้บริหารและครูมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สุภาพ สวยงาม และเหมาะสมกับกาลเทศะ

โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านเครื่องแบบอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ในเรื่องการแต่งกายของผู้บริหารและครูมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สุภาพ สวยงาม และเหมาะสมกับกาลเทศะ

โรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านเครื่องแบบอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ในเรื่องการแต่งกายของผู้บริหารและครูมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สุภาพ สวยงาม และเหมาะสมกับกาลเทศะ

### 3.3 ด้านการเรียนการสอน

โรงเรียนประถมและมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านการเรียนการสอน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการและโรงเรียนมีความโดดเด่นและในเรื่องการส่งเสริมให้นักเรียนมีความสามารถพิเศษทางด้านกีฬา ดนตรี ศิลปะเช่นเดียวกัน

โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านการเรียนการสอน อยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ในเรื่องโรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องระเบียบวินัยของนักเรียน

โรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของ  
 โรงเรียนในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนด้านการเรียนการสอน อยู่ในระดับค่อนข้างบวก  
 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ในเรื่องโรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการส่งเสริมให้นักเรียนมีความ  
 สามารถพิเศษทางด้านกีฬา ดนตรี ศิลปะ

#### 4. องค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน

##### 4.1 ด้านการดำเนินงาน

โรงเรียนประถมและมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียน  
 มัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้าน  
 การดำเนินงาน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่อง  
 โรงเรียนมีวิสัยทัศน์ หรือเป้าหมายในการดำเนินงานของโรงเรียนประกาศไว้อย่างเปิดเผยชัดเจน

โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของ  
 โรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านการดำเนินงาน อยู่ในระดับค่อนข้าง  
 บวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องโรงเรียนมีวิสัยทัศน์ หรือเป้าหมายในการดำเนินงานของ  
 โรงเรียนประกาศไว้อย่างเปิดเผยชัดเจน

โรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของ  
 โรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านการดำเนินงาน อยู่ในระดับค่อนข้าง  
 บวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องโรงเรียนมีวิสัยทัศน์ หรือเป้าหมายในการดำเนินงานของ  
 โรงเรียนประกาศไว้อย่างเปิดเผยชัดเจน และโรงเรียนมีธรรมเนียมโรงเรียน คู่มือครู คู่มีนักเรียน  
 สำหรับเป็นแนวในการยึดถือปฏิบัติอย่างชัดเจน

#### 4.2 ด้านการบริการ

โรงเรียนประถมและมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านการบริการ พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องโรงเรียนจัดให้มีการบริการตรวจสอบสภาพอนามัยแก่นักเรียนเป็นประจำ

โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านการบริการ อยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องโรงเรียนจัดให้มีการบริการตรวจสอบสภาพอนามัยแก่นักเรียนเป็นประจำ

โรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านการบริการ อยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องโรงเรียนจัดให้มีการบริการตรวจสอบสภาพอนามัยแก่นักเรียนเป็นประจำ

#### 4.3 ด้านผู้บริหาร

โรงเรียนประถมและมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน ด้านผู้บริหาร พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องผู้บริหารเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี

โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านผู้บริหาร อยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องผู้บริหารเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี

โรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของ  
 โรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านผู้บริหาร อยู่ในระดับค่อนข้างบวก  
 โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ในเรื่องผู้บริหารเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี

#### 4.4 ด้านบุคลากรครู

โรงเรียนประถมและมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียน  
 มัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้าน  
 บุคลากรครู พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในเรื่องครู  
 เป็นผู้ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี

โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของ  
 โรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านบุคลากรครู อยู่ในระดับ  
 ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ในเรื่องครูเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี

โรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวกเช่นเดียวกัน สรุปได้ดังนี้  
 ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของ  
 โรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนด้านบุคลากรครู อยู่ในระดับ  
 ค่อนข้างบวก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ในเรื่องครูเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนเปรียบเทียบกับในแต่ละองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ

### 1. บุคลิกภาพของโรงเรียน

โรงเรียนประถมและมัธยม มีภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียนที่ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก มีดังต่อไปนี้

- 1.1 อาคารเรียนของโรงเรียนมีความมั่นคง แข็งแรง เหมาะสมและปลอดภัย
- 1.2 ผู้บริหารยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ พุดจาเหมาะสม อารมณ์ดีเหมาะสมกับเป็นนักบริหาร
- 1.3 ผู้บริหารมีบุคลิกภาพโดดเด่น น่าเคารพ เชื้อถือและศรัทธา
- 1.4 สภาพแวดล้อมในโรงเรียนมีความสะอาด ร่มรื่น ห้องเรียนมี แสงสว่าง ปลอดภัย และมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้
- 1.5 ครูพุดจาไพเราะ สุภาพ เรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ดีและเป็นกันเอง
- 1.6 บุคลากรสนับสนุนมีความสุข อ่อนน้อม พุดจาไพเราะ สุภาพ เรียบร้อย เต็มใจให้บริการและอำนวยความสะดวก
- 1.7 ครูมีความกระฉับกระเฉง คล่องแคล่ว ว่องไว มีชีวิตชีวา
- 1.8 นักเรียนมีความร่าเริง แจ่มใส กระตือรือร้นในการเรียน และรักการอ่าน
- 1.9 หลักสูตรของโรงเรียนมีความทันสมัยสอดคล้องกับท้องถิ่นเหมาะสม ตรงกับความต้องการของนักเรียนและชุมชน
- 1.10 โรงเรียนมีหลักสูตรที่หลากหลาย และช่วยเสริมความสามารถของนักเรียนในการเชื่อมต่อการเรียนรู้ในห้องเรียนสู่ชุมชน



โรงเรียนระดับประถม มีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนองค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก มีดังต่อไปนี้

- 1.1 อาคารเรียนของโรงเรียนมีความมั่นคง แข็งแรง เหมาะสมและปลอดภัย
- 1.2 ผู้บริหารยิ้มแย้มแจ่มใส สุขภาพ พุดจาเหมาะสม อารมณ์ดีเหมาะสมกับเป็น  
นักบริหาร
- 1.3 ครูพุดจาไพเราะ สุขภาพ เรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ดีและเป็นกันเอง
- 1.4 ผู้บริหารมีบุคลิกภาพโดดเด่น น่าเคารพ เชื่อถือและศรัทธา
- 1.5 สภาพแวดล้อมในโรงเรียนมีความสะอาด ร่มรื่น ห้องเรียนมี แสงสว่าง  
ปลอดภัย และมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้
- 1.6 ครูมีความกระฉับกระเฉง คล่องแคล่ว ว่องไว มีชีวิตชีวา และนักเรียนมี  
ความร่าเริง แจ่มใส กระตือรือร้นในการเรียนและรักการอ่าน และบุคลากรสนับสนุนมีความสุข  
อ่อนน้อม พุดจาไพเราะ สุขภาพ เรียบร้อย เต็มใจให้การบริการและอำนวยความสะดวก
- 1.7 หลักสูตรของโรงเรียนมีความทันสมัยสอดคล้องกับท้องถิ่นเหมาะสม ตรงกับ  
ความต้องการของนักเรียนและชุมชน
- 1.8 โรงเรียนมีหลักสูตรที่หลากหลาย และช่วยเสริมความสามารถของนักเรียน  
ในการเชื่อมต่อการเรียนรู้ในห้องเรียนสู่ชุมชน
- 1.9 โรงเรียนมีห้องเรียน โต๊ะเก้าอี้ครูและนักเรียนมั่นคงแข็งแรง เหมาะสมและ  
เพียงพอ
- 1.10 โรงเรียนมีจำนวนห้องน้ำ ห้องส้วมที่ถูกต้องลักษณะพอเพียงและเหมาะสม  
และโรงเรียนมีวัสดุและอุปกรณ์การเรียนการสอนเหมาะสมกับวัยของเด็ก ทันสมัย และเปลี่ยนแปลง  
ตามยุคสมัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โรงเรียนระดับมัธยม มีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน องค์ประกอบบุคลิกภาพของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก มีดังต่อไปนี้

- 1.1 อาคารเรียนของโรงเรียนมีความมั่นคง แข็งแรง เหมาะสมและปลอดภัย
- 1.2 ผู้บริหารยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ พุดจาเหมาะสม อารมณ์ดีที่เหมาะสมกับเป็นนักบริหาร
- 1.3 ผู้บริหารมีบุคลิกภาพโดดเด่น น่าเคารพ เชื้อถือและศรัทธา และสภาพแวดล้อมในโรงเรียนมีความสะอาด ร่มรื่น ห้องเรียนมี แสงสว่าง ปลอดภัย และมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้
- 1.4 ครูพุดจาไพเราะ สุภาพ เรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ดีและเป็นกันเอง
- 1.5 บุคลากรสนับสนุนมีความสุภาพ อ่อนน้อม พุดจาไพเราะ สุภาพ เรียบร้อย เต็มใจให้บริการและอำนวยความสะดวก
- 1.6 ครูมีความกระฉับกระเฉง คล่องแคล่ว ว่องไว มีชีวิตชีวา
- 1.7 หลักสูตรของโรงเรียนมีความทันสมัยสอดคล้องกับท้องถิ่นเหมาะสม ตรงกับความต้องการของนักเรียนและชุมชน
- 1.8 โรงเรียนมีวัสดุและอุปกรณ์การเรียนการสอนเหมาะสมกับวัยของเด็ก ทันสมัย และเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย
- 1.9 โรงเรียนมีหลักสูตรที่หลากหลาย และช่วยเสริมความสามารถของนักเรียนในการเชื่อมต่อการเรียนรู้ในห้องเรียนสู่ชุมชน
- 1.10 โรงเรียนมีห้องเรียน โต๊ะเก้าอี้ครูและนักเรียนมั่นคงแข็งแรง เหมาะสม และเพียงพอ

สถาบันนวัตกรรมการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 2. ชื่อเสียงของโรงเรียน

โรงเรียนประถมและมัธยม มีภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนที่ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก มีดังต่อไปนี้

- 2.1 ครูมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียน
- 2.2 ครูมีความรู้ความสามารถในการสอน
- 2.3 โรงเรียนมีการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการ
- 2.4 โรงเรียนได้รับรางวัลจากการแข่งขันด้านต่าง ๆ มาก ( ด้านกีฬา วิชาการ มารยาท ความประพฤติ)
- 2.5 โรงเรียนมีชื่อเสียงในด้านการอบรมจรรยาบรรณ คุณธรรม จริยธรรมแก่นักเรียน
- 2.6 นักเรียนมีความรู้ ความสามารถด้านดนตรี กีฬา ศิลปะ
- 2.7 นักเรียนมีความรู้ ความสามารถและทักษะการใช้คอมพิวเตอร์
- 2.8 นักเรียนมีความรู้ ความสามารถในด้านวิชาการ(คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภาษาไทย ภาษาต่างประเทศ )
- 2.9 ผู้สำเร็จจากโรงเรียนประสบความสำเร็จในการทำงาน มีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับในสังคม
- 2.10 นักเรียนมีกิจกรรมร่ายรำ มีวินัยในตนเอง

โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก มีดังต่อไปนี้

- 2.1 ครูมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียน
- 2.2 ครูมีความรู้ความสามารถในการสอน
- 2.3 โรงเรียนมีการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการ
- 2.4 โรงเรียนได้รับรางวัลจากการแข่งขันด้านต่าง ๆ มาก ( ด้านกีฬา วิชาการ มารยาท ความประพฤติ)
- 2.5 นักเรียนมีความรู้ ความสามารถด้านดนตรี กีฬา ศิลปะ
- 2.6 นักเรียนมีความรู้ ความสามารถและทักษะการใช้คอมพิวเตอร์
- 2.7 โรงเรียนมีชื่อเสียงในด้านการอบรมจรรยา มารยาท คุณธรรม จริยธรรมแก่นักเรียน
- 2.8 นักเรียนมีความรู้ ความสามารถในด้านวิชาการ (คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภาษาไทย ภาษาต่างประเทศ ) และผู้สำเร็จจากโรงเรียนประสบความสำเร็จในการทำงาน มีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับในสังคม
- 2.9 ผู้สำเร็จจากโรงเรียนมีโอกาสศึกษาต่อและ/หรือเข้าทำงานได้ง่าย
- 2.10 นักเรียนมีกิริยามารยาทเรียบร้อย มีวินัยในตนเอง

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียน องค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- 2.1 ครูมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียน
- 2.2 โรงเรียนมีการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการ
- 2.3 ครูมีความรู้ความสามารถในการสอน และโรงเรียนได้รับรางวัลจากการแข่งขันด้านต่าง ๆ มาก(ด้านกีฬา วิชาการ มารยาท ความประพฤติ)
- 2.4 โรงเรียนมีชื่อเสียงในด้านการอบรมจรรยาบรรณ คุณธรรม จริยธรรมแก่นักเรียน
- 2.5 นักเรียนมีความรู้ ความสามารถด้านดนตรี กีฬา ศิลปะ
- 2.6 นักเรียนมีความรู้ ความสามารถและทักษะการใช้คอมพิวเตอร์
- 2.7 นักเรียนมีความรู้ ความสามารถในด้านวิชาการ (คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภาษาไทย ภาษาต่างประเทศ )
- 2.8 ผู้สำเร็จจากโรงเรียนประสบความสำเร็จในการทำงาน มีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับในสังคม
- 2.9 นักเรียนมีกิริยามารยาทเรียบร้อย มีวินัยในตนเอง
- 2.10 ผู้สำเร็จจากโรงเรียนมีโอกาสศึกษาต่อและ/หรือเข้าทำงานได้ง่าย

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### 3. เอกลักษณะของโรงเรียน

โรงเรียนประถมและมัธยม มีภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียนที่ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก มีดังต่อไปนี้

- 3.1 การแต่งกายของผู้บริหารและครูมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สุภาพ สวยงาม และเหมาะสมกับกาลเทศะ
- 3.2 เครื่องแบบนักเรียนมีรูปแบบที่สวยงาม สะอาดตาและมีความสุภาพเรียบร้อย
- 3.3 ชื่อเสียง ประวัติและความเก่าแก่ของโรงเรียนถือเป็นจุดเด่นของโรงเรียนที่ก่อตั้งมานาน
- 3.4 ชื่อโรงเรียน อักษรย่อ สัญลักษณ์ เครื่องหมายของโรงเรียนสะอาดตาช่วยสร้างความภูมิใจที่มีบุตรหลานเรียนโรงเรียนแห่งนี้ และการแต่งกายของบุคลากรสนับสนุนมีความสุภาพเรียบร้อยเหมาะสม
- 3.5 พิธีการและประเพณีปฏิบัติของโรงเรียนช่วยเสริมภาพพจน์ให้นักเรียนและโรงเรียน
- 3.6 ชื่อของโรงเรียนเป็นสิ่งจูงใจในการตัดสินใจในการเลือกโรงเรียนสำหรับบุตรหลาน
- 3.7 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการส่งเสริมให้นักเรียนมีความสามารถพิเศษทางด้านกีฬา ดนตรี ศิลปะ
- 3.8 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการ
- 3.9 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องระเบียบวินัยของนักเรียน
- 3.10 ท่านมีความรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อมีโอกาสใช้สิ่งของอันแสดงถึงสัญลักษณ์ของโรงเรียน



โรงเรียนประถมมีภาพลักษณ์ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก มีดังต่อไปนี้

3.1 การแต่งกายของผู้บริหารและครูมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สุภาพ สวยงาม และเหมาะสมกับกาลเทศะ

3.2 เครื่องแบบนักเรียนมีรูปแบบที่สวยงาม สะดุดตาและมีความสุภาพเรียบร้อย

3.3 ชื่อเสียง ประวัติและความเก่าแก่ของโรงเรียนถือเป็นจุดเด่นของโรงเรียนที่ก่อตั้งมานาน

3.4 การแต่งกายของบุคลากรสนับสนุนมีความสุภาพ เรียบร้อย เหมาะสม

3.5 ชื่อโรงเรียน อักษรย่อ สัญลักษณ์ เครื่องหมายของโรงเรียนสะดุดตาช่วยสร้างความภูมิใจที่มีบุตรหลานเรียนโรงเรียนแห่งนี้

3.6 พิธีการและประเพณีปฏิบัติของโรงเรียนช่วยเสริมภาพพจน์ให้นักเรียนและโรงเรียน

3.7 ชื่อของโรงเรียนเป็นสิ่งจูงใจในการตัดสินใจในการเลือกโรงเรียนสำหรับบุตรหลาน

3.8 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องระเบียบวินัยของนักเรียน

3.9 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการ และ ผู้ปกครองมีความรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อมีโอกาสใช้สิ่งของอันแสดงถึงสัญลักษณ์ของโรงเรียน และโรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการส่งเสริมให้นักเรียนมีความสามารถพิเศษทางด้านกีฬา ดนตรี ศิลปะ

3.10 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการอบรมคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

โรงเรียนระดับมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนองค์ประกอบเอกลักษณ์ของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 การแต่งกายของผู้บริหารและครูมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สุภาพ สวยงาม และเหมาะสมกับกาลเทศะ

3.2 ชื่อเสียง ประวัติและความเก่าแก่ของโรงเรียนถือเป็นจุดเด่นของโรงเรียนที่ก่อตั้งมานาน

3.3 เครื่องแบบนักเรียนมีรูปแบบที่สวยงาม สะดุดตาและมีความสุภาพเรียบร้อย

3.4 ชื่อโรงเรียน อักษรย่อ สัญลักษณ์ เครื่องหมายของโรงเรียนสะดุดตาช่วยสร้างความภูมิใจที่มีบุตรหลานเรียนโรงเรียนแห่งนี้

3.5 การแต่งกายของบุคลากรสนับสนุนมีความสุภาพ เรียบร้อย เหมาะสม

3.6 พิธีการและประเพณีปฏิบัติของโรงเรียนช่วยเสริมภาพพจน์ให้นักเรียนและโรงเรียน

3.7 ชื่อของโรงเรียนเป็นสิ่งจูงใจในการตัดสินใจในการเลือกโรงเรียนสำหรับบุตรหลาน

3.8 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการส่งเสริมให้นักเรียนมีความสามารถพิเศษทางด้านกีฬา ดนตรี ศิลปะ

3.9 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการ

3.10 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องระเบียบวินัยของนักเรียน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### 4. คุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน

โรงเรียนประถมและมัธยม มีภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนของโรงเรียนที่ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรกมีดังต่อไปนี้

- 4.1 ผู้บริหารเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี
- 4.2 ครูเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี
- 4.3 ผู้บริหารปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- 4.4 ครูปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีการพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มพูนทักษะในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง
- 4.5 ผู้บริหารเข้าร่วมกิจกรรมในการส่งเสริม และช่วยเหลือสังคม
- 4.6 โรงเรียนจัดให้มีการบริการตรวจสอบสภาพอนามัยแก่นักเรียนเป็นประจำ
- 4.7 โรงเรียนมีวิสัยทัศน์ หรือเป้าหมายในการดำเนินงานของโรงเรียนประกาศไว้  
อย่างเปิดเผย ชัดเจน
- 4.8 ผู้บริหารมีการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการบริหารจัดการ
- 4.9 ผู้บริหารเป็นผู้มีความรู้ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง และทันต่อข่าวสารเหตุการณ์และ ผู้บริหารปฏิบัติตนเป็นคนทันสมัย พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆอย่างเหมาะสมและ โรงเรียนมีธรรมนูญโรงเรียน คู่มือครู คู่มือนักเรียน สำหรับเป็นแนวทางในการยึดถือปฏิบัติอย่างชัดเจน
- 4.10 โรงเรียนมีนโยบายและแผนพัฒนาโรงเรียนอย่างชัดเจน และครูเข้าร่วมกิจกรรมในการส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม

โรงเรียนประถมนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมนที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก มีดังต่อไปนี้

- 4.1 ผู้บริหารเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี
- 4.2 ครูเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี
- 4.3 ผู้บริหารปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- 4.4 โรงเรียนจัดให้มีการบริการตรวจสอบสภาพอนามัยแก่นักเรียนเป็นประจำ
- 4.5 ครูปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีการพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มพูนทักษะในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง
- 4.6 ผู้บริหารเป็นผู้มีความรู้ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง และทันต่อข่าวสารเหตุการณ์
- 4.7 ผู้บริหารเข้าร่วมกิจกรรมในการส่งเสริม และช่วยเหลือสังคม
- 4.8 ครูมีการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการเรียนการสอน
- 4.9 ผู้บริหารมีการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการบริหารจัดการ และครูเข้าร่วมกิจกรรมในการส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม
- 4.10 ผู้บริหารปฏิบัติตนเป็นคนทันสมัย พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ อย่างเหมาะสม

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## โรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ปกครองในโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนองค์ประกอบคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวกสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 10 อันดับแรก มีดังต่อไปนี้

- 4.1 ผู้บริหารเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี
- 4.2 ผู้บริหารปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
- 4.3 ผู้บริหารเข้าร่วมกิจกรรมในการส่งเสริม และช่วยเหลือสังคม
- 4.4 โรงเรียนมีวิสัยทัศน์ หรือเป้าหมายในการดำเนินงานของโรงเรียนประกาศไว้  
อย่างเปิดเผย ชัดเจน และโรงเรียนมีธรรมเนียมโรงเรียน คู่มือครู คู่มือนักเรียน สำหรับเป็นแนวทางในการยึดถือปฏิบัติอย่างชัดเจน
- 4.5 โรงเรียนมีนโยบายและแผนพัฒนาโรงเรียนอย่างชัดเจน
- 4.6 ครูเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี
- 4.7 ครูปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีการพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มพูนทักษะในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง และผู้บริหารมีการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการบริหารจัดการ
- 4.8 ผู้บริหารปฏิบัติตนเป็นคนทันสมัย พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ อย่างเหมาะสม
- 4.9 ผู้บริหารเป็นผู้มีความรู้ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง และทันต่อข่าวสารเหตุการณ์ และโรงเรียนจัดให้มีการบริการตรวจสอบคุณภาพอนามัยแก่นักเรียนเป็นประจำ
- 4.10 ครูเข้าร่วมกิจกรรมในการส่งเสริมและช่วยเหลือสังคม

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนทั้ง 4 องค์ประกอบ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยรวม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

โรงเรียนระดับประถมและมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมและโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนทั้ง 4 องค์ประกอบ พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยรวมจากมากไปหาน้อย 4 อันดับ ดังนี้

1. คุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน
2. เอกลักษณ์ของโรงเรียน
3. บุคลิกภาพของโรงเรียน
4. ชื่อเสียงของโรงเรียน

โรงเรียนระดับประถมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนประถมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนทั้ง 4 องค์ประกอบ พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยรวมจากมากไปหาน้อย 4 อันดับ ดังนี้

1. คุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน
2. ชื่อเสียงของโรงเรียน
3. บุคลิกภาพของโรงเรียน
4. เอกลักษณ์ของโรงเรียน

โรงเรียนมัธยมมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สรุปได้ดังนี้

ความคิดเห็นโดยรวมของผู้ปกครองทั้งโรงเรียนมัธยมที่มีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนทั้ง 4 องค์ประกอบ พบว่าโรงเรียนเอกชนมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างบวก สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยรวมจากมากไปหาน้อย 4 อันดับ ดังนี้

1. เอกลักษณ์ของโรงเรียน
2. คุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน
3. บุคลิกภาพของโรงเรียน
4. ชื่อเสียงของโรงเรียน



## อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง จากแบบสอบถามมีข้อค้นพบประการสำคัญดังที่กล่าวในตอนสรุปผลการวิจัยและมีประเด็นการอภิปราย ดังนี้

1. ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้ปกครองโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีที่มีต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้ปกครองโรงเรียนประถมศึกษาเอกชนและมัธยมศึกษาเอกชนในจังหวัดชลบุรีมีความเห็นต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ในด้านต่าง ๆ โดยรวมนั้น จัดอยู่ในเกณฑ์ดี หรือเรียกได้ว่าโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีมีภาพลักษณ์เชิงบวก ( A Positive Corporate Image ) ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการสร้างภาพที่สวยงาม และน่าประทับใจขององค์กรให้กับกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้า ซึ่งในที่นี้หมายถึง ผู้ปกครอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Boorstin (1973) ที่ว่า การสร้างภาพลักษณ์รวมของหน่วยงานโดยการสร้างพฤติกรรมให้ปรากฏออกมาในทิศทางเดียวกันอย่างเด่นชัดให้ได้ภาพลักษณ์โดยรวมของหน่วยงานเป็นภาพลักษณ์เชิงบวก เป็นภาพลักษณ์ที่ดีท่ามกลางสายตาสาธารณชน หรืออาจกล่าวได้ว่าภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนเป็นภาพที่เกิดจากความรู้สึกชอบ ประทับใจ ของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น บุคคลนั้น หรือกลุ่มบุคคลนั้น ซึ่ง มานิต รัตนสุวรรณ (2527 : 20) ได้กล่าวว่า ความประทับใจในสิ่งที่เรารู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือ คนใดคนหนึ่งหรือองค์กรใดองค์กรหนึ่ง จะเรียกว่าชื่อเสียงก็ได้ ผู้วิจัยจึงตั้งข้อสังเกตว่าการที่ผู้ปกครองมอบความไว้วางใจในการนำบุตรหลานมาเรียนในโรงเรียนเอกชนทั้งนี้เนื่องจาก โรงเรียนเอกชนสามารถสร้างความเชื่อถือแก่ผู้ปกครองให้โรงเรียนมีชื่อเสียงโดยมีการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการจนโรงเรียนได้รับรางวัลจากการแข่งขันต่าง ๆ มากมาย มีบุคลากรครูที่มีความรู้ ความสามารถในการสอน ตลอดจนมีชื่อเสียงในด้านการอบรมจรรยาบรรณ คุณธรรม จริยธรรมแก่นักเรียนให้เป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ มีความประพฤติดีกริยามารยาทเรียบร้อย ส่งผลให้ผู้สำเร็จการศึกษาจากโรงเรียนเอกชน ส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จในการทำงาน มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับในสังคม สิ่งเหล่านี้โรงเรียนเอกชนใช้เวลาสั่งสมเป็นระยะเวลาอันยาวนาน จนชื่อเสียงและประวัติอันเก่าแก่ของโรงเรียนเอกชนเป็นจุดเด่นของโรงเรียนที่ทำให้ผู้ปกครองยอมรับ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร ย่อมเป็นผลแห่งความเพียรพยายามด้วยเวลาอันยาวนานขององค์กรนั้น การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจึงไม่สามารถทำได้ในระยะเวลาอันรวดเร็วหรือใช้เวลาเพียงสั้น ๆ ได้ เพราะภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นทีละน้อยและสะสมเพิ่มพูนมากขึ้นจนฝังรากฐานมั่นคงแน่นหนาอยู่ในจิตใจและทัศนคติหรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชน(วิรัช ลภีรัตนกุล. 2540 : 78) เมื่อเป็นดังนี้แล้วโรงเรียนเอกชนซึ่งมีประสบการณ์ในการจัดการศึกษามาเป็นเวลานานย่อม

ประสบการณ์มากมาย ได้เข้าใจปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน ผลงานและความสำเร็จของโรงเรียนเอกชนตั้งแต่อดีตเป็นต้นมา โรงเรียนเอกชนย่อมไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่และมีความพึงพอใจในประวัติอันยาวนานเพียงเท่านั้น โรงเรียนเอกชนคงจะต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สม่่าเสมอ และจะต้องประเมินตนเองเป็นระยะ ๆ เพื่อปรับปรุงตนเองให้ทันสมัยพร้อมกับการเจริญเติบโตต่อไปในทิศทางที่เหมาะสมในยุคโลกาภิวัตน์ ดังนั้น ผู้วิจัยคิดว่าโรงเรียนเอกชนจะต้องรู้จักตัวเอง โรงเรียนควรทราบภาพลักษณ์ในปัจจุบันเป็นอย่างไร ภาพลักษณ์ที่ต้องการให้เกิดขึ้นคืออะไร ควรได้มีการสำรวจหาความต้องการ เพื่อที่จะได้สนองความต้องการของผู้ปกครองได้ถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับ Gregory และ Whiechmann (1991 : 1-8) ที่กล่าวว่า กลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์และการสร้างภาพลักษณ์ให้ประสบความสำเร็จ จะต้องสร้างให้ประชาชนผู้รับบริการหรือกลุ่มเป้าหมายยอมรับและเห็นด้วย อันเป็นผลที่จะทำให้สถาบันเป็นที่น่าเชื่อถือ

2. ผู้ปกครองโรงเรียนประถมศึกษาเอกชนมีความคิดเห็นสอดคล้องกับผู้ปกครองโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชน ต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีที่อยู่ในระดับค่อนข้างบวทุกองค์ประกอบของภาพลักษณ์โรงเรียน 4 องค์ประกอบ คือ

### 2.1.องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพของโรงเรียน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปกครอง

โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ในองค์ประกอบด้านบุคลิกภาพของโรงเรียนอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยที่ผู้ปกครองโรงเรียนประถมศึกษาและมัศึกษามีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันมากที่สุด คือ อาคารเรียนของโรงเรียนมีความมั่นคง แข็งแรง และปลอดภัย ทั้งนี้เพราะผู้ปกครองได้ตระหนักและเห็นความสำคัญของบุคลิกหรือลักษณะของโรงเรียนว่ามีความมั่นคง แข็งแรง เหมาะสม ปลอดภัย และเป็นที่น่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับ อรุณ งามดี (2540 : 80) กล่าวว่า ถ้าหากเป็นอาคารแข็งแรงสูงเด่น เป็นสง่า ก็ย่อมน่าเชื่อถือกว่าอาคารเก่าหักเล็ก และหากสร้างอาคารให้เป็นเอกลักษณ์หรือมีลักษณะโดดเด่นไว้ในที่ที่ชุมชน ย่อมเป็นที่รู้จักและเป็นภาพลักษณ์ประจำตัวของหน่วยงานนั้น นอกจากตัวอาคารที่แข็งแรงภูมิฐานแล้ว บริเวณและสิ่งแวดล้อมของโรงเรียนก็มีความสำคัญ บางโรงเรียนตั้งอยู่ในชุมชนแออัด หรือใกล้แหล่งเสื่อมโทรม หากไม่ได้มีการตกแต่งให้สวยงาม ซ่อมแซมให้อยู่ในสภาพที่แข็งแรง ย่อมไม่เป็นที่นิยมเลื่อมใสแก่ผู้พบเห็น ข้อสังเกตจากการวิจัยนี้พบว่าผู้ปกครองโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพของโรงเรียนต่ำที่สุดในข้อที่ว่า โรงเรียนมีบริเวณกว้างขวาง มีสนามกีฬากลางแจ้งที่มีสภาพดีและใช้ได้ทุกฤดูกาล และโรงเรียนมีเครื่องเล่นและอุปกรณ์ประกอบสนามที่อยู่ในสภาพดี มั่นคง ถาวร และปลอดภัย ผู้วิจัยคิดว่าหากโรงเรียนใดมีบริเวณไม่กว้างขวาง สนามกีฬากลางแจ้งที่มีสภาพไม่สามารถใช้ได้ทุกฤดูกาล และโรงเรียนมีเครื่องเล่นและอุปกรณ์ประกอบสนามที่อยู่ในสภาพที่

ไม่ปลอดภัย โรงเรียนควรมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงโดยมีการจัดบริเวณ ตกแต่งสถานที่ ตกแต่งสนามบริเวณรอบอาคารให้สวยงาม กว้างขวาง ดังที่ นิศามณี ผลัญญา (2539 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า ในด้านการบริหารอาคารสถานที่โรงเรียนเอกชน ควรจัดบริเวณโรงเรียนให้ดูเหมาะสม มีงบประมาณในการบำรุงรักษาเครื่องเล่นสนาม ตลอดจนซ่อมแซม อาคารเรียน มีห้องเรียนและห้องประกอบต่างๆ ที่เหมาะสมกับ นักเรียน มีการดำเนินงาน อย่างมีระบบรวดเร็ว เรียบร้อย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ มโนพร รัชตะหิรัญ(2543) ได้กล่าวว่า บริเวณโรงเรียนควรได้รับการดูแลเอาใจใส่ตกแต่งให้สวยงาม สะอาด เรียบร้อย ปลอดภัย บรรยากาศและสภาพแวดล้อมของโรงเรียนเอื้อต่อการเรียนการสอน นอกจากนี้ ทิวา สุริยะ ( 2540 : บทคัดย่อ ) พบว่า แนวทางในการปรับปรุงงานอาคารสถานที่ของโรงเรียน คือ มีการจัดสร้างอาคารเรียนให้เพียงพอกับชั้นเรียน ใช้อาคารสถานที่ให้คุ้มค่าและเกิดประโยชน์ต่อ นักเรียน และให้คณะครู นักเรียน ชุมชนมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษา ควบคุมดูแล ตลอดถึงควรมีการประเมินการใช้ อาคารสถานที่และนำผลการประเมินการดำเนินงานไปปรับปรุงแก้ไข นอกเหนือไปกว่านั้นผู้วิจัยคิดว่า หากโรงเรียนได้มีการบำรุงรักษาและซ่อมแซมเครื่องเล่นและอุปกรณ์ประกอบสนามให้อยู่ในสภาพดี มั่นคง ถาวรและปลอดภัย ก็ถือว่าประสบผลสำเร็จในการสร้างภาพลักษณ์ของโรงเรียนที่ดีอย่างหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของHarrison (1995 : 72) ที่ว่าบุคลิกภาพขององค์กรจะมีประสิทธิภาพ วางใจได้ จะต้องมีความปลอดภัยมากขึ้น

2.2 องค์ประกอบด้านชื่อเสียงของโรงเรียน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปกครองโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ในองค์ประกอบด้านชื่อเสียงของโรงเรียนอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยที่ผู้ปกครองโรงเรียนประถมศึกษาและมัธยมศึกษาที่มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันมากที่สุด คือ ควรมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียนดี การที่โรงเรียนมีบุคลากรครูที่มีการดูแลเอาใจใส่นักเรียนดี ย่อมสร้างความเชื่อถือ ความไว้วางใจแก่ผู้ปกครองในการมอบบุตรหลานให้อยู่ในความดูแลของโรงเรียน ดังที่ ภูษิตย์ วงษ์เล็ก (2540: บทคัดย่อ) ได้กล่าวว่า ความคาดหวังของผู้ปกครองนักเรียนในการนำบุตรหลานเข้าเรียน ในโรงเรียนเอกชน คือมีครูที่เอาใจใส่ ดูแลเด็กทุกคน มีจริยธรรมและมารยาทดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Harrison (1995 : 72) ที่ว่าชื่อเสียง คือ กิตติศัพท์ขององค์การที่ประชาชนหรือบุคคลมีความเชื่อถือไว้วางใจ มั่นใจในเรื่องคุณภาพ ความมีมาตรฐานของผลผลิต และการบริการ อันเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคให้ความเชื่อถือบนพื้นฐานจากประสบการณ์ของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลผลิตและบริการ องค์การจะประสบความสำเร็จได้จะต้องสร้างความมีชื่อเสียง ในเรื่องความเอาใจใส่ดูแลผู้รับบริการ ยิ่งไปกว่านั้น ตามแนวคิดของ อรุณ งามดี (2540 : 81)กล่าวว่า สินค้าผลิตภัณฑ์ตลอดจนบริการก็มีส่วนส่งเสริมชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน อาทิเช่น กรณีของบริษัทการบินไทยซึ่งมีจุดขายคือ การบริการ คนนิยมใช้บริการของบริษัทการบินไทย

ก็เพราะการให้บริการที่ดี เอาใจใส่ดูแลผู้โดยสาร ตรงเวลา และไม่ประสบบุติเหตุบ่อย ในความคิดของผู้วิจัยคิดว่า การที่ผู้ปกครองนิยมส่งบุตรหลานเรียนในโรงเรียนเอกชน ทั้งนี้เพราะ โรงเรียนเอกชนมีบุคลากรครูที่มีการดูแลเอาใจใส่นักเรียนดีและมีความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริวรรณ แซ่ฮึง(2544 : 23)ที่กล่าวว่า โรงเรียนเอกชนในอนาคตจะต้องสร้างจุดขายที่ชัดเจนของตนเอง และผู้วิจัยคิดว่า จุดขายที่ผู้ปกครองยังให้ความนิยมตลอดมาก็คือ การดูแลเอาใจใส่นักเรียนของบุคลากรครูของโรงเรียนเอกชนที่มีต่อนักเรียน และในทางตรงกันข้าม หากภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง เป็นภาพลวงตา ภาพลักษณ์ที่ลวงตานั้นจะไม่มีวันยั่งยืนถาวร ดังนั้นโรงเรียนควรสร้างภาพลักษณ์ที่ตั้งอยู่บนรากฐานความจริงและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา จึงจะได้รับการยอมรับจากผู้ปกครองอย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับ Gregory และ Whiechmann ( 1991 : 4-23 ) ที่กล่าวว่าความคงเส้นคงวาในการสร้างภาพลักษณ์ มักจะคู่ไปกับการสร้างสรรค์วิธีการใหม่ ๆ ในการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย อนึ่งยังมีข้อสังเกตอีกประการหนึ่งคือ จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ปกครองโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพของโรงเรียนต่ำที่สุด ในข้อที่ว่าผู้สำเร็จจากโรงเรียนมีโอกาสศึกษาต่อและ/หรือเข้าทำงานได้ง่าย ผู้วิจัยคิดว่า การรับรู้ในองค์ประกอบชื่อเสียงของโรงเรียนในด้านศิษย์เก่ามีความสำคัญและควรได้รับการปรับปรุงและวางแผนการบริหารจัดการในทิศทางที่เหมาะสม เพราะศิษย์เก่าของโรงเรียนเปรียบเสมือนผลผลิตของโรงเรียน หากไม่ได้รับการยอมรับยอมรับสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพ มาตรฐานของโรงเรียน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Harrison (1995 : 72) ที่กล่าวว่า องค์การจะประสบความสำเร็จได้จะต้องสร้างควมมีชื่อเสียงในเรื่องควมมีคุณภาพและมาตรฐานของผลผลิต

2.3 องค์ประกอบด้านเอกลักษณ์ของโรงเรียน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปกครองโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ในองค์ประกอบด้านเอกลักษณ์ของโรงเรียนอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยที่ผู้ปกครองโรงเรียนประถมศึกษาและมัธยมศึกษาที่มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันและรับรู้มากที่สุด คือ การแต่งกายของผู้บริหารและครูมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สุภาพ สวยงามและเหมาะสมกับกาลเทศะ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Olin (1990, อ้างถึงใน วิลาวัณย์ หงษ์สุวรรณ, 2542 ) ได้กล่าวว่า การสร้างเอกลักษณ์องค์การเป็นการสร้างให้องค์การนั้น ๆ มีภาพลักษณ์ที่ชัดเจน อาจแสดงในรูปแบบที่แตกต่างกันซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น มาตรฐานรูปแบบร้าน มาตรฐานในการตกแต่ง มาตรฐานของศูนย์บริการ มาตรฐานของการให้บริการ มาตรฐานในการจัดทำป้ายโลโก้ มาตรฐานของรูปแบบของแบนเนอร์ที่ต้องใช้ และมาตรฐานของชุดฟอร์มของพนักงาน เป็นต้น ดังนั้นการที่ผู้ปกครองมีความคิดเห็นว่าการแต่งกายของผู้บริหารและครูโรงเรียนเอกชนมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สุภาพ สวยงามและเหมาะสมกับกาลเทศะ จึงเปรียบเสมือนว่าขณะนี้โรงเรียน



เรียนเอกชนได้มีการกำหนดให้องค์การมีภาพที่ชัดเจนและโดดเด่น มีความเป็นเอกภาพ ทำให้บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องมีความเข้าใจ รู้จักองค์การเป็นอย่างดี ตลอดจนมีจุดยืนที่ชัดเจนช่วยสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง อนึ่งยังมีข้อสังเกตอีกประการหนึ่งคือ จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ปกครองโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีมีความคิดเห็นต่อเอกลักษณ์ของโรงเรียนต่ำที่สุด และไม่แน่ใจในข้อที่ว่าโรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องงานฝีมือ ศิลปะหัตถกรรม ดังนั้น กลยุทธ์ที่จะสร้างภาพลักษณ์โรงเรียนในเรื่องเอกลักษณ์ของโรงเรียนให้โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องงานฝีมือ ศิลปะหัตถกรรม นั้น ผู้วิจัยคิดว่าควรมีการกำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายในเรื่องดังกล่าวไว้ล่วงหน้า เพื่อเป็นแนวทางในการทำงานให้โรงเรียนมีความโดดเด่นในด้านนี้ รวมทั้งควรมีการบริหารจัดการปรับปรุงโรงเรียนทั้งหมด มีการจัดการเรียนการสอน และจัดกิจกรรมต่าง ๆ อันก่อให้เกิดภาพลักษณ์ของโรงเรียนที่เป็นผลอันเกิดจากความเชื่อถือ การยอมรับ และศรัทธาที่บุคคลมีต่อโรงเรียน (วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์. 2545 :13)

2.4 องค์ประกอบด้านคุณค่าจรรยาบรรณของโรงเรียน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปกครองโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีในองค์ประกอบด้านคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนอยู่ในระดับค่อนข้างบวก โดยที่ผู้ปกครองโรงเรียนประถมศึกษาและมัธยมศึกษาที่มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันและรับรู้มากที่สุด คือ ผู้บริหารเป็นผู้ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี คุณสมบัติข้อนี้ นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2534 :95) กล่าวไว้ว่า ผู้บริหารหมายถึงบุคคลที่มีตำแหน่งเป็นทางการ ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งหรือเลือกตั้งขึ้นมาให้เป็นผู้บริหาร ถ้าผู้บริหารที่ได้รับการคัดเลือก แต่งตั้ง หรือเลือกตั้งอย่างมีหลักเกณฑ์ และอยู่ในระบบคุณธรรมแล้ว ก็จะมีคุณสมบัติของความเป็น ผู้นำมาเป็นเกณฑ์วัดอยู่ด้วยเสมอ แต่ในสภาพปัจจุบันของประเทศไทยยังมีระบบเส้นสาย ครอบครวั และพรรคพวกมาอิทธิพลในการแต่งตั้ง เลือกตั้ง หรือคัดเลือกแฝงอยู่ นักบริหารที่ได้จึงเปรียบเสมือนหัวหน้างาน(Headship)ไม่ใช่ ผู้นำ( Leadership)ในการบริหาร แต่สำหรับผู้นำจะเป็นผู้มีอิทธิพลเหนือคนอื่น ๆ ในการปฏิบัติงานในทางที่ดี โดยกลุ่มช่วยกันร่วมกำหนดวัตถุประสงค์ของหน่วยงานขึ้น ผู้นำอาจเป็นบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งบริหารหรือไม่มีตำแหน่งก็ได้ แต่เป็นคนที่สามารถจูงใจให้คนร่วมมือปฏิบัติงาน มีความศรัทธาและเชื่อถือในความสามารถ ดังนั้น นักบริหารและผู้นำอาจจะเป็นคนคนเดียวก็ได้หรืออาจจะเป็นคนคนละคนกันก็ได้ แต่อย่างไรก็ตาม นักบริหารที่ดีมักจะมีคุณสมบัติและลักษณะของผู้นำอยู่ด้วยเสมอ ผู้วิจัยจึงมีความคิดว่าการเป็นผู้บริหารโรงเรียนเอกชนที่ดีจะต้องมีคุณสมบัติและลักษณะของผู้นำ คือ เป็นผู้ที่มีศีลธรรม มีจรรยาบรรณของผู้นำ และประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ย่อมส่งผลให้ผู้ปกครองมีความไว้วางใจในการส่งบุตรหลานมาเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชน นอกเหนือไปกว่านั้นการประพฤติปฏิบัติตนของผู้บริหารโรงเรียนเอกชนนี้จะต้องเป็นพฤติกรรมที่ผู้บริหารแสดง

ออกด้วยความจริงใจและปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง สม่่าเสมอและเป็นนิสัย ไม่เป็นการเสแสร้งและปฏิบัติเพียงชั่วคราว เพราะภาพที่ปรากฏแก่บุคคลโดยทั่วไปจะเป็นเพียงภาพลวงตา ไม่ใช่ภาพลักษณ์ที่แท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Gregory และ Whiechmann (1991 : 4-30) กล่าวว่า การสร้างภาพลักษณ์ที่ถาวรและยั่งยืน จะต้องมีความคงเส้นคงวาในการสร้างภาพลักษณ์ การที่ผู้บริหารเป็นผู้ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดีจะบอกถึงองค์การ รูปแบบของคนในองค์การ ซึ่งจะมีผลต่อการประชาสัมพันธ์องค์การทั้งในด้านวิธีการและการปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จเป็นที่ต้องการ อนึ่งยังมีข้อสังเกตอีกประการหนึ่งคือ จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ปกครองโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีมีความคิดเห็นต่อคุณค่า หรือจรรยาบรรณของโรงเรียนต่ำที่สุด ในข้อที่ว่า โรงเรียนมีบริการทุนอาหารกลางวันแก่นักเรียนที่ประสบภาวะทุพโภชนาการ หรือ ขาดแคลนอาหารกลางวัน ในความคิดของผู้วิจัยคิดว่า โรงเรียนเอกชนเมื่อทราบความต้องการของลูกค้ำ คือ ผู้ปกครองนั้นมีความต้องการให้โรงเรียนมีบริการทุนอาหารกลางวันแก่นักเรียนที่ประสบภาวะทุพโภชนาการหรือขาดแคลนอาหารกลางวัน โรงเรียนควรมีความเข้าใจ ยอมรับลูกค้ำและตอบสนองความต้องการของลูกค้ำ เพื่อนำมาหลักเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐาน รวมทั้งเป็นข้อมูลในการวางแผนการกำหนดทิศทางในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อไป



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### ข้อเสนอแนะ

1. โรงเรียนควรมีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงบริเวณโรงเรียนให้สวยงาม กว้างขวางมีสนามกีฬากลางแจ้งที่สามารถใช้ได้ทุกฤดูกาล และมีเครื่องเล่นและอุปกรณ์ประกอบสนามที่อยู่ในสภาพที่ปลอดภัย
2. โรงเรียนควรมีจุดเน้นและสร้างความโดดเด่นในเรื่องงานฝีมือ ศิลปะหัตถกรรมให้มากยิ่งขึ้น
3. โรงเรียนควรมีจัดให้มีบริการทุนอาหารกลางวันแก่นักเรียนที่ประสบภาวะทุพโภชนาการ หรือขาดแคลนอาหารกลางวัน

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาสภาพปัญหาในการกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกันระหว่างผู้บริหารโรงเรียน เอกชนและบุคลากรครู
2. ควรมีการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน หาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาโรงเรียนเอกชนให้มีภาพลักษณ์ที่ดีและมีประสิทธิภาพ
3. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน
4. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนในเครือศาสนา และโรงเรียนเอกชนที่ไม่อยู่ในเครือศาสนา ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง เพื่อศึกษาความแตกต่างของภาพลักษณ์ของโรงเรียน
5. ควรมีการศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชน ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง ในเชิงคุณภาพ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- ชนิษฐา ตริหิรัญกุล. ปัจจัยที่เกื้อหนุนต่อการจัดการศึกษาในทศวรรษหน้า. กรุงเทพมหานคร. คณะกรรมการการศึกษาเอกชน, สำนักงาน, 2545.
- คนอง ตนเล็ก. ความสอดคล้องระหว่างความคาดหวังของผู้ปกครองที่มีต่อโรงเรียนและสภาพที่เป็นจริงของโรงเรียนอนุบาลเอกชน ในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาประถมศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535. คณะกรรมการการศึกษาเอกชน, สำนักงาน. การวิจัยเพื่อจัดระดับมาตรฐานการศึกษาโรงเรียนราษฎร์ สายสามัญ ปีงบประมาณ 2523 - 2524. วารสารการวิจัยทางการศึกษา 13 ( เมษายน - มิถุนายน 2526) : 29-30.
- คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, สำนักงาน. สรุปรายงานการวิจัย เรื่อง ประสิทธิภาพในการจัดการศึกษาของเอกชน. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานนายกรัฐมนตรี, 2537.
- คณะกรรมการการศึกษาเอกชน, สำนักงาน. กำหนดวิธีคัดเลือกใหม่โรงเรียนเอกชนใหม่. ข่าวสด ( 12 พฤษภาคม 2543) : 5.
- จารุวรรณ เทพธานี. กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของ แอมเวย์. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- จิตลาวัฒน์ บุณนาค. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- จิราภรณ์ สีขาว. ภาพลักษณ์สถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษาตามการรับรู้ของผู้บริหาร การศึกษาระดับสูง. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- ใจทิพย์ ศรีประกายเพชร. การศึกษากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลการสร้างภาพลักษณ์ของโครงการดาวเทียมไทยคม. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.
- ฉลอง ภิรมย์รัตน์. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ประจักษ์การพิมพ์, 2521.
- ชุมพร ยงกิตติคุณ และคณะ. การรับรู้ภาพพจน์เกี่ยวกับญี่ปุ่นและไทยของนักเรียนไทยและนักเรียนญี่ปุ่นในประเทศไทย. ภาควิชาจิตวิทยา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529 .

ตรีบุษ คงคาสุริยฉาย. กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของโรงพยาบาลยี่

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์การตลาด คณะนิเทศศาสตร์  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2538.

ทิวา สุริยะ. การบริหารงานอาคารสถานที่ของโรงเรียนดีเด่น สังกัด สำนักงานการประถมศึกษา

จังหวัดเชียงราย วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการศึกษา  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2540.

เจียร ภูภิญโญยิ่ง. พระบรมราโชวาท พระราชทานแก่คณะครูโรงเรียนราษฎร์ที่วราชอาณาจักร.

วารสารกองทุนสงเคราะห์การศึกษาเอกชน 7 ( ธันวาคม 2540) : 15.

นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์. หลักการบริหารการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : บพิธการพิมพ์, 2534.

นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์. ก้าวเข้าสู่ผู้บริหารการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : บพิธการพิมพ์, 2540.

นิสาชล รัตนสาชล. เอกลักษณ์ขององค์การในฐานะกลยุทธ์การสื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์.

โครงการ พิเศษปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์  
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2541.

นิตามณี ผลธัญญา. การวิเคราะห์สภาพการจัดการศึกษาระดับก่อนประถมศึกษาของ โรงเรียน

เอกชน จังหวัดเชียงใหม่ วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารการ  
ศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2539.

ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : จำรัสการพิมพ์, 2530.

ประจวบ อินอื้อด. เขาประชาสัมพันธ์กันอย่างไร. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มณฑนาสถาปัตย์,  
2532.

ปลัดกระทรวง, สำนักงาน. สถิติการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ปีการศึกษา 2541. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์  
คุรุสภา, 2542.

ปลัดกระทรวง, สำนักงาน. สถิติการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ปีการศึกษา 2542. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์  
คุรุสภา, 2544.

ปลัดกระทรวง, สำนักงาน. สถิติการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ปีการศึกษา 2543. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์  
คุรุสภา, 2545.

ปลัดกระทรวง, สำนักงาน. สถิติการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ปีการศึกษา 2544. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์  
คุรุสภา, 2545.

พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์(บรรณาธิการ). ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์.

พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ประกายพริ้ง, 2540.

- พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร. ภาพลักษณ์กับการประชาสัมพันธ์, ใน พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (บรรณาธิการ). ภาพลักษณ์นั้นสำคัญยิ่ง : การประชาสัมพันธ์กับภาพลักษณ์. กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.
- พัชนี เขยจรรยา และคณะ. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- พัชนี เขยจรรยา และคณะ. ภาพพจน์ของนักการเมืองสตรี : การศึกษาเปรียบเทียบภาพพจน์จากการรับรู้ของตนเองของประชาชน และการนำเสนอในหน้าหนังสือพิมพ์. กรุงเทพมหานคร : สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย, 2533.
- มนตรี มีลำไย. การศึกษาเอกชน. การศึกษาแห่งชาติ 16 ( มิถุนายน - กรกฎาคม 2525) : 9-12.
- มานิต รัตนสุวรรณ. โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ในโลกของการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- ภูษิตย์ วงษ์เล็ก. ความคาดหวังของผู้ปกครองนักเรียนในการนำบุตรหลานเข้าเรียนในโรงเรียนเอกชนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ในกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2540.
- โยธิน คันสนยุทธ และคณะ. จิตวิทยา. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, 2524.
- รัตนาวดี ศิริทองถาวร. การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.
- ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์อักษรเจริญทัศน์, 2525.
- วรลักษณ์ ฉีราโมกษ์. จิตวิทยากับการศึกษาพฤติกรรมสื่อสาร ในเอกสารคำสอน ชุดวิชาพฤติกรรมศาสตร์การสื่อสาร หน่วยที่ 1 - 8. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมมาธิราช, 2533.
- วันทนา จิรธนา. กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท ไทโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.
- วิจิตร อาวะกุล. เทคนิคการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร : โอ เอส พริ้นท์ เฮาส์ จำกัด. 2534.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.





## ภาษาอังกฤษ

- Belch, George E. and Belch, Michael A..Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective, 4th edition. Massachusetts : McGraw -Hill Co.Inc.,1998.
- Boorstin, Danial J. The Image : A Guide to Pseudo - Events in America. New York: Mc Cellelland & Stewart Ltd, 1973.
- Boulding, Kenneth E.. The Image : Knowledge in Life and Society. Michigan : The University of Michigan, 1975.
- Burgoon M., Hunsaler F.G., and Dawson E.J.Human Communication. 3 rd. U.S.A.: GAGE Publication, 1944.
- Clive Chajet, Image by Design. Paris :Addison- Wesley Publishing Company, INC,1991.
- Cutlip,Scott M. and Center, Allen H.. Effective Public Relations, 5th edition. New Jersey : Prentice-Hall, Inc.,1978.
- Gregory Jame R. With Wiechmann Jack G. Marketing Corporate Image. Illinois : NTC Publishing Group., 1991.
- Jefkins, Frank. Planned Press and Public Relations, 3rd ed. Great Britain : Alden Press, 1993.
- Harrison Shirley. Public Relation. London and New York : Routledge. 1995.
- Kotler, Philip. Marketing Management, 10th edition. New Jersey : Prentice-Hall Inc. ,2000.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary.Principles of Marketing, 8th edition. New Jersey : Prentice-Hall,Inc.,1999.
- Morley,Michael. How to Manage Your Global Reputation : Aguide to the Dynamics of International Public Relations.Hampshire and London : Macmillan Press Ltd. ,1998.
- Paul Barbe and David Legge. Perception and Information Essential Psychology. 1st Edition. Peter Herrict, Great Britain : the Chaucer Press, 1976.
- Richard R. Rosinski. The Development of Visual Perception .California : Goodyear Publishing Company,1977.



Richard L. Roe. Development Psychology Today .California : Communication Research Machines, Inc.,1978.

Wilcox, Dennis L. and others. Public Relations : Strategies and Tactics, 6th edition.  
New york : Addison-Wesley Educational Publishers Inc., 2000.

Yeshin, Tony.Integrated Marketing Communications : the Holistic Approach.  
Oxford : Butterworth- Heinemann, 1998.



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

1. รองศาสตราจารย์นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์  
ผู้อำนวยการโรงเรียนวชิรวิทย์ จังหวัดเชียงใหม่
2. รองศาสตราจารย์ ดร.อมรชัย ตันติเมธ  
อาจารย์พิเศษภาควิชาบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
3. รองศาสตราจารย์ ดร.ปรมมะ สตะเวทิน  
อาจารย์ประจำภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
4. นางภาวีกา ชิมเจริญ  
ผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี  
อดีตอาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี  
(วุฒิทางการศึกษาปริญญาโท)
5. นายเกษม จิตรวิโรจน์  
ผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี  
(วุฒิทางการศึกษาปริญญาตรี)

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ข

หนังสือขอความร่วมมือ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ที่ ศธ.0512.6(2700.0603)/1200

ฝ่ายวิชาการ คณะครุศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพญาไท กรุงเทพฯ 10330.

16 มีนาคม 2547

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการโรงเรียนนวมวิทย์

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ด้วย นางสาวชลรัตน์ ชลมารค นิสิตชั้นปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารการศึกษา สาขาวิชาบริหารการศึกษา อยู่ระหว่างการดำเนินงานวิจัยวิทยานิพนธ์เรื่อง “ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ในกรณีนี้จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัยที่นิสิตสร้างขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดเป็นผู้ทรงคุณวุฒิดังกล่าว เพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุลักษณ์ ศรีบุรี)

รองคณบดีฝ่ายวิชาการ

ปฏิบัติราชการแทนคณบดีคณะครุศาสตร์

ฝ่ายวิชาการ

โทร. 0-2218-2680





ที่ ศธ.0512.6(2700.0603)/1201

ฝ่ายวิชาการ คณะครุศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพญาไท กรุงเทพฯ 10330.

16 มีนาคม 2547

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.อมรชัย ตันติเมธ

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ด้วย นางสาวชลรัชนี ชลมารค นิสิตชั้นปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารการศึกษา สาขาวิชา  
บริหารการศึกษา อยู่ระหว่างการดำเนินงานวิทยานิพนธ์เรื่อง "ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัด  
ชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง" โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์ เป็นอาจารย์ที่  
ปรึกษา ในการนี้จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัยที่นิสิตสร้างขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดเป็นผู้ทรงคุณวุฒิดังกล่าว เพื่อประโยชน์ทาง  
วิชาการต่อไป และขอบพระคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุลักษณ์ ศรีบุรี)

รองคณบดีฝ่ายวิชาการ

ปฏิบัติราชการแทนคณบดีคณะครุศาสตร์

ฝ่ายวิชาการ

โทร. 0-2218-2680



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ ฝ่ายวิชาการ (บัณฑิตศึกษา) คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โทร.82680

ที่ ศธ.0512.6(2770.0603)/1202

วันที่ 16 มีนาคม 2547

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.ปรมะ ทัศเวทิน

ด้วย นางสาวชลรัตน์ ชลมารค นิสิตชั้นปริญญาโท บัณฑิต ภาควิชาบริหารการศึกษา สาขาวิชาบริหารการศึกษา อยู่ระหว่างการดำเนินงานวิจัยวิทยานิพนธ์เรื่อง "ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง" โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ในกรณีนี้จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัยที่นิสิตสร้างขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดเป็นผู้ทรงคุณวุฒิดังกล่าว เพื่อประโยชน์ทางการต่อไป และขอบพระคุณมาในโอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุลักษณ์ ศรีบุรี)

รองคณบดีฝ่ายวิชาการ

ปฏิบัติราชการแทนคณบดีคณะครุศาสตร์

สถาบันวิจัยประชากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ที่ ศธ.0512.6(2700.0603)/1203

ฝ่ายวิชาการ คณะครุศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพญาไท กรุงเทพฯ 10330.

16 มีนาคม 2547

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณภาวีกา ชิมเจริญ

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ด้วย นางสาวชลรัตน์ ชลมารค นิสิตชั้นปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาบริหารการศึกษา สาขาวิชาบริหารการศึกษา อยู่ระหว่างการดำเนินงานวิทยานิพนธ์เรื่อง "ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง" โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ในการนี้จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัยที่นิสิตสร้างขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดเป็นผู้ทรงคุณวุฒิดังกล่าว เพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป และขอบพระคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุลักษณ์ ศรีบุรี)

รองคณบดีฝ่ายวิชาการ

ปฏิบัติราชการแทนคณบดีคณะครุศาสตร์

ฝ่ายวิชาการ

โทร. 0-2218-2680



ที่ ศธ.0512.6(2700.0603)/1204

ฝ่ายวิชาการ คณะครุศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพญาไท กรุงเทพฯ 10330.

16 มีนาคม 2547

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณเกษม จิตรวิโรจน์

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ด้วย นางสาวชลรัตน์ ชลมารค นิสิตชั้นปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารการศึกษา สาขาวิชาบริหารการศึกษา อยู่ระหว่างการดำเนินงานวิจัยวิทยานิพนธ์เรื่อง “ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง” โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ในการนี้จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัยที่นิสิตสร้างขึ้น

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดเป็นผู้ทรงคุณวุฒิดังกล่าว เพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป และขอบพระคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุลักษณ์ ศรีบุรี)

รองคณบดีฝ่ายวิชาการ

ปฏิบัติราชการแทนคณบดีคณะครุศาสตร์

ฝ่ายวิชาการ

โทร. 0-2218-2680



ที่ ศธ.0512.6(2700.0603)/1199

ฝ่ายวิชาการ คณะครุศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ถนนพญาไท กรุงเทพฯ 10330.

16 มีนาคม 2547

เรื่อง ขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ

สิ่งที่ส่งมาด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ด้วย นางสาวชลรัตน์ ชลมารค นิสิตชั้นปริญญาโทบัณฑิต ภาควิชาบริหารการศึกษา สาขาวิชาบริหารการศึกษา อยู่ระหว่างการดำเนินงานวิจัยวิทยานิพนธ์เรื่อง "ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง" โดยมี รองศาสตราจารย์ ดร.วีระวัฒน์ อุทัยรัตน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ในกรณีนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม กับผู้ปกครองโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ทั้งนี้ นิสิตผู้วิจัย จะได้ประสานงานในรายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นางสาวชลรัตน์ ชลมารค ได้ทำการเก็บข้อมูลวิจัยดังกล่าว เพื่อประโยชน์ทางวิชาการต่อไป และขอขอบคุณมาในโอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุลักษณ์ ศรีบุรี)

รองคณบดีฝ่ายวิชาการ

ปฏิบัติราชการแทนคณบดีคณะครุศาสตร์

ฝ่ายวิชาการ

โทร. 0-2218-2680

ที่ ศธ 0211 / 1946



สำนักบริหารงานคณะกรรมการ  
ส่งเสริมการศึกษาเอกชน  
สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ  
กทม. 10300

23 กุมภาพันธ์ 2547

เรื่อง ขอความร่วมมือในการวิจัย

เรียน ผู้รับใบอนุญาต ผู้จัดการ หรือครูใหญ่โรงเรียน

ด้วย นางสาวชลรัตน์ ชลมารค นิสิตชั้นปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กำลังดำเนินการวิจัยเพื่อเสนอเป็นวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชน ในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง" มีความประสงค์ขอเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับ ผู้ปกครองนักเรียนในโรงเรียนของท่าน

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์จากท่าน ได้โปรดพิจารณาอนุญาตให้ นิสิตดำเนินการ เก็บข้อมูลเพื่อประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(นายสุรเทพ เต็มไธสงศิริ)

รองผู้อำนวยการสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน  
วิทยาลัยราชวราภาณ ผู้อำนวยการสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน  
ปฏิบัติหน้าที่เลขาธิการคณะกรรมการการศึกษาเอกชน

กองนโยบายและแผน

โทร. 0 2281 7112

โทรสาร 0 2282 8654





ภาคผนวก ค

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีตามการรับรู้ของผู้ปกครอง

ผู้วิจัย

นางสาวชลรัตน์ ชลมารค

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
นิตยระดับปริญญาโท

สาขาวิชาบริหารการศึกษา ภาควิชาบริหารการศึกษา

คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**สำหรับผู้ปกครอง**

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง **ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีตามการรับรู้ของผู้ปกครอง**

คำชี้แจง

1. การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง ผลการศึกษาในครั้งนี้จะนำมาใช้เป็นข้อมูลในการศึกษา แก้ปัญหา ปรับปรุง พัฒนาและเป็นแนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่สถานศึกษา ตลอดจนนำมาเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวางแผนพัฒนาโรงเรียนให้ได้รับความเชื่อถือ การยอมรับ ศรัทธาจากผู้ปกครอง ชุมชน และสังคมทั่วไป

2. แบบสอบถามชุดนี้ใช้สำหรับสอบถามผู้ปกครองโรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี

3. แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน ในแต่ละตอนประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับเรื่อง ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลการแสดงการรับรู้ของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นางสาวชลรัตน์ ชลมารค

นิสิตปริญญาโทสาขาวิชาการบริหารการศึกษา

คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แบบสอบถาม

เรื่อง

" ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีตามการรับรู้ของผู้ปกครอง "

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ของนิสิตปริญญาโท คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จึงขอความร่วมมือจากทุกท่าน โปรดตอบคำถามตามความเป็นจริง เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาต่อไป โดยข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามทั้งหมดจะถือเป็นความลับ ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น

### ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ปกครอง

คำชี้แจง โปรดเติมข้อมูลและทำเครื่องหมาย  ลงใน  ตรงหน้าข้อความที่เป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 21 ปี

21 - 30 ปี

31 - 40 ปี

41 - 50 ปี

สูงกว่า 50 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

อ่านไม่ออก - เขียนไม่ได้

ประถมศึกษา

มัธยมศึกษาตอนต้น

มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ป.วช.

อนุปริญญา หรือ ป.วส.

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

**ตอนที่ 2**  
**ความคิดเห็นของผู้ปกครองที่มีต่อภาพลักษณ์ของ**  
**โรงเรียนเอกชน ในจังหวัดชลบุรี**

**คำชี้แจง**

ในฐานะที่ท่านเป็นผู้ปกครองของนักเรียนโรงเรียนเอกชน ในจังหวัดชลบุรี  
 โปรดแสดงความคิดเห็นที่ท่านมีต่อภาพลักษณ์ของโรงเรียนในเรื่องต่างๆ ได้แก่ คุณ  
 ลักษณะหรือบุคลิกภาพของโรงเรียน ชื่อเสียงของโรงเรียน เอกลักษณะหรือความโดดเด่นของโรง  
 เรียน และคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียน

คำตอบของท่านจะช่วยให้ โรงเรียนสามารถปรับปรุงให้มีคุณภาพดีขึ้นได้ และจะ  
 ไม่มีผลกระทบทางที่ไม่ดีต่อการศึกษาของบุตรหลานท่าน เป็นเพียงการวิจัยในภาพรวม  
 เท่านั้น

**คำแนะนำ**

ขอให้ท่านเขียนเครื่องหมาย  ล้อมรอบตัวเลขทำข้อความแต่ละข้อที่ตรงกับความ  
 คิดเห็นของท่าน โดยระดับความคิดเห็นของท่าน มี 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

- |   |         |                      |
|---|---------|----------------------|
| 5 | หมายถึง | เห็นด้วยอย่างยิ่ง    |
| 4 | หมายถึง | เห็นด้วย             |
| 3 | หมายถึง | ไม่แน่ใจ             |
| 2 | หมายถึง | ไม่เห็นด้วย          |
| 1 | หมายถึง | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง |

สถาบันวิจัยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## การรับรู้ของผู้ปกครองต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี

**คำชี้แจง** กรุณาเขียนเครื่องหมาย ○ ล้อมรอบตัวเลขท้ายข้อความแต่ละข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

### 1. การรับรู้ต่อบุคลิกภาพหรือคุณลักษณะของโรงเรียนแห่งนี้

ข้อรายการ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1 อาคารเรียนของโรงเรียนได้รับการออกแบบในรูปแบบที่ทันสมัย สวยงาม และสีสันทันตึง	5	4	3	2	1
2 อาคารเรียนของโรงเรียนมีความมั่นคง แข็งแรง เหมาะสมและปลอดภัย	5	4	3	2	1
3 โรงเรียนมีห้องเรียน โต๊ะเก้าอี้ครูและนักเรียนมั่นคงแข็งแรงเหมาะสมและเพียงพอ	5	4	3	2	1
4 สภาพแวดล้อมในโรงเรียนมีความสะอาด ร่มรื่น ห้องเรียนมีแสงสว่าง ปลอดภัย และมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้	5	4	3	2	1
5 โรงเรียนมีบริเวณกว้างขวาง มีสนามกีฬากลางแจ้งที่มีสภาพดี และใช้ได้ทุกฤดูกาล	5	4	3	2	1
6 โรงเรียนมีเครื่องเล่นและอุปกรณ์ประกอบสนามที่อยู่ในสภาพดี มั่นคงถาวรและปลอดภัย	5	4	3	2	1
7 โรงเรียนมีจำนวนห้องน้ำห้องส้วมที่ถูกลักษณะพอเพียงและเหมาะสม	5	4	3	2	1
8 โรงเรียนมีหลักสูตรที่หลากหลายและช่วยเสริมความสามารถของนักเรียนในการเชื่อมต่อการเรียนรู้ในห้องเรียนสู่ชุมชน	5	4	3	2	1
9 หลักสูตรของโรงเรียนมีความทันสมัย สอดคล้องกับท้องถิ่นเหมาะสมตรงกับความต้องการของนักเรียน และชุมชน	5	4	3	2	1



ข้อรายการ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
10 โรงเรียนมีวัสดุและอุปกรณ์การเรียนการสอนเหมาะสมกับ วัยของเด็ก ทันสมัย และเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย	5	4	3	2	1
11 ผู้บริหารยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ พุดจาเหมาะสม อารมณ์ดีเหมาะสมกับเป็นนักบริหาร	5	4	3	2	1
12 ผู้บริหารมีบุคลิกภาพโดดเด่น น่าเคารพ เชื้อถือและศรัทธา	5	4	3	2	1
13 ครูมีความกระฉับกระเฉง คล่องแคล่วว่องไว มีชีวิตชีวา	5	4	3	2	1
14 ครูพุดจาไพเราะ สุภาพเรียบร้อย มีมนุษยสัมพันธ์ดีและ เป็นกันเอง	5	4	3	2	1
15 บุคลากรสนับสนุนมีความสุภาพอ่อนน้อม พุดจาไพเราะ สุภาพเรียบร้อย เต็มใจให้บริการและอำนวยความสะดวก	5	4	3	2	1
16 นักเรียนมีความร่าเริง แจ่มใส กระตือรือร้นในการเรียน และรักการอ่าน	5	4	3	2	1

## 2. การรับรู้เกี่ยวกับเรื่องชื่อเสียงของโรงเรียนแห่งนี้

ข้อรายการ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1 โรงเรียนมีชื่อเสียงในด้านการอบรมจรรยาบรรณ คุณธรรม จริยธรรมแก่นักเรียน	5	4	3	2	1
2 โรงเรียนมีการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการ	5	4	3	2	1
3 โรงเรียนได้รับรางวัลจากการแข่งขันด้านต่าง ๆ มาก ( ด้านกีฬา วิชาการ มารยาท ความประพฤติ )	5	4	3	2	1
4 นักเรียนมีความรู้ความสามารถในด้านวิชาการ (คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภาษาไทย ภาษาต่างประเทศ )	5	4	3	2	1
5 นักเรียนมีความรู้ความสามารถและทักษะการใช้ คอมพิวเตอร์	5	4	3	2	1
6 นักเรียนมีความรู้ความสามารถในด้านดนตรี กีฬา ศิลปะ	5	4	3	2	1
7 นักเรียนกิริยามารยาทเรียบร้อย มีวินัยในตนเอง	5	4	3	2	1
8 ผู้สำเร็จจากโรงเรียนมีโอกาสศึกษาต่อและ/หรือเข้าทำงาน ได้ง่าย	5	4	3	2	1
9 ผู้สำเร็จจากโรงเรียนประสบความสำเร็จในการทำงาน มี ชื่อเสียง ได้รับการยอมรับในสังคม	5	4	3	2	1
10 ครูมีการดูแลเอาใจใส่นักเรียน	5	4	3	2	1
11 ครูมีความรู้ความสามารถในการสอน	5	4	3	2	1

## 3. การรับรู้เกี่ยวกับเอกลักษณ์หรือความโดดเด่นของโรงเรียนแห่งนี้

ข้อรายการ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
1 ชื่อของโรงเรียนเป็นสิ่งจูงใจในการตัดสินใจในการเลือกโรงเรียนสำหรับบุตรหลาน	5	4	3	2	1
2 ท่านมีความรู้สึกภาคภูมิใจเมื่อมีโอกาสใช้สิ่งของอันแสดงถึงสัญลักษณ์ของโรงเรียน	5	4	3	2	1
3 ชื่อโรงเรียน อักษรย่อ สัญลักษณ์ เครื่องหมายของโรงเรียน สะดุดตา ช่วยสร้างความภูมิใจที่มีบุตรหลานเรียนโรงเรียนแห่งนี้	5	4	3	2	1
4 พิธีการและประเพณีปฏิบัติของโรงเรียนช่วยเสริมภาพพจน์ให้นักเรียนและโรงเรียน	5	4	3	2	1
5 ชื่อเสียงประวัติและความเก่าแก่ของโรงเรียนถือเป็นจุดเด่นของโรงเรียนที่ก่อตั้งมานาน	5	4	3	2	1
6 การแต่งกายของผู้บริหารและครูมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สุภาพ สวยงาม และเหมาะสมกับกาลเทศะ	5	4	3	2	1
7 เครื่องแบบนักเรียนมีรูปแบบที่สวยงาม สะดุดตาและมีความสุภาพเรียบร้อย	5	4	3	2	1
8 การแต่งกายของบุคลากรสนับสนุนมีความสุภาพเรียบร้อยเหมาะสม	5	4	3	2	1
9 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องงานฝีมือ ศิลปะหัตถกรรม	5	4	3	2	1
10 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการอบรมคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณ	5	4	3	2	1
11 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการสอนภาษาต่างประเทศ	5	4	3	2	1
12 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการสอนคอมพิวเตอร์	5	4	3	2	1
13 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการจัดการศึกษาที่มีมาตรฐานทางวิชาการ	5	4	3	2	1

ข้อรายการ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
14 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องการส่งเสริมให้นักเรียนมี ความสามารถพิเศษทางด้านกีฬา ดนตรี ศิลปะ	5	4	3	2	1
15 โรงเรียนมีความโดดเด่นในเรื่องระเบียบวินัยของนักเรียน	5	4	3	2	1

#### 4. การรับรู้เกี่ยวกับคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนแห่งนี้

ข้อรายการ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
1 โรงเรียนมีวิสัยทัศน์ หรือเป้าหมายในการดำเนินงานของ โรงเรียนประกาศไว้อย่างเปิดเผย ชัดเจน	5	4	3	2	1
2 โรงเรียนมีธรรมเนียมโรงเรียน คู่มือครู คู่มือนักเรียน สำหรับ เป็นแนวในการยึดถือปฏิบัติอย่างชัดเจน	5	4	3	2	1
3 โรงเรียนมีนโยบายและแผนพัฒนาโรงเรียนอย่างชัดเจน	5	4	3	2	1
4 อัตราส่วนครูต่อนักเรียนมีความเหมาะสม ขนาดของ ชั้นเรียนมีขนาดพอเหมาะกับจำนวนนักเรียนในชั้น	5	4	3	2	1
5 โรงเรียนมีบริการให้ทุนการศึกษาแก่นักเรียนที่ขาดแคลน และนักเรียนที่เรียนดี	5	4	3	2	1
6 โรงเรียนมีบริการให้ทุนอาหารกลางวันแก่นักเรียนที่ประสบ ภาวะทุพโภชนาหรือขาดแคลนอาหารกลางวัน	5	4	3	2	1
7 โรงเรียนจัดให้มีการบริการตรวจสุขภาพอนามัยแก่นักเรียน เป็นประจำ	5	4	3	2	1
8 โรงเรียนจัดให้บริการด้านการให้คำปรึกษาและการ แนะแนว	5	4	3	2	1

ข้อรายการ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ ใจ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
9 โรงเรียนให้บริการคอมพิวเตอร์ ห้องสมุด เป็นสื่อและ แหล่งการเรียนรู้แก่ชุมชน	5	4	3	2	1
10 ผู้บริหารเป็นผู้มีความรู้ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การ เมือง การปกครอง และทันต่อข่าวสารเหตุการณ์	5	4	3	2	1
11 ผู้บริหารเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี	5	4	3	2	1
12 ผู้บริหารเข้าร่วมกิจกรรมในการส่งเสริม และช่วยเหลือ สังคม	5	4	3	2	1
13 ผู้บริหารปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีการ พัฒนาอย่างต่อเนื่อง	5	4	3	2	1
14 ผู้บริหารมีการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการ บริหารจัดการ	5	4	3	2	1
15 ผู้บริหารปฏิบัติตนเป็นคนทันสมัย พร้อมรับการเปลี่ยน แปลงใหม่ ๆ อย่างเหมาะสม	5	4	3	2	1
16 ครูในโรงเรียนส่วนใหญ่มีคุณวุฒิทางการศึกษาสูง	5	4	3	2	1
17 ครูเป็นผู้ที่ประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี	5	4	3	2	1
18 ครูเข้าร่วมกิจกรรมในการส่งเสริม และช่วยเหลือสังคม	5	4	3	2	1
19 ครูปฏิบัติหน้าที่อย่างเต็มความสามารถและมีการพัฒนา ตนเองเพื่อเพิ่มพูนทักษะในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง	5	4	3	2	1
20 ครูมีการนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการเรียน การสอน	5	4	3	2	1

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวชลรัตน์ ชลมารค เกิดเมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน พ.ศ. 2505 เกิดที่จังหวัดชลบุรี สำเร็จการศึกษาปริญญาบัณฑิต เอกภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เมื่อปีการศึกษา 2530 และสำเร็จการศึกษาปริญญาบัณฑิต เอกการประถมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ บางแสน เมื่อปีการศึกษา 2530 เช่นเดียวกันและเข้าศึกษาต่อหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารการศึกษา ภาควิชาบริหารการศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2545

ปัจจุบันเป็นผู้ช่วยผู้จัดการโรงเรียนสุตา ตำบลบางทราย อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี สังกัด สำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย