



การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ



ณัฐภณ สุเมธอริคม
บุญเกิด วงษ์บุญงาม
อัญชลี แย้มจินดา

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินผลประโยชน์ประจำปีงบประมาณ 2551

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



**A Study of Current Image and Desired Image of Rajamangala University
of Technology Phra Nakhon Graduates according to Opinion of Entrepreneurs**

**NATTAPON SUMATHATHIKOM
BOONKERD WONGBOONNGAM
ANCHULEE YAEMJINDAR**

This Report is Funded by Rajamangala University of Technology Phra Nakhon,

Fiscal Year 2008

ชื่อเรื่อง : การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ

ผู้วิจัย : นายณัฐภณ สุเมธธิดม นายบุญเกิด วงษ์บุญงาม และนางสาวอัญชลิ แยมจินดา

พ.ศ. : 2551

บทคัดย่อ

การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ และเพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ โดยใช้ระเบียบวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) และแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 247 คน จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS for Window 14.0 เพื่อหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std. Deviation) ค่าเฉลี่ย (Mean) และทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบค่าที (t-test) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ .05

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. บัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีภาพลักษณ์ที่เป็นจริงมาก โดยบัณฑิตสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใสมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และบัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ส่วนภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์อยู่ในระดับพึงประสงค์มาก โดยบัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดีมีภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และบัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

2. ผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดของสถานประกอบการ พบว่าภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ มีความแตกต่างกันทุกรายการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นบัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส สถานประกอบการมีความคิดเห็นว่าภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ไม่แตกต่างกัน

Title : A Study of Current Image and Desired Image of Rajamangala University of Technology Phra Nakhon Graduates according to Opinion of Entrepreneurs

Researchers : Nattapon Sumathathikom, Boonkerd Wongboonngam and Anchulee Yaemjindar

Year : 2008

Abstract

Objectives of this study, A Study of Current Image and Desired Image of Rajamangala University of Technology Phra Nakhon Graduates according to Opinion of Entrepreneur, were to study and compare viewpoint of employers regarding current image and desired image of students who graduated from Rajamangala University of Technology Phra Nakhon. Survey research methodology was exploited by distributing questionnaires to sample group of 247 employers. Thereafter, collected data was analyzed using SPSS for Windows v. 14.0 to find frequency, percentage, standard deviation, mean and t-test at statistically significant level of 0.05 for hypothesis testing.

The results of this study were as follows:

1. Rajamangala University of Technology Phra Nakhon graduates had current image at high level by good mental health, cheerful and happy graduates had highest means value while graduates with knowledge and ability in foreign language had lowest mean value. The result also showed that desired image of graduates were high by good moral and ethic graduates had highest mean value whereas graduates with knowledge and ability in foreign language had lowest mean value.

2. By comparing current image to desired image in employers' viewpoint of Rajamangala University of Technology Phra Nakhon Graduates, the study found that all images were significantly different at the level of 0.05, except good mental health, cheerful and happy graduates.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ” ในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงลงด้วยดีด้วยความกรุณาจากท่านรองศาสตราจารย์ดวงสุดา เตโชติรส อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ให้การสนับสนุนนักวิจัยของสถาบันในการทำวิจัย นอกจากนี้ยังได้กำหนดนโยบายด้านการพัฒนางานวิจัยของมหาวิทยาลัยไว้อย่างชัดเจน ตลอดจนเป็นขวัญและกำลังใจให้นักวิจัยทุกคนเสมอมา คณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

การทำวิจัยฉบับนี้ คณะผู้วิจัยขอขอบคุณคณาจารย์และเจ้าหน้าที่ของทุกคณะที่อนุเคราะห์ข้อมูลสถานที่ฝึกงานของนักศึกษาให้คณะผู้วิจัยและคอยอำนวยความสะดวกด้วยดี และขอขอบคุณบุคลากรของวิทยาลัยเทคนิคสมุทรปราการ โรงเรียนจิตรลดาสาขาศาสตร์ กระทรวงการคลัง กรมประชาสัมพันธ์ รัฐสภาโรงแรมสยามซิตี ห้างหุ้นส่วนจำกัด สำนักงานเคซีที การบัญชี จำกัด มูลนิธิกระจกเงา ที่กรุณาสละเวลาช่วยในการทดสอบแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด ตลอดจนขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์สละเวลาช่วยตอบแบบสอบถามและให้ข้อมูลอื่นๆ ประกอบผลการวิจัย ซึ่งทำให้งานวิจัยชิ้นนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

สุดท้ายนี้ คณะผู้วิจัยขอขอบคุณบุคลากรทุกท่านของสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและคอยตอบข้อซักถามต่างๆ และขอขอบคุณบุคลากรของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนที่ช่วยประสานงานรับส่งข้อมูลจากคณะต่างๆ กระทั่งผู้วิจัยได้รับข้อมูลอย่างครบถ้วน และสามารถทำการวิจัยได้แล้วเสร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนามหาวิทยาลัยต่อไป

คณะผู้วิจัย

กันยายน 2551

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญภาพ	(8)
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ในการวิจัย	5
สมมติฐานในการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
วิธีดำเนินการวิจัย	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
นิยามศัพท์	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์	8
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบุคคล	17
แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร	21
สรุปกรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี (พ.ศ. 2551-2565)	33
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	41
3 วิธีดำเนินการวิจัย	45
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	45
เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย	46
การรวบรวมข้อมูล	48
การวิเคราะห์ข้อมูล	48

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	49
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	49
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์	52
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	81
สรุปผลการวิจัย	81
อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย	84
อภิปรายผลการวิจัยตามแนวคิด	88
ข้อเสนอแนะสำหรับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	92
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป	93
บรรณานุกรม	94
ภาคผนวก	98
ภาคผนวก ก. สูตรการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ของ Taro Yamane	99
ภาคผนวก ข. เอกสารขอความอนุเคราะห์ขอข้อมูลสถานที่ฝึกงาน	100
ภาคผนวก ค. ตัวอย่างแบบสอบถาม	109
ประวัติผู้วิจัย	

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ตารางแสดงจำนวนสถานประกอบการจำแนกตามคณะ	45
2	ตารางแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคณะ	46
3	ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และลักษณะหน่วยงาน	49
4	ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของสถานประกอบการที่ประเมินบัณฑิต จำแนกตามคณะ	51
5	ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ที่เป็นจริงของบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความเห็นของสถานประกอบการ	52
6	ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความเห็นของสถานประกอบการ	54
7	ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและ ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ	56
8	ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและ ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตคณะวิศวกรรมศาสตร์ มทร. พระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ	57
9	ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและ ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มทร. พระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ	59
10	ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและ ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มทร. พระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ	61
11	ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและ ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มทร. พระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
12	ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจ มทร. พระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ	65
13	ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตคณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ มทร. พระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ	67
14	ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร. พระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ	69
15	ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตคณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มทร. พระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ	71
16	ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต มทร. พระนคร ตามความคิดเห็นของบริษัทเอกชน	73
17	ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต มทร. พระนคร ตามความคิดเห็นของหน่วยงานราชการ	75
18	ตารางเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิต มทร.พระนคร	77

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ภาพแสดงภาวะวิกฤตทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การเกิดอุบัติเหตุ ที่ไม่คาดฝัน	30



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาประเทศในช่วงที่ผ่านมาเน้นการพัฒนาทางด้านภาคอุตสาหกรรม จนทำให้เกิดแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจและสังคมไทย ซึ่งอาจนำประเทศไปสู่การเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ หรือประเทศเกษตรอุตสาหกรรมใหม่ หรือประเทศอุตสาหกรรมบริการ หรืออาจจะผสมผสานกันระหว่างรูปแบบเศรษฐกิจที่กล่าวมาทั้งหมด ฉะนั้นการเตรียมกำลังคนเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจจึงเป็นเรื่องสำคัญ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเตรียมแรงงานทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อให้สามารถรองรับการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งปัจจุบันประเด็นเรื่องกำลังคนของประเทศไทยนั้นเป็นปัญหาสำคัญ ปัจจุบันตลาดแรงงานมีความต้องการกำลังคนในด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และด้านคณิตศาสตร์ ซึ่งจำเป็นต้องผลิตเพิ่มมากขึ้นในสัดส่วนบุคลากรทางด้านวิทยาศาสตร์ร้อยละ 65 และด้านสังคมศาสตร์ร้อยละ 35 และสัดส่วนนี้ต้องเน้นเรื่องคุณภาพด้วย (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2548)

แม้ว่าประเทศไทยจะสามารถพัฒนาเศรษฐกิจไปได้อย่างต่อเนื่อง แต่กลับพบว่ากำลังแรงงานของไทยในภาคอุตสาหกรรมส่วนใหญ่กลับมีการศึกษาดำ คือมีพื้นฐานการศึกษาในระดับประถมศึกษา ประกอบกับผู้สำเร็จการศึกษาระดับปวช. และปวส. ปัจจุบันมีปัญหาด้านคุณภาพ โดยที่ผ่านมามีพบว่า คุณภาพของผู้สำเร็จอาชีวศึกษาและเทคนิคศึกษามีปัญหาด้านความรู้และทักษะพื้นฐานที่ไม่เพียงพอ นอกจากนี้ยังขาดกึณินสัยในการทำงานที่นายจ้างพึงประสงค์ และความรู้ความสามารถไม่ตรงต่อความต้องการของตลาดแรงงาน รวมทั้งไม่ทันกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (สุชาติ ธาดาธำรงเวช และคณะ, 2534: 13-14) แต่เนื่องจากภาวะการขาดแคลนแรงงานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทำให้สถานประกอบการจำเป็นต้องรับผู้สำเร็จการศึกษาดังกล่าวเข้าทำงาน ส่งผลกระทบต่อระบบการผลิตในภาคอุตสาหกรรมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

อย่างไรก็ตามแนวโน้มความต้องการแรงงานของผู้ประกอบการค้าและบริการเอกชนมีความต้องการแรงงานที่มีวุฒิการศึกษาทางสาขาภาษาอังกฤษ บัญชี และบริหารธุรกิจ สิ่งสำคัญผู้ประกอบการต้องการให้มหาวิทยาลัยเน้นในภาคปฏิบัติให้มากขึ้น นอกเหนือจากภาคทฤษฎี ส่วน

คุณสมบัติพิเศษของแรงงานที่ต้องการนอกเหนือจากวุฒิการศึกษา คือ ความสามารถในการพิมพ์ตีความความสามารถในการใช้เครื่องใช้สำนักงานสมัยใหม่ ความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ ความรู้ทางภาษาต่างประเทศ และมีมนุษยสัมพันธ์ มีจิตวิทยาดี มีความขยัน ซื่อสัตย์ สามารถขับรถได้และต้องมีบุคลิกภาพที่ดีด้วย (จิรพร ศรีวัฒนานุกุลกิจ, 2531)

นอกจากนี้รายงานวิจัย เรื่อง การศึกษาความต้องการของนายจ้างที่มีต่อมหับัณฑิต คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ ของสมพร ศิลป์สุวรรณ (2537) พบว่า นายจ้างเสนอแนะให้มหับัณฑิตปรับปรุงความรู้ความสามารถของมหับัณฑิต ในเรื่องความสามารถในการประยุกต์ ความสามารถในการวิเคราะห์และแก้ปัญหา ความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ ภาษาอังกฤษ และความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์ทั่วไป สำหรับคุณสมบัติต่างๆ ไป นายจ้างต้องการแรงงานที่มีความซื่อสัตย์สุจริต มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ อุทิศเวลาให้กับการทำงาน เป็นผู้มีเหตุผล มีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงาน มีภาวะผู้นำ และมีความเชื่อมั่นในตนเอง

ส่วนปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการทำงานและตลาดแรงงานในอนาคต จะประกอบด้วย 4 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ โครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศ โลกาภิวัตน์ ความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และโลกสารสนเทศ การเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไทยที่ชัดเจนต่อเนื่อง คือ ภาคบริการและภาคอุตสาหกรรมเติบโตมาก โดยเฉพาะการจ้างงานและผลผลิตในรายได้ประชาชาติ ดังนั้นสถาบันอุดมศึกษาจึงต้องทำงานกับภาคการผลิตจริง จำแนกบทบาทความสำคัญของกลไกที่ขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจทั้งผู้ประกอบการขนาดเล็ก (SME) ธุรกิจของครอบครัวกลุ่มสำคัญ บริษัทข้ามชาติ เพื่อสร้างผลงานให้ชัดเจน และสถาบันอุดมศึกษาควรทำงานทั้งกับอุตสาหกรรมรายสาขาและกลุ่มอุตสาหกรรมเชิงพื้นที่ เช่น นิคมอุตสาหกรรม ผลิตบัณฑิต ฝึกอบรมและเพิ่มผลิตภาพในลักษณะ demand led กล่าวคือทำงานกับหน่วยงานวางแผนและภาคการผลิตเพื่อผลักดันอุตสาหกรรมความรู้ วิเคราะห์และชักนำภาคบริการใหม่ที่สำคัญ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2551)

สำหรับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นสถานศึกษาของรัฐที่จัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2548 โดยมีสถานะตามกฎหมายเป็นนิติบุคคลและเป็นส่วนราชการตามกฎหมายว่าด้วยวิธีการงบประมาณ ในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ทั้งนี้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ประกอบด้วย วิทยาเขตเทเวศร์ วิทยาเขต โชติเวช วิทยาเขตพณิชยการพระนคร วิทยาเขตหุมพทรเขตรอุดมศักดิ์ และวิทยาเขตพระนครเหนือ (ราชกิจจานุเบกษา, 2548: 40-41)

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นสถาบันอุดมศึกษาด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี มีวัตถุประสงค์ให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูงที่เน้นการปฏิบัติ ทำ

การสอน ทำการวิจัย ผลิตครูวิชาชีพ ให้บริการทางวิชาการในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแก่สังคม ทนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยให้ผู้สำเร็จอาชีวศึกษามีโอกาสในการศึกษาต่อด้านวิชาชีพเฉพาะทางระดับปริญญาเป็นหลัก (ราชกิจจานุเบกษา, 2548: 19)

ดังนั้นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จึงมีวัตถุประสงค์ในการผลิตบัณฑิตที่ต่างจากมหาวิทยาลัยอื่น กล่าวคือมุ่งเน้นผลิตบัณฑิตด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2547 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบในหลักการตามที่กระทรวงศึกษาธิการเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบเทคโนโลยีราชมงคลด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ปี 2549 – 2553 เพื่อผลิตกำลังคนวิชาชีพระดับกลางและระดับสูงให้ตรงกับทิศทางการความต้องการของอุตสาหกรรมและการพัฒนาประเทศที่มุ่งเน้นขีดความสามารถใน 7 กลุ่มอุตสาหกรรม ประกอบด้วย อุตสาหกรรมยานยนต์ เหล็ก ปิโตรเคมี ซอฟต์แวร์ อาหาร ท่องเที่ยวและแฟชั่น (สำนักงานเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2547)

อย่างไรก็ตามการคาดคะเนกำลังคนระดับปริญญา พบว่า ตลาดมีความต้องการกำลังคนในระดับปริญญาตรีมากขึ้น และสาขาที่มีความต้องการเพิ่มในอัตราที่สูงกว่าสาขาอื่นๆ ได้แก่ วิศวกรรมศาสตร์ เกษตรศาสตร์และสังคมศาสตร์ ส่วนกำลังคนด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทุกสาขา ตลาดจะมีความต้องการเพิ่มประมาณปีละ 6,996 คนในกรณีปกติ (อัญญา วัฒนานุกิจ และคณะ, 2532: 27) นอกจากนี้การศึกษาเรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบการศึกษาระดับปริญญาตรีเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมหลัก” (2548) ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ยังพบว่า ในปี 2547 ตลาดแรงงานมีความต้องการแรงงานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (S&T) ในภาคอุตสาหกรรมการผลิต ด้านอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนจำนวน 4.7 หมื่นคน และความต้องการแรงงานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (S&T) จะเพิ่มขึ้นในปี 2552 เกือบ 7 หมื่นคน

สำหรับการศึกษาด้านการณและแนวโน้มการผลิตกำลังแรงงาน พบว่า ในปี 2547 มีแรงงานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (S&T) เข้าสู่ตลาดแรงงานประมาณ 1.2 แสนคน และเป็นแรงงานที่ไม่ใช่แรงงานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Non S&T) จำนวน 2 แสนกว่าคน สำหรับในปี 2552 คาดว่าจะมีแรงงานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (S&T) เข้าสู่ตลาดแรงงานจำนวน 1.4 แสนคน ซึ่งเป็นแรงงานในระดับปริญญาตรี 5 หมื่นกว่าคน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548) ดังนั้นแผนพัฒนาและยุทธศาสตร์การจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร (พ.ศ. 2548 - 2553) จึงกำหนดทิศทางการผลิตบัณฑิตในกลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพิ่มขึ้น และกำหนดทิศทางการผลิตบัณฑิตในกลุ่มสังคมศาสตร์ลดลง (บุญทอ ชูทอง และอัญชุลี แยมจินดา, 2550: 103-104)

ปัจจุบันมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครได้ปรับเปลี่ยนหลักสูตร และได้เปิดการเรียนการสอนในระดับปริญญาเพื่อให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2548 และเพื่อผลิตกำลังคนให้ทันต่อความต้องการของประเทศด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แต่อย่างไรก็ตามการจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษาควรพิจารณาถึง 1) การจัดการความรู้ โดยให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงกระบวนการในการได้รับความรู้ 2) คุณภาพ โดยการศึกษาต้องมีระบบและวิธีการที่หลากหลายเพื่อให้สอดคล้องกับปัญหาที่หลากหลายในปัจจุบัน 3) คุณธรรม และจริยธรรม สถาบันต้องผลิตทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพและจริยธรรมไปพร้อมกับการสร้างความรู้ความสามารถ 4) นิสัยและทัศนคติ สถาบันต้องปลูกฝังสร้างนิสัยการเรียนรู้ตลอดเวลา 5) วัฒนธรรมสังคมไทย ควรรักษาความเป็นไทยและวัฒนธรรมไทยให้คงอยู่ในกระแสนานาชาติ (เกื้อ วงศ์บุญสิน และสุวณี สุรเสียงสังข์, 2547: 51)

ส่วนภาพลักษณ์ของบุคคลและองค์กรนั้น เป็นสิ่งสำคัญอีกประการที่จะช่วยให้ผู้เรียนสามารถตัดสินใจเข้ามาศึกษาในแต่ละสถาบัน ซึ่งจากการวิจัยเรื่อง “การศึกษาความต้องการของชุมชนด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และบริการทางการศึกษาระดับอุดมศึกษา ของสถาบันราชภัฏจันทรเกษมช่วงปี 2545 – 2549” พบว่า นักเรียน ร้อยละ 80.3 ต้องการศึกษาระดับปริญญาตรีและสถาบันที่ได้รับเลือกเป็นอันดับหนึ่ง มีจำนวน 3 สถาบัน คือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยปัจจัยสำคัญที่นักเรียนใช้เลือกสถานศึกษา คือ คุณภาพของสถานศึกษา (อมรา รัตตากร และคณะ, 2544)

ดังนั้น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครจึงจำเป็นต้องศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริงของนักศึกษา ที่ได้มีปฏิสัมพันธ์กับสถานประกอบการ ตลอดจนศึกษาภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตในอนาคตตามที่สถานประกอบพึงประสงค์ด้วย โดยศึกษาภาพลักษณ์ในทักษะทางวิชาการและภาพลักษณ์ทักษะนอกเหนือวิชาการของบัณฑิต เนื่องจากภาพลักษณ์ของบุคคลเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่ง ที่จะช่วยให้ภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นภาพลักษณ์ที่ดี เพราะภาพลักษณ์เป็นจุดสูงสุดที่บุคคลหรือองค์กรพึงประสงค์ โดยจะต้องเป็นหน้าที่สำคัญของทุกคนในองค์กร และอาศัยการประชาสัมพันธ์ที่มีพื้นฐานการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ และการสื่อสารสองทางประกอบกันด้วย (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2540: 75)

อย่างไรก็ตามภาพลักษณ์ของคนแต่ละคนมีทั้งภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และภาพลักษณ์ที่บุคคลปรุงแต่งสร้างขึ้น อีกทั้งภาพลักษณ์ยังเป็นสิ่งสำคัญต่อความรู้สึกนึกคิดของประชาชนด้วย ภาพลักษณ์นั้นอาจเปรียบได้กับเหรียญสองด้าน ด้านหนึ่งเป็นด้านบวกส่วนอีกด้านหนึ่งเป็นด้านลบ ซึ่งภาพลักษณ์ของบุคคลหรือองค์กรก็เช่นเดียวกันจะเป็นด้านบวกหรือด้านลบ สังคมจะเป็นผู้ตัดสินตามหลักเกณฑ์หรือขนบธรรมเนียมประเพณีที่ได้ปฏิบัติสืบต่อกันมา แต่การ

สร้างภาพลักษณ์ไม่ใช่อาศัยเพียงหลักการประชาสัมพันธ์อย่างเดียว หากแต่ยังมีส่วนประกอบอีกหลายประการ อาทิ บุคลิกภาพส่วนตัวที่เหมาะสม การสร้างภาพลักษณ์ที่ต้องการให้เกิดขึ้นในจิตใจของคนทั่วไป เทคนิคการสร้างภาพลักษณ์ และการสร้างมนุษยสัมพันธ์ (เกรียงศักดิ์ โลหะชาละ, 2540: 83-84)

สำหรับการศึกษาวิจัย เรื่อง “ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยสนใจศึกษาภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของผู้ที่ได้มีปฏิสัมพันธ์กับนักศึกษาหรือบัณฑิตว่า ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของคนเหล่านั้นปรากฏภาพของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในด้านทักษะทางวิชาการและในด้านทักษะนอกเหนือวิชาการอย่างไรบ้าง ตลอดจนภาพที่พึงประสงค์ในจิตใจของคนเหล่านั้นต่อบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จะมีลักษณะเป็นอย่างไรบ้าง ผู้วิจัยจึงได้เลือกศึกษาวิจัยหัวข้อดังกล่าว เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาภาพลักษณ์ของบัณฑิตและองค์การในอนาคตต่อไป

2. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ

2.2 เพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ

3. สมมติฐานในการวิจัย

ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการมีความแตกต่างกัน

4. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร และเปรียบเทียบภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ จำนวน 247 แห่ง โดยผู้วิจัยได้ศึกษาภาพลักษณ์ในด้านทักษะทาง

วิชาการและทักษะนอกเหนือวิชาการของบัณฑิต ตามกรอบแนวคิดทักษะแรงงานไทยในอนาคตที่พึงประสงค์ ในช่วง 15 ปีข้างหน้า ซึ่งเกื้อ วงศ์บุญสิน และสุวณี สุรเสียงสังข์ (2547) ศึกษาพบว่า ทักษะแรงงานไทยในอนาคตที่พึงประสงค์ของทรัพยากรมนุษย์ทุกระดับ ควรมีทักษะพื้นฐาน ดังนี้

1. มีความรู้ในรูปสหสาขาวิชาที่มีความสมดุลระหว่างความรู้ทางวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์
2. มีความรู้ภาษาอังกฤษ และเทคโนโลยี
3. สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้ และแก้ปัญหาเป็น
4. มีทัศนคติที่ดี รู้วิธีการเรียนและสู้งาน
5. สามารถพัฒนาความรู้ของตนเองได้

5. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยจะมีขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

- 5.1 ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนศึกษารอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551-2565) และรายงานวิจัยเรื่อง ทักษะแรงงานไทยในอนาคตที่พึงประสงค์เพื่อกำหนดกรอบในการศึกษา
- 5.2 ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
- 5.3 สร้างแบบสอบถามเพื่อสำรวจภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในด้านทักษะวิชาการและทักษะนอกเหนือวิชาการของบัณฑิต
- 5.4 นำข้อมูลมาวิเคราะห์ผลและนำเสนอรายงานวิจัย

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 6.1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครทราบถึงภาพลักษณ์ที่เป็นจริงของบัณฑิตที่ได้ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และทราบถึงภาพลักษณ์ที่สถานประกอบการพึงประสงค์ต่อบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครในอนาคต

6.2 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครสามารถเปรียบเทียบภาพลักษณ์ที่เป็นจริง และภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตในทัศนะของสถานประกอบการ เพื่อส่งเสริม ปรับปรุง ภาพลักษณ์ของบัณฑิตให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานในอนาคตได้

6.3 ผลการวิจัยอาจเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา การบริหารจัดการ สถานศึกษา การพัฒนาคุณภาพบัณฑิต รวมถึงการวางแผนประชาสัมพันธ์องค์การได้

7. นิยามศัพท์

ภาพลักษณ์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร หมายถึง ภาพลักษณ์ของ บัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่เกิดขึ้นในจิตใจของผู้เป็นเจ้าของสถาน ประกอบการ หรือบุคคลที่ทำงานในสถานประกอบการ ตามความรู้สึก นึกคิดที่มีต่อบัณฑิต

ภาพลักษณ์ที่เป็นจริง หมายถึง ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจริงของบัณฑิต ตามความคิดเห็นของผู้ เป็นเจ้าของสถานประกอบการ หรือบุคคลที่ทำงานในสถานประกอบการ ในด้านทักษะวิชาการ และในด้านทักษะนอกเหนือวิชาการของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ หมายถึง ภาพลักษณ์ที่ควรจะเป็น หรือภาพลักษณ์ที่ต้องการเห็น ตามความคิดเห็นของผู้เป็นเจ้าของสถานประกอบการ หรือบุคคลที่ทำงานในสถานประกอบการ ใน ด้านทักษะวิชาการ และในด้านทักษะนอกเหนือวิชาการของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สถานประกอบการ หมายถึง บริษัท ห้างร้าน หน่วยงานหรือสถาบันซึ่งนักศึกษาของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้เข้ารับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในสาขาวิชาที่ ได้ ศึกษา

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ” ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ และเพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ค้นคว้าเอกสาร แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเพื่อเป็นกรอบในการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์
2. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบุคคล
3. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์การ
4. สรุปรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551-2565)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

คำว่า “Image” คณะกรรมการบัญญัติศัพท์ ซึ่งมีพลตรี พระเจ้าวรวงศ์เธอกรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ ทรงเป็นประธานคณะกรรมการ ได้บัญญัติศัพท์ คำว่า “Image” ไว้ว่า “จินตภาพ หรือจินตนาการ” โดยในแวดวงประชาสัมพันธ์และสถาบันการศึกษาระดับมหาวิทยาลัยมีผู้นิยมใช้กันอยู่บ้าง แต่ไม่คุ้นเหมือนคำว่า “ภาพพจน์” ดังนั้น ราชบัณฑิตยสถานจึงได้ชี้แจงในคราวประชุมเมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2519 ต่อคณะกรรมการบัญญัติศัพท์ภาษาไทยว่า พระเจ้าวรวงศ์เธอกรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ ทรงชี้แจงว่า คำว่า “ภาพพจน์” เป็นคำที่ทรงคิดขึ้นใช้ เทียบกับคำภาษาอังกฤษว่า “Figure of speech” ส่วนศัพท์ “Image” นั้นควรใช้คำว่า “ภาพลักษณ์” จะตรงกับ ความหมายของศัพท์ภาษาอังกฤษมากกว่า ท่านจึงเสนอให้ใช้คำว่า “ภาพลักษณ์” เพื่อความเข้าใจที่ตรงกัน (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2540: 80-81)

ความหมายของคำว่า “ภาพลักษณ์”

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ให้ความหมายคำว่า “ภาพลักษณ์” ว่า หมายถึง ภาพที่เกิดจากความนึกคิดหรือที่คิดว่าควรจะเป็นเช่นนั้น (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2546: 821)

สำหรับวิรัช ลภีรัตนกุล อธิบายคำว่า ภาพลักษณ์ (Image) ว่าหมายถึงภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคล (mental picture) อาจจะเป็นภาพที่มีต่อสิ่งมีชีวิตหรือไม่มีชีวิตก็ได้ ตัวอย่างเช่น ภาพที่มีต่อบุคคล (person) ภาพที่มีต่อองค์กร (organization) ภาพที่มีต่อสถาบัน (institution) เป็นต้น และภาพที่เกิดขึ้นอาจถูกสร้างให้เกิดขึ้นแก่ใจเราหรือเราอาจเป็นผู้สร้างเองก็ได้ (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2540: 76)

ส่วน Kenneth E. Boulding (1975: 91) ได้อธิบายว่า “ภาพลักษณ์” เป็นความรู้ ความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่างๆ โดยเฉพาะความรู้ที่เรารสร้างขึ้นมาเองเฉพาะคน เป็นความรู้เชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) ซึ่งประกอบด้วยข้อเท็จจริง คุณค่าที่เราเป็นผู้กำหนด โดยแต่ละบุคคลจะเก็บสะสมความรู้เชิงอัตวิสัยเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ รอบตัวที่ได้ประสบและมีความเชื่อว่าจริง เนื่องจากคนเราไม่สามารถที่จะรับรู้และทำความเข้าใจกับทุกสิ่งได้ครบถ้วนเสมอไป เรามักจะได้เฉพาะ “ภาพ” บางส่วนหรือลักษณะกว้างๆ ของสิ่งเหล่านั้น ซึ่งอาจไม่ชัดเจน แล้วมักตีความด้วยตัวเราเอง ดังนั้นความรู้เชิงอัตวิสัยนี้เองที่ประกอบกันเป็นภาพลักษณ์ของสิ่งต่างๆ ที่เรามีอยู่ในสมอง (Boulding, 1975 อ้างถึงใน รุ่งรัตน์ ชัยสำเริง, ม.ป.ป.: 36)

นอกจากนี้ Claude Robinson และ Walter Barlow (1959) ได้แสดงทัศนะเกี่ยวกับ “ภาพลักษณ์” ว่าหมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์กร สถาบัน ภาพในใจดังกล่าวของบุคคลนั้นๆ อาจได้มาจากประสบการณ์ของบุคคลนั้นทั้งทางตรงและทางอ้อม (Robinson and Barlow , 1959 อ้างถึงใน ณัฐวุฒิ โสภณเสถียร, 2546: 48)

ความสำคัญของภาพลักษณ์

ตามหลักการประชาสัมพันธ์ องค์กรพยายามที่จะสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมายที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้ประชาชน หรือกลุ่มเป้าหมายมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์กรในทางที่ดี กิจกรรมดังกล่าวหมายถึงการสร้างสรรคสิ่งที่ดีงามหรือการบำเพ็ญสาธารณประโยชน์ต่างๆ ต่อส่วนรวม โดยมีจุดประสงค์ให้ประชาชนเกิดภาพลักษณ์ที่ดีงามต่อ

องค์การ ซึ่งจุดประสงค์นี้ผู้บริหารมักทราบคือว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการสร้างภาพลักษณ์ และพัฒนาปรับปรุงภาพลักษณ์ของหน่วยงานให้ดียิ่งขึ้นในสายตาของประชาชน

โดยทั่วไปแล้วภาพลักษณ์จะมีความสำคัญ 2 ประเด็นหลัก คือ

ประเด็นที่หนึ่ง ด้านจิตใจ ถ้าบุคคลนั้นมีภาพลักษณ์เชิงบวก ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่อยู่รอบตัว ก็จะมีแนวโน้มแสดงพฤติกรรมเชิงบวก แต่ถ้ามีภาพลักษณ์เชิงลบต่อสิ่งเหล่านั้น ก็จะมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมเชิงลบออกมาเช่นกัน และสิ่งสำคัญ คือ ภาพลักษณ์ก่อให้เกิดอคติในการพิจารณาพฤติกรรมของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่บุคคลเคยมีภาพลักษณ์มาก่อนหน้านี้

ประเด็นที่สอง ด้านธุรกิจ ภาพลักษณ์ด้านนี้ถือว่าเป็นคุณค่าเพิ่ม ที่มีให้กับสินค้าและบริษัท ซึ่งถือว่าเป็นประโยชน์เชิงจิตวิทยา ทำให้สินค้าหรือบริษัทมีคุณค่า มีความสำคัญมากยิ่งขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ภาพลักษณ์เป็นศาสตร์หนึ่งทางการตลาด โดยจะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า เพื่อเพิ่มราคาให้กับสินค้าในราคาสูงๆ ได้ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542: 84-85)

Edward L. Bemays กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ที่ดี องค์การต้องสร้างภาพลักษณ์ที่แท้จริง (true image) ให้เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนเพื่อผลทางด้านความประทับใจ องค์การใดหากมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีแล้วย่อมไม่ได้รับความเชื่อ ศรัทธา หรือความไว้วางใจจากประชาชน ซึ่งอาจส่งผลให้ประชาชนเกิดความระแวงสงสัย หรือเกลียดชังองค์การนั้นได้ รวมทั้งอาจไม่ให้ความร่วมมือกับกิจกรรมขององค์การ แต่ในทางกลับกัน หากองค์การใดมีภาพลักษณ์ที่ดีแล้วย่อมได้รับความเชื่อถือ ความไว้วางใจ และความร่วมมือจากประชาชน (Bemays, 1961)

สำหรับภาพลักษณ์เกี่ยวกับบุคคลก็เช่นเดียวกัน ภาพลักษณ์ที่เรามีต่อใครคนใดคนหนึ่ง ไม่ว่าจะบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ย่อมมีทั้งภาพลักษณ์ที่ดีและไม่ดี เราย่อมมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีหรือไม่ต้องการคบค้าสมาคมกับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความประพฤติไม่ดี หรือไม่น่าไว้วางใจนั่นเอง

ดังนั้นการเกิดภาพในความคิดของคนเราจึงอาจเกิดขึ้นจากการสร้างเองหรือองค์การเป็นผู้สร้างให้ ซึ่งในหลักการประชาสัมพันธ์นั้น องค์การมักเป็นผู้สร้างขึ้นเพื่อกำหนดให้ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายมีความคิด และมีภาพขององค์การตามวัตถุประสงค์ที่องค์การกำหนดขึ้น แต่ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การย่อมเป็นผลมาจากความเพียร โดยอาศัยระยะเวลายาวนาน การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจึงไม่อาจสร้างได้ในระยะเวลาอันสั้น เพราะภาพลักษณ์ คือภาพที่เกิดขึ้นทีละเล็กละน้อย และสะสมเพิ่มพูนขึ้นจนฝังรากฐานมั่นคงอยู่ในจิตใจ และทัศนคติ ตลอดจนความรู้สึกนึกคิดของประชาชน

กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์การหรือบุคคล เพื่อให้ประชาชนมีความประทับใจ จึงเป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยระยะเวลาพอสมควร และเมื่อภาพลักษณ์ที่ดีนั้นตราตรึงอยู่ในจิตใจของประชาชนแล้ว ผลที่ตามมา คือ ชื่อเสียง เกียรติคุณ ความนิยมชมชอบ ความเชื่อถือ ศรัทธา

ต่อองค์การหรือบุคคลนั้น และประทับแน่นอยู่ในความทรงจำของประชาชนตราบนานเท่านาน (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2540: 78-79)

ลักษณะของภาพลักษณ์

วิจิตร อวาทะกุล (2539: 189) จำแนกลักษณะของภาพลักษณ์ไว้ 4 ประการ ดังนี้

1. ภาพลักษณ์เปลี่ยนแปลงได้ตามเหตุการณ์ หรือการกระทำที่เกิดขึ้น ตามท่าทีความรู้สึก และทัศนคติของประชาชนในขณะนั้นที่มีต่อองค์การ
2. ภาพลักษณ์ที่เสียไปแล้วมักแก้ไขได้ยาก และมักจะถ่ายทอดต่อไปยังผู้รับมอบกิจการต่อไปในทางที่ดีและไม่ดี
3. ภาพลักษณ์ที่เป็นนามธรรม เกิดจากการเผยแพร่โฆษณา ซึ่งภาพลักษณ์นามธรรมนี้จะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและสลายไปได้เร็วเช่นกัน แต่ภาพลักษณ์ที่เป็นรูปธรรม เช่น การกระทำ การบริการแก่สังคม การสร้างสาธารณประโยชน์จะเป็นภาพลักษณ์ที่คงทนถาวร
4. ภาพลักษณ์ที่ไม่ค่อยถาวร เช่น ข่าวลือ การให้ร้ายป้ายสี ถ้าพิสูจน์ความจริง หรือชี้แจงข้อเท็จจริง รวมถึงการประพฤติปฏิบัติดีมาแต่หลัง ก็จะช่วยให้ภาพลักษณ์ประเภทนี้สลายไปเร็ว ประชาชนจะยังคงเชื่อมั่นในภาพลักษณ์ที่ดีที่ได้ทำมา

นอกจากนี้ รัตนาวดี ศิริทองถาวร (2548: 155-156) ยังได้อธิบายภาพลักษณ์โดยแบ่งเป็น 6 ลักษณะ ดังนี้

1. ภาพลักษณ์เกิดจากความประทับใจ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์การที่ประชาชนได้รับ และสิ่งเหล่านี้จะก่อตัวขึ้นเป็นความประทับใจ ซึ่งอาจจะเป็นความประทับใจที่ดีหรือไม่ดีก็ได้ แล้วแต่พฤติกรรมหรือการกระทำของหน่วยงาน
2. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ กล่าวคือ อาจเปลี่ยนแปลงจากภาพลักษณ์ที่ดีไปสู่การมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีได้ หรืออาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ค่อยดีไปสู่การมีภาพลักษณ์ที่ดีได้ เนื่องจากสภาพการณ์ภายในหรือปัจจัยภายนอกองค์การมากระทบ ดังนั้นองค์การต่างๆ จึงจะต้องมีการสำรวจภาพลักษณ์ปัจจุบันขององค์การอย่างสม่ำเสมอ เพื่อจะได้ทราบว่าภาพลักษณ์ขององค์การเป็นอย่างไร เพื่อจะได้เสริมสร้าง รักษา หรือแก้ไขภาพลักษณ์ได้
3. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่อยู่นิ่ง กล่าวคือ ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ต้องไม่ได้แย้งกับความจริง แต่ภาพลักษณ์จะต้องถูกนำเสนออย่างสอดคล้อง และเป็นไปในทิศทางเดียวกับความจริง นั่นคือปรัชญา นโยบายการดำเนินงาน การประพฤติปฏิบัติ รวมทั้งคุณภาพของสินค้าหรือบริการขององค์การ

4. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือ เพราะภาพลักษณ์เป็นการสร้างภาพในจิตใจของคนเราเกี่ยวกับบุคคล องค์กร สถาบัน หรือสิ่งต่างๆ ใ้มั่นคงเป็นที่ยอมรับ โดยอยู่บนพื้นฐานของความน่าเชื่อถือ การสร้างภาพลักษณ์จะไม่เกิดผลใดๆ ถ้าไม่มีความน่าเชื่อถือในบุคคลหรือองค์กรนั้นๆ

5. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจน ภาพลักษณ์ที่ถูกสร้างจากสิ่งที่เป็นนามธรรมขึ้นมาเป็นรูปธรรม อาจเรียกได้ว่า เป็นการสร้างจินตนาการรูปธรรมเพื่อให้ตอบสนอง ดึงดูดใจและความรู้สึกต่อกลุ่มบุคคล เช่น ความหุรหุรสามารถประชาสัมพันธ์ผ่านทางภาพถ่ายได้ เพื่อเป็นการสร้างภาพความหุรหุรขององค์กรได้

6. ภาพลักษณ์จะต้องดูง่ายและแตกต่าง กล่าวคือ ภาพลักษณ์จะต้องชัดเจนและง่ายต่อการเข้าใจ และมีความแตกต่าง โดยต้องสามารถสื่อความหมายได้ครบถ้วนตรงตามความต้องการ เช่น คำขวัญขององค์กร ซึ่งก็คือ การสร้างภาพลักษณ์ให้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นนั่นเอง

ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์นั้นจะมีลักษณะที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ และเป็นได้ทั้งภาพลักษณ์ที่เป็นนามธรรมและรูปธรรม รวมทั้งภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่อยู่นิ่ง พิสูจน์ได้ด้วยข้อเท็จจริง และการสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ต้องง่ายและมีความแตกต่าง โดยต้องสามารถสื่อความหมายได้ครบถ้วนด้วย (สุภารัตน์ ม่วงศิริ, 2547: 15)

ประเภทของภาพลักษณ์

พงษ์เทพ วรกิจ โภคาทร (อ้างถึงใน ฉัฐวุฒิ โสภณเสถียร, 2546: 49-51) จำแนกประเภทของภาพลักษณ์สำหรับในวงการธุรกิจ การตลาด และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ไว้ 10 ประเภท ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple Image) เป็นภาพลักษณ์ที่ตั้งมาจากสมมติฐานว่า บุคคลในสังคมนั้นมาจากร้อยพ่อ พันแม่ มาจากแหล่งต่างๆ ที่มีความรู้ ความเชื่อ ฐานะทางเศรษฐกิจสังคม การศึกษา และสิ่งอื่นๆ ที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะมีความรู้และประสบการณ์ต่อองค์กรต่างกัน ดังนั้นการจะหวังว่าสมาชิกในสังคมจะมีภาพลักษณ์ขององค์กรหนึ่งเหมือนกันจึงเป็นไปได้ ยิงไปกว่านั้นในตัวบุคคลหนึ่งก็อาจมีภาพลักษณ์ในเชิงบวกต่อเรื่องหนึ่ง และมีภาพลักษณ์ในเชิงลบต่ออีกเรื่องหนึ่งได้

2. ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image) เป็นภาพลักษณ์ตามความเป็นจริงในปัจจุบัน ซึ่งอาจเป็นภาพลักษณ์เชิงลบหรือเชิงบวกก็ได้ หรือจะเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นมาโดยธรรมชาติหรือโดยเจตนาก็ตาม หน้าที่ของผู้บริหารจะต้องหาภาพลักษณ์ปัจจุบันให้ได้ เมื่อพบภาพลักษณ์ที่ไม่ดีจะ

ได้ปรับเปลี่ยนให้ดีขึ้น หรือพบภาพลักษณ์ที่ผิดเพี้ยนจากสิ่งที่ต้องการก็อาจนำไปพิจารณาตัดสินใจต่อไปได้

3. ภาพลักษณ์กระจกเงา (Mirror Image) เปรียบได้กับเวลาที่คนเราส่องกระจก ก็จะเห็นภาพของตัวเองในกระจกเงา ในภาพนั้นเราอาจมองตัวเองว่าสวย สง่างาม หรือตรงกับลักษณะใดก็ได้ตามความนึกคิดของเราเอง ในกรณีเดียวกันผู้บริหารอาจมองว่าองค์กรได้ทำโน่นทำนี่ดีมากแล้ว ดังนั้นภาพลักษณ์ขององค์กรจึงน่าจะเป็นภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งความเป็นจริงจะเป็นเช่นไรก็เป็นอีกกรณีหนึ่ง ทั้งนี้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายอาจมองอะไรที่แตกต่างจากผู้บริหารก็ได้

4. ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) เป็นภาพลักษณ์ที่ผู้บริหารหรือพนักงานมีความต้องการจะให้องค์กรของตนเป็นเช่นนั้น เช่น เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นองค์กรที่มีความเจริญรุ่งเรือง เป็นองค์กรที่ให้คำตอบที่ยุติธรรมแก่พนักงาน เป็นต้น การกำหนดความปรารถนาเปรียบเสมือนการกำหนดเป้าประสงค์ของงานที่เราได้บรรลุเป้าประสงค์นั้นๆ

5. ภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ (Optimum Image) หมายถึง ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากความตระหนักในความจริง และการมีความเข้าใจ การรับรู้ (Perception) ของผู้รับข่าวสาร อุปสรรคของการใช้สื่อมวลชน และสื่อที่เราควบคุมได้ และสภาพแวดล้อมที่ยากต่อการควบคุมและอื่นๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาได้ ดังนั้นภาพลักษณ์ชนิดนี้ จึงเป็นภาพลักษณ์ที่ผู้เกี่ยวข้องรู้จักประมาณตน และตัวแปรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจนไม่ทำให้การกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนามีความสูงมากเกินไปจนเกินความเป็นจริง

6. ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง (Correct and Incorrect Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นไม่ตรงกับความเป็นจริง อาจเป็นเพราะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ (ข่าวลือ อุบัติเหตุ) หรือจากกระบวนการสื่อสาร หรือการรับรู้ของผู้รับสาร และเมื่อเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องแล้ว ก็จำเป็นต้องมีการแก้ไขภาพลักษณ์ให้ถูกต้องต่อไป ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องนี้คล้ายกับภาพลักษณ์ปัจจุบันแต่จะต่างกันที่ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องได้มีการปรับเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องมาระยะหนึ่งแล้ว

7. ภาพลักษณ์สินค้าหรือบริการ (Product / Service Image) สินค้าหรือบริการก็มีภาพลักษณ์ของตัวเองเช่นเดียวกับองค์กร สินค้าหรือบริการบางอย่างอาจมีภาพลักษณ์ที่ไม่ค่อยดี เช่น สุรา บุหรี่ สถานอาบอบนวด แต่สินค้าหรือบริการบางอย่างกลับมีภาพลักษณ์ตรงกันข้าม คือ ภาพลักษณ์ที่ดี เช่น ยาสีฟัน โรงพยาบาล แต่ไม่ว่าสินค้าหรือบริการจะมีภาพลักษณ์เป็นบวก เป็นลบ หรือกลางๆ ก็ยังมีความจำเป็นที่จะต้องปรุงแต่งให้มีภาพลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ และเป็นที่ยอมรับมากขึ้นจากสังคม นอกจากนี้ภาพลักษณ์ขององค์กรจะเป็นเช่นไร ภาพลักษณ์ของสินค้าก็มีความเกี่ยวพันด้วยเป็นอย่างมาก

8. ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) เป็นภาพลักษณ์ที่มีลักษณะคล้ายภาพลักษณ์สินค้า เพียงแต่กรณีนี้เป็น “ตราสินค้า” หรือ “Logo” หรือ “สัญลักษณ์”

9. ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) เป็นภาพลักษณ์ขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง โดยเน้นภาพรวมทั้งหมดขององค์กรโดยรวมถึงสินค้า ยี่ห้อสินค้า ระบบการบริหารบริษัท ความมั่นคง การมีบุคลากรที่มีคุณภาพ และความรับผิดชอบต่อสังคม

10. ภาพลักษณ์สถาบัน (Institutional Image) คล้ายกับภาพลักษณ์องค์กรเพียงแต่มุ่งมองเฉพาะตัวบริษัทหรือตัวสถาบัน ความรับผิดชอบต่อของสถาบันที่มีต่อสังคม ความเป็นสถาบันที่มั่นคง เจริญก้าวหน้า แต่ทั้งนี้จะไม่มุ่งมองในเชิงธุรกิจการค้า หรือการตลาด หรือตราสินค้า นอกจากบทบาทหรือพฤติกรรมของสถาบันอย่างเดียว

นอกจากนี้วิรัช ลภีรัตนกุล (2540: 81-83) ยังได้จำแนกประเภทของภาพลักษณ์ออกเป็นประเภทสำคัญๆ ได้ 4 ประเภทดังนี้

1. ภาพลักษณ์ของบริษัท (Corporate Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อบริษัทหรือองค์กรใดองค์กรหนึ่ง ภาพลักษณ์นี้หมายถึงรวมถึงการบริหารจัดการของบริษัท สินค้า หรือบริการที่บริษัทจำหน่าย ฉะนั้นภาพลักษณ์ของบริษัทจึงมีความหมายค่อนข้างกว้าง และรวมถึงตัวหน่วยงาน ธุรกิจ ฝ่ายจัดการและสินค้า หรือบริการของบริษัทแห่งนั้นด้วย โดยภาพลักษณ์ของบริษัทจะส่งผลดีต่อธุรกิจดังนี้

1.1 ช่วยให้ประชาชนเกิดความเชื่อถือและยอมรับในบริษัท สินค้าของบริษัทที่จำหน่ายในปัจจุบัน และสินค้าที่กำลังจะผลิตต่อไปในอนาคต

1.2 ช่วยให้ประชาชนต้องการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของบริษัท หรือเข้ามาทำงานด้วย

1.3 ช่วยดึงดูดใจให้บรรดาผู้ถือหุ้นต้องการเข้ามาลงทุนร่วมหุ้นด้วย

1.4 ช่วยให้ชุมชนในละแวกใกล้เคียงมีความเลื่อมใส ศรัทธา และให้ความร่วมมือสนับสนุนแก่บริษัท

1.5 ช่วยเอื้ออำนวยความคล่องตัวต่อการบริหารงานและการดำเนินงานธุรกิจต่างๆ ของบริษัท เพราะบริษัทมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่เชื่อถือแก่คนทั่วไป

2. ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร (Institutional Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสถาบัน หรือองค์กร ซึ่งโดยมากมักจะเน้นไปที่ตัวสถาบันหรือองค์กรเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวสินค้าหรือบริการขององค์กร ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กรจึงมีความหมายแคบลงมาจากภาพลักษณ์ของบริษัท เพราะหมายถึงภาพของสถาบันหรือองค์กรเพียงอย่างเดียว

3. ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ (Product / Service Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้า หรือบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์กรหรือบริษัท

4. ภาพลักษณ์ที่มีต่อสินค้าตราใดตราหนึ่ง (Brand Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้ายี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง หรือตราสินค้า (Brand) ตราใดตราหนึ่ง หรือเครื่องหมายการค้า (Trademark) ส่วนมากมักจะใช้ในด้านกาโฆษณา และการส่งเสริมการขาย นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ที่มีต่อสินค้าตราใดตราหนึ่ง ยังเป็นภาพในจิตใจของผู้บริโภคด้วย ผู้บริโภคที่ได้รับการปลูกฝังอย่างมั่นคงในด้านความรู้สึกรักนึกคิดต่อสินค้า อาจส่งผลต่อความนึกคิดว่าเป็นสินค้าที่ทันสมัยหรือล้ำสมัยได้ หรือเป็นสินค้าสำหรับผู้มีรสนิยมสูง หรือรสนิยมธรรมดา

องค์ประกอบของภาพลักษณ์

Boulding (1975) ได้จำแนกองค์ประกอบของภาพลักษณ์ออกเป็น 4 ส่วน โดยทั้ง 4 ส่วนจะมีความเกี่ยวข้องกันไม่สามารถแยกออกเป็นส่วนๆ ได้ ดังนี้

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ เป็นสิ่งที่บุคคลได้รับจากการสังเกต โดยตรง การสังเกตจะนำไปสู่การรับรู้ ซึ่งอาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิด หรือวัตถุสิ่งของต่างๆ ซึ่งเราจะได้ภาพต่างๆ ผ่านการรับรู้

2. องค์ประกอบเชิงความรู้ ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะประเภทความแตกต่างของสิ่งต่างๆ ที่ได้จากการสังเกตสิ่งที่ถูกรับรู้

3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก ได้แก่ ภาพลักษณ์ของบุคคลที่เกี่ยวกับความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ

4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ เป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความมุ่งหมายหรือเจตนาที่จะเป็นแนวทางปฏิบัติตอบโต้สิ่งเร้า อันเป็นผลปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้สึกและความรู้

ดังนั้น การเกิดภาพลักษณ์ของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บุคคลจะพิจารณาถึงองค์ประกอบภาพลักษณ์ตั้งแต่องค์ประกอบเชิงการรับรู้ที่ได้รับจากการสังเกตโดยตรง นำมาสู่การรับรู้ จากนั้นก็จะสังเกตสิ่งที่รับรู้เพื่อให้ได้ความรู้ตามองค์ประกอบเชิงความรู้ และเกิดเป็นความรู้สึกต่อสิ่งนั้น และท้ายที่สุดจะเกิดแนวการปฏิบัติตอบโต้ต่อสิ่งนั้น

การเกิดภาพลักษณ์

รัตนาวดี ศิริทองถาวร (อ้างถึงใน สุภารัตน์ ม่วงศิริ, 2547: 16-18) อธิบายว่า การเกิดภาพลักษณ์ในปัจเจกบุคคลนั้น เกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับเหตุการณ์จากภายนอกเข้ามาในตัวเอง แต่เหตุการณ์นั้นยังไม่สามารถสร้างให้เป็นภาพได้ทันที แต่ต้องมีขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม (Event and environment)

คนเรานั้นเป็นสมาชิกของสังคมซึ่งในสังคมนี้อาจมีเหตุการณ์ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การศึกษา และอื่นๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่มีเพียงบางส่วนของเหตุการณ์เท่านั้นที่บุคคลจะรับเข้ามายังตัวเราได้ และในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลายนี้จะมีคุณค่าด้านดีหรือไม่ดี จะสำคัญหรือไม่ จะมีความหมายอย่างไร คงจะไม่เกิดขึ้นจากตัวของเราเพียงอย่างเดียว แต่สภาพแวดล้อมที่อยู่กับเหตุการณ์ และอยู่โดยรอบตัวเรากลับมีอิทธิพลในการกำหนดคุณค่าเหล่านั้น ทั้งก่อนและหลังการรับรู้ ตลอดจนมีอิทธิพลต่อความสมบูรณ์หรือการหดหายของความทรงจำต่อเหตุการณ์นั้นๆ ด้วย

2. ช่องทางการสื่อสาร (Communication channel)

ในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลาย จะสามารถเข้ามาสู่ตัวเราได้โดยช่องทางการสื่อสาร ซึ่งได้แก่ การได้ยิน ได้เห็น ได้สัมผัส ได้ลิ้มรส และได้กลิ่น ซึ่งแต่ละช่องทางเหล่านี้ก็ยังมีประสิทธิภาพทางการรับรู้ความสมบูรณ์ของเหตุการณ์ได้แตกต่างกันด้วย ยิ่งไปกว่านั้นตัวเนื้อหาสาระ วิธีการจัดข้อมูลข่าวสาร และโครงสร้างของเหตุการณ์ ซึ่งมีผู้ส่งมาก็มีความสัมพันธ์กับช่องทางการสื่อสารด้วย ฉะนั้นช่องทางการสื่อสารจึงเป็นประตูด่านแรกของการรับรู้เหตุการณ์ ซึ่งจะส่งผลให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อข่าวสาร ก็ขึ้นอยู่กับตัวสื่อด้วย

3. องค์ประกอบเฉพาะบุคคล (Personal elements)

การรับรู้ข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้น ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทั้ง 5 คือ ทักษะของการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ ระบบสังคม และวัฒนธรรม ซึ่งต่างก็มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร เราจะมองเห็นภาพเป็นรูปร่างเช่นไร จะเป็นภาพที่มีความหมายเหมือนหรือไม่เหมือนกับคนอื่น หรือมีความนิยมชมชอบหรือไม่สนใจ จะขึ้นอยู่กับ 5 องค์ประกอบนี้ ดังนั้นถึงแม้ว่าเหตุการณ์จากภายนอกจะผ่านช่องทางการสื่อสาร และเข้ามาสู่ตัวเราแล้วก็ตามจะมีความหมายหรือไม่ องค์ประกอบทั้ง 5 จะเป็นคำตอบได้

4. การรับรู้และความประทับใจ (Perception and Impression)

ภาพลักษณ์จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ทันทีเมื่อเหตุการณ์ได้ผ่านเข้ามาทางช่องทางการสื่อสารและองค์ประกอบเฉพาะบุคคลทั้ง 5 จะเป็นตัวที่พิจารณาเหตุการณ์นั้นก่อน โดย

การรับรู้ (Perception) ซึ่งเป็นตัวแปลงเหตุการณ์ให้เป็นไปใน “ความหมายตามความคิดของบุคคลนั้น” (หรือเรียกว่าเป็นไปตามความลำเอียงเฉพาะบุคคลก็ไม่ผิด) ส่วนความประทับใจ (Impression) มีความสำคัญในการรับรู้อีกลักษณะหนึ่ง โดยจะเกี่ยวข้องกับคุณภาพและปริมาณของความทรงจำ ถ้าประทับใจมาก (ไม่ว่าจะบวกหรือลบ) ก็จะมี ความทรงจำ จดจำได้มากและนาน และเมื่อสร้างเป็นภาพลักษณะอะไรขึ้นมาแล้ว ก็จะเป็นภาพลักษณะที่เจือจางได้ช้ากว่าการที่มีความประทับใจน้อย หรือไม่มีความประทับใจเลย

ดังนั้นภาพลักษณะที่เกิดขึ้นจึงมีความผันแปรอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากการได้รับข้อมูลใหม่เกี่ยวกับองค์การนั้นและ / หรือ ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเลย นอกจากช่องทางการสื่อสาร องค์ประกอบเฉพาะบุคคล การรับรู้และความประทับใจแล้ว สภาพแวดล้อมยังเป็นตัวแปรที่สำคัญของการปรับเปลี่ยน และปรุงแต่งภาพลักษณะในอนาคตต่อไปเรื่อยๆ

2. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณะของบุคคล

ภาพลักษณะเป็นเรื่องของภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคลที่มีต่อบุคคลอื่น วัตถุ หรือสถาบัน โดยได้รับอิทธิพลมาจากการรู้จัก การมีประสบการณ์ ทั้งนี้จะต้องมีความประทับใจเพียงพอที่จะสร้างเป็นภาพอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นภาพลักษณะในทางบวกหรือภาพลักษณะในทางลบได้ โดยภาพลักษณะสามารถเกิดขึ้นได้ 2 ทาง ดังนี้ (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2540: 75)

1. ภาพลักษณะที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และไม่ได้มีการปรุงแต่ง
2. ภาพลักษณะที่เกิดขึ้นจากการปรุงแต่ง ซึ่งเรื่องนี้เกี่ยวข้องกับและสัมพันธ์กับการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบ เป็นระเบียบ มีการวางแผน และได้รับความร่วมมือจากฝ่ายต่างๆ ประกอบกัน

ดังนั้นการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณะจึงเป็นจุดสูงสุดที่บุคคล หรือองค์การพึงประสงค์ โดยจะต้องเป็นหน้าที่สำคัญของการประชาสัมพันธ์ที่อาศัยพื้นฐานมาจากการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ และการสื่อสารสองทางประกอบกัน

สำหรับภาพลักษณะของบุคคลนั้น อรุณ งามดี (2540: 78) ได้อธิบายว่า คนเราเกิดมาต้องอยู่รวมกันเป็นชุมชน หมู่บ้าน ตำบลและเมือง โดยต่างต้องดำรงชีวิต ทำมาหาเลี้ยงชีพ ติดต่อซื้อขาย และให้บริการ หากที่ใครจะสามารถแยกไปอยู่อย่างโดดเดี่ยวได้ เมื่อเป็นเช่นนี้ คนเราจึงต้องการให้คนอื่นรัก นับถือ เคารพ และอยู่อย่างมีหน้ามีตาในสังคม ความคิดและความต้องการที่จะสร้างภาพลักษณะที่ดี และทำตนให้เป็นคนมีชื่อเสียงจึงได้เกิดขึ้น ซึ่งความเป็นจริงหลักการสร้างภาพลักษณะได้เกิดขึ้นมานานแล้วตั้งแต่สมัยที่มนุษย์รู้จักการปกปิดร่างกายด้วยใบไม้ นั่นเอง

การที่คนป่าเขียนหน้าให้หน้ากลัว การประดับดอกไม้ประดับขนนกบนศีรษะ หรือการที่นักรบเขียนภาพหน้ากลัวไว้บนโล่เพื่อข่มขวัญข้าศึก และการใส่หน้ากากที่ดูมึนทึง น่าเกรงขาม ในด้านการสร้างภาพลักษณ์นั้น อาจกล่าวได้ว่าทุกคนเผ่าต่างก็รู้จักการสร้างภาพทั้งน่ากลัว น่าเกรง หรือมีเสน่ห์ในรูปแบบต่างๆ มาแล้วทั้งสิ้น รวมถึงเครื่องแต่งกายก็มีส่วนในการสร้างภาพลักษณ์ได้มาก คนอ้วนอาจหาผ้าลายเพื่อให้สวมใส่แล้วมีภาพลักษณ์ที่เป็นคนผอม ส่วนคนผอมอาจเลือกใส่ผ้าที่ดูแล้วพอดี ในส่วนของเครื่องประดับก็ได้ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องเสริมภาพลักษณ์ของคนเรามาตั้งแต่สมัยโบราณเช่นกัน เพื่อแสดงให้เห็นภาพตามที่บุคคลสวมใส่

ซึ่งบางครั้งบางคนอาจมองว่ารถยนต์เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเดินทาง แต่หลายคนกลับเห็นว่าเป็นเครื่องเสริมภาพลักษณ์ของผู้ขับขี่ได้ เช่น การขับรถยนต์ใหญ่ช่วยให้ดูมีฐานะ น่าเลื่อมใสศรัทธา เป็นต้น แต่ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นสิ่งจับจายและสามารถมองเห็นได้ แต่ภาพที่ซ่อนอยู่ภายในหรือไม่สามารถมองเห็นได้ คือ เรื่องนิสัยใจคอของบุคคล ตลอดจนการแสดงออกที่มาจากน้ำใสใจจริง แม้ว่าจะมองไม่เห็นแต่มีผลต่อภาพลักษณ์ของบุคคล หรือหน่วยงานสูงและมีผลยาวนานกว่าภาพภายนอก คนที่แต่งกายด้วยเสื้อผ้าราคาแพง ขับรถยนต์คันใหญ่ แต่ถ้าใจเหินหว ใจคอโหดร้าย ไม่เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ก็มักไม่มีใครนับหน้าถือตา ดังนั้นจึงต้องแก้ไขภาพลักษณ์ดังกล่าวด้วยการมีน้ำใจเอื้อเฟื้อต่อผู้อื่น ตลอดจนเข้าร่วมกิจกรรมสาธารณประโยชน์ ก็จะส่งผลให้สามารถปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์จากเศรษฐกิจใจเหินหวเป็นเศรษฐกิจบุญได้เช่นกัน (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2540: 75-79)

ภาพลักษณ์ของบุคคล โดยเฉพาะผู้ที่มีอาชีพในวงการบันเทิงซึ่งเป็นที่สนใจของประชาชน รวมทั้งบุคคลสาธารณะอื่นๆ ที่มีผลกระทบต่อสังคม เช่น นักการเมือง ข้าราชการ มีความจำเป็นต้องประพฤติดี แต่ถ้าภายหลังปรากฏว่าประพฤติไม่ดีแล้ว ประชาชนก็จะรู้สึกรังเกียจและไม่นิยม ส่งผลให้บุคคลสาธารณะนั้นอาจหมดอาชีพไปในที่สุด โดยเฉพาะนักการเมือง หากปรากฏว่าประพฤติไม่ดีก็จะไม่ได้รับความไว้วางใจ นักการเมืองที่ต้องการให้คนนิยมชมชอบและเชื่อถือ จะต้องแสดงตนให้ประชาชนเห็นว่า เป็นคนดี และมีสุขภาพแข็งแรง เช่น อดีตประธานาธิบดีคาร์เตอร์ของสหรัฐอเมริกา ที่ต้องวิ่งทุกเช้าไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน เพื่อให้ภาพลักษณ์เป็นผู้ที่พร้อมจะรับใช้ประชาชนนั่นเอง

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าภาพลักษณ์ของบุคคลมีทั้งภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเอง และภาพลักษณ์ที่บุคคลสร้างขึ้น และภาพลักษณ์ยังเป็นสิ่งสำคัญต่อความรู้สึกนึกคิดของประชาชนด้วย เกรียงศักดิ์ โลหะชาละ (2540: 83-84) ได้อธิบายว่า ภาพลักษณ์นั้นอาจเหมือนเหรียญสองด้าน ด้านหนึ่งเป็นบวกส่วนอีกด้านหนึ่งเป็นลบ ซึ่งภาพลักษณ์ของบุคคลหรือองค์กรก็เช่นเดียวกันจะเป็นด้านบวกหรือด้านลบ สังคมจะเป็นผู้ตัดสินตามหลักเกณฑ์หรือขนบธรรมเนียมประเพณีที่ได้ปฏิบัติสืบต่อ

กันมา อย่างไรก็ตามการสร้างภาพลักษณ์ไม่ใช่ต้องอาศัยหลักการประชาสัมพันธ์เพียงอย่างเดียว หากแต่ยังมีส่วนประกอบอีกหลายประการ ดังนี้

1. บุคลิกภาพส่วนตัวที่เหมาะสม ข้อนี้เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการสร้างภาพลักษณ์ เพราะจะเป็นสิ่งแรกที่กระทบกับความรู้สึกของคนส่วนใหญ่เมื่อแรกพบ และจะก่อให้เกิดความประทับใจ ความนิยมเลื่อมใส น่าเชื่อถือมากหรือน้อยแต่ไหนขึ้นอยู่กับการแสดงออก ไม่ว่าจะเป็นลักษณะท่าที การแต่งกายที่เหมาะสมกับกาลเทศะ การพูดจา สิ่งเหล่านี้สร้างและเรียนรู้ได้หากต้องการ ซึ่งบุคคลหรือองค์กรจะต้องรู้ถึงจุดดี จุดบกพร่อง หรือจุดอ่อนของตนหรือของหน่วยงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน การใฝ่หาความรู้ศึกษาให้เข้าใจถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมายอาจทำได้โดยการรวบรวมทัศนคติ ท่าทีความรู้สึกนึกคิด แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางสร้างภาพลักษณ์ที่เหมาะสม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ต้องประเมินสถานการณ์เป็น ว่าเมื่อใดควรแสดงออกอย่างไร สิ่งเหล่านี้ไม่ใช่เรื่องง่าย ต้องอาศัยเวลาและข้อมูลต่างๆ ที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริง ต้องอาศัยความมีชั้นเชิงในการพูดและการกระทำที่โน้มน้าวใจคนด้วยวิธีการและเทคนิคที่นุ่มนวล มีความเป็นกลาง ไม่อคติ มีความซื่อสัตย์ กล่าวหาญ สุขุมรอบคอบ รับผิดชอบ ยืนยันแข็งแรง ข้อสำคัญคือต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เสมอ และมีไหวพริบ วิจารณ์ญาติโดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์หรือการแสดงออกซึ่งมีความละเอียดอ่อนมากกว่าปกติ ซึ่งหากพิจารณาแล้วจะเห็นว่าภาพลักษณ์ที่ดีมีความใกล้เคียงกับลักษณะของผู้เป็นที่ดี ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าการจะมีภาพลักษณ์ที่ดีหรือไม่ นั้น สำหรับบุคคลแล้วขึ้นอยู่กับลักษณะของความเป็นผู้นำด้วย

2. การวางแผนและกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ที่ต้องการจะสร้างให้เกิดขึ้นในจิตใจของคนทั่วไป ซึ่งเริ่มจากเราต้องรู้เสียก่อนว่า เราคือใคร มีสถานภาพอย่างไร และมีแนวทางในการดำเนินงานในรูปใด อีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญ คือ ต้องมีจุดยืน (Stand point) และรู้ว่าจุดยืนอยู่ที่ไหน ตลอดจนมีความต้องการให้ภาพลักษณ์เป็นไปในทิศทางใด หรือจะกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเราหรือองค์กรต้องการให้ประชาชนมีความรู้สึกนึกคิด หรือมีท่าทีต่อเราหรือองค์กรอย่างไรนั่นเอง

3. เทคนิคที่ใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ ต้องเป็นเทคนิคที่มีประสิทธิภาพสูงพอที่จะดึงดูดความสนใจ หรือมีอิทธิพลที่จะโน้มน้าวชักจูงให้คนทั่วไปเกิดภาพลักษณ์ตามที่เรต้องการ เพราะในบางกรณีการสร้างภาพลักษณ์อาจต้องแข่งขันกับองค์กรอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคธุรกิจจะต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี น่าเชื่อถือ ประทับใจลูกค้า เป็นต้น ซึ่งหากใครทำให้ประชาชนสนใจได้ไม่ว่าจะเป็นลักษณะส่วนตัวหรือ โดยส่วนรวม จะส่งผลให้การเข้าถึงประชาชนและการสื่อความเข้าใจไปยังประชาชนทำได้ง่ายขึ้น เทคนิคที่ใช้ อาจเป็นสื่อต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์ซึ่งผู้นำมาพิจารณาถึงความเหมาะสมก่อนที่จะใช้สื่อนั้นในการเผยแพร่ข้อมูลออกไป

4. มีมนุษยสัมพันธ์ดี รวมทั้งต้องมีศรัทธาอย่างแรงกล้าในการทำงานร่วมกับบุคคลหลายฝ่าย และศรัทธานั้นต้องมั่นคง สม่่าเสมอในทุกสถานการณ์ สามารถเข้ากับกลุ่มชนทั่วไปได้เป็นอย่างดี รวมถึงกริยามารยาท ท่าทางที่น่าประทับใจในการติดต่อกับบุคคลหลากหลายประเภท สนใจในผู้อื่นมากกว่าตนเองและไม่นำตนเองเป็นหลักในการดำเนินงานหรือตัดสินใจ

ดังนั้นการสร้างภาพลักษณ์จึงเป็นเรื่องที่ต้องอาศัยระยะเวลาและความพยายาม แต่สิ่งที่ยากและละเอียดอ่อน คือ การรักษาภาพลักษณ์เพราะเป็นเรื่องที่ซับซ้อน เป็นเรื่องของปัจเจกบุคคลองค์การ หรือสถาบัน ว่ามีแนวทางในการรักษาภาพลักษณ์ของตนเองแบบใด และด้วยวิธีการใด ทั้งนี้เพราะในการสร้างภาพลักษณ์ย่อมรวมถึงการรักษาอยู่ด้วย แต่จะเลือกเรื่องใดเป็นหลักในการดำเนินงานนั่นเอง

ปัจจุบันการสร้างภาพลักษณ์และการรักษาภาพลักษณ์นั้นไว้ ได้ขยายวงกว้างเกี่ยวข้องกับและมีความสัมพันธ์กับการประชาสัมพันธ์อย่างลึกซึ้ง และไม่จำกัดอยู่กับตัวบุคคลเท่านั้น แต่การประชาสัมพันธ์ที่ดีและมีประสิทธิภาพได้มีส่วนส่งเสริมและรักษาภาพลักษณ์ขององค์การให้ดำรงและยั่งยืนต่อไป ฉะนั้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การจึงไม่ใช่หน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์แต่เพียงฝ่ายเดียว แต่เป็นหน้าที่ของสมาชิกทุกคนซึ่งต้องให้ความร่วมมือด้วยดี มิฉะนั้นองค์การจะไม่สามารถสร้างภาพลักษณ์ได้สำเร็จ ภาพลักษณ์ที่ดีของบุคคลจึงมีส่วนช่วยเสริมสร้างให้องค์การมีภาพลักษณ์ที่ดีในความรู้สึกนึกคิดของประชาชน และส่งผลต่อความเชื่อถือ ศรัทธา จากประชาชนที่มีให้กับองค์การสืบไป (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2540: 83-84)

สำหรับภาพลักษณ์ของบุคคลกับกลยุทธ์การสื่อสารทางการเมือง ในประเทศไทยได้ปรากฏชัดในสมัยที่ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี คนที่ 23 โดยอาศัยเวทีหลักในการสร้างภาพลักษณ์ คือ รายการนายกฯ ทักษิณคุยกับประชาชน รายการรวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย และสื่อมวลชน แต่อย่างไรก็ตามประชาชนส่วนใหญ่ก็เข้าใจดีว่า การสร้างภาพลักษณ์คือเป้าประสงค์หลักของการออกมาพูดจากับประชาชน โดยกำหนดให้ประชาชนใกล้ชิดและรู้ความเป็นไปของการดำเนินงาน เพียงแต่สิ่งที่พูดและความจริงที่สื่อสารออกไปอาจเป็นความจริงเพียงบางส่วน

การนำเทคนิคด้านการสื่อสารมาใช้ในทางการเมืองไม่ใช่เรื่องแปลกใหม่ เพราะผู้ปกครองตั้งแต่สมัยประวัติศาสตร์ได้ใช้การสื่อสารสร้างภาพลักษณ์ความเป็นนักรบ ความเข้มแข็ง เด็ดขาดของตนเพื่อข่มขวัญคู่ศัตรู แต่แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองและการนำกลยุทธ์ด้านการตลาดมาใช้ในการณรงค์ทางการเมืองนั้น ถือเป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่การเมืองไทยต้องบันทึกไว้ในหน้าประวัติศาสตร์การเมืองของประเทศไทย เนื่องจากการสร้างความจริง กับภาพที่สร้าง

ขึ้น นั่นคือไม่เปิดเผยความจริงทั้งหมด เช่นเดียวกับการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ที่เสนอความจริงเพียงด้านเดียวและต้องเป็นด้านดีเสมอ (คณัย จันทรเจ้าฉาย, 2546: 84-86)

3. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร

ภาพลักษณ์ของบริษัทหรือภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจ หมายถึง ภาพขององค์กรใด องค์กรหนึ่ง ซึ่งหมายรวมถึงทุกอย่างเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนรู้จัก และมีประสบการณ์ต่อ องค์กร สำหรับการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร สามารถทำได้โดยอาศัยอัตลักษณ์ขององค์กร เพื่อปรากฏแก่สายตาของประชาชนทั่วไป (Jefkins, 1993 อ้างถึงใน สุภารัตน์ ม่วงศิริ, 2547: 19)

นอกจากนี้วีริช ลภีรัตนกุลยังให้ความหมายของภาพลักษณ์ของบริษัท คือ ภาพที่เกิดขึ้นใน จิตใจของประชาชนที่มีต่อบริษัทหรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยหมายรวมไปถึงด้านการ บริหารหรือการจัดการของบริษัทแห่งนั้นด้วย รวมทั้งสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการที่บริษัทนั้น จำหน่าย ดังนั้นคำว่าภาพลักษณ์ของบริษัท จึงมีความหมายกว้างและครอบคลุมหน่วยงานธุรกิจ ฝ่าย จัดการ และสินค้าหรือบริการของบริษัทด้วย (วีริช ลภีรัตนกุล, 2540: 81-82)

ความสำคัญของภาพลักษณ์องค์กร

ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นมากซึ่งแต่ละองค์กรต้องรู้ว่า องค์กรของตนเองนั้น มีภาพลักษณ์อย่างไร โดยศึกษาจากความคิดเห็นของคนส่วนมาก ถ้าผลออกมาไม่ดีหรือปานกลางก็ ต้องเร่งรีบสร้างภาพลักษณ์ให้ดีขึ้น มิฉะนั้นหากภาพลักษณ์ตกต่ำลงจะส่งผลให้การดำเนินงานของ องค์กรล้มเหลวได้ ฉะนั้นการสร้างภาพลักษณ์จึงเป็นการแก้ไขวิกฤตการณ์ เพราะการสร้าง ภาพลักษณ์เป็นเรื่องพื้นฐานที่องค์กรขนาดใหญ่ทุกแห่งจะต้องให้ความสำคัญ ถ้าองค์กรสร้าง ภาพลักษณ์ไว้ดี เท่ากับองค์กรได้วางรากฐานไว้อย่างแน่นหนา เมื่อเกิดวิกฤตการณ์องค์กรย่อมไม่ สั่นคลอนมาก และสามารถกู้สถานการณ์ได้อย่างรวดเร็ว ภาพลักษณ์จึงเป็นเรื่องของการสร้างสรรค์ ซึ่งต้องใช้เวลาในการสร้างอย่างยาวนานและต่อเนื่อง ภาพลักษณ์อาจถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ปรากฏให้ เห็นหรือต้องอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง ภาพลักษณ์ที่ลวงตาจะไม่มีวันยั่งยืนถาวร ภาพลักษณ์ ที่มั่นคงถาวรจะต้องเป็นสิ่งที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความจริงและมีการพัฒนาให้เข้มข้นขึ้น ตลอดเวลา (อานวย วีรวรรณ, 2527 อ้างถึงในสุภารัตน์ ม่วงศิริ, 2547: 20-21) ดังนั้นภาพลักษณ์ของ องค์กรจึงมีความสำคัญ ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ที่ดีเป็นเงื่อนไขสำคัญต่อผลสำเร็จทางกลยุทธ์ได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เรื่องภาพลักษณ์ไม่ใช่หน้าที่ความรับผิดชอบของฝ่ายการตลาดฝ่ายเดียว หากแต่เป็นเครื่องมือสำคัญทางยุทธศาสตร์ของฝ่ายบริหารระดับสูงโดยตรง

2. การมีภาพลักษณ์ที่เหมาะสมและดีนั้น ถือได้ว่าเป็นสิ่งตอบแทนอย่างหนึ่งในการขายผลิตภัณฑ์และบริการ เพราะภาพลักษณ์ที่ดีจะช่วยให้สามารถรับพนักงานที่ดีมีคุณภาพได้ อีกทั้งยังเป็นที่น่าเชื่อถือในโลกการเงินกับผู้ลงทุน ทั้งยังมีผลต่อความเชื่อมั่นและศรัทธาของกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ทั้งภายในและภายนอก

3. ภาพลักษณ์ที่ดีจะสามารถสร้างอารมณ์ที่เป็นมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัทได้ ซึ่งจะกลายเป็นสิ่งสร้างความมั่นใจได้ว่าบริษัทได้นำหน้าคู่แข่งกันไปแล้วอีกก้าวหนึ่ง ภาพลักษณ์ที่ดีจึงเป็นอาวุธที่ใช้แข่งขันโดยตรงในฐานะที่เป็นทั้งความเด่นกับความน่าเชื่อถือ

4. ภาพลักษณ์ที่ดีช่วยให้บริษัทสามารถชักจูงและดึงดูดคนกลุ่มสำคัญซึ่งจำเป็นและมีความหมายต่อการสร้างความสำเร็จได้โดยตรง คือ กลุ่มนักวิเคราะห์ กลุ่มผู้ลงทุน กลุ่มลูกค้า กลุ่มหุ้นส่วนและกลุ่มพนักงาน และการบริหารจุดเด่นก็เป็นกลไกสำคัญในการประกันว่าจะมีภาพลักษณ์ที่ดีด้วย

5. ภาพลักษณ์ คือ สิ่งที่เป็นภาพตัวแทนที่เกิดขึ้นในความนึกคิด ภาพลักษณ์นี้จะมีผลกระทบโดยตรงต่อทัศนคติ ซึ่งจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมอีกต่อหนึ่ง ดังนั้นไม่ว่าบริษัทใดๆ จึงไม่อาจที่จะมองข้ามความสำคัญของภาพลักษณ์ได้ การมุ่งสร้างความประทับใจ ไม่ว่าจะกระทำโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตามต่างมีผลกระทบต่อคนฝ่ายต่างๆ ทั้งสิ้น

สำหรับพฤติกรรมของผู้บริโภค ภาพลักษณ์จะมีความสำคัญในการช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า เพราะภาพลักษณ์ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเกิดความเชื่อมั่น และไม่สับสนก่อนการตัดสินใจเลือกซื้อ ซึ่งในบริบทนี้ภาพลักษณ์จะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความสะดวกในการบริโภค และสามารถลดปัญหาความกังวลต่างๆ ในการตัดสินใจซื้อ (ธงชัย สันติวงษ์, 2542: 154-156) เนื่องจากภาพลักษณ์มีกลไกสำคัญหลายประการที่ช่วยผู้บริโภค เช่น การทำหน้าที่เป็นฐานความรู้ให้ผู้บริโภค การทำหน้าที่ในการคาดหมายให้กับผู้บริโภค และการทำหน้าที่ช่วยให้ผู้บริโภคทำกิจกรรมได้อย่างถูกต้องและมีความคงเส้นคงวา ซึ่งหน้าที่เหล่านี้จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถวิเคราะห์ข้อมูลและตัดสินใจเลือกซื้อ ได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่ต้องเสียเวลาดั้นหาข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ใหม่

ดังนั้นภาพลักษณ์ขององค์การจึงมีความสำคัญ ในแง่ของการส่งผลกระทบต่อทัศนคติของบุคคลที่มีต่อองค์การ และนำไปสู่พฤติกรรมที่องค์การมุ่งหวัง จนส่งผลต่อการเกิดการยอมรับ ความเชื่อถือต่อองค์การและส่งผลในด้านการเพิ่มผลผลิตขององค์การด้วย

การเกิดภาพลักษณ์องค์กร

การเกิดขึ้นของภาพลักษณ์องค์กรสามารถเกิดขึ้นได้ 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ เป็นภาพลักษณ์ในลักษณะใดก็ได้ ที่เกิดขึ้นไปตามสภาวะแวดล้อมที่มากระทบ และเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการที่ประชาชนทั่วไปได้รับรู้เรื่องราวหรือมีประสบการณ์กับองค์กรตามปกติหรือตามธรรมชาติ โดยประชาชนจะตีความหมายและสรุปจากสิ่งที่เขาเห็นหรือประสบมา หรือ ได้ยินมาเกี่ยวกับองค์กรทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นแบบฉบับการบริหารงาน บุคลิกภาพของผู้บริหาร การบริการและอธยาศัยของพนักงาน สินค้าและบริการขององค์กร

2. ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการปรุงแต่ง เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการที่องค์กรใช้กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ตามที่องค์กรต้องการ ไม่ว่าจะภาพลักษณ์นั้นจะเป็นสิ่งที่จริงหรือไม่ก็ตาม โดยการปรุงแต่งนั้นกระทำโดยความพยายามที่จะให้องค์กรมีพฤติกรรมที่ดี เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี หรือถ้าประชาชนมีภาพลักษณ์ที่ผิดไปจากสิ่งที่จริง องค์กรก็จะพยายามแก้ไข โดยเผยแพร่เรื่องราวที่ถูกต้องออกไปอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการแก้ไขความเข้าใจที่ผิด และให้ข้อเท็จจริงหรือปรุงแต่งภาพลักษณ์ในทิศทางที่พึงประสงค์นั่นเอง

ในองค์กรขนาดใหญ่ มักจะไม่ปล่อยให้ภาพลักษณ์เกิดขึ้น โดยวิธีตามธรรมชาติ เพราะองค์กรเหล่านั้นตระหนักดีว่า การปล่อยให้เกิดภาพลักษณ์ตามธรรมชาติอาจทำให้ลักษณะที่แท้จริงขององค์กรที่ออกไปไม่ครบถ้วน หรือไม่เป็นระบบ ภาพลักษณ์อาจจะออกมาผิดพลาดไปจากความจริงและเกิดความเสียหายต่อองค์กรได้ การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรจึงต้องมีการบริหารที่ดี ซึ่งเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ใช้ในการบริหารกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ คือ การประชาสัมพันธ์ เพราะการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นเรื่องของการให้ความรู้ และการให้คุณค่าขององค์กรในลักษณะที่ถูกกำหนดวางแผนไว้เป็นขั้นตอนอย่างเหมาะสม เพื่อให้ประชาชนเป้าหมายเกิดกระบวนการทางความคิดในการสร้างภาพ และตีความหมายไปในทิศทางที่องค์กรต้องการ (รัตนาวดี ศิริทองถาวร, 2548: 156-157)

นอกจากนี้ อำนวย วิวรรณ (อ้างถึงในสุภารัตน์ ม่วงศิริ, 2547: 23) อธิบายว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรสามารถเกิดขึ้นได้ 2 ลักษณะ คือ ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ โดยการปล่อยให้ภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นไปตามสภาวะแวดล้อมที่มากระทบ ซึ่งภาพลักษณ์ที่ออกมาอาจจะผิดเพี้ยนไปจากความเป็นจริง และภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการปรุงแต่ง โดยการใช้กระบวนการในการสร้างภาพลักษณ์ให้เกิดภาพลักษณ์ตามที่องค์กรต้องการให้ประชาชนรับรู้ ไม่ว่าจะ เป็นภาพลักษณ์จริงหรือไม่ก็ตาม

สำหรับภาพลักษณ์ขององค์กร เสรี วงษ์มณฑา (2542: 87-88) อธิบายว่า ภาพลักษณ์คือ ข้อเท็จจริง (Objective facts) บวกกับการประเมินส่วนตัว (Personal judgement) แล้วกลายเป็นภาพที่ฝังอยู่ในความรู้สึกนึกคิดของบุคคลอยู่นานแสนนาน และยากที่จะเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจจะแตกต่างไปจากสภาพความจริงก็ได้ เพราะว่าภาพลักษณ์นั้นไม่ใช่เรื่องของข้อเท็จจริงเพียงอย่างเดียว แต่เป็นเรื่องของการรับรู้ (Perception) ที่บุคคลนำเอาความรู้สึกส่วนตัวเข้าไปปะปนอยู่ในข้อเท็จจริงด้วย ดังนั้นการรับรู้จึงเป็นเรื่องของโครงสร้างทางความคิดที่มีความรู้ ความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยมเป็นองค์ประกอบอยู่ด้วย

องค์ประกอบของภาพลักษณ์องค์กร

ลักษณะของภาพลักษณ์ คือ องค์ประกอบระหว่างข้อเท็จจริง (Objective facts) กับการประเมินส่วนตัว (Personal judgement) ของบุคคลกระทั่งกลายเป็นความจริงแห่งการรับรู้ (Perceptual) ของบุคคล ไม่ใช่ข้อเท็จจริงที่ปราศจากอคติใดๆ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542: 88) นอกจากนี้ แสรร์ริสัน (1995: 71-75) ได้อธิบายองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ไว้ 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. บุคลิกภาพขององค์กร หมายถึง บุคลิกภาพหรือผลรวมของคุณสมบัติหรือลักษณะในเรื่องต่างๆ โดยการรับรู้ของบุคลากรภายนอกองค์กร ซึ่งบ่งบอกว่าองค์กรเป็นแบบใด มีคุณสมบัติหรือลักษณะอย่างไรตามทัศนะหรือความคิดเห็นของบุคคล

การมองบุคลิกภาพองค์กรเป็นหลักการหนึ่ง ซึ่งได้นำมาใช้เป็นหลักเกณฑ์มาตรฐาน เช่น ในองค์กรหนึ่งอาจมีผู้ที่มิชอบทำชื่อเสียงให้องค์กรเป็นนักการเมือง นักร้อง หรือนักแสดง องค์กรต้องมีบุคลิกภาพที่แน่นอนและแสดงให้เห็นได้ อาทิ องค์กรมีบุคลิกภาพที่มีชีวิตชีวา มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีความสนุกสนาน หรือบุคลิกภาพองค์กรมีความเอาใจใส่การดูแลอย่างพิถีพิถัน มีความสุภาพ อบอุ่น วางใจได้ และมีความปลอดภัย

2. ชื่อเสียงองค์กร หมายถึง ชื่อเสียงหรือกิตติศัพท์ขององค์กรที่ประชาชนหรือบุคคลมีความเชื่อถือให้ความไว้วางใจ มั่นใจในเรื่องคุณภาพ ความมีมาตรฐานในเรื่องผลผลิตและการบริการ

ชื่อเสียงขององค์กรจะทำให้ผู้บริโภคให้ความเชื่อถือบนพื้นฐานจากประสบการณ์ของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลผลิตและการบริการ องค์กรจะประสบความสำเร็จได้จะต้องสร้างชื่อเสียงในเรื่องการบริการที่รวดเร็ว ความมีคุณภาพได้มาตรฐาน ความเอาใจใส่ดูแลและผู้รับบริการได้รับบริการที่ดี ตลอดจนการปฏิบัติต่อผู้รับบริการอย่างยุติธรรม

3. เอกลักษณ์ขององค์การ หมายถึง ความโดดเด่นขององค์การ เครื่องบ่งชี้ทางกายภาพขององค์การ หรือที่เรียกว่ากลยุทธ์การประกอบธุรกิจที่เป็นแบบแผนที่ชัดเจน เช่น ความโดดเด่นที่ปรากฏอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นชื่อ สัญลักษณ์ หรือเครื่องหมาย ตรา สี และพิธีการ ซึ่งองค์การใช้ทำให้องค์การนั้น โดดเด่น ประทับใจ ติดตรึงเป็นส่วนประกอบขององค์การ

4. คุณค่าหรือจรรยาบรรณขององค์การ หมายถึง ความดี หรือจรรยาบรรณขององค์การ ซึ่งได้รับการยอมรับ ประเมินคุณค่าและยกย่องจากบุคคลภายนอกว่าดี มีมาตรฐาน ทำให้องค์การเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

ความมีคุณค่าหรือจรรยาบรรณขององค์การที่เป็นมาตรฐานในการประพฤติปฏิบัติของบุคคลในองค์การ เป็นนโยบาย แนวปฏิบัติของบุคคลในองค์การได้ร่วมกันกำหนดเป็นมาตรฐานที่ชัดเจน ความดีมีคุณค่าและจรรยาบรรณที่ปรากฏในองค์การจะส่งผลให้องค์การมีชื่อเสียง และได้รับการยกย่องจากบุคคลภายนอก

นอกจากนี้คำรังสรรค์ ชัยสนธิ และคณะ (2543: 103) ยังได้กล่าวถึง องค์ประกอบขององค์การที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์องค์การ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้

1. ผู้บริหาร องค์การจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับผู้บริหาร โดยต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ ถ้าองค์การใดมีผู้บริหารที่ดี มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์ที่ดี มีนโยบายบริหารธุรกิจที่ซื่อสัตย์ ไม่เอาเปรียบลูกค้า องค์การนั้นก็จะมีภาพลักษณ์ที่ดี

2. พนักงาน องค์การที่ดีต้องมีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีวิญญานของการให้บริการ มีบุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือ

3. สินค้า เริ่มตั้งแต่สินค้าต้องเป็นสินค้าที่ดี มีคุณภาพ บรรจุกฎหมายที่สวยงามทันสมัย สินค้ามีประโยชน์ตรงกับข้อความ โฆษณาที่เผยแพร่ออกไป

4. การดำเนินธุรกิจ การค้าขายย่อมต้องเกี่ยวข้องกับการคืนกำไรสู่สังคม เพราะบริษัทแต่ละบริษัทจะต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี และภาพลักษณ์ที่ดีต้องมีการดำเนินธุรกิจที่ซื่อสัตย์ สุจริต ตรงไปตรงมา มีคุณธรรม มีจริยธรรม และควรคืนกำไรให้กับสังคมในรูปแบบของกิจกรรมสาธารณะและการกุศลต่างๆ

5. กิจกรรมสังคม องค์การควรดูแลเอาใจใส่สังคมด้วยการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการกุศล หรือสร้างประโยชน์ให้กับสังคม เนื่องจากปัจจุบันองค์การต้องเน้นการตลาดเพื่อสังคมด้วย

6. เครื่องมือเครื่องใช้หรืออุปกรณ์ในสำนักงาน บริษัทหรือองค์การต้องมีสิ่งทีแสดงสัญลักษณ์ขององค์การ และควรมีตราสัญลักษณ์ขององค์การแสดงอยู่ด้วย โดยการออกแบบที่เหมาะสมสอดคล้องกับบุคลิกภาพขององค์การ อุปกรณ์และสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ เหล่านี้จะสะท้อนความเป็นตัวตนขององค์การ ให้กับคนอื่นได้พิจารณาภาพลักษณ์ขององค์การ

นอกจากนี้องค์ประกอบของภาพลักษณ์องค์การยังประกอบด้วยองค์ประกอบ 9 ประการ คือ ตัวองค์กร ชื่อเสียงขององค์กร การบริการ เครื่องหมาย อาคารสถานที่ คำขวัญหรือสโลแกน ผู้บริหาร พฤติกรรมในการให้บริการ และบทบาทขององค์กร (สมชาติ กิจบรรจง, 2543)

ปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเกิดและการเปลี่ยนแปลงของภาพลักษณ์องค์การ

วิจิตร อาวะกุล (2539: 188) อธิบายว่าการเกิดภาพลักษณ์จะประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 5 ประการ คือ (1) พฤติกรรมของคนในองค์กร (2) การสร้างสรรค์ความซื่อสัตย์ สุจริต ไม่คดโกง (3) การเข้ามามีส่วนร่วมในการเสริมสร้างแก้ไขปัญหาสังคม (4) การพิสูจน์ความจริงให้ประจักษ์ต่อสังคม (5) การประชาสัมพันธ์ที่มากเกินไปจะทำให้เสียภาพลักษณ์

โดยทั่วไปภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สามารถสร้างขึ้นได้ และเมื่อเกิดขึ้นแล้วก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมที่มากกระทบ โดยภาพลักษณ์ที่มีอยู่แล้วนั้นเมื่อได้รับการกระทบจากสิ่งที่ได้รับรู้ใหม่ จะมีผลดังนี้ (Boulding, 1975)

1. ภาพลักษณ์เดิมยังคงอยู่เช่นเดิม โดยไม่ถูกกระทบกระเทือนแต่อย่างใด
2. ข้อมูลใหม่ที่รับรู้มีทิศทางสอดคล้องกับภาพลักษณ์เดิม จะช่วยทำให้เกิดความสนใจ และทำให้เกิดการประเมินคุณค่า ซึ่งอาจทำให้ภาพลักษณ์เดิมเปลี่ยนแปลงไปบ้างแต่จะสามารถบอบกได้ชัดเจนยิ่งขึ้น
3. ข้อมูลใหม่ที่รับก่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์เดิมโดยสิ้นเชิงในบางครั้ง อาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างองค์ประกอบของภาพลักษณ์ที่เป็นอยู่

นอกจากนี้ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์การยังประกอบด้วยปัจจัยหลายประการและบางอย่างเกิดขึ้นจากตัวขององค์การเอง คือ

1. ข่าวลือ เป็นวิกฤตการณ์ที่หนักหน่วงสำหรับองค์การ โดยเฉพาะข่าวลือในเชิงทำลาย เพราะจะกระพือแพร่สะพัดเร็วมาก คนที่ได้รับข่าวต่อก็จะระบายสีเพิ่มเติมจนดูน่าสะพรึงกลัว และคนจำนวนมากจะไม่เข้าใจว่าจริงหรือไม่จริง
2. พฤติกรรมเชิงลบขององค์การ เช่น การบริหารไม่มีประสิทธิภาพ บริการไม่สะดวก ไม่รับผิดชอบต่อหน้าที่ เป็นต้น ซึ่งจะกระทบต่อความรู้สึกของประชาชน หากองค์การไม่ปรับปรุงแก้ไขก็จะเป็นการทำลายภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การได้

นอกจากนี้ยังสามารถพิจารณาได้ว่าปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการเกิดและการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์เกิดขึ้นจากปัจจัย 2 ส่วน คือ ปัจจัยแวดล้อมภายใน และปัจจัยแวดล้อมภายนอก ดังนี้

1. ปัจจัยแวดล้อมภายใน หมายถึง การกระทำหรือพฤติกรรมขององค์กร ถือว่าเป็นสภาพความเป็นจริงภายในที่บ่งบอกถึงประสิทธิภาพ และคุณภาพขององค์ประกอบทางธุรกิจ

2. ปัจจัยแวดล้อมภายนอก หมายถึง ข่าวลือ หรือข้อมูลใหม่ที่แพร่กระจายสู่กลุ่มผู้บริโภค เป้าหมายและสาธารณชนในวงกว้าง หากเป็นไปในเชิงลบแล้วย่อมถือว่าเป็นภาวะคุกคามที่น่ากลัวสำหรับธุรกิจ เพราะอาจหมายถึงการสูญเสียศักยภาพในการแข่งขันและนำไปสู่ความถดถอยของส่วนครองตลาดในที่สุด

สำหรับปัจจัยแวดล้อมภายนอกซึ่งมีลักษณะที่ควบคุมไม่ได้และยากต่อการแก้ไขนั้น ในการประชาสัมพันธ์จะต้องอาศัยกลวิธีที่สามารถครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง พร้อมกับต้องมีความรวดเร็วทันต่อสถานการณ์ในช่วงเวลานั้นๆ กลไกสำคัญที่ผู้บริหารภาพลักษณ์ของธุรกิจต้องเข้าใจ คือ การจัดการกับช่องทางข่าวสาร ข้อมูล แม้ว่าในปัจจุบันช่องทางการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตจะมีบทบาทสูงในแวดวงธุรกิจ แต่สื่อมวลชนก็ยังคงเป็นสื่อดั้งเดิมที่มีบทบาทสำคัญในการแพร่กระจายข่าวสาร ซึ่งสามารถสร้างการรับรู้ให้กับประชาชนและเป็นสื่อที่เชื่อถือได้ (สุภารัตน์ ม่วงศิริ, 2547: 27)

ภาพลักษณ์องค์กรที่สังคมต้องการ

สมชาติ กิจบรรยง (2540: 79 อ้างถึงในสุภารัตน์ ม่วงศิริ, 2547: 27) ได้ศึกษาภาพลักษณ์องค์กรที่ได้รับการยอมรับนับถือจากนิคยสารฟอร์จูนพบว่า ภาพลักษณ์องค์กรที่ได้รับการยอมรับประกอบด้วยปัจจัยดังนี้

1. คุณภาพและระบบการบริหารงานและบริหารคนของฝ่ายจัดการ
2. คุณภาพที่ค้ำของสินค้าและบริการ
3. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ หรือสินค้าใหม่
4. มีความมั่นคงทางการเงิน
5. สร้างมูลค่าโดยการลงทุนในระยะยาว
6. มีความรับผิดชอบต่อชุมชนและสภาพแวดล้อม
7. มีความสามารถเลือกคนดีมีฝีมือมาร่วมทีม มีการฝึกอบรมพัฒนาและมีความสามารถรักษาคณก่ง คนดีไว้
8. การใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ของบริษัทหรือองค์การให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นอกจากนี้อำนาจ วีรวรรณ (2527 อ้างถึงในสุภารัตน์ ม่วงศิริ, 2547: 28) ยังได้สรุปภาพลักษณ์องค์การที่สังคมต้องการ โดยอาศัยประสบการณ์ในการทำงานและทัศนคติส่วนตัวว่า องค์การในอุดมคติควรมีลักษณะ 6 ประการ ดังนี้

1. เป็นองค์การที่เจริญก้าวหน้าทันต่อโลก

ถ้าองค์การมีความเจริญก้าวหน้าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก องค์การย่อมมีความคล่องตัวในการปรับกิจกรรมให้มีประสิทธิภาพ เกื้อหนุนสังคมได้ดี เนื่องจากกิจกรรมขององค์การย่อมมีผลต่อสังคมด้วย

2. เป็นองค์การที่มีบริการและมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

ในฐานะผู้ผลิตสินค้าหรือบริการ องค์การย่อมต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งมีความต้องการผลผลิตหรือบริการที่มีคุณภาพ สะดวกรวดเร็ว ถูกต้อง ผู้ให้บริการมีอัธยาศัยดี และบางครั้งต้องรักษาความลับของลูกค้าด้วย ทั้งนี้ลูกค้ายังต้องการให้องค์การมีสัมพันธ์ภาพที่ดีกับเขา เพื่อจะได้ทราบความต้องการและสามารถจัดสินค้าหรือบริการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

3. เป็นองค์การที่มีระบบบริหารและฝ่ายจัดการที่สูงด้วยประสิทธิภาพ

องค์การควรใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีประสิทธิภาพให้แก่สังคม องค์การ ในลักษณะดังกล่าวย่อมมีแนวโน้มที่จะเจริญก้าวหน้าเป็นองค์การที่มั่นคง ซึ่งการมีองค์การที่มั่นคงย่อมส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศมั่นคงด้วย

4. เป็นองค์การที่ทำคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนรวม

เศรษฐกิจของประเทศจะมั่นคง และประชาชนจะพอกอยู่พอกินตามสมควรแก่อัตภาพ ย่อมเกิดจากองค์การประกอบกิจการ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้แก่ส่วนรวมเป็นสำคัญ เช่น ในกรณีที่ประเทศขาดดุลการค้ามากที่สุดเป็นประวัติการณ์ สังคมย่อมต้องการกิจกรรมที่มุ่งสนับสนุนทางด้านส่งออก ถึงแม้ว่าจะต้องลงทุนหรือต้องเหนื่อยกับกิจกรรมในลักษณะนี้ แต่ถ้าว้องค์การโดยอมเสียสละก็ย่อมจะได้รับการยกย่องหรือได้ภาพลักษณ์ที่ดีจากสังคม

5. เป็นองค์การที่ปฏิบัติงานภายในกรอบกฎหมาย

กฎหมายของบ้านเมืองบัญญัติขึ้นมาเพื่อรักษาประโยชน์ของคนส่วนรวมเป็นสำคัญ หากองค์การใดปฏิบัติภายในกรอบกฎหมายของบ้านเมือง ย่อมแสดงถึงความรับผิดชอบที่มีต่อสังคมส่วนรวม ในภาพลักษณ์นี้จึงเป็นองค์การที่สังคมต้องการ

6. เป็นองค์การที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูง

องค์การใดที่ประกอบกิจกรรมโดยคำนึงถึงความก้าวหน้า ความมั่นคงและสวัสดิการของประชาชน และพยายามเกื้อหนุนสังคมให้อยู่ในระดับมาตรฐานที่ควรจะเป็น ทั้งในด้านการศึกษา ศิลธรรม และวัฒนธรรม จะถือได้ว่าองค์การนั้นเป็นองค์การที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมสูง ต่อสังคม และองค์การจะได้รับการสนับสนุนร่วมมือเป็นอย่างสูงจากสังคมเป็นการตอบแทนเช่นกัน

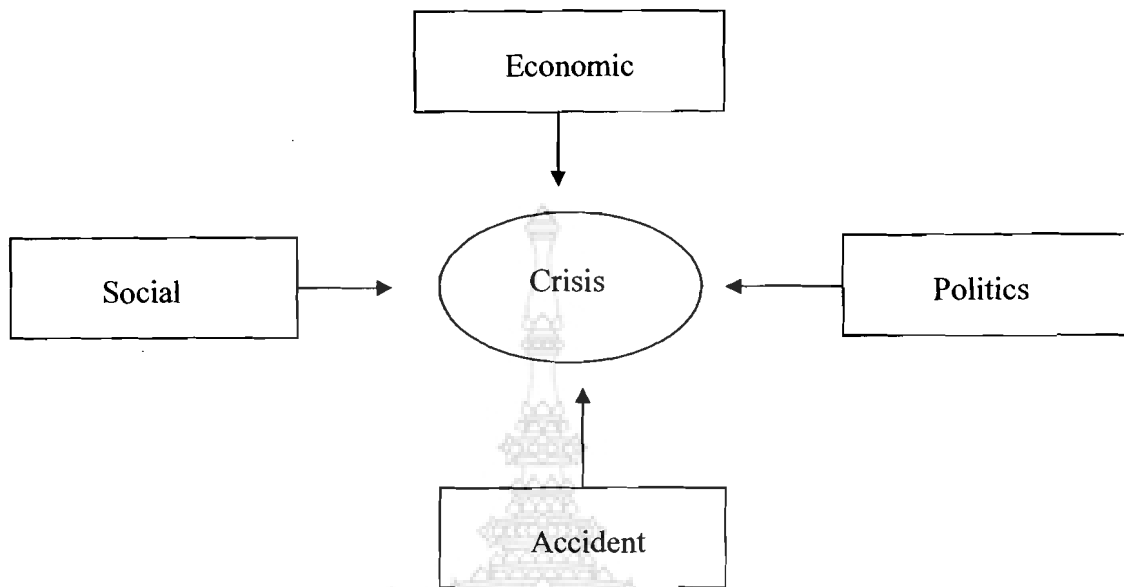
ดังนั้นภาพลักษณ์องค์การที่สังคมต้องการ อาจกล่าวได้ว่า ควรเป็นองค์การที่ต้องเจริญก้าวหน้า ทนต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก มีสัมพันธที่ดีต่อลูกค้า ทั้งยังมีระบบบริหารและจัดการที่มีประสิทธิภาพ และสร้างคุณประโยชน์ทางเศรษฐกิจต่อสังคมภายใต้กรอบกฎหมายของบ้านเมือง และต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วย จึงจะเป็นที่พึงพอใจของประชาชนและมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของประชาชนในที่สุด

ผู้บริหารสูงสุดกับการบริหารภาวะวิกฤต

การบริหารภาวะวิกฤต (Crisis Management) หมายถึง ปราบปรามการณ์เชิงลบอันรุนแรงที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด และอาจส่งผลเสียในระยะยาวต่อภาพลักษณ์ ชื่อเสียงขององค์การ เช่น คนงานประท้วง ผู้บริหารยกกลุ่มลาออก สินค้าเป็นพิษ พนักงานคดโกง ระบบคอมพิวเตอร์มีปัญหา อุบัติภัย ภัยธรรมชาติ ผลกระทบจากสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

เหตุการณ์หรือภาวะดังกล่าวที่เกิดขึ้น โดยที่เราไม่ได้คาดการณ์ล่วงหน้า เมื่อเกิดแล้วมักจะส่งผลเชิงลบต่อบริษัทในระยะยาว เช่น ไม่มีใครอยากจะใช้บริการ ไม่มีใครอยากเข้าใกล้โรงงาน หรือไม่ยอมซื้อสินค้า บริการ ปราบปรามการณ์เหล่านี้เรียกว่า ภาวะวิกฤติ (Crisis)

เมื่อเกิดภาวะวิกฤต ก็จำเป็นที่จะต้องแก้ปัญหาด้วยการบริหารภาวะวิกฤตจึงจะสามารถรักษาภาพลักษณ์ขององค์การต่อไปได้ ไม่ว่าจะเป็นภาวะวิกฤตทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การเกิดอุบัติเหตุที่ไม่คาดฝันต่างๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนอยู่รอบตัวเรา แต่เมื่อเกิดวิกฤตแล้วต้องนำมาพิจารณาโดยเร่งด่วนว่าจะกระทบอะไรบ้าง



ภาพที่ 1 ภาพแสดงภาวะวิกฤตทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การเกิดอุบัติเหตุที่ไม่คาดฝัน

ในหลักการบริหารภาวะวิกฤต ต้องยึดหลักการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าโดยรวดเร็วและให้เกิดผลเสียหายน้อยที่สุด เนื่องจากในบางเหตุการณ์หากมีการแก้ไขที่ล่าช้า จะไม่ทันต่อสถานการณ์ ช่วงเวลานั้นได้ ดังนั้น การบริหารภาวะวิกฤตให้ดีขึ้นควรมีการดำเนินการดังนี้

1. อย่าคิดว่าโอกาสของการเกิดวิกฤตเป็นศูนย์ เพื่อการไม่ประมาทและมีการเตรียมการที่จะเผชิญภาวะวิกฤตล่วงหน้า เพราะเราไม่อาจคาดการณ์ได้ว่าจะเกิดวิกฤตขึ้นเมื่อใด
2. ควรมีการวางแผนไว้ล่วงหน้าว่าหากเกิดภาวะวิกฤตในแต่ละเรื่อง แต่ละหน่วยงานจะดำเนินการอย่างไร รู้จักที่จะมีการวางแผนไว้อย่างเป็นขั้นตอน
3. ควรจัดให้มีผู้รับผิดชอบหรือประชาสัมพันธ์ขององค์การที่สามารถให้ข่าวหรือออกแถลงการณ์ได้อย่างเต็มที่ อย่าปล่อยให้สื่อมวลชนหาข่าวจากฝ่ายตรงข้าม หรือผู้เสียผลประโยชน์เพียงอย่างเดียว
4. ควรให้มีการแถลงข่าวอย่างรวดเร็ว เพราะหากล่าช้า ข่าวจะมาจากแหล่งข่าวอื่นที่ทำให้องค์การเกิดความเสียหาย

เมื่อเกิดปัญหาวิกฤต มีผู้เสียหายเกิดขึ้น ต้องมีการแก้ปัญหาทันที โดยการชดเชยค่าเสียหายตามที่กฎหมายกำหนดหรือพอเหมาะกับสภาพของสังคมและต้องทำด้วยความรวดเร็ว วัตถุประสงค์ของภาวะวิกฤตนั้นมีหลายระดับ ดังนี้

1. บุคคล ไม่ว่าจะเป็นพนักงาน ผู้บริหาร ลูกค้า ผู้ใช้บริการ

2. องค์กร ความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียง ศรัทธา
3. สินค้า บริการ ความเชื่อมั่น ผลทางการตลาด
4. ชุมชน โดยเฉพาะชุมชนใกล้เคียง ประสบปัญหาสิ่งแวดล้อม
5. ประเทศ ตัวอย่างเช่น ปัญหาสถาบันการเงิน การปรับเปลี่ยนนโยบาย กฎหมาย
6. นานาชาติ เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดี การท่องเที่ยว การกีดกันทางการค้า การก่อการร้าย

ในขณะที่เดียวกันภาวะวิกฤตสามารถเกิดขึ้นได้โดยฉับพลัน คือ ไม่รู้ตัวล่วงหน้าก่อน คาดไม่ถึง อุบัติเหตุ หรือเกิดแบบมีพัฒนาการ คือ ก่อตัวล่วงหน้า ผู้บริหารสูงสุด และนักประชาสัมพันธ์ ต้องมองให้ออกจากสัญญาณเตือนภัยในรูปแบบต่างๆ เพื่อเตรียมพร้อมกับการแก้ไขปัญหาให้ทันเวลา โดยไม่ต้องรอให้ปัญหาเกิดขึ้น

เมื่อเกิดปัญหาวิกฤตขึ้นและมีเรื่องที่จะต้องแก้ไข ผู้บริหารสูงสุดจะต้องมีการแก้ปัญหาอย่างรวดเร็ว จริงจัง และจริงจัง เพื่อช่วยคลี่คลายสถานการณ์ให้ดีขึ้น ผู้บริหารสูงสุดต้องแสดงความรับผิดชอบ เมื่อมีปัญหาร้ายแรงเกิดขึ้น ไม่ใช่เมื่อเกิดปัญหาแล้วให้นักประชาสัมพันธ์ออกไปแก้ไขปัญหาเพียงลำพัง องค์กรต้องร่วมมือหรือให้การสนับสนุน ช่วยแก้ปัญหาทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการช่วยเหลือแบบใดก็ตาม แต่ก่อนที่จะแก้ปัญหานั้นได้ ต้องรู้จักการวิเคราะห์วิกฤต ดังนี้

1. วิเคราะห์สาเหตุ พัฒนาการของสถานการณ์ ต้องรู้ว่าต้นตอของวิกฤตนั้นเกิดจากอะไร มีลำดับขั้นตอนอย่างไร
2. ผลกระทบที่เกิดขึ้น จะกระทบอะไรได้บ้าง ทั้งในปัจจุบัน อนาคต ทั้งภายในและภายนอกองค์กร
3. บุคคลที่เกี่ยวข้อง มีใครเกี่ยวข้องบ้าง ทุกระดับ หน้าฉาก หลังฉาก
4. ความเกี่ยวพันระหว่างองค์กรกับเหตุการณ์ จะขยายผลออกไปในทิศทางใด มีองค์การอื่นๆ เกี่ยวข้องด้วยหรือเปล่า

นอกจากนี้ ควรมีการกำหนดตัวบุคคลที่จะต้องออกไปสู่สาธารณชน ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารสูงสุด ผู้บริหารระดับสูง นักกฎหมาย ผู้แทนพนักงาน ที่ปรึกษาเฉพาะด้านประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะต้องแจกแจงบทบาทให้ชัดเจนว่า ใครจะทำหน้าที่อะไร ใครควรมีหน้าที่ออกมาพูดเมื่อใด และพูดได้ในระดับไหน

ในกรณีของผู้บริหารสูงสุดควรให้สัมภาษณ์เพื่อแสดงความรับผิดชอบ ความมีน้ำใจ โดยชี้แจงถึงสาเหตุที่เกิดข้อผิดพลาด อธิบายข้อเท็จจริง ผู้บริหารสูงสุดจำเป็นต้องออกมาชี้แจงต่อสื่อมวลชนด้วยการพูดความจริงในประเด็นที่มีการถกแถลง ขอโทษเมื่อทำผิด เพียงแต่ต้องอธิบายให้ได้ว่าความผิดเกิดจากเจตนาดี เกิดจากการรู้เท่าไม่ถึงการณ์ หรือเกิดจากเหตุสุดวิสัย ไม่ใช่เกิดจาก

ความจงใจ หรือหากเกิดจากความผิดพลาดของพนักงานบางคนที่มีเจตนา ก็ต้องลงโทษพนักงานผู้นั้น เช่น กรณีพนักงานขักยอกเงินของลูกค้า

แนวทางและการแก้ไขวิกฤต สามารถกระทำได้ 3 แนวทางหลัก ดังนี้

1. เชิงตั้งรับ ด้วยการให้ข้อมูล ถามมาที่ตอบไป ต้องการเห็นก็จะเปิดให้คุณ แสดงความชัดเจนในความบริสุทธิ์

2. เชิงรุก ด้วยการเข้าควบคุมและยุติสถานการณ์ คือ การจัดการกับเหตุการณ์ ต้องหยุดอย่างถาวร ถอนโค่นโคน เพื่อลดความเสี่ยงต่อการเกิดวิกฤตได้อีก

3. เชิงยุทธ์ ด้วยการเข้าถึงเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ด้วยช่องทาง ระยะเวลา ความดี คือ ดูทางหนีทีไล่ วิเคราะห์ว่าคุ้มหรือไม่คุ้ม แล้วจึงกำหนดวิธี ซึ่งอาจทำหลายๆ อย่างพร้อมๆ กัน เป็นช่วงเวลา อาจปรับสถานการณ์ให้กลับมาเป็นบวก พร้อมกับจัดการคู่แข่งชั้นด้วยการพลิกสถานการณ์หรือเปิดประเด็นใหม่

แต่การแก้ไขปัญหาวิกฤตต้องไม่แก้ไขภายนอกเพื่อรักษาภาพลักษณ์ขององค์กรเพียงอย่างเดียว ผู้บริหารสูงสุดควรต้องรู้จักการรักษาความน่าเชื่อถือให้กับบุคลากร รวมทั้งการสื่อสารภายในองค์กรด้วย

กรณีเมื่อสื่อมวลชนนำเสนอข้อมูลผิดพลาดในการเสนอข่าว ไม่ควรโกรธสื่อมวลชนแต่ต้องขอร้องให้เขารับฟัง ให้โอกาสให้เราพูดความจริง ไม่ต้องขอให้สื่อมวลชนขอโทษ ขออธิบาย และขอให้นำเสนอเพื่อให้สาธารณชนทราบความจริงที่เกิดขึ้น

เวลาที่แถลงข่าวหรือให้สัมภาษณ์ใดๆ ก็ตาม ไม่ควรพูดเท่าความถึงข้อความที่เป็นเชิงลบ อย่าตอกย้ำความสูญเสีย อย่าพูดถึงความเสียหาย ให้พูดถึงแนวทางที่จะแก้ไขวิกฤตนั้น นั่นถึงเรียกว่า การบริหารวิกฤต

เมื่อต้องทำการชี้แจงต่างๆ ต้องชี้แจงตรงประเด็น (Right to the point) อย่าอ้อมค้อม เพราะจะเป็นภาพของความพยายามที่จะแก้ตัวมากกว่าการยอมรับความจริงหรือเปิดเผยข้อเท็จจริงให้กับสาธารณชน ได้รับทราบ สิ่งนี้มีผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กรต่อไปด้วย

ผู้บริหารสูงสุดควรใช้เทคนิคของการนำเสนอข้อมูล และไม่ควรให้มีสิ่งที่ไม่ดีค้างอยู่ในจิตใจของผู้รับฟัง ไม่ควรป้ายความผิดให้ผู้อื่น ควรแก้ไขในส่วนที่ต้องแก้ โดยไม่ต้องไปพูดถึงความผิดพลาดของคนอื่น ที่เราทำอะไรไม่ได้

ต้องรับผิดชอบ ให้ความช่วยเหลือผู้เสียหายทั้งในระยะสั้นและระยะยาวอย่างชัดเจน จริงใจ โดยเฉพาะหากเป็นบุคลากรที่ไม่ได้ทำผิด แต่กลับได้รับผลกระทบเหล่านั้น ไปด้วย ผลจากการเกิดวิกฤตสามารถส่งผลไปได้ดังนี้

1. การทำงาน ทำให้บรรยากาศการทำงานไม่เหมือนเดิม

2. การผลิต หากเกิดการชักยอก หรือทำให้สินค้าออกมาไม่ได้คุณภาพ ก็ต้องมีการเข้มงวดมากยิ่งขึ้น เกิดภาพการไม่ไว้วางใจต่อกัน

3. การตลาด มีผู้เข้ามาซื้อสินค้าและบริการลดลง

4. การยอมรับทางสังคม ลดความเชื่อมั่น ความเชื่อถือ ความมั่นใจในสินค้าและบริการ

5. การต่อต้าน หากวิกฤตนั้นเป็นการใช้ความรุนแรงเข้าแก้ปัญหา หรือสร้างความไม่พอใจให้กับกลุ่มผู้เสียหายหรือได้รับผลกระทบ จะส่งผลต่อการเกิดคลื่นวิกฤตที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น

สิ่งเหล่านี้ ล้วนเป็นผลที่เกิดตามมาจากการเกิดวิกฤต ทำให้การแก้ไขปัญหาที่ดำเนินการออกมามุ่งเน้นของผู้บริหารสูงสุดเพียงฝ่ายเดียว ไม่มีน้ำหนักเพียงพอ แต่จะต้องรู้จักแก้ปัญหาในทางปฏิบัติให้เห็นผลและเกิดขึ้นจริงด้วย เช่น การยืนยันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายนอก บุคคลในองค์กรที่น่าเชื่อถือ

เมื่อยามที่ต้องแถลงข่าว หากสื่อมวลชนรายใดมีปัญหาซักถามในประเด็นที่เกี่ยวข้อง หรือนำเสนอข่าวสารที่ส่งผลในการสร้างภาพที่เสียหายให้กับองค์กรกรณีของวิกฤตการณ์ใดๆ ก็ตาม ต้องเผชิญหน้ากับสื่อมวลชนรายนั้น โดยตรงอย่างสุภาพและเป็นมิตร เพื่อไม่ให้สถานการณ์หนักไปมากกว่าเดิม และเพื่อแสดงให้เห็นถึงว่าองค์กรมิได้เกิดวิกฤตมากมายอย่างที่สื่อมวลชนนำไปกล่าวอ้าง ซึ่งการมีพื้นฐานของความสัมพันธ์ที่มีอยู่เดิมจะเป็นต้นทุนที่ยอดเยี่ยม

เรื่องการบริหารภาวะวิกฤต ถือเป็นเรื่องทีละเอียดอ่อน ซึ่งผู้บริหารสูงสุดต้องให้ความสำคัญและเตรียมการกับการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า หรืออย่างช้าก็เมื่อมีสัญญาณบอกเหตุอย่าคิดว่าเป็นเรื่องเล็กน้อย และอย่าด่วนสรุปว่าจะจบได้เอง ตลอดจนอย่ามองชีวิตและสวัสดิภาพของคนเป็นสิ่งที่ไร้ค่า หรือแก้ไขด้วยเงินทอง ต้องแก้ไขด้วยการมอบคุณค่าของความเป็นคน และศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ ผู้บริหารสูงสุดควรใช้ความพยายามและความตั้งใจในการแก้ไขภาวะวิกฤตด้วยสติ โดยคำนึงถึงภาพลักษณ์ระยะยาวอย่างรอบคอบ

ข่าวสารข้อมูลและการกำหนดประเด็นที่จะนำมาชี้แจงในยามวิกฤตเป็นสิ่งที่จะต้องดำเนินการอย่างจริงจังที่จะต้องสามารถนำเสนอข้อเท็จจริงที่สามารถสื่อได้ตรงกันหมด ไม่ว่าจะสื่อสารจากส่วนใดขององค์กร นั่นคือ ร้อยคนต้องมีข้อความเดียว (พจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2548: 119-125)

4. สรุปกรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551-2565)

แผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551-2565) (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2551) มีเป้าหมายเพื่อยกระดับคุณภาพอุดมศึกษาของประเทศไทย และเพื่อพัฒนาบุคลากรทางการศึกษาให้มีคุณภาพสามารถปรับตัวสำหรับงานที่เกิดขึ้นได้ตลอดชีวิต ตลอดจน

พัฒนาศักยภาพอุดมศึกษาในการสร้างความรู้และนวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศใน โลกาภิวัตน์ สนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนของท้องถิ่นไทย โดยใช้กลไกของธรรมาภิบาล การเงิน การกำกับมาตรฐานและเครือข่ายอุดมศึกษาบนพื้นฐานของเสรีภาพทางวิชาการ ความหลากหลาย และเอกภาพเชิงระบบ

กรอบแผนอุดมศึกษา ฉบับที่ 2 โดยสรุปแล้วได้อธิบายปัจจัยภายในระบบอุดมศึกษา ซึ่งประกอบด้วย 9 ประเด็น ได้แก่ รอยต่อกับการศึกษาระดับอื่น การแก้ปัญหาอุดมศึกษาในปัจจุบัน ธรรมาภิบาลและการบริหารจัดการ การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ การเงิน อุดมศึกษา การพัฒนาบุคลากรในอุดมศึกษา เครือข่ายอุดมศึกษา การพัฒนาอุดมศึกษาในเขตพัฒนา พิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ และ โครงสร้างพื้นฐานการเรียนรู้

สำหรับภาพของอุดมศึกษาในปัจจุบันและอนาคต ประกอบด้วย 7 ปัจจัย คือ ความเปลี่ยนแปลงด้านประชากร พลังงานและสิ่งแวดล้อม การมีงานทำและตลาดแรงงานในอนาคต การจัดการความขัดแย้งและรุนแรง การกระจายอำนาจปกครองเยาวชนไทย นักศึกษาไทยและบัณฑิตในอนาคต และเศรษฐกิจพอเพียง

ในอนาคตประชากรไทยจะยังเพิ่มขึ้นต่อเนื่องอย่างช้าๆ จำนวนเด็กและเยาวชนจะลดลง อัตราการปันผลประชากรจะหมดไปและผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้น ข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าอุดมศึกษาต้องลดการขยายตัว โดยกลับมาเน้นคุณภาพ เพิ่มบทบาทด้านการเพิ่มผลิตภาพเศรษฐกิจของกลุ่มวัยทำงาน เน้นการศึกษาต่อเนื่องเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงงานและอาชีพ การเกิดอาชีพใหม่ อุดมศึกษาต้องส่งเสริมผู้สูงอายุให้ยังมีผลิตภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and economic productivity) ส่วนด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อมจะเป็นปัญหาร่วมของทุกประเทศ สำหรับประเทศไทยพึ่งพิงพลังงานนำเข้าค่อนข้างสูง จึงส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากราคาพลังงาน โดยเฉพาะน้ำมันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การใช้พลังงานฟอสซิลสร้างปัญหาเรือนกระจก ส่งผลต่อความอยู่รอดของมนุษยชาติ อุดมศึกษาต้องสร้างความตระหนักการอนุรักษ์พลังงานสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ ในการศึกษาทุกระดับและในหมู่ประชาชน การผลิตบัณฑิตควรสร้างความรู้ลึกด้านการอนุรักษ์และจัดการพลังงาน พลังงานหมุนเวียนและพลังงานทางเลือก ทำงานกับภาคการผลิตเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน เร่งสร้างความเข้าใจสาธารณะ จนถึงการสร้างคน และองค์ความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทั้งดิน น้ำ ป่าไม้ ระบบนิเวศ

ในส่วนการมีงานทำและตลาดแรงงานในอนาคต ปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ โครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศ โลกาภิวัตน์ ความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และโลกสารสนเทศ การเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไทยที่ชัดเจนต่อเนื่อง คือ ภาคบริการและภาคอุตสาหกรรมจะเติบโตมาก ทั้งการจ้างงานและผลผลิตในรายได้ประชาชาติ อุดมศึกษาต้องทำงานกับภาคการผลิตจริง

จำแนกบทบาทความสำคัญของกลไกที่ขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจทั้งผู้ประกอบการขนาดเล็ก (SME) ธุรกิจของครอบครัวกลุ่มสำคัญ บริษัทข้ามชาติ เพื่อให้โจทย์ชัดและสร้างผลงานได้ชัดเจน อุดมศึกษาต้องทำงานทั้งกับอุตสาหกรรมรายสาขาและกลุ่มอุตสาหกรรมเชิงพื้นที่ เช่น นิคมอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ ผักอบรมและเพิ่มผลิตภาพในลักษณะ demand led ทำงานกับหน่วยงานวางแผนและภาคการผลิตเพื่อผลักดันอุตสาหกรรมความรู้ วิเคราะห์และชักนำภาคบริการใหม่ที่สำคัญจากการพิจารณาห่วงโซ่มูลค่าของบริการแต่ละประเภท ความรู้และเทคโนโลยีที่ใช้ในแต่ละห่วงโซ่ ภาคเกษตรแม้จะลดสัดส่วนในรายได้ประชาชาติ แต่คนยังอยู่ภาคเกษตรในสัดส่วนที่สูง มีแรงงานออกจากภาคเกษตรปีละนับหมื่นคน เป็นกระแสที่ยากที่จะหยุดยั้งและหวนกลับ แต่ประเทศไทยต้องยื่นหัตถ์ให้ภาคเกษตรรองรับคนที่อยู่ในภาคเกษตรให้อยู่ได้และดีขึ้น โดยอุดมศึกษาต้องช่วยเตรียมความรู้และสร้างทักษะให้แรงงานที่ออกจากภาคเกษตรจนถึงระดับหนึ่งก่อนเข้าสู่การผลิต สร้างมูลค่าเพิ่มและความสำคัญของระบบเกษตรทั้งเกษตรน้ำฝนและเกษตรก้าวหน้า เน้นความสำคัญของภาคเกษตรต่อความมั่นคงทางอาหาร (Food security) ในระดับครอบครัว ชุมชน พื้นที่และประเทศ เป็นผู้รู้ผู้เล่นที่สำคัญด้านอุตสาหกรรมอาหารและการแปรรูป วัตถุดิบการเกษตร

ส่วนโลกโลกาภิวัตน์ อุดมศึกษาจะถูกกระทบและมีทั้งโอกาสเติบโตและการเปิดเสรีทางบริการการศึกษา โดยเฉพาะตามข้อตกลงของ WTO ข้อตกลงพหุภาคีและทวิภาคี จากการที่ประเทศไทยจะเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ในปี 2558 ซึ่งพลเมืองส่วนใหญ่เป็นมุสลิมและพูดภาษาบาฮาซา อินโดนีเซีย อุดมศึกษาไทยสามารถวางตำแหน่งผู้เล่นหลักในอาเซียนได้ โดยการคู่ต้นแบบจากประชาคมยุโรป เช่น การพัฒนาคุณภาพการศึกษาเพื่อให้มาตรฐานการศึกษาและปริญญาที่ยอมรับร่วมกันได้ (Mutual recognition) อุดมศึกษาไทยต้องเตรียมความพร้อมสำหรับ “ศตวรรษแห่งเอเชีย” ที่จีนและอินเดียเป็นผู้เล่นสำคัญ

ด้านความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจะนำมาซึ่งผลิตภาพ (Productivity) และนวัตกรรม (Innovation) ในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ เรียนรู้จากนักคิดอนาคต (Futurists) ต่อเทคโนโลยีที่มองไม่เห็นในวันนี้ หน่วยงานที่สำคัญของรัฐควรร่วมกับภาคเอกชนกำหนดแผนยุทธศาสตร์ด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี เทคโนโลยีสารสนเทศ ที่อุดมศึกษาเข้าไปเป็นผู้เล่นสำคัญ โดยเฉพาะโลกยุคสารสนเทศเป็นสังคมไร้พรมแดน เกิดการจ้างงานและความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความรู้กระทำได้ง่าย เทคโนโลยีแพร่กระจายอย่างกว้างขวาง โดยไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ มีนวัตกรรมและตลาดแรงงานใหม่ๆ ที่มีมูลค่าเพิ่มและมูลค่าสูง บนฐานของนวัตกรรม ทรัพยากรมนุษย์ โครงสร้างพื้นฐานและสารสนเทศ

การกระจายอำนาจการปกครอง เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อความเป็นไปและความเป็นอยู่ของบ้านเมืองในอนาคตอย่างสูง พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 ได้กำหนดให้มีการกระจายอำนาจการปกครองสู่ท้องถิ่น โดยมีแนวทางการกระจายอำนาจ ประกอบด้วย การถ่ายโอนภารกิจ การกระจายอำนาจการเงิน การถ่ายโอนบุคลากร การพัฒนาระบบตรวจสอบและการมีส่วนร่วมของประชาชน การปรับปรุงการบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) การปรับปรุงกฎหมายและระเบียบ การกำกับดูแลการถ่ายโอนภารกิจ และการสร้างระบบประกันคุณภาพบริการสาธารณะ อปท. ต้องการการสนับสนุน ความเชี่ยวชาญในการคิดตั้งระบบ การจัดการความรู้ การฝึกอบรมและยกระดับความสามารถของบุคลากร นอกจากนี้ท้องถิ่นยังมีงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรจากส่วนกลาง และมีรายได้จากการจัดเก็บภาษีค่าบำรุงและค่าธรรมเนียม การที่อุดมศึกษาทำงานกับท้องถิ่นจะเสริมภารกิจหลักหนึ่งของอุดมศึกษา คือ การบริการสังคมให้โดดเด่น รองรับเหตุผลของการจัดตั้งและการส่งเสริมสถาบันอุดมศึกษาบางกลุ่มที่อยู่ในภูมิภาคและท้องถิ่น งบประมาณ อปท. เป็นแหล่งรายได้ที่จะเพิ่มความสำคัญสถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่ในการทำงานกับอปท. อุดมศึกษาควรรวมตัวทำงานเป็นเครือข่ายพื้นที่ (เชิงภูมิสังคมและเขตการปกครอง) และเครือข่ายเชิงประเด็น เพราะ โจทย์ท้องถิ่นเป็น โจทย์บูรณาการ ต้องการความรู้หลายระดับหลากหลายสาขา การทำงานต้องการทั้งฝ่ายอุปสงค์และอุปทาน

ในด้านการจัดการความขัดแย้งและความรุนแรง สงครามสมัยใหม่จะเป็นการต่อสู้ระหว่างประชาชน ไร้รูปแบบสงครามและภาพศัตรูที่ชัดเจน ความขัดแย้งและความรุนแรงในโลกกระทบประเทศไทยมากบ้างน้อยบ้าง เช่น ความรุนแรงในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ต้องสร้างการเข้าถึงและเข้าใจ เพิ่มโอกาสทางการศึกษาและอาชีพในปัจจุบัน ควบคู่กับการสร้างความเข้าใจและโอกาสอย่างถาวรในอนาคตด้วยการศึกษา ทั้งนี้อุดมศึกษาจะเป็นปัจจัยชี้ขาดในระยะกลางและระยะยาว

ทั้งนี้ผู้ที่ได้รับประโยชน์โดยตรงจากแผนอุดมศึกษาระยะยาว คือ เยาวชนไทย นักศึกษาไทย และบัณฑิตในอนาคต เด็กในวันนี้เปลี่ยนแปลงทั้งในมิติการใช้ชีวิต การเรียนรู้ ครอบครัวยุคต่อจนภาวะเสี่ยงต่างๆ สะท้อนถึงแนวโน้มของสังคมภายหลังยุคอุตสาหกรรมและความทันสมัย (Post – industrial / Post - modern) มีสัญญาณชี้การเปลี่ยนแปลง ชีวิตงานของบัณฑิตในอนาคตที่แตกต่างจากปัจจุบัน เช่น การทำงาน โดยมีหลายอาชีพทั้งตลอดช่วงอายุ การทำงานไร้สังกัด (Freelance) ความเสี่ยงต่อรายได้ไม่แน่นอน การจับคู่ผู้ร่วมงานและเปลี่ยนผู้ร่วมงาน เป็นต้น มีความไม่สอดคล้องกัน (Mismatch) ระหว่างการศึกษาและทักษะอาชีพที่พึงประสงค์ในอนาคต นอกจากความเชี่ยวชาญเฉพาะศาสตร์แล้ว ความสามารถก็เป็นสิ่งสำคัญไม่ยิ่งหย่อน โดยจะเกี่ยวกับทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นหมู่คณะ การแก้ปัญหา การรับความเสี่ยง การออกแบบและความสร้างสรรค์ ความรับผิดชอบทั้งต่อตนเองและต่อผู้อื่น การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การบริหารจัดการ

ตนเอง รวมไปถึงจริยธรรม อุดมศึกษาควรเพิ่มพื้นที่การเรียนรู้ของเยาวชนและนักศึกษาในแบบของ ทักษะชีวิต ทักษะสังคม สมรรถนะพื้นฐานร่วม (Base line competencies) ที่ข้ามพ้นความรู้วิชาการ ที่เป็นแท่ง ความรู้และความสามารถเชิงบูรณาการที่ฝังตัว (Tacit knowledge and ability) ที่หาไม่ได้ จากการเรียนการสอนในห้องที่ขาดปฏิสัมพันธ์ สร้างความพร้อมเพื่อเปิดโลกทัศน์สำหรับบัณฑิต ในสถานะ โลกาภิวัตน์ด้านภาษาและวัฒนธรรม รู้และเห็นคุณค่าของพหุลักษณะพหุวัฒนธรรม เพิ่มความอิสระและความหลากหลายของนักศึกษาต่างวัย ต่างภูมิหลังวัฒนธรรมและสังคม ต่างเผ่าพันธุ์ รวมถึงอาจารย์การแลกเปลี่ยนและหลักสูตรสองภาษาจะเป็นกลไกสำคัญ อุดมศึกษา ควรจัดให้มีการศึกษาในระบบศิลปศาสตร์ (Liberal Arts Education) ในยุค Post Modern-Post Industrialization ทั้งนี้หมายรวมถึงสาระแห่งศาสตร์และกระบวนการแห่งศาสตร์ เรียนรู้บนฐานการทำงาน ในภาคการผลิตและภาคสังคม (Work-based/Community-based education) เช่น Internship/Apprenticeship ในภาคการผลิตและภาคสังคม สหกิจศึกษา (Co-operative education) ทักษะวิศวกรรม (Engineering practice school)

นอกจากนี้สถาบันอุดมศึกษาพึงเข้าใจและปฏิบัติเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงในขั้นเริ่มต้น อุดมศึกษาควรเป็นผู้นำสามารถวิเคราะห์ได้ ปฏิบัติได้ บนฐานทรัพย์สินทางปัญญาสังคม สร้างความรู้ใหม่ ให้เกิดผลเป็นรูปธรรม ทั้งระดับปัจเจก ครอบครัว ชุมชน พื้นที่ องค์กร และภาคการผลิต

สำหรับปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับอุดมศึกษา ปัจจัยแรกคือ รอยต่อกับการศึกษาขั้นพื้นฐาน และการอาชีวศึกษา แนวโน้มที่น่าเป็นห่วงคือ นักเรียนมัธยมที่เป็นตัวป้อนอุดมศึกษามีคุณภาพ โดยรวมต่ำลง คุณภาพผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา จนถึงความสามารถพื้นฐานการอ่านภาษาไทยซึ่งเป็น ฐานของการเรียนรู้วิชาการ ซึ่งปัญหาดังกล่าวเกิดจากคุณภาพของครู เกี่ยวพัน ไปถึงสถานภาพที่ต่ำ ของครูทำให้ไม่มีนักเรียนเก่งเป็นครู หมุนเวียนเป็นวัฏจักรที่ต้องแก้ไข และค่านิยมด้านปริญญาทำให้ผู้เรียนอาชีวศึกษาน้อยลงเป็นลำดับ ทั้งที่แรงงานระดับกลางจำเป็นต้องใช้แรงงานอาชีวะในการ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

ปัญหาข้างต้นนี้รัฐต้องจัดการเรื่องคุณภาพการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยเฉพาะทางวิทยาศาสตร์ และคณิตศาสตร์ เข้มข้นกับอาชีวศึกษา และอุดมศึกษาเองต้องให้เวลากับการศึกษาขั้นพื้นฐานและ อาชีวศึกษาในสามประเด็น คือ ประเด็นแรก การพัฒนาและสร้างครูคุณภาพสูงซึ่งเป็นตัวคูณ ประเด็นที่สอง การพัฒนาเด็กที่มีความสามารถพิเศษ ซึ่งเป็นเสมือนหัวรถจักรสำหรับประเทศใน อนาคต ประเด็นที่สาม อุดมศึกษาต้องเปิดโอกาสให้ผู้จบอาชีวศึกษาและกำลังทำงานสามารถเข้า ศึกษาต่อในอุดมศึกษาได้ด้วยความยืดหยุ่น โดยประกอบอาชีพต่อไป ไม่ต้องทิ้งงาน ศึกษาได้ใน เงื่อนไขเวลาที่ไม่บีบรัด ไม่ผูกมัดนักศึกษาที่เป็นผู้ขับเคลื่อนภาคการผลิตจริง

ในส่วนของระบบอุดมศึกษาปัจจุบันที่มีสถาบันให้ปริญญาประมาณ 150 แห่ง ที่สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ มีความซ้ำซ้อน แข่งนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาและมหาวิทยาลัย มีปัญหาคุณภาพ ดังนั้นการแก้ปัญหาอุดมศึกษาในปัจจุบันต้องใช้กลไกมาตรฐานและการจัดสรรทรัพยากร เพื่อลดเลิกหลักสูตรที่ไม่ใช่ความต้องการของสังคมหรือการพัฒนาเศรษฐกิจ ปิดหน่วยงานที่มีคุณภาพการศึกษาค่ำ เกิดระบบอุดมศึกษาที่แบ่งงานกันทำ (Division of labor) วางตำแหน่งของแต่ละสถาบันให้เหมาะสม แบ่งอุดมศึกษาออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มวิทยาลัยชุมชน กลุ่มมหาวิทยาลัย 4 ปี และมหาวิทยาลัยศิลปศาสตร์ กลุ่มมหาวิทยาลัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเฉพาะทาง และกลุ่มมหาวิทยาลัยวิจัย มหาวิทยาลัยบัณฑิตศึกษา ทั้ง 4 กลุ่มจะตอบสนองต่อยุทธศาสตร์การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล ภาคการผลิตจริง การพัฒนาอาชีพ คุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ระดับท้องถิ่นและชุมชน การรองรับการเปลี่ยนอาชีพ เปลี่ยนงาน เลิกจ้างงาน การพัฒนาผลิตภาพของพนักงานต่อเนื่อง ผู้ที่พ้นวัยทำงาน จนถึงการเรียนรู้ตลอดชีวิต

การนำหลักธรรมาภิบาลและการบริหารจัดการ จะช่วยกำหนดทิศทางการพัฒนามหาวิทยาลัยได้เร็ว อุดมศึกษาไทยต้องปรับปรุงเรื่องนี้ตั้งแต่ระดับองค์กร กำหนดและกำกับนโยบายคือ สภามหาวิทยาลัย ผู้บริหารทุกระดับ ข้อเสนอของแผนอุดมศึกษาระยะยาวคือ สร้างกลไกพัฒนาผู้ดำรงตำแหน่งสภามหาวิทยาลัยและผู้บริหารระดับต่างๆ ปรับระบบธรรมาภิบาลซึ่งรวมถึงโครงสร้างสภามหาวิทยาลัยให้มีผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกเป็นหลัก สภามหาวิทยาลัยมีสำนักงานเลขาธิการทำงานเต็มเวลาสนับสนุน จนถึงการปรับคณะกรรมการการอุดมศึกษาให้ทำหน้าที่คณะมนตรีหรือคณะกรรมการ (Commission) ที่มีมนตรีหรือกรรมการ (Commissioners) เต็มเวลา และปรับสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาให้สอดคล้องกัน

ในการประเมินความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย มหาวิทยาลัยไทยไม่ติดกลุ่มมหาวิทยาลัยชั้นนำที่มีคุณภาพทั้งในระดับโลกและระดับภูมิภาค ความสามารถในการสร้างนวัตกรรมของประเทศต่ำ โครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์อยู่ในระดับท้ายๆ ของประเทศที่ได้รับการจัดอันดับ อุดมศึกษาเป็นองค์ประกอบหนึ่งของระบบวิจัยของประเทศ การสร้างความเป็นเลิศของการวิจัยของอุดมศึกษาจึงขึ้นกับการวางโครงสร้างระบบวิจัยในภาพรวม ซึ่งรวมถึงนโยบายระบบวิจัย การจัดสรรทรัพยากรวิจัย การบริหารจัดการทุนวิจัย ตลอดจนการประสานพลังระหว่างหน่วยปฏิบัติการวิจัย ความเชื่อมโยงและการทำงานร่วมกันระหว่างภาคเอกชนในฐานะองค์กรอุดมศึกษา อุดมศึกษาถูกคาดหวังว่าเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ด้วยความจำกัดของทรัพยากรและนักวิจัยคุณภาพสูง อุดมศึกษาต้องให้ความสำคัญกับโจทย์วิจัยและการสร้างกลไกความเป็นเลิศ ระบบการประเมินสมรรถนะการวิจัยของกลุ่มวิชาการในมหาวิทยาลัย (Research Assessment Exercise: RAE) ที่ใช้ในต่างประเทศควรนำมาประยุกต์และ

ปรับใช้เพื่อการประเมินความสามารถการวิจัยและจัดสรรทรัพยากรเพื่อการวิจัยสำหรับอุดมศึกษาไทย มหาวิทยาลัยควรผลักดันให้เกิดระบบวิจัยแห่งชาติ ที่ควรประกอบด้วยองค์กรระดับชาติที่กำหนดนโยบายวิจัย องค์กรจัดสรรเงินทุนวิจัยและหน่วยงานวิจัยที่มหาวิทยาลัยเป็นผู้เล่นสำคัญ

นอกจากนี้อุดมศึกษาควรสร้างระบบความเชื่อมโยงระหว่างอุดมศึกษาและภาคการผลิต เพื่อให้อุดมศึกษาทำภารกิจจากมูมอุปสงค์ (Demand led) เพิ่มขึ้น มีกลไกการทำงานร่วมกันในลักษณะพหุภาคีระหว่างมหาวิทยาลัย กลุ่มมหาวิทยาลัย ศูนย์ความเป็นเลิศ ภาคอุตสาหกรรมในและต่างประเทศ ภาคสังคมและชุมชน กลไกสำคัญที่หลายประเทศใช้แล้วปฏิรูปการศึกษาได้สำเร็จคือ หลักธรรมาภิบาลและการบริหาร รวมถึงการปฏิรูปการเงินอุดมศึกษา การลงทุนในอุดมศึกษาผ่านระบบงบประมาณปัจจุบันยังไม่สะท้อนคุณภาพการศึกษา และยังไม่ได้ใช้เป็นกลไกกำกับเงินนโยบายอย่างเต็มที่ การแบ่งภาระค่าใช้จ่ายเพื่ออุดมศึกษาระหว่างผู้เรียน รัฐ และผู้ได้รับประโยชน์จากผลผลิตอุดมศึกษาไม่เหมาะสม นอกจากนั้นสถาบันอุดมศึกษาไทยจำนวนมากมีภาระที่จะต้องแสวงหาแหล่งทุนเพื่อรักษามาตรฐานการศึกษานอกเหนือจากรองรับจำนวนนักศึกษาที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นแผนระยะยาวจึงเสนอให้รัฐปรับการจัดสรรงบประมาณประจำปีสำหรับมหาวิทยาลัยของรัฐให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาประเทศ

สำหรับในทศวรรษที่ผ่านมาการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศควบคู่ไปกับการเติบโตของอุดมศึกษาอย่างรวดเร็วและไร้ทิศทาง การนำสถาบันอุดมศึกษาเกือบ 50 แห่งที่อยู่ในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการเดิม มารวมตัวกับสถาบันอุดมศึกษาเดิมในทบวงมหาวิทยาลัย ทำให้เห็นเงื่อนไขเร่งด่วนที่จะสร้างอุดมศึกษาให้มีคุณภาพคือ ระบบพัฒนาบุคลากรในอุดมศึกษา ทั้งนี้การพัฒนาอาจารย์ในมหาวิทยาลัยต้องคำนึงถึงการพัฒนาหลายมิติ เช่น ด้านวิชาการ ความเป็นครู ความสามารถในการจัดการเรียนการสอน ความสามารถด้านการวิจัย สมรรถนะทางวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับสาขาที่ตนรับผิดชอบ การบริหารจัดการ การขัดเกลาทางสังคม โดยคำนึงถึงช่วงวัยต่างๆ ของการทำงานและพัฒนา (Life cycle development) จัดให้มีกระบวนการที่ปรึกษาโดยผู้มีความรู้และประสบการณ์บนฐานของการพัฒนาจากการทำงานจริง แผนอุดมศึกษาระยะยาวได้เสนอให้มีทิศทางชัดเจนในการจัดการทุนการศึกษา การมีส่วนร่วมระหว่างมหาวิทยาลัยและผู้เรียนในการออกค่าใช้จ่ายในการส่งนักศึกษาไปต่างประเทศ และการสร้างทิศทางสำหรับมหาวิทยาลัยรัฐใหม่ด้วยอัตราค่าเล่าเรียนที่รัฐบาลกำหนดให้

มหาวิทยาลัยไทยมีความแตกต่างสูงและมีช่องว่างของระดับการพัฒนา (University Divide) หลายมิติ อาทิ ขนาด งบประมาณ ประเภท อายุ สถานที่ตั้ง บุคลากร คุณภาพนักศึกษา คุณภาพของสถาบัน ตลอดจนชื่อเสียง เป็นต้น หลายปัญหาของอุดมศึกษาแก้ไขไม่ได้หากมหาวิทยาลัยยังแยกส่วนกันทำงาน ไม่รวมพลังหรือแบ่งงานกันทำ แม้สถาบันมีคุณภาพและความเป็นเลิศเมื่อไม่ทำงาน

ร่วมกันก็ไม่สามารถสร้างสรรค์ผลงานในระดับประเทศหรือที่สูงขึ้นไป ยุทธศาสตร์สร้างพลังร่วม โดยเครือข่ายอุดมศึกษาเป็นสิ่งที่ควรสนับสนุนและผลักดันด้วยนโยบายและกลไกงบประมาณ สถาบันอุดมศึกษาควรรวบรวมการเรียนการสอน การทำงานและการลงทุน โครงสร้างพื้นฐาน ร่วมกัน จนนำไปสู่การรวบรวมสถาบันเมื่อพร้อม รัฐสนับสนุนให้สถาบันที่เข้มแข็งสร้างความสามารถสถาบันใหม่ สร้างเครือข่ายพัฒนาการเรียนการสอน การพัฒนาบุคลากร การทำงาน ภาคสังคม เป็นต้น

ส่วนปัจจัยพื้นฐานสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่นำไปสู่ปัญหาความรุนแรง ข้อเสนอแนวทางสร้างความสมานฉันท์และการพัฒนาพื้นที่ ได้กล่าวถึงในเรื่องการจัดการความขัดแย้งและความรุนแรง โดยในปี 2550 รัฐบาลได้ทำแผนยุทธศาสตร์ในเขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้โดย สกอ. กำหนดการพัฒนาอุดมศึกษาในเขตพัฒนาพิเศษเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นส่วนหนึ่งของแผนอุดมศึกษาระยะยาว ซึ่งประกอบด้วยการพัฒนาเด็ก เยาวชนและนักศึกษา การพัฒนาครูและบุคลากรในพื้นที่ การสร้างความเข้มแข็งของสถาบันอุดมศึกษา และการพัฒนาอุดมศึกษาสู่อาเซียน แนวทางหลักเป็นการใช้ปัญญาให้เข้าถึง เข้าใจ ยอมรับและเห็นคุณค่าของสังคมไทยที่มีความเป็นพหุลักษณะ พหุวัฒนธรรม การสร้างระบบการเคลื่อนย้ายโดยอิสระสำหรับเด็ก เยาวชน และประชาชน ในภาคใต้ สร้างโอกาสการได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพ การประกอบอาชีพในภาคใต้ ความเชื่อมต่อกับอาเซียนและประชาคมมุสลิมในโลก

โครงสร้างพื้นฐานการเรียนรู้ของอุดมศึกษา เป็นทั้งหัวใจและปัจจัยสำคัญของอุดมศึกษา ครอบคลุมทั้งโครงสร้างเชิงสสารและโครงสร้างทางกายภาพที่สำคัญ ส่วนหัวใจคือ โครงสร้างหลักสูตรที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและสังคมในปัจจุบันและอนาคต ส่วนที่เป็นปัจจัยคือ สังคมสารสนเทศ สังคมฐานความรู้ ทรัพยากรการเรียนรู้ ระบบการเรียนรู้ตลอดชีวิต สิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการปฏิสัมพันธ์และการเรียนรู้ อุดมศึกษาต้องตระหนักว่าการอุดมศึกษาอนาคตเป็นทั้ง การเตรียมคนเข้าสู่ชีวิตและการปรับแต่งคนเข้าสู่งาน นอกจากความรู้เทคนิค วิชาการ วิชาชีพแล้ว รัฐพึงสนับสนุนการศึกษา “ศิลปศาสตร์” ในฐานะโครงสร้างพื้นฐานการเรียนรู้ ทั้งในลักษณะหลักสูตรเพิ่มเติม จนการปรับบางสถาบันอุดมศึกษาให้เป็นมหาวิทยาลัยด้านศิลปศาสตร์ เต็มรูปแบบ ออกแบบหลักสูตรศิลปศาสตร์ในยุคหลังอุตสาหกรรม ที่สามารถรองรับความต้องการของคนรุ่นใหม่และตลาดแรงงาน เช่น คนตรี ศิลปะ เทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาการสมอง การบริหารจัดการ พลังงานและสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและนักคิดของโลก เป็นต้น

ตลอดจนควรคำนึงถึงการสนับสนุนการศึกษาพิเศษในรูปแบบต่างๆ ส่งเสริมให้อุดมศึกษาพัฒนาและใช้ศักยภาพทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อรองรับนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งยุทธศาสตร์ e-society, e-industry,

e-commerce, e-education และ e-government ผ่านนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ สร้างหัวใจและสมองของการบริหารจัดการและการพัฒนาชุมชนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศ รัฐควรกำหนดให้สถาบันอุดมศึกษาต้องให้ความร่วมมือในการจัดเก็บข้อมูลของตนเองที่ทันสมัยอยู่เสมอ จัดระบบการคุ้มครองผู้บริโภคจากการให้บริการข้อมูลสารสนเทศของมหาวิทยาลัย โดยผู้เรียนและผู้ปกครองมีสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลอุดมศึกษาที่มีความถูกต้องและทันสมัยสนับสนุนอุดมศึกษาใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการเข้าถึงและการลดช่องว่างข้อมูลดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้เฉพาะตัว ไปจนถึงการเรียนรู้ของมวลชน

การลงทุนวิจัยและพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร รัฐควรลงทุนให้อุดมศึกษาเป็นแหล่งเรียนรู้ วิจัย ทดลอง และสาธิตจัดทำสื่อการเรียนรู้ของมหาวิทยาลัยออกสู่สาธารณะ ลงทุนและจัดการในการจัดระบบเครือข่ายห้องสมุดและแหล่งเรียนรู้ ศึกษาและเตรียมการรองรับผลกระทบเชิงลบ อันเนื่องมาจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จัดตั้งกองทุนพัฒนาโครงสร้างทางกายภาพของสถาบันอุดมศึกษา ประการสุดท้ายในการรักษาผลิตภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ระบบการเรียนรู้ตลอดชีวิตเป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จ อุดมศึกษาควรจัดทำกรอบนโยบายการพัฒนาาระบบ “การเรียนรู้ตลอดชีวิต” ของอุดมศึกษา วางระบบธรรมาภิบาลของการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งเกี่ยวข้องกับภาคส่วนต่างๆ ในสังคม ประสานสาขาวิชาที่หลากหลาย การบริหารจัดการ โดยยึดหลักผู้เรียนเป็นสำคัญ สร้างกรอบการประกันคุณภาพการเรียนรู้ตลอดชีวิต ทั้งนี้เพื่อให้อุดมศึกษาสร้างสังคมให้เป็นสังคมความรู้นั่นเอง

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นอกจากการศึกษาแนวคิด และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยแล้ว ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยด้านภาพลักษณ์ ซึ่งปรากฏงานวิจัยของดวงพร จำปาศรี (2547) ศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ไทย” ผลการวิจัยพบว่า หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มติชน กรุงเทพธุรกิจ และผู้จัดการ นำเสนอข้อมูลภาพลักษณ์ของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ นำเสนอข้อมูลเป็นกลางมากที่สุด รองลงมาคือด้านลบ และด้านบวก นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังใช้ถ้อยคำหรือข้อความที่แสดงถึงบุคลิกภาพ พฤติกรรมมากกว่าด้านอื่นๆ โดยเฉพาะพฤติกรรมการพูด ซึ่งสามารถทำให้ผู้อ่านมีภาพพจน์ของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร อย่างชัดเจน และผลการวิจัยยังพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเสนอภาพลักษณ์ของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร คือ ปัจจัยภายใน ได้แก่ ภูมิหลังและบุคลิกภาพ ส่วนปัจจัยภายนอก ได้แก่ การเป็นพรรคการเมืองใหม่และนโยบายของพรรค

ทั้งนี้งานวิจัยเรื่อง “กระบวนการสร้างความหมาย และบทบาทวาทกรรม รายการนายกฯ ทักมัลลคุยกับประชาชน” ยังพบว่า ปฏิบัติการทางวาทกรรมในรายการนายกฯ ทักมัลลคุยกับประชาชนได้แสดงบทบาทในการสร้างอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ อันนำมาซึ่งการยอมรับ ความไว้วางใจ และความเชื่อต่อจากประชาชนได้ (ญาณิศภาค กาญจนวิศิษฐ์, 2547)

นอกจากนี้งานวิจัยเรื่อง “การต่างประเทศของรัฐบาลนายอานันท์ ปันยารชุน: กรณีการกู้ภาพลักษณ์ของประเทศ” พบว่า ปัจจัยที่ผลักดันให้การดำเนินนโยบายต่างประเทศของรัฐบาลนายอานันท์ ปันยารชุน ประสบความสำเร็จในการกู้ภาพลักษณ์ของประเทศได้นั้น เนื่องจากการดำเนินงานของรัฐบาล โดยเฉพาะบทบาทของนายกรัฐมนตรี นายอานันท์ ปันยารชุนเอง ซึ่งตามทฤษฎีภาพลักษณ์และปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ที่นายอานันท์มีความสามารถในการจัดการและแก้ไขปัญหของประเทศในยามวิกฤตได้ และมีบุคลิกภาพแบบประชาธิปไตย เปิดกว้าง และยืดหยุ่น (นิตยา สุขศิริ, 2541)

อย่างไรก็ตามการศึกษาวินิจฉัยเรื่อง “การสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงเข้าทำงานทางการเมือง” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมือง และสำรวจทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมือง พบว่า กลุ่มบุคคลในวงการบันเทิงที่สนใจเข้าทำงานการเมืองจำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือ เพราะยังขาดประสบการณ์ในการทำงานการเมือง และควรวางแผนล่วงหน้าในการเข้าทำกิจกรรมทางการเมือง และกิจกรรมสังคมเพื่อส่วนรวม เพื่อสร้างการยอมรับ และความไว้วางใจจากประชาชน นอกจากนี้ผลการสำรวจบุคคลทั่วไป พบว่า บุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมืองสามารถเปลี่ยนภาพลักษณ์ให้เกิดความน่าเชื่อถือได้ ทั้งนี้ต้องมีการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพก่อนและหลังเข้าทำงานทางการเมือง (สุภาภรณ์ สุธรรม โภศล, 2547)

สำหรับการศึกษา “ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง” ชลรัตน์ ชลมารค (2546) พบว่า ผู้ปกครองโรงเรียนประถมศึกษาเอกชนและมัธยมศึกษาเอกชน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีในด้านบุคลิกภาพของโรงเรียน ชื่อเสียงของโรงเรียน เอกลักษณ์ของโรงเรียน และคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนอยู่ในระดับค่อนข้างบวกทุกด้าน ส่วนสุภารัตน์ ม่วงศิริ (2547) ซึ่งได้ศึกษาวินิจฉัย “การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริง และที่พึงประสงค์ของโรงเรียนอนุบาล สังกัดสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร ตามความเห็นของผู้บริหารและผู้ปกครอง” พบว่า ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงอยู่ในระดับที่เป็นจริงมากทุกด้าน ได้แก่ แนวการจัดการศึกษา บุคลากร สื่อ

วัสดุ อุปกรณ์ อาคารสถานที่ สัมฤทธิ์ผลของผู้เรียน ความสัมพันธ์กับชุมชน และสภาพแวดล้อม ภายในและภายนอกห้องเรียน และภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์อยู่ในระดับที่พึงประสงค์มาก

สำหรับการศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย” พบว่า ภาพลักษณ์ในด้านต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายอยู่ในระดับดี หรือมีภาพลักษณ์เชิงบวกเฉลี่ย 3.53 แต่นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 54.6 ไม่สนใจที่จะเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเอกชน สำหรับกลุ่มที่ต้องการเข้าศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยเอกชน ร้อยละ 45.4 เนื่องจากไม่สามารถสอบเข้ามหาวิทยาลัยของรัฐได้ และสามารถเลือกคณะได้ตามความต้องการหรือสนใจ นอกจากนี้สาขาวิชา ที่ศึกษามีคุณภาพดีเมื่อเทียบกับมหาวิทยาลัยอื่น สำหรับภาพลักษณ์ที่เด่นที่สุดของมหาวิทยาลัยเอกชน ในสายตาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายคือ มหาวิทยาลัยเอกชนมีการดำเนินงานร่วมกับมหาวิทยาลัยต่างชาติที่มีชื่อเสียง รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยเอกชนมีอุปกรณ์การเรียนการสอน อุปกรณ์การปฏิบัติการอย่างเพียงพอ ส่วนภาพลักษณ์ที่ด้อยที่สุดหรือภาพลักษณ์ในเชิงลบคือ การเก็บค่าธรรมเนียมการศึกษาของมหาวิทยาลัยเอกชน (จิตลาวัฒน์ บุนนาค, 2539)

ส่วนการศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในสายตาประชาชนเขตกรุงเทพมหานคร” (2546) พบว่า ภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เค้นในด้านการเป็นสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง เก่ง มีความพร้อมด้านการเรียนการสอน เป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกของประเทศ เป็นสถาบันที่ประชาชนยอมรับในฐานะเป็นผู้นำทางการศึกษา ภาพลักษณ์อีกด้านหนึ่งของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คือ เป็นมหาวิทยาลัยที่มีแต่คนร่ำรวย มีสังคมที่เลิศหรู ในด้านการบำเพ็ญประโยชน์และรับใช้สังคมมีน้อย (กรกนก วิโรจศรีสกุล, 2546)

นอกจากนี้การศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและสถานประกอบการในการจัดการฝึกงานสำหรับนักศึกษาโรงเรียนเชียงใหม่เทคโนโลยี” พบว่า เจ้าของสถานประกอบการต้องการให้สถานศึกษานั้นให้นักศึกษามีประกันชีวิตมากที่สุด เน้นการสอนทักษะเพิ่มเติมด้านคุณธรรมจริยธรรม และการจัดสัปดาห์แนะแนวอาชีพหรือตลาดแรงงาน ส่วนผู้ควบคุมการฝึกงานให้ข้อเสนอแนะว่า นักศึกษาขาดทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และยังขาดความมั่นใจในงานที่ได้รับมอบหมาย จึงต้องการให้สถานศึกษานี้ในด้านทักษะให้มากขึ้น (นัฐวุฒิ อัมพรศักดิ์, 2542)

สำหรับการศึกษาของจิรพร ศรีวัฒนานุกุลกิจ (2531) เรื่อง “แนวโน้มน้ำของตลาดแรงงานของผู้ประกอบการค้าและบริการ กับการผลิตแรงงานธุรกิจการค้าและบริการระดับอุดมศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” พบว่า คุณสมบัติพิเศษของแรงงานที่ต้องการนอกเหนือจากวุฒิการศึกษา คือ ความสามารถในการพิมพ์ดีด ความสามารถในการใช้เครื่องใช้สำนักงานสมัยใหม่

ความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ ความรู้ทางภาษาต่างประเทศ และมีมนุษยสัมพันธ์ มีจิตวิทยาดี มีความขยัน ซื่อสัตย์ สามารถขบรถได้และต้องมีบุคลิกภาพที่ดีด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง “การศึกษาความต้องการของนายจ้างที่มีต่อมหาบัณฑิต คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ” ของสมพร ศิลป์สุวรรณ (2537) ซึ่งพบว่า นายจ้างเสนอแนะให้มหาบัณฑิตปรับปรุงความรู้ความสามารถของมหาบัณฑิต ในเรื่องความสามารถในการประยุกต์ ความสามารถในการวิเคราะห์และแก้ปัญหา ความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ ภาษาอังกฤษ และความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์ทั่วไป สำหรับคุณสมบัติต่างๆ ไป นายจ้างต้องการแรงงานที่มีความซื่อสัตย์สุจริต มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ อุทิศเวลาให้กับการทำงาน เป็นผู้ มีเหตุผล มีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงาน มีภาวะผู้นำและมีความเชื่อมั่นในตนเอง



บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ” ในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนในการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 กลุ่มประชากร ได้แก่ สถานประกอบการซึ่งนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครได้เข้ารับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ จำนวน 487 แห่ง ดังตาราง

ตารางที่ 1 ตารางแสดงจำนวนสถานประกอบการจำแนกตามคณะ

คณะ	จำนวนสถานประกอบการ
1. คณะวิศวกรรมศาสตร์	32
2. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	21
3. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	23
4. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	ยังไม่มีนักศึกษาฝึกงาน
5. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ	63
6. คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น	38
7. คณะบริหารธุรกิจ	176
8. คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	91
9. คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์	43
รวม	487

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1967) (คูภาคผนวก ก.) ผู้วิจัยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% เมื่อคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 220 แห่ง จากนั้นกำหนดอัตราส่วนในการแจกแบบสอบถามในแต่ละคณะ โดยกำหนดอัตราส่วน 1 : 2 แล้วแจกแบบสอบถามจำนวน 247 ชุดด้วยวิธีการแจกแบบบังเอิญ ให้กระจายตามประเภทของหน่วยงาน และกระจายลักษณะงานหรือแผนกงานที่นักศึกษาเข้ารับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ดังตาราง

ตารางที่ 2 ตารางแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคณะ

คณะ	จำนวนสถานประกอบการ	กลุ่มตัวอย่าง
1. คณะวิศวกรรมศาสตร์	32	16
2. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	21	11
3. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	23	13
4. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	ยังไม่มีนักศึกษาฝึกงาน	-
5. คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	63	32
6. คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น	38	19
7. คณะบริหารธุรกิจ	176	88
8. คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	91	46
9. คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์	43	22
รวม	487	247

2. เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

2.1 การสร้างแบบสอบถาม (Questionnaires) การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของสถานประกอบการ ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดทักษะแรงงานไทยในอนาคตที่พึงประสงค์ ในช่วง 15 ปีข้างหน้าของเกื้อ วงศ์บุญสิน และสุวณิ สุรเสียงสังข์ (2547) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะหน่วยงาน คณะวิชาของบัณฑิต

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ระดับที่เป็นจริงมากที่สุด / ระดับที่พึงประสงค์มากที่สุด / ระดับที่เป็นจริงมาก / ระดับที่พึงประสงค์มาก / ระดับที่เป็นจริงปานกลาง / ระดับที่พึงประสงค์ปานกลาง / ระดับที่เป็นจริงน้อย / ระดับที่พึงประสงค์น้อย / ระดับที่เป็นจริงน้อยที่สุด / ระดับที่พึงประสงค์น้อยที่สุด และอาศัยเกณฑ์การให้คะแนนตามวิธีของ Likert Scale ดังนี้

ระดับที่เป็นจริงมากที่สุด / ระดับที่พึงประสงค์มากที่สุด	5	คะแนน
ระดับที่เป็นจริงมาก / ระดับที่พึงประสงค์มาก	4	คะแนน
ระดับที่เป็นจริงปานกลาง / ระดับที่พึงประสงค์ปานกลาง	3	คะแนน
ระดับที่เป็นจริงน้อย / ระดับที่พึงประสงค์น้อย	2	คะแนน
ระดับที่เป็นจริงน้อยที่สุด / ระดับที่พึงประสงค์น้อยที่สุด	1	คะแนน

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบมีดังนี้

คะแนนระดับ	1.00-1.49	หมายถึง ระดับภาพลักษณ์ที่เป็นจริงน้อยที่สุด / ระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์น้อยที่สุด
คะแนนระดับ	1.50-2.49	หมายถึง ระดับภาพลักษณ์ที่เป็นจริงน้อย / ระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์น้อย
คะแนนระดับ	2.50-3.49	หมายถึง ระดับภาพลักษณ์ที่เป็นจริงปานกลาง / ระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ปานกลาง
คะแนนระดับ	3.50-4.49	หมายถึง ระดับภาพลักษณ์ที่เป็นจริงมาก / ระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์มาก
คะแนนระดับ	4.50-5.00	หมายถึง ระดับภาพลักษณ์ที่เป็นจริงมากที่สุด / ระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์มากที่สุด

2.2 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยทดสอบหาค่าความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยให้หัวหน้าโครงการวิจัยพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ก่อน หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบกับกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 หน่วยงาน เพื่อนำคำตอบมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach โดยค่าเฉลี่ยของความน่าเชื่อถือ (R) ที่คำนวณได้จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.75 จึงจะถือว่าเครื่องมือที่ใช้มีความน่าเชื่อถือ

ในการทดสอบ (Pre-Test) เพื่อหาค่าความน่าเชื่อถือ (R) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยเลือกกลุ่มทดสอบเป็นหน่วยงานราชการ 4 หน่วยงาน บริษัทเอกชน 2 หน่วยงาน องค์กรรัฐวิสาหกิจ 1 หน่วยงาน และสถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชน 3 หน่วยงาน เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีคุณสมบัติ

ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นแจกแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ แต่ให้มีความครอบคลุมทุกประเภทของลักษณะงาน เพื่อนำคำตอบมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นในโปรแกรม SPSS for Window 14.0 โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach ซึ่งค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามเท่ากับ 0.953 ดังนั้นจึงถือว่าเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ

3. การรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ส่งหนังสือบันทึกข้อความถึงคณะวิชาทั้ง 9 คณะเพื่อขอความอนุเคราะห์ขอข้อมูลรายชื่อและที่อยู่ของสถานประกอบการที่นักศึกษาแต่ละคณะเข้ารับการฝึกอบรมวิชาชีพในปีการศึกษา 2551 หรือในปีล่าสุดที่คณะมีข้อมูล (ดูภาคผนวก ข.)
2. ส่งแบบสอบถามถึงกลุ่มตัวอย่างทั้งทางไปรษณีย์และส่งด้วยตนเอง (ดูภาคผนวก ค.)
3. ตรวจสอบคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ นำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลในการคำนวณค่าทางสถิติ ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS for Window 14.0 วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std. Deviation) ค่าเฉลี่ย (Mean) และทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบค่าที (t-test) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ .05 และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ” ในครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Std. Deviation) ค่าเฉลี่ย (Mean) และทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบค่าที (t-test) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ .05 ในการคำนวณหาค่าทางสถิติใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS for Window 14.0 และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตารางประกอบคำบรรยาย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 3 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ อายุ ระดับ

การศึกษา และลักษณะหน่วยงาน

	สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	97	39.3
	หญิง	150	60.7
	รวม	247	100.0
2. อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	12	4.9
	25-30 ปี	51	20.6
	31-35 ปี	62	25.1
	36-40 ปี	43	17.4
	41-45 ปี	31	12.6
	46-50 ปี	21	8.5
	51-55 ปี	21	8.5
	56 ปีขึ้นไป	6	2.4
	รวม	247	100.0

ตารางที่ 3 (ต่อ) ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และลักษณะหน่วยงาน

สถานภาพ		จำนวน	ร้อยละ
3. การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	34	13.8
	ปริญญาตรี	156	63.2
	ปริญญาโท	56	22.7
	สูงกว่าปริญญาโท	1	0.4
รวม		247	100.0
4. ลักษณะหน่วยงาน			
	หน่วยงาน/องค์กรราชการ	105	42.5
	หน่วยงาน/องค์กรรัฐวิสาหกิจ	4	1.6
	หน่วยงาน/องค์กรอิสระ	3	1.2
	หน่วยงาน/องค์กรมหาชน	-	-
	บริษัทเอกชน	114	46.2
	องค์กร/สมาคม	5	2.0
	อื่นๆ	16	6.5
รวม		247	100.0

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏผลดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 247 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 และเป็นเพศชายจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วง 31 – 35 ปีมากที่สุด จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 25.1 รองลงมาอายุอยู่ในช่วง 25 – 30 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 20.6 ถัดไปมีอายุอยู่ในช่วง 36 – 40 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4 และน้อยที่สุดมีอายุตั้งแต่ 56 ปีขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4

ส่วนด้านการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 รองลงมาได้มีการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 ถัดไปมีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 และมีผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโทน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4

ลักษณะของหน่วยงาน ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในบริษัทเอกชนมากที่สุด จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมาอยู่ในหน่วยงานราชการ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 ถัดไปอยู่ในองค์กรอื่นๆ ได้แก่ โรงเรียนเอกชน และธุรกิจส่วนตัว จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และไม่ปรากฏว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในหน่วยงานหรือองค์กรมหาชน คิดเป็นร้อยละ 0

ตารางที่ 4 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของสถานประกอบการที่ประเมินบัณฑิตจำแนกตามคณะ

คณะ	จำนวนสถานประกอบการ	ร้อยละ
1. คณะวิศวกรรมศาสตร์	16	6.5
2. คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์	11	4.5
3. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	13	5.3
4. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	-	-
5. คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	32	13.0
6. คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น	19	7.7
7. คณะบริหารธุรกิจ	88	35.6
8. คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	46	18.6
9. คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์	22	8.9
รวม	247	100.0

จากตารางที่ 4 จำนวนสถานประกอบการที่ประเมินบัณฑิต มทร.พระนคร ในปี 2551 นี้อยู่ในสายด้านบริหารธุรกิจมากที่สุด จำนวน 88 หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ 35.6 รองลงมาอยู่ในสายคหกรรมศาสตร์ จำนวน 46 หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ 18.6 ถัดไปอยู่ในสายสื่อสารมวลชน จำนวน 32 หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และอยู่ในสายสถาปัตยกรรมศาสตร์น้อยที่สุด จำนวน 11 หน่วยงาน คิดเป็นร้อยละ 4.5

สำหรับคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ในปี 2551 ยังไม่มีนักศึกษาเข้ารับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ดังนั้นจึงไม่ปรากฏจำนวนสถานประกอบการที่รับนักศึกษาเข้าฝึกวิชาชีพและไม่ได้ถูกประเมินภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในครั้งนี้

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์

ตารางที่ 5 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ที่เป็นจริงของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ

รายการ	ภาพลักษณ์ที่เป็นจริง (N=247)					mean
	5	4	3	2	1	
1.บัณฑิตมีความรู้ภาคทฤษฎีในสาขาที่ศึกษา	37 (15.0%)	135 (54.7%)	67 (27.1%)	8 (3.2%)	-	3.81
2.บัณฑิตมีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา	49 (19.8%)	120 (48.6%)	70 (28.3%)	8 (3.2%)	-	3.85
3.บัณฑิตสามารถคิด วิเคราะห์และแก้ปัญหาได้	33 (13.4%)	101 (40.9%)	83 (33.6%)	22 (8.9%)	8 (3.2%)	3.52
4.บัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	52 (21.1%)	93 (37.7%)	77 (31.2%)	17 (6.9%)	8 (3.2%)	3.66
5.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย	48 (19.4%)	146 (59.1%)	38 (15.4%)	15 (6.1%)	-	3.92
6.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ	-	51 (20.6%)	110 (44.5%)	49 (19.8%)	37 (15.0%)	2.71
7.บัณฑิตเป็นผู้ใฝ่รู้ ค้นคว้า และพัฒนาตนเอง	46 (18.6%)	63 (25.5%)	91 (36.8%)	35 (14.2%)	12 (4.9%)	3.39
8.บัณฑิตเป็นผู้คิด และปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ	38 (15.4%)	79 (32.0%)	78 (31.6%)	48 (19.4%)	4 (1.6%)	3.40
9.บัณฑิตมีความรับผิดชอบต่อผลงานที่ได้ทำ	68 (27.5%)	119 (48.2%)	50 (20.2%)	10 (4.0%)	-	3.99
10.บัณฑิตสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม	57 (23.1%)	124 (50.2%)	63 (25.5%)	3 (1.2%)	-	3.95
11.บัณฑิตมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง	97 (39.3%)	114 (46.2%)	26 (10.5%)	2 (0.8%)	8 (3.2%)	4.17
12.บัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส	126 (51.0%)	103 (41.7%)	15 (6.1%)	3 (1.2%)	-	4.43
13.บัณฑิตกล้าแสดงออก และสามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้	73 (29.6%)	109 (44.1%)	55 (22.3%)	10 (4.0%)	-	3.99
14.บัณฑิตสามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม	65 (26.3%)	113 (45.7%)	62 (25.1%)	7 (2.8%)	-	3.96
15.บัณฑิตสามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม	27 (10.9%)	108 (43.7%)	86 (34.8%)	26 (10.5%)	-	3.55
16.บัณฑิตมีภาวะผู้นำ	21 (8.5%)	90 (36.4%)	91 (36.8%)	37 (15.0%)	8 (3.2%)	3.32

ตารางที่ 5 (ต่อ) ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ที่เป็นจริงของบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ

รายการ	ภาพลักษณ์ที่เป็นจริง (N=247)					mean
	5	4	3	2	1	
17.บัณฑิตสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	46 (18.6%)	68 (27.5%)	102 (41.3%)	31 (12.6%)	-	3.52
18.บัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีม	82 (33.2%)	115 (46.6%)	47 (19.0%)	3 (1.2%)	-	4.12
19.บัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร	95 (38.5%)	122 (49.4%)	21 (8.5%)	4 (1.6%)	5 (2.0%)	4.21
20.บัณฑิตสามารถอดทนต่อภาวะวิกฤตได้	74 (30.0%)	107 (43.3%)	57 (23.1%)	6 (2.4%)	3 (1.2%)	3.98
21.บัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี	122 (49.4%)	106 (42.9%)	11 (4.5%)	5 (2.0%)	3 (1.2%)	4.37
22.บัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม	92 (37.2%)	119 (48.2%)	27 (10.9%)	6 (2.4%)	3 (1.2%)	4.18
รวม						3.81

จากตารางที่ 5 ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่เป็นจริงมาก (mean = 3.81) โดยบัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใสมากที่สุด (mean = 4.43) รองลงมาบัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี (mean = 4.31) และบัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ อยู่ในระดับน้อยที่สุด (mean = 2.71)

นอกจากนี้ยังพบว่า ทักษะนอกเหนือวิชาการของบัณฑิตอยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่เป็นจริงมาก โดยลำดับแรกบัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใสมากที่สุด (mean = 4.43) ลำดับที่สองบัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี (mean = 4.31) ลำดับที่สามบัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร (mean = 4.21)

ตารางที่ 6 ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ

รายการ	ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ (N=247)					mean
	5	4	3	2	1	
1.บัณฑิตมีความรู้ภาคทฤษฎีในสาขาที่ศึกษา	93 (37.6%)	130 (52.6%)	24 (9.7%)	-	-	4.28
2.บัณฑิตมีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา	111 (44.9%)	113 (45.7%)	23 (9.3%)	-	-	4.36
3.บัณฑิตสามารถคิด วิเคราะห์และแก้ปัญหาได้	76 (30.8%)	131 (53.0%)	40 (16.2%)	-	-	4.15
4.บัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	125 (50.6%)	96 (38.9%)	26 (10.5%)	-	-	4.40
5.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย	93 (37.7%)	126 (51.0%)	28 (11.3%)	-	-	4.26
6.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ	12 (4.9%)	120 (48.6%)	113 (45.7%)	2 (0.8%)	-	3.57
7.บัณฑิตเป็นผู้ใฝ่รู้ ค้นคว้า และพัฒนาตนเอง	115 (46.6%)	107 (43.3%)	20 (8.1%)	5 (2.0%)	-	4.34
8.บัณฑิตเป็นผู้คิด และปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ	96 (38.9%)	113 (45.7%)	38 (15.4%)	-	-	4.23
9.บัณฑิตมีความรับผิดชอบต่อผลงานที่ได้ทำ	127 (51.4%)	99 (40.1%)	21 (8.5%)	-	-	4.43
10.บัณฑิตสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม	117 (47.4%)	109 (44.1%)	21 (8.5%)	-	-	4.39
11.บัณฑิตมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง	94 (38.1%)	146 (59.1%)	5 (2.0%)	2 (0.8%)	-	4.34
12.บัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส	123 (49.8%)	119 (48.2%)	4 (1.6%)	1 (0.4%)	-	4.47
13.บัณฑิตกล้าแสดงออก และสามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้	147 (59.5%)	83 (33.6%)	17 (6.9%)	-	-	4.53
14.บัณฑิตสามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม	127 (51.4%)	109 (44.1%)	11 (4.5%)	-	-	4.47
15.บัณฑิตสามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม	56 (22.7%)	160 (64.8%)	31 (12.6%)	-	-	4.10
16.บัณฑิตมีภาวะผู้นำ	64 (25.9%)	126 (51.0%)	46 (18.6%)	11 (4.5%)	-	3.98

ตารางที่ 6 (ต่อ) ตารางแสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ

รายการ	ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ (N=247)					mean
	5	4	3	2	1	
17.บัณฑิตสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	87 (35.2%)	117 (47.4%)	32 (13.0%)	11 (4.5%)	-	4.13
18.บัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีม	143 (57.9%)	85 (34.4%)	19 (7.7%)	-	-	4.50
19.บัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร	139 (56.3%)	99 (40.1%)	8 (3.2%)	1 (0.4%)	-	4.52
20.บัณฑิตสามารถอดทนต่อภาวะวิกฤตได้	79 (32.0%)	131 (53.0%)	36 (14.6%)	1 (0.4%)	-	4.17
21.บัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี	168 (68.0%)	67 (27.1%)	12 (4.9%)	-	-	4.63
22.บัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม	150 (60.7%)	85 (34.4%)	12 (4.9%)	-	-	4.56
รวม						4.30

จากตารางที่ 6 ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์มาก (mean = 4.30) โดยบัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดีเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์มากที่สุด (mean = 4.63) รองลงมาเป็นบัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม (mean = 4.56) และบัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์น้อยที่สุด (mean = 3.57)

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า สถานประกอบการพึงประสงค์ทักษะนอกเหนือวิชาการของบัณฑิตอยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์มากที่สุด โดยลำดับแรกสถานประกอบการพึงประสงค์บัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดีมากที่สุด (mean = 4.63) ลำดับที่สองบัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม (mean = 4.56) และลำดับที่สามบัณฑิตกล้าแสดงออก และสามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้ (mean = 4.53) ทั้งนี้สามารถสรุปผลการศึกษาวินิจฉัยภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการได้ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่
 พึ่งประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็น
 ของสถานประกอบการ

รายการ	ที่เป็นจริง (N=247)		ที่พึ่งประสงค์ (N=247)	
	mean	S.D	mean	S.D
1.บัณฑิตมีความรู้ภาคทฤษฎีในสาขาที่ศึกษา	3.81	0.72	4.28	0.63
2.บัณฑิตมีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา	3.85	0.76	4.36	0.64
3.บัณฑิตสามารถคิด วิเคราะห์และแก้ปัญหาได้	3.52	0.94	4.15	0.67
4.บัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	3.66	0.99	4.40	0.67
5.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย	3.92	0.76	4.26	0.65
6.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ	2.71	0.96	3.57	0.59
7.บัณฑิตเป็นผู้ใฝ่รู้ ค้นคว้า และพัฒนาตนเอง	3.39	1.09	4.34	0.71
8.บัณฑิตเป็นผู้คิด และปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ	3.40	1.01	4.23	0.70
9.บัณฑิตมีความรับผิดชอบต่อผลงานที่ได้ทำ	3.99	0.80	4.43	0.64
10.บัณฑิตสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม	3.95	0.73	4.39	0.64
11.บัณฑิตมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง	4.17	0.89	4.34	0.56
12.บัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส	4.43	0.66	4.47	0.55
13.บัณฑิตกล้าแสดงออก และสามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้	3.99	0.82	4.53	0.62
14.บัณฑิตสามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม	3.96	0.79	4.47	0.58
15.บัณฑิตสามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม	3.55	0.82	4.10	0.58
16.บัณฑิตมีภาวะผู้นำ	3.32	0.94	3.98	0.79
17.บัณฑิตสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	3.52	0.93	4.13	0.80
18.บัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีม	4.12	0.74	4.50	0.63
19.บัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร	4.21	0.82	4.52	0.58
20.บัณฑิตสามารถอดทนต่อภาวะวิกฤตได้	3.98	0.86	4.17	0.67
21.บัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี	4.37	0.77	4.63	0.57
22.บัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม	4.18	0.81	4.56	0.58
รวม	3.81	0.84	4.30	0.63

ตารางที่ 8 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่
 ฟุ้งประสงค์ของบัณฑิตคณะวิศวกรรมศาสตร์ มทร. พระนคร ตามความคิดเห็นของ
 สถานประกอบการ

รายการ	ที่เป็นจริง (N=16)		ที่ฟุ้งประสงค์ (N=16)	
	mean	S.D	mean	S.D
1.บัณฑิตมีความรู้ภาคทฤษฎีในสาขาที่ศึกษา	3.56	0.51	4.06	0.77
2.บัณฑิตมีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา	3.75	0.93	4.31	0.47
3.บัณฑิตสามารถคิด วิเคราะห์และแก้ปัญหาได้	3.44	0.72	4.25	0.44
4.บัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	3.63	1.08	4.31	0.70
5.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย	3.56	0.72	4.44	0.51
6.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ	2.69	1.25	4.00	0.51
7.บัณฑิตเป็นผู้ใฝ่รู้ ค้นคว้า และพัฒนาตนเอง	3.25	0.93	4.44	0.51
8.บัณฑิตเป็นผู้คิด และปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ	3.31	1.25	4.06	0.77
9.บัณฑิตมีความรับผิดชอบต่อผลงานที่ได้ทำ	3.56	1.26	4.31	0.70
10.บัณฑิตสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม	3.56	1.15	4.31	0.70
11.บัณฑิตมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง	4.13	1.58	4.50	0.51
12.บัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส	3.63	0.80	4.13	0.34
13.บัณฑิตกล้าแสดงออก และสามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้	3.50	0.81	4.13	0.34
14.บัณฑิตสามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม	3.56	1.26	4.13	0.34
15.บัณฑิตสามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม	3.13	0.71	4.31	0.47
16.บัณฑิตมีภาวะผู้นำ	3.31	1.25	4.19	0.65
17.บัณฑิตสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	3.25	0.77	4.13	0.61
18.บัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีม	3.81	1.22	4.44	0.72
19.บัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร	3.13	1.66	4.13	0.61
20.บัณฑิตสามารถอดทนต่อภาวะวิกฤตได้	2.81	1.10	3.88	0.34
21.บัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี	3.38	1.45	4.44	0.72
22.บัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม	3.50	1.54	4.31	0.47
รวม	3.42	1.08	4.23	0.55

จากตารางที่ 8 ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะวิศวกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่เป็นจริงปานกลาง (mean = 3.42) โดยภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะวิศวกรรมศาสตร์มีสุขภาพร่างกายแข็งแรงมากที่สุด (mean = 4.13) รองลงมาบัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีม (mean = 3.81) บัณฑิตมีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา (mean = 3.75) บัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และบัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส (mean = 3.63) และบัณฑิตมีความรู้ภาคทฤษฎีในสาขาวิชาที่ศึกษา (mean = 3.56) ตามลำดับ

สำหรับภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะวิศวกรรมศาสตร์มีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศน้อยที่สุด (mean = 2.69)

ส่วนภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตคณะวิศวกรรมศาสตร์ อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์มาก (mean = 4.23) โดยบัณฑิตมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในอันดับมากที่สุด (mean = 4.50) รองลงมาบัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นผู้ใฝ่รู้และพัฒนาตนเอง ตลอดจนสามารถทำงานเป็นทีม (mean = 4.44) บัณฑิตมีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม (mean = 4.31) บัณฑิตสามารถคิด วิเคราะห์และแก้ปัญหาได้ (mean = 4.25) และบัณฑิตมีภาวะผู้นำ (mean = 4.19) ตามลำดับ ส่วนด้านความสามารถอดทนต่อภาวะวิกฤตได้เป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในอันดับน้อยที่สุด (mean = 3.88)



ตารางที่ 9 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่
 พึ่งประสงค์ของบัณฑิตคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มทร. พระนคร ตามความคิดเห็นของ
 สถานประกอบการ

รายการ	ที่เป็นจริง (N=11)		ที่พึ่งประสงค์ (N=11)	
	mean	S.D	mean	S.D
1.บัณฑิตมีความรู้ภาคทฤษฎีในสาขาที่ศึกษา	3.82	0.40	5.00	0.00
2.บัณฑิตมีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา	4.18	0.40	5.00	0.00
3.บัณฑิตสามารถคิด วิเคราะห์และแก้ปัญหาได้	3.36	0.50	3.73	0.78
4.บัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	3.73	0.78	5.00	0.00
5.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย	4.18	0.40	5.00	0.00
6.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ	2.09	0.83	3.73	0.46
7.บัณฑิตเป็นผู้ใฝ่รู้ ค้นคว้า และพัฒนาตนเอง	2.55	0.82	4.82	0.40
8.บัณฑิตเป็นผู้คิด และปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ	2.73	0.78	4.27	0.90
9.บัณฑิตมีความรับผิดชอบต่อผลงานที่ได้ทำ	4.18	0.40	4.55	0.52
10.บัณฑิตสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม	4.00	0.63	4.73	0.46
11.บัณฑิตมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง	4.82	0.40	4.18	0.40
12.บัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส	4.55	0.52	4.18	0.40
13.บัณฑิตกล้าแสดงออก และสามารถร่วมมือกับผู้อื่นได้	3.82	1.16	4.55	0.52
14.บัณฑิตสามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม	3.82	0.98	5.00	0.00
15.บัณฑิตสามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม	3.55	1.03	4.36	0.50
16.บัณฑิตมีภาวะผู้นำ	3.18	0.75	3.82	0.40
17.บัณฑิตสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	3.73	1.19	4.09	0.83
18.บัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีม	4.36	0.80	4.82	0.40
19.บัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร	4.55	0.52	5.00	0.00
20.บัณฑิตสามารถอดทนต่อภาวะวิกฤตได้	4.55	0.52	4.36	0.50
21.บัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี	5.00	0.00	5.00	0.00
22.บัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม	5.00	0.00	5.00	0.00
รวม	3.89	0.62	4.55	0.33

จากตารางที่ 9 ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มทร. พระนคร อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่เป็นจริงมาก (mean = 3.89) โดยภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์เป็นบัณฑิตผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดีและเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวมมากที่สุด (mean = 5.00) รองลงมาบัณฑิตมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง (mean = 4.82) บัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส บัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร และสามารถอดทนต่อภาวะวิกฤตได้ (mean = 4.55) บัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีม (mean = 4.36) และบัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย (mean = 4.18) ตามลำดับ

สำหรับภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์มีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศน้อยที่สุด (mean = 2.09)

ส่วนภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์มากที่สุด (mean = 4.55) โดยบัณฑิตมีความรู้ภาคทฤษฎีในสาขาที่ศึกษา บัณฑิตมีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา บัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย บัณฑิตสามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม บัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร บัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี บัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม เป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในอันดับมากที่สุด (mean = 5.00) รองลงมาบัณฑิตเป็นผู้ใฝ่รู้ ค้นคว้า และพัฒนาตนเอง และสามารถทำงานเป็นทีม (mean = 4.82) บัณฑิตมีความรับผิดชอบต่อผลงานที่ได้ทำ บัณฑิตกล้าแสดงออกและสามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้ (mean = 4.55) ตามลำดับ ส่วนบัณฑิตสามารถคิด วิเคราะห์และแก้ปัญหาได้และความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ เป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในอันดับน้อยที่สุด (mean = 3.73)

ตารางที่ 10 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่
 พึ่งประสงค์ของบัณฑิตคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มทร. พระนคร ตามความคิดเห็น
 ของสถานประกอบการ

รายการ	ที่เป็นจริง (N=13)		ที่พึ่งประสงค์ (N=13)	
	mean	S.D	mean	S.D
1.บัณฑิตมีความรู้ภาคทฤษฎีในสาขาที่ศึกษา	3.92	0.27	4.38	0.65
2.บัณฑิตมีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา	4.00	0.57	4.54	0.66
3.บัณฑิตสามารถคิด วิเคราะห์และแก้ปัญหาได้	3.54	0.51	4.15	0.68
4.บัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	3.62	0.65	4.38	0.65
5.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย	4.00	0.40	4.62	0.50
6.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ	2.85	0.68	3.77	0.83
7.บัณฑิตเป็นผู้ใฝ่รู้ ค้นคว้า และพัฒนาตนเอง	3.69	0.75	4.31	0.63
8.บัณฑิตเป็นผู้คิด และปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ	3.69	0.63	4.31	0.48
9.บัณฑิตมีความรับผิดชอบต่อผลงานที่ได้ทำ	3.92	0.76	4.23	0.72
10.บัณฑิตสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม	3.85	0.55	4.08	0.64
11.บัณฑิตมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง	4.00	0.57	4.23	0.59
12.บัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส	4.08	0.64	4.15	0.80
13.บัณฑิตกล้าแสดงออก และสามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้	3.54	0.87	4.46	0.51
14.บัณฑิตสามารถสื่อสารกับผู้อื่น ได้อย่างเหมาะสม	3.92	0.76	4.46	0.51
15.บัณฑิตสามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม	3.46	0.66	4.00	0.57
16.บัณฑิตมีภาวะผู้นำ	3.85	0.68	4.00	0.57
17.บัณฑิตสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	3.77	0.59	4.46	0.66
18.บัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีม	4.08	0.64	4.31	0.63
19.บัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร	4.15	0.68	4.38	0.87
20.บัณฑิตสามารถอดทนต่อภาวะวิกฤตได้	3.69	0.63	4.08	0.86
21.บัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี	4.08	0.27	4.46	0.66
22.บัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม	3.92	0.64	4.31	0.63
รวม	3.80	0.60	4.27	0.65

จากตารางที่ 10 ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มทร. พระนคร อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่เป็นจริงมาก (mean = 3.80) โดยภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมีความขยันหมั่นเพียรมากที่สุด (mean = 4.15) รองลงมาบัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส สามารถทำงานเป็นทีมและบัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี (mean = 4.08) บัณฑิตมีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง (mean = 4.00) บัณฑิตมีความรู้ภาคทฤษฎีในสาขาที่ศึกษา มีความรับผิดชอบต่อผลงานที่ได้ทำ และสามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม ตลอดจนเสียสละต่อส่วนรวม (mean = 3.92) และบัณฑิตสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสมและมีภาวะผู้นำ (mean = 3.85) ตามลำดับ

สำหรับภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศน้อยที่สุด (mean = 2.85)

ส่วนภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์มาก (mean = 4.27) โดยบัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในอันดับมากที่สุด (mean = 4.62) รองลงมาบัณฑิตมีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา (mean = 4.54) บัณฑิตกล้าแสดงออก และสามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้ บัณฑิตสามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม บัณฑิตสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ บัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี (mean = 4.46) บัณฑิตมีความรู้ภาคทฤษฎีในสาขาที่ศึกษา บัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ บัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร (mean = 4.38) และบัณฑิตเป็นผู้ใฝ่รู้ ค้นคว้า และพัฒนาตนเอง บัณฑิตเป็นผู้คิด และปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ บัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีม บัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม (mean = 4.31) ตามลำดับ ส่วนความรู้ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในอันดับน้อยที่สุด (mean = 3.77)

ตารางที่ 11 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่
 พึ่งประสงค์ของบัณฑิตคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร. พระนคร ตามความ
 คิดเห็นของสถานประกอบการ

รายการ	ที่เป็นจริง (N=32)		ที่พึ่งประสงค์ (N=32)	
	mean	S.D	mean	S.D
1.บัณฑิตมีความรู้ภาคทฤษฎีในสาขาที่ศึกษา	3.75	0.76	3.94	0.66
2.บัณฑิตมีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา	3.69	0.59	4.44	0.80
3.บัณฑิตสามารถคิด วิเคราะห์และแก้ปัญหาได้	3.06	1.50	4.31	0.78
4.บัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	3.06	1.41	4.25	0.84
5.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย	4.06	0.84	4.38	0.87
6.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ	2.13	1.12	3.25	0.56
7.บัณฑิตเป็นผู้ใฝ่รู้ ค้นคว้า และพัฒนาตนเอง	3.06	1.58	4.44	0.87
8.บัณฑิตเป็นผู้คิด และปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ	3.25	1.10	4.50	0.80
9.บัณฑิตมีความรับผิดชอบต่อผลงานที่ได้ทำ	3.75	0.84	4.50	0.80
10.บัณฑิตสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม	3.75	0.84	4.38	0.79
11.บัณฑิตมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง	4.06	0.84	4.44	0.94
12.บัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส	4.31	0.47	4.56	0.71
13.บัณฑิตกล้าแสดงออก และสามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้	3.56	1.07	4.44	0.80
14.บัณฑิตสามารถสื่อสารกับผู้อื่น ได้อย่างเหมาะสม	3.63	0.87	4.44	0.80
15.บัณฑิตสามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม	3.25	0.98	4.06	0.75
16.บัณฑิตมีภาวะผู้นำ	2.69	1.28	3.88	0.70
17.บัณฑิตสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	3.25	0.98	3.94	0.66
18.บัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีม	4.00	0.80	4.25	0.76
19.บัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร	4.19	0.89	4.50	0.80
20.บัณฑิตสามารถอดทนต่อภาวะวิกฤตได้	4.38	0.60	4.00	0.71
21.บัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี	4.63	0.49	4.63	0.70
22.บัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม	4.56	0.61	4.56	0.80
รวม	3.63	0.93	4.27	0.76

จากตารางที่ 11 ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่เป็นจริงมาก (mean = 3.63) โดยภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดีมากที่สุด (mean = 4.63) รองลงมาบัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม (mean = 4.56) บัณฑิตสามารถอดทนต่อภาวะวิกฤตได้ (mean = 4.38) บัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส (mean = 4.31) และบัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร (mean = 4.19) ตามลำดับ

สำหรับภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศน้อยที่สุด (mean = 2.13)

ส่วนภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์มาก (mean = 4.27) โดยบัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดีเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในอันดับมากที่สุด (mean = 4.63) รองลงมาบัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส บัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม (mean = 4.56) บัณฑิตเป็นผู้คิด และปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ มีความรับผิดชอบต่อผลงานที่ทำและมีความขยันหมั่นเพียร (mean = 4.50) บัณฑิตมีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา เป็นผู้ใฝ่รู้ ค้นคว้า และพัฒนาตนเอง มีสุขภาพร่างกายแข็งแรง กล้าแสดงออก และสามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้ สามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม (mean = 4.44) และบัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม (mean = 4.38) ตามลำดับ ส่วนด้านความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในอันดับน้อยที่สุด (mean = 3.25)

ตารางที่ 12 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่
 พึ่งประสงค์ของบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจ มทร. พระนคร ตามความคิดเห็นของ
 สถานประกอบการ

รายการ	ที่เป็นจริง (N=88)		ที่พึ่งประสงค์ (N=88)	
	mean	S.D	mean	S.D
1.บัณฑิตมีความรู้ภาคทฤษฎีในสาขาที่ศึกษา	4.11	0.87	4.26	0.44
2.บัณฑิตมีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา	4.11	0.87	4.26	0.44
3.บัณฑิตสามารถคิด วิเคราะห์และแก้ปัญหาได้	4.07	0.82	4.07	0.56
4.บัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	4.07	1.01	4.26	0.65
5.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย	4.14	0.81	4.20	0.52
6.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ	3.09	0.86	3.61	0.53
7.บัณฑิตเป็นผู้ใฝ่รู้ ค้นคว้า และพัฒนาตนเอง	3.99	1.01	4.31	0.46
8.บัณฑิตเป็นผู้คิด และปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ	3.91	0.93	4.14	0.48
9.บัณฑิตมีความรับผิดชอบต่อผลงานที่ได้ทำ	4.38	0.64	4.60	0.49
10.บัณฑิตสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม	4.14	0.64	4.35	0.48
11.บัณฑิตมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง	4.47	0.50	4.48	0.50
12.บัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส	4.73	0.62	4.82	0.38
13.บัณฑิตกล้าแสดงออก และสามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้	4.42	0.65	4.76	0.42
14.บัณฑิตสามารถสื่อสารกับผู้อื่น ได้อย่างเหมาะสม	4.31	0.71	4.53	0.50
15.บัณฑิตสามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม	3.84	0.94	4.14	0.48
16.บัณฑิตมีภาวะผู้นำ	3.57	0.90	4.00	0.69
17.บัณฑิตสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	4.03	0.87	4.19	0.62
18.บัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีม	4.43	0.60	4.48	0.60
19.บัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร	4.44	0.50	4.59	0.49
20.บัณฑิตสามารถอดทนต่อภาวะวิกฤตได้	4.32	0.63	4.30	0.57
21.บัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี	4.60	0.49	4.70	0.45
22.บัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม	4.49	0.50	4.70	0.45
รวม	4.16	0.74	4.35	0.50

จากตารางที่ 12 ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจ มทร.พระนคร อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่เป็นจริงมาก (mean = 4.16) โดยภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจมี สุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใสมากที่สุด (mean = 4.73) รองลงมาบัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี (mean = 4.60) บัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม (mean = 4.49) บัณฑิตมีสุขภาพ ร่างกายแข็งแรง (mean = 4.47) และบัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร (mean = 4.44) ตามลำดับ

สำหรับภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจมีความรู้ ความสามารถด้าน ภาษาต่างประเทศน้อยที่สุด (mean = 3.09)

ส่วนภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจ อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่พึง ประสงค์มาก (mean = 4.35) โดยบัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใสเป็นภาพลักษณ์ที่พึง ประสงค์ในอันดับมากที่สุด (mean = 4.82) รองลงมาบัณฑิตกล้าแสดงออก และสามารถร่วม กิจกรรมกับผู้อื่นได้ (mean = 4.76) บัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี และบัณฑิตเป็นผู้เสียสละ ต่อส่วนรวม (mean = 4.70) บัณฑิตมีความรับผิดชอบต่อผลงานที่ได้ทำ (mean = 4.60) และบัณฑิตมี ความขยันหมั่นเพียร (mean = 4.59) ตามลำดับ ส่วนด้านความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ เป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในอันดับน้อยที่สุด (mean = 3.61)



ตารางที่ 13 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่
 ฟังประสงค์ของบัณฑิตคณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ มทร. พระนคร ตามความคิดเห็นของ
 สถานประกอบการ

รายการ	ที่เป็นจริง (N=22)		ที่ฟังประสงค์ (N=22)	
	mean	S.D	mean	S.D
1.บัณฑิตมีความรู้ภาคทฤษฎีในสาขาที่ศึกษา	3.32	0.47	3.64	0.72
2.บัณฑิตมีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา	3.36	0.49	3.50	0.51
3.บัณฑิตสามารถคิด วิเคราะห์และแก้ปัญหาได้	3.18	0.39	3.50	0.51
4.บัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	3.82	0.39	4.00	0.00
5.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย	4.00	0.00	4.00	0.00
6.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ	3.18	0.39	3.50	0.51
7.บัณฑิตเป็นผู้ใฝ่รู้ ค้นคว้า และพัฒนาตนเอง	3.00	0.00	3.50	0.51
8.บัณฑิตเป็นผู้คิด และปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ	2.68	0.78	3.50	0.51
9.บัณฑิตมีความรับผิดชอบต่อผลงานที่ได้ทำ	3.32	0.47	3.68	0.78
10.บัณฑิตสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม	3.36	0.49	3.68	0.78
11.บัณฑิตมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง	3.82	0.39	4.00	0.00
12.บัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส	4.00	0.00	4.00	0.00
13.บัณฑิตกล้าแสดงออก และสามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้	3.50	0.51	3.68	0.78
14.บัณฑิตสามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม	3.64	0.49	4.00	0.00
15.บัณฑิตสามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม	3.18	0.39	3.50	0.51
16.บัณฑิตมีภาวะผู้นำ	2.50	0.51	3.00	1.19
17.บัณฑิตสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	2.68	0.78	3.05	1.21
18.บัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีม	3.86	0.35	4.18	0.39
19.บัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร	4.00	0.00	4.18	0.39
20.บัณฑิตสามารถอดทนต่อภาวะวิกฤตได้	3.18	0.39	3.50	0.51
21.บัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี	4.00	0.00	4.00	0.00
22.บัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม	3.86	0.35	4.18	0.39
รวม	3.42	0.36	3.71	0.46

จากตารางที่ 13 ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ มทร. พระนคร อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่เป็นจริงปานกลาง (mean = 3.42) โดยภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะศิลปศาสตร์ประยุกต์มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย บัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส บัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร บัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดีมากที่สุด (mean = 4.00) รองลงมาบัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีมและเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม (mean = 3.86) บัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง (mean = 3.82) บัณฑิตสามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม (mean = 3.64) และบัณฑิตกล้าแสดงออก และสามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้ (mean = 3.50) ตามลำดับ สำหรับภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะศิลปศาสตร์มีภาวะผู้นำน้อยที่สุด (mean = 2.50)

ส่วนภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตคณะศิลปศาสตร์ อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์มาก (mean = 3.71) โดยบัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีม มีความขยันหมั่นเพียร และเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวมเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในอันดับมากที่สุด (mean = 4.18) รองลงมา บัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีสุขภาพร่างกายแข็งแรง มีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส สามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม และเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี (mean = 4.00) บัณฑิตมีความรับผิดชอบต่อผลงานที่ได้ทำ สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสมและกล้าแสดงออก สามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้ (mean = 3.68) บัณฑิตมีความรู้ในภาคทฤษฎีในสาขาที่ศึกษา (mean = 3.64) และบัณฑิตมีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา สามารถคิด วิเคราะห์และแก้ปัญหาได้ มีความรู้ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ ใฝ่รู้ ค้นคว้า และพัฒนาตนเอง เป็นผู้คิดและปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ สามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม และอดทนต่อภาวะวิกฤตได้ (mean = 3.50) ตามลำดับ ส่วนด้านภาวะผู้นำเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในอันดับน้อยที่สุด (mean = 3.00)

ตารางที่ 14 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่
 ฟังประสงค์ของบัณฑิตคณะเทคโนโลยีวิศวกรรมศาสตร์ มทร. พระนคร ตามความ
 คิดเห็นของสถานประกอบการ

รายการ	ที่เป็นจริง (N=46)		ที่ฟังประสงค์ (N=46)	
	mean	S.D	mean	S.D
1.บัณฑิตมีความรู้ภาคทฤษฎีในสาขาที่ศึกษา	3.67	0.47	4.43	0.50
2.บัณฑิตมีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา	3.57	0.50	4.43	0.68
3.บัณฑิตสามารถคิด วิเคราะห์และแก้ปัญหาได้	3.00	0.66	4.43	0.68
4.บัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	3.11	0.56	4.67	0.66
5.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย	3.46	0.83	3.78	0.62
6.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ	2.57	0.83	3.43	0.68
7.บัณฑิตเป็นผู้ใฝ่รู้ ค้นคว้า และพัฒนาตนเอง	3.24	0.63	4.35	0.94
8.บัณฑิตเป็นผู้คิด และปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ	3.35	0.67	4.57	0.68
9.บัณฑิตมีความรับผิดชอบต่อผลงานที่ได้ทำ	3.78	0.78	4.33	0.47
10.บัณฑิตสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม	4.00	0.47	4.67	0.47
11.บัณฑิตมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง	3.43	1.06	4.35	0.48
12.บัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส	4.24	0.63	4.46	0.50
13.บัณฑิตกล้าแสดงออก และสามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้	3.89	0.56	4.67	0.47
14.บัณฑิตสามารถสื่อสารกับผู้อื่น ได้อย่างเหมาะสม	3.67	0.47	4.46	0.69
15.บัณฑิตสามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม	3.46	0.50	4.11	0.56
16.บัณฑิตมีภาวะผู้นำ	3.46	0.50	4.46	0.69
17.บัณฑิตสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	3.00	0.47	4.33	0.66
18.บัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีม	3.65	0.67	4.67	0.66
19.บัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร	4.11	0.56	4.43	0.50
20.บัณฑิตสามารถอดทนต่อภาวะวิกฤตได้	4.00	0.66	4.33	0.66
21.บัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี	4.13	1.00	4.67	0.66
22.บัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม	3.67	0.47	4.33	0.66
รวม	3.56	0.63	4.38	0.61

จากตารางที่ 14 ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร. พระนคร อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่เป็นจริงมาก (mean = 3.56) โดยภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์มีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริงแจ่มใสมากที่สุด (mean = 4.24) รองลงมาบัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี (mean = 4.13) บัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร (mean = 4.11) บัณฑิตสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสมและสามารถอดทนต่อภาวะวิกฤตได้ (mean = 4.00) และบัณฑิตกล้าแสดงออก และสามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้ (mean = 3.89) ตามลำดับ

สำหรับภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์มีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศน้อยที่สุด (mean = 2.57)

ส่วนภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์มาก (mean = 4.38) โดยบัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม กล้าแสดงออกและสามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้ สามารถทำงานเป็นทีมและเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดีเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในอันดับมากที่สุด (mean = 4.67) รองลงมาบัณฑิตเป็นผู้คิดและปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ (mean = 4.57) บัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส สามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม และมีภาวะผู้นำ (mean = 4.46) บัณฑิตมีความรู้ภาคทฤษฎีในสาขาที่ศึกษา มีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา สามารถคิด วิเคราะห์และแก้ปัญหาได้ มีความขยันหมั่นเพียร (mean = 4.43) และบัณฑิตเป็นผู้ใฝ่รู้ ค้นคว้า และพัฒนาตนเอง และบัณฑิตเป็นผู้มีสุขภาพร่างกายแข็งแรง (mean = 4.35) ตามลำดับ ส่วนด้านความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในอันดับน้อยที่สุด (mean = 3.43)

ตารางที่ 15 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่
 พึ่งประสงค์ของบัณฑิตคณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มทร. พระนคร
 ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ

รายการ	ที่เป็นจริง (N=19)		ที่พึ่งประสงค์ (N=19)	
	mean	S.D	mean	S.D
1.บัณฑิตมีความรู้ภาคทฤษฎีในสาขาที่ศึกษา	3.58	0.50	5.00	0.00
2.บัณฑิตมีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา	3.95	0.91	5.00	0.00
3.บัณฑิตสามารถคิด วิเคราะห์และแก้ปัญหาได้	3.58	0.50	4.42	0.50
4.บัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	4.00	0.00	4.84	0.37
5.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย	3.79	0.41	5.00	0.00
6.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ	2.00	0.66	3.79	0.41
7.บัณฑิตเป็นผู้ใฝ่รู้ ค้นคว้า และพัฒนาตนเอง	2.37	0.83	5.00	0.00
8.บัณฑิตเป็นผู้คิด และปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ	2.53	1.02	4.37	0.83
9.บัณฑิตมีความรับผิดชอบต่อผลงานที่ได้ทำ	4.21	0.41	4.79	0.41
10.บัณฑิตสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม	4.37	0.83	4.79	0.41
11.บัณฑิตมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง	5.00	0.00	4.00	0.00
12.บัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส	5.00	0.00	4.00	0.00
13.บัณฑิตกล้าแสดงออก และสามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้	4.37	0.49	4.58	0.50
14.บัณฑิตสามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม	4.37	0.49	4.79	0.41
15.บัณฑิตสามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม	3.79	0.41	4.42	0.50
16.บัณฑิตมีภาวะผู้นำ	3.58	0.50	4.00	0.00
17.บัณฑิตสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	3.79	0.78	4.79	0.41
18.บัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีม	4.42	0.50	5.00	0.00
19.บัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร	4.37	1.25	5.00	0.00
20.บัณฑิตสามารถอดทนต่อภาวะวิกฤตได้	3.53	1.21	4.42	0.83
21.บัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี	4.58	0.50	5.00	0.00
22.บัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม	3.95	1.31	5.00	0.00
รวม	3.86	0.61	4.63	0.25

จากตารางที่ 15 ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและ ออกแบบแฟชั่น มทร. พระนคร อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่เป็นจริงมาก (mean = 3.86) โดย ภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่นมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงและมี สุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใสมากที่สุด (mean = 5.00) รองลงมาบัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี (mean = 4.58) บัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีม (mean = 4.42) บัณฑิตสามารถ ประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม กล่าวแสดงออกและสามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้ สามารถ สื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสมและมีความขยันหมั่นเพียร (mean = 4.37) และบัณฑิตมีความ รับผิดชอบต่อผลงานที่ได้ทำ (mean = 4.21) ตามลำดับ

สำหรับภาพลักษณ์ของบัณฑิตคณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่นมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศน้อยที่สุด (mean = 2.00)

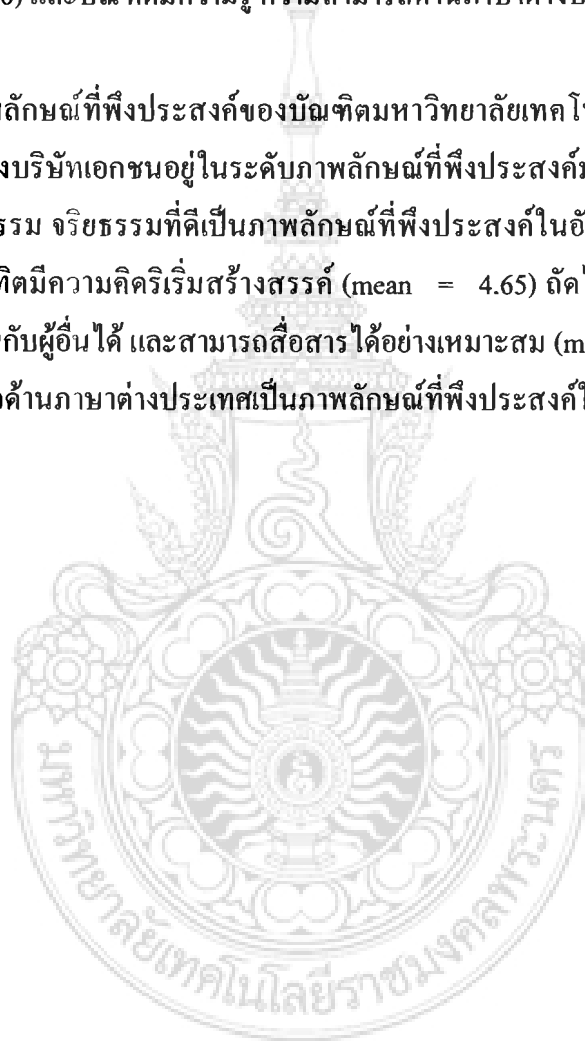
ส่วนภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตคณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น อยู่ใน ระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์มากที่สุด (mean = 4.63) โดยบัณฑิตมีความรู้ภาคทฤษฎีและมีความ สามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นผู้ใฝ่รู้ ค้นคว้า และพัฒนาตนเอง สามารถทำงานเป็นทีม มีความขยันหมั่นเพียร มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี และเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวมเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในอันดับมากที่สุด (mean = 5.00) รองลงมาบัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (mean = 4.84) บัณฑิตมีความรับผิดชอบต่อผลงานที่ได้ ทำ สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม สามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม และสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ (mean = 4.79) บัณฑิตกล้าแสดงออกและสามารถร่วมกิจกรรมกับ ผู้อื่นได้ (mean = 4.58) และบัณฑิตสามารถคิด วิเคราะห์และแก้ปัญหาได้ สามารถตัดสินใจได้อย่าง เหมาะสม และสามารถอดทนต่อภาวะวิกฤตได้ (mean = 4.42) ตามลำดับ ส่วนด้านความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในอันดับน้อยที่สุด (mean = 3.79)

ตารางที่ 16 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่
พึงประสงค์ของบัณฑิต มทร. พระนคร ตามความคิดเห็นของบริษัทเอกชน

รายการ	ที่เป็นจริง (N=114)		ที่พึงประสงค์ (N=114)	
	mean	S.D	mean	S.D
1.บัณฑิตมีความรู้ภาคทฤษฎีในสาขาที่ศึกษา	3.79	0.72	4.31	0.65
2.บัณฑิตมีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา	3.95	0.79	4.45	0.62
3.บัณฑิตสามารถคิด วิเคราะห์และแก้ปัญหาได้	3.28	0.95	4.11	0.72
4.บัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	3.61	1.11	4.65	0.58
5.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย	3.79	0.74	4.28	0.67
6.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ	2.35	0.98	3.49	0.61
7.บัณฑิตเป็นผู้ใฝ่รู้ ค้นคว้า และพัฒนาตนเอง	3.08	1.10	4.46	0.62
8.บัณฑิตเป็นผู้คิด และปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ	3.18	0.94	4.29	0.73
9.บัณฑิตมีความรับผิดชอบต่อผลงานที่ได้ทำ	4.06	0.80	4.50	0.65
10.บัณฑิตสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม	3.93	0.81	4.52	0.65
11.บัณฑิตมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง	4.20	0.91	4.30	0.53
12.บัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส	4.53	0.64	4.42	0.56
13.บัณฑิตกล้าแสดงออก และสามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้	3.92	0.85	4.61	0.61
14.บัณฑิตสามารถสื่อสารกับผู้อื่น ได้อย่างเหมาะสม	3.99	0.75	4.61	0.55
15.บัณฑิตสามารถตัดสินใจ ได้อย่างเหมาะสม	3.58	0.79	4.13	0.50
16.บัณฑิตมีภาวะผู้นำ	3.12	0.91	3.91	0.64
17.บัณฑิตสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	3.42	0.90	4.13	0.75
18.บัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีม	4.00	0.80	4.52	0.66
19.บัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร	4.11	1.02	4.54	0.59
20.บัณฑิตสามารถอดทนต่อภาวะวิกฤตได้	3.97	0.96	4.13	0.60
21.บัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี	4.45	0.82	4.72	0.55
22.บัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม	4.09	0.98	4.56	0.56
รวม	3.74	0.87	4.34	0.61

จากตารางที่ 16 ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของบริษัทเอกชนอยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่เป็นจริงมาก (mean = 3.74) โดยภาพลักษณ์ของบัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใสมากที่สุด (mean = 4.53) รองลงมาบัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี (mean = 4.45) ถัดไปบัณฑิตมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง (mean = 4.20) และบัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศน้อยที่สุด (mean = 2.35)

สำหรับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของบริษัทเอกชนอยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์มาก (mean = 4.34) โดยบัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดีเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในอันดับมากที่สุด (mean = 4.72) รองลงมาบัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (mean = 4.65) ถัดไปบัณฑิตกล้าแสดงออก สามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้ และสามารถสื่อสารได้อย่างเหมาะสม (mean = 4.61) และบัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในอันดับน้อยที่สุด (mean = 3.49)



ตารางที่ 17 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่
พึงประสงค์ของบัณฑิต มทร. พระนคร ตามความคิดเห็นของหน่วยงานราชการ

รายการ	ที่เป็นจริง (N=105)		ที่พึงประสงค์ (N=105)	
	mean	S.D	mean	S.D
1.บัณฑิตมีความรู้ภาคทฤษฎีในสาขาที่ศึกษา	3.90	0.70	4.27	0.54
2.บัณฑิตมีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา	3.80	0.71	4.29	0.58
3.บัณฑิตสามารถคิด วิเคราะห์และแก้ปัญหาได้	3.83	0.90	4.25	0.60
4.บัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	3.77	0.88	4.12	0.70
5.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย	4.11	0.72	4.17	0.64
6.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ	2.97	0.79	3.70	0.52
7.บัณฑิตเป็นผู้ใฝ่รู้ ค้นคว้า และพัฒนาตนเอง	3.77	0.97	4.28	0.75
8.บัณฑิตเป็นผู้คิด และปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ	3.70	1.01	4.19	0.62
9.บัณฑิตมีความรับผิดชอบต่อผลงานที่ได้ทำ	3.96	0.82	4.42	0.55
10.บัณฑิตสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม	4.04	0.64	4.32	0.52
11.บัณฑิตมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง	4.14	0.96	4.41	0.60
12.บัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส	4.42	0.69	4.60	0.49
13.บัณฑิตกล้าแสดงออก และสามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้	4.18	0.75	4.54	0.53
14.บัณฑิตสามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม	3.93	0.83	4.28	0.58
15.บัณฑิตสามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม	3.59	0.84	4.10	0.63
16.บัณฑิตมีภาวะผู้นำ	3.57	0.84	4.15	0.79
17.บัณฑิตสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	3.77	0.91	4.26	0.73
18.บัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีม	4.27	0.65	4.48	0.62
19.บัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร	4.27	0.60	4.53	0.53
20.บัณฑิตสามารถอดทนต่อภาวะวิกฤตได้	4.06	0.78	4.30	0.70
21.บัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี	4.27	0.76	4.54	0.58
22.บัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม	4.24	0.65	4.60	0.61
รวม	3.93	0.79	4.30	0.60

จากตารางที่ 17 ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของหน่วยงานราชการอยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่เป็นจริงมาก (mean = 3.93) โดยภาพลักษณ์ของบัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใสมากที่สุด (mean = 4.42) รองลงมาบัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีม มีความขยันหมั่นเพียรและเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี (mean = 4.27) ถัดไปบัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม (mean = 4.24) และบัณฑิตมีความรู้ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศน้อยที่สุด (mean = 2.97)

สำหรับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของหน่วยงานราชการอยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์มาก (mean = 4.30) โดยบัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใสและบัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวมเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในอันดับมากที่สุด (mean = 4.60) รองลงมาบัณฑิตกล้าแสดงออก สามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้ และเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี (mean = 4.54) ถัดไปบัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร (mean = 4.53) และบัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ในอันดับน้อยที่สุด (mean = 3.70)



ตารางที่ 18 ตารางเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิต มทร.พระนคร

รายการ	ที่เป็นจริง (N=247)		ที่พึงประสงค์ (N=247)		t
	mean	S.D	mean	S.D	
1.บัณฑิตมีความรู้ภาคทฤษฎีในสาขาที่ศึกษา	3.81	0.72	4.28	0.63	11.703*
2.บัณฑิตมีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา	3.85	0.76	4.36	0.64	12.318*
3.บัณฑิตสามารถคิด วิเคราะห์และแก้ปัญหาได้	3.52	0.94	4.15	0.67	14.657*
4.บัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	3.66	0.99	4.40	0.67	17.308*
5.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย	3.92	0.76	4.26	0.65	8.299*
6.บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ	2.71	0.96	3.57	0.59	22.680*
7.บัณฑิตเป็นผู้ใฝ่รู้ ค้นคว้า และพัฒนาตนเอง	3.39	1.09	4.34	0.71	20.974*
8.บัณฑิตเป็นผู้คิด และปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ	3.40	1.01	4.23	0.70	18.756*
9.บัณฑิตมีความรับผิดชอบต่อผลงานที่ได้ทำ	3.99	0.80	4.43	0.64	10.692*
10.บัณฑิตสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม	3.95	0.73	4.39	0.64	10.776*
11.บัณฑิตมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง	4.17	0.89	4.34	0.56	4.868*
12.บัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส	4.43	0.66	4.47	0.55	1.239
13.บัณฑิตกล้าแสดงออก และสามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้	3.99	0.82	4.53	0.62	13.522*
14.บัณฑิตสามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม	3.96	0.79	4.47	0.58	13.746*
15.บัณฑิตสามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม	3.55	0.82	4.10	0.58	14.784*
16.บัณฑิตมีภาวะผู้นำ	3.32	0.94	3.98	0.79	13.188*
17.บัณฑิตสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	3.52	0.93	4.13	0.80	12.011*
18.บัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีม	4.12	0.74	4.50	0.63	9.429*
19.บัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร	4.21	0.82	4.52	0.58	8.417*
20.บัณฑิตสามารถอดทนต่อภาวะวิกฤตได้	3.98	0.86	4.17	0.67	4.328*
21.บัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี	4.37	0.77	4.63	0.57	7.143*
22.บัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม	4.18	0.81	4.56	0.58	10.131*
รวม	3.81	0.84	4.30	0.63	9.944*

*P < .05

จากตารางที่ 18 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบค่าที (t-test) พบว่า ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการมีความแตกต่างกันทุกรายการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t = 9.944$; $p < .05$) ยกเว้นบัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส สถานประกอบการมีความคิดเห็นว่าภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ไม่แตกต่างกัน ($t = 1.239$; $p > .05$)

นอกจากนี้สถานประกอบการได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะไว้ดังนี้

1. นักศึกษาที่เข้ารับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ หรือเข้าทำงานกับสถานประกอบการควรมีความตั้งใจให้มาก

2. ควรพัฒนาองค์ความรู้ ค้นคว้าความรู้ใหม่ๆ ฝึกทักษะการเป็นผู้ตามที่ดี ปรับตัวในสถานการณ์ให้เหมาะสม และควรเพิ่มเติมความรู้ ความสามารถตามความถนัดของตนเอง ค้นคว้าเพิ่มเติมเพื่อพัฒนาตนเอง อย่างไรก็ตามแต่ละบุคคลต้องเพิ่มเติมความรู้แตกต่างกันแล้วแต่ความถนัด เช่น ความเป็นผู้นำ ความคิดสร้างสรรค์ ความเป็นผู้ตามที่ดี และด้านสุขภาพ

3. บัณฑิตต้องเป็นคนดี เสียสละเพื่อองค์กร พร้อมทั้งจะโตไปกับองค์กร รักษาชื่อเสียงขององค์กร และศึกษาวัตถุประสงค์ขององค์กร

4. บัณฑิตควรแต่งกายให้เรียบร้อย มีกิริยามารยาทที่ดี และทางสถาบันควรมีการติดตามการฝึกงานของบัณฑิตเป็นระยะๆ โดยควรจัดให้มีอาจารย์นิเทศก์ติดตามการฝึกงานของนักศึกษา

5. การส่งนักศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพกับองค์กรภายนอก ควรชี้แจงรายละเอียดการฝึกงานและส่งถึงองค์กร โดยตรง แบบประเมินผลควรเป็นภาระงานของผู้ฝึกงาน นอกจากนี้ทางสถานศึกษาควรจัดให้มีค่าตอบแทนให้ผู้ควบคุมดูแลการฝึกงาน

6. บัณฑิตควรมีความพร้อมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติก่อนเข้ารับการฝึกงาน อาจารย์นิเทศก์ควรมาติดตามผลอย่างสม่ำเสมอ และควรมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายจากสถานศึกษาที่นักศึกษาสังกัด

7. บัณฑิตไม่ควรขี้เกียจ ไม่สนใจงาน ขาดงาน มาสาย หากบัณฑิตประพฤติตนเช่นนี้จะไม่ผ่านการทดลองงานในอนาคต

8. การขาดงานควรแจ้งล่วงหน้า และบัณฑิตบางคนขาดทักษะด้านการใช้คอมพิวเตอร์ในโปรแกรมพื้นฐาน

9. บัณฑิตที่ดีและคุณสมบัติที่สถานประกอบการต้องการ ได้แก่ เป็นคนดี มีระเบียบวินัย มีความรับผิดชอบสูง มีความซื่อสัตย์สุจริต มีคุณธรรม จริยธรรมสูง

10. ระยะเวลาในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพน้อยเกินไป งานบางอย่างนักศึกษาควรศึกษาบ้างนอกเหนือจากที่สถาบันสอน เช่น งานปกครอง กิจกรรมต่างๆ ที่เป็นงานโรงเรียน และโรงเรียน

ส่วนใหญ่ต้องการบุคลากรที่สามารถทำงานกิจกรรมหรืองานต่างๆ ภายในโรงเรียน ควรมีการฝึกงานอย่างน้อยสัปดาห์ละ 2 วัน

11. บัณฑิตแต่ละคนต่างมีความรับผิดชอบและผ่านมาตรฐานของสถาบัน สามารถเข้าทำงานในสถานประกอบการได้ดี แต่สิ่งที่ควรปลูกฝังให้กับบัณฑิตมากที่สุดคือ คุณธรรมและจริยธรรมในอาชีพเพราะต้องมีประสบการณ์ถึงจะผ่านการทำงานและประสบความสำเร็จในชีวิตได้

12. บัณฑิตควรมีความขยันหมั่นเพียร ตรงต่อเวลา มีความรับผิดชอบดี ศึกษาวิชาการที่ทำการสอน เตรียมตัวสอนเป็นอย่างดี

13. บัณฑิตควรมีภาวะเป็นผู้นำ กล้าแสดงออก มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีไหวพริบในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ และต้องมีความรับผิดชอบต่องานมากกว่านี้เพื่อสามารถนำไปพัฒนาตนเองได้

14. หลักสูตรที่เปิดสอนให้แก่นักศึกษาควรเป็นหลักสูตรใหม่ที่ทันสมัย เข้ากับยุคปัจจุบันสามารถนำไปใช้ประกอบอาชีพเมื่อจบการศึกษาได้

15. บัณฑิตควรมีสัมมาคารวะ อ่อนน้อมต่อผู้ที่มีคุณวุฒิสูงกว่า และต้องใฝ่รู้อยู่เสมอ

16. ความต้องการของหน่วยงานในอนาคต ต้องการบัณฑิตระดับปริญญาตรีที่มีความสามารถด้านภาษาต่างประเทศที่ระดับหนึ่ง ต้องมีภาวะผู้นำ สามารถตัดสินใจได้ สามารถทำงานเป็นทีมร่วมกับผู้อื่นได้ ตลอดจนบัณฑิตต้องเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี

17. บุคคลที่เรียกว่าบัณฑิตคือ พุคสิ่งที่ดี คิดแต่สิ่งที่ดี รู้เหตุ รู้ผล รู้ภาวะของตน รู้จักประมาณ รู้กาลเวลาทำสิ่งที่ควรทำ รู้ชุมชน รู้จักคนคิดคนไม่ดี

18. บัณฑิตควรมีความขยันหมั่นเพียร ตั้งใจทำงาน มีธรรมาศัยดี เข้ากับผู้อื่นง่าย มีสุขภาพจิตดี ร่าเริง แจ่มใสอยู่เสมอ มีความอดทน มีน้ำใจ

19. องค์กรยินดีต้อนรับบุคคลที่มีคุณภาพ มีความสามารถและขยัน

20. นักสื่อสารมวลชนต้องใฝ่รู้ ไม่หยุดนิ่ง ตรงต่อเวลา รักษาเวลา ติดตามข่าวสารให้ทันสมัยอยู่เสมอ

21. บัณฑิตสื่อสารต้องขยัน ตรงต่อเวลา พลิ้ว มีทั้งศาสตร์และศิลป์ ต้องทำการบ้านมากกว่านี้ ไม่หยุดนิ่ง ต้องค้นคว้าสิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา ต้องเข้าหา ไม่หลบ ไม่อยู่นิ่ง ต้องพัฒนาตัวเองให้ทันกับสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงเร็ว

22. บัณฑิตที่ดีต้องมีความรู้ดี และเป็นคนดีด้วย

23. การเรียนการสอนควรปรับหลักสูตรให้ทันสมัยกว่านี้ เด็กควรมีใจรักในอาชีพ มีความรู้ดี มีคุณธรรม จริยธรรม ซื่อสัตย์ สามารถเรียนรู้จากการทำงานจริง

24. บัณฑิตต้องไม่ทำงานเฉพาะที่ได้รับมอบหมายแต่ต้องทำมากกว่าที่สั่ง ควรสร้างสรรค์งานได้เองโดยไม่ต้องรอคำสั่ง

25. บัณฑิตต้องรับฟังความคิดเห็น และสามารถประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อตอบ โจทย์ได้



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ” ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ และเพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ โดยเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างจำนวน 247 แห่ง ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานราชการ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ หน่วยงานอิสระ บริษัทเอกชน สมาคม หน่วยงานอื่นๆ ได้แก่ โรงเรียนเอกชน และธุรกิจส่วนตัว สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลได้ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 สรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 247 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 31 – 35 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และอยู่ในบริษัทเอกชนมากที่สุด นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในสายทางด้านบริหารธุรกิจ

ตอนที่ 2 สรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ พบว่า บัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีภาพลักษณ์ที่เป็นจริงมาก โดยบัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริงแจ่มใสมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และบัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ส่วนภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์อยู่ในระดับพึงประสงค์มาก โดยบัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรมที่ดีเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และบัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

เมื่อจำแนกความคิดเห็นของสถานประกอบการต่อภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์แยกตามคณะ ผลสรุปพบดังนี้

บัณฑิตคณะวิศวกรรมศาสตร์มีภาพลักษณ์ที่เป็นจริงปานกลาง โดยบัณฑิตคณะวิศวกรรมศาสตร์มีสุขภาพร่างกายแข็งแรงมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และบัณฑิตคณะวิศวกรรมศาสตร์มีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ส่วนภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์อยู่ในระดับพึงประสงค์มาก โดยบัณฑิตมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และความสามารถทนต่อภาวะวิกฤตได้เป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

บัณฑิตคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์มีภาพลักษณ์ที่เป็นจริงมาก โดยบัณฑิตคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์เป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดีและเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และบัณฑิตคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์มีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ส่วนภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์อยู่ในระดับพึงประสงค์มากที่สุด โดยบัณฑิตมีความรู้ภาคทฤษฎีในสาขาที่ศึกษา บัณฑิตมีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษา บัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ บัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย บัณฑิตสามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม บัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร บัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี บัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม เป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และบัณฑิตสามารถคิดวิเคราะห์และแก้ปัญหาได้และความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

บัณฑิตคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมีภาพลักษณ์ที่เป็นจริงมาก โดยบัณฑิตคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมีความขยันหมั่นเพียร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และบัณฑิตคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ส่วนภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์อยู่ในระดับพึงประสงค์มาก โดยบัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัยเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

บัณฑิตคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีภาพลักษณ์ที่เป็นจริงมาก โดยบัณฑิตคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และบัณฑิตคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ส่วนภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์อยู่ในระดับพึงประสงค์มาก โดยบัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดีเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และด้านความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

บัณฑิตคณะบริหารธุรกิจมีภาพลักษณ์ที่เป็นจริงมาก โดยบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจมีความรู้

ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ส่วนภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์อยู่ในระดับพึงประสงค์มาก โดยบัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใสเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และด้านความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

บัณฑิตคณะศิลปศาสตร์ประยุกต์มีภาพลักษณ์ที่เป็นจริงปานกลาง โดยบัณฑิตคณะศิลปศาสตร์ประยุกต์มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย บัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริงแจ่มใส บัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร บัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และบัณฑิตคณะศิลปศาสตร์มีภาวะผู้นำ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ส่วนภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์อยู่ในระดับพึงประสงค์มาก โดยบัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีม มีความขยันหมั่นเพียร และเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวมเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และด้านภาวะผู้นำเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

บัณฑิตคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์มีภาพลักษณ์ที่เป็นจริงมาก โดยบัณฑิตคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์มีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริงแจ่มใสมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และบัณฑิตคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์มีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ส่วนภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์อยู่ในระดับพึงประสงค์มาก โดยบัณฑิตมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม กล้าแสดงออกและสามารถร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้ สามารถทำงานเป็นทีมและเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดีเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และด้านความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

บัณฑิตคณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบมีภาพลักษณ์ที่เป็นจริงมาก โดยบัณฑิตคณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่นมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงและมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริงแจ่มใสมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และบัณฑิตคณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่นมีความรู้ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ส่วนภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์อยู่ในระดับพึงประสงค์มากที่สุด โดยบัณฑิตมีความรู้ภาคทฤษฎีและมีความสามารถภาคปฏิบัติในสาขาที่ศึกษามีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นผู้ใฝ่รู้ ค้นคว้า และพัฒนาตนเอง สามารถทำงานเป็นทีม มีความขยันหมั่นเพียร มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดีและเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวมเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และด้านความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า บริษัทเอกชนกับหน่วยงานราชการมีความคิดเห็นตรงกันต่อภาพลักษณ์ที่เป็นจริงของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ว่ามีภาพลักษณ์ที่เป็น

จริงมาก โดยบัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใสมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ส่วนภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ บริษัทเอกชนกับหน่วยงานราชการมีความคิดเห็นต่างกัน กล่าวคือ บริษัทเอกชนมีความคิดเห็นว่าบัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดีเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ส่วนหน่วยงานราชการมีความคิดเห็นว่าบัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใสและบัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวมเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด

สำหรับผลการเปรียบเทียบภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ พบว่าภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ มีความแตกต่างกันทุกรายการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นบัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส สถานประกอบการมีความคิดเห็นว่าภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ไม่แตกต่างกัน

2. อภิปรายผลการวิจัย

2.1 อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ

ผลการวิจัยพบว่า สถานประกอบการแสดงความคิดเห็นว่าบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีภาพลักษณ์ที่เป็นจริงมาก โดยบัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใสมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (mean = 4.43) และบัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศมีค่าน้อยที่สุด (mean = 2.71) ส่วนภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์อยู่ในระดับพึงประสงค์มาก โดยบัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดีเป็นภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (mean = 4.63) และบัณฑิตมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ อยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ที่มีค่าน้อยที่สุด (mean = 3.57)

ผลการวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า บัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีค่าเฉลี่ยในทักษะนอกเหนือวิชาการที่สูงกว่าทักษะทางด้านวิชาการ โดยเฉพาะการเป็นบัณฑิตที่มีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใสซึ่งสอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของสถานประกอบ ที่พึงประสงค์บัณฑิตที่มีทักษะนอกเหนือวิชาการ โดยเฉพาะการเป็นผู้มีคุณธรรมและจริยธรรมที่ดี สอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่อง “การศึกษาความต้องการของนายจ้างที่มีต่อมหาบัณฑิต คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ” ของสมพร ศิลป์สุวรรณ (2537) ซึ่งศึกษาพบว่า นายจ้างต้องการแรงงานที่มีความซื่อสัตย์สุจริต มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ อุทิศเวลาให้กับการทำงาน ซึ่งเป็นทักษะนอกเหนือวิชาการ นอกจากนี้

แผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551-2565) ได้กำหนดไว้ว่า นอกจากการเรียนเฉพาะ วิทยาศาสตร์แล้ว ทักษะการสื่อสาร การทำงานเป็นหมู่คณะ การแก้ปัญหา การรับความเสี่ยง การ ออกแบบและสร้างสรรค์ ความรับผิดชอบทั้งต่อตนเองและต่อผู้อื่น การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง การบริหารจัดการตนเอง รวมไปถึงเรื่องจริยธรรม การศึกษาในระดับอุดมศึกษาควรเพิ่มพื้นที่ การเรียนรู้ของเยาวชนและนักศึกษาในแบบของทักษะชีวิต ทักษะสังคม สมรรถนะพื้นฐานร่วม (Base line competencies) ที่ข้ามพ้นความรู้วิชาการที่เป็นแท่ง แต่ควรสร้างความรู้และความสามารถเชิง บูรณาการที่ฝังตัว (Tacit knowledge and ability) ที่หาไม่ได้จากการเรียนการสอนในห้องเรียนด้วย (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2551)

สำหรับค่าเฉลี่ยของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ด้านทักษะวิชาการ โดยเฉพาะความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศนั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 ซึ่งอยู่ในระดับปาน กลาง ส่วนความรู้ภาคทฤษฎีในสาขาที่ศึกษา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ซึ่งอยู่ในระดับมาก แม้ว่าค่า คะแนนเฉลี่ยด้านทักษะวิชาการของบัณฑิต มทร. พระนครจะมีค่าน้อยกว่า ทักษะนอกเหนือ วิชาการก็ตาม แต่เมื่อพิจารณาตามรายหัวข้อแล้ว ก็ยังพบว่ามีความคะแนนระดับปานกลางถึงระดับ มาก ทั้งนี้เนื่องจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นมหาวิทยาลัยที่เน้นผลิตบัณฑิต ด้านวิชาชีพตามกฎหมายนั่นเอง ซึ่งจะแตกต่างจากภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดย การศึกษาของกรรณก วิโรจศรีสกุล พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มองภาพลักษณ์ของ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เหนือในด้านการศึกษาที่เป็นสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียง เก่ง มีความพร้อมด้าน การเรียนการสอน เป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกของประเทศ เป็นสถาบันที่ประชาชนยอมรับในฐานะ เป็นผู้นำทางการศึกษา (กรรณก วิโรจศรีสกุล, 2546)

แม้ว่าด้านทักษะวิชาการ โดยเฉพาะความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศของบัณฑิต มทร. พระนคร จะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 แต่การศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ต่อบัณฑิต มทร. พระนคร ด้านความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศกลับอยู่ในอันดับน้อยที่สุด แต่ อย่างไรก็ดีตามภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์นี้มีค่าเฉลี่ย 3.57 ซึ่งมหาวิทยาลัยต้องเพิ่มทักษะดังกล่าว ให้กับบัณฑิต เนื่องจากการศึกษาของจิรพร ศรีวัฒนานุกุลกิจ (2531) เรื่อง “แนวโน้มของ ตลาดแรงงานของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าและบริการ กับการผลิตแรงงานธุรกิจการค้าและบริการ ระดับอุดมศึกษา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” พบว่า คุณสมบัติพิเศษของแรงงานที่ต้องการ นอกเหนือจากวุฒิการศึกษา คือ ความสามารถในการพิมพ์ดีด ความสามารถในการใช้เครื่องใช้ สำนักงานสมัยใหม่ ความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ และความรู้ทางภาษาต่างประเทศด้วย

นอกจากการเพิ่มทักษะด้านภาษาต่างประเทศให้กับนักศึกษาแล้ว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลพระนครควรตระหนักถึงการพัฒนาในด้านอื่นๆ ด้วย โดยจากการศึกษาของจิตลาวัลย์

บุญนาค พบว่า ภาพลักษณ์ที่เด่นที่สุดของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายคือ มหาวิทยาลัยเอกชนมีการดำเนินงานร่วมกับมหาวิทยาลัยต่างชาติที่มีชื่อเสียง รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยเอกชนมีอุปกรณ์การเรียนการสอน อุปกรณ์การปฏิบัติการอย่างเพียงพอ (จิตลาวัลย์ บุญนาค, 2539)

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ

ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของสถานประกอบการต่อบัณฑิต มทร. พระนคร มีค่าเฉลี่ยในระดับ 3.57 – 4.63 ซึ่งอยู่ในระดับภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์มากถึงมากที่สุด และค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ที่เป็นจริงทุกรายการ ยกเว้นภาพลักษณ์ด้านบัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส ที่มีค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ไม่แตกต่างจากค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ที่เป็นจริง 4.47 และ 4.43 ตามลำดับ ซึ่งการศึกษาของสุภารัตน์ ม่วงศิริ (2547) ซึ่งได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริง และที่พึงประสงค์ของโรงเรียนอนุบาล สังกัดสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร ตามความเห็นของผู้บริหารและผู้ปกครอง” ก็พบเช่นเดียวกันว่า ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงอยู่ในระดับที่เป็นจริงมากทุกด้าน และภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ก็อยู่ในระดับที่พึงประสงค์มากเช่นกัน

สำหรับการศึกษา “ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง” ชลรัตน์ ชลมารค (2546) พบว่า ผู้ปกครองโรงเรียนประถมศึกษาเอกชนและมัธยมศึกษาเอกชน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรีในด้านบุคลิกภาพของโรงเรียน ชื่อเสียงของโรงเรียน เอกอภรณ์ของโรงเรียน และคุณค่าหรือจรรยาบรรณของโรงเรียนอยู่ในระดับค่อนข้างบวกทุกด้าน

การที่ภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ขององค์การทางการศึกษาส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยสูงหรือเป็นบวกนั้น อาจเนื่องจาก ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดจากความประทับใจ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์การที่ประชาชนได้รับ และสิ่งเหล่านี้จะก่อตัวขึ้นเป็นความประทับใจ ซึ่งอาจจะเป็นความประทับใจที่ดีหรือไม่ดีก็ได้ แล้วแต่พฤติกรรมหรือการกระทำของหน่วยงาน (รัตนาวดี สิริทองถาวร, 2546: 155-156) และบุคคลมักจะคาดหวังภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาต่อองค์การทางการศึกษาในระดับสูง เพราะบุคคลมีความต้องการจะให้้องค์การเป็นเช่นที่ปรารถนา เพื่อเป็นองค์การที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นองค์การที่มีความเจริญรุ่งเรือง การกำหนดความปรารถนาเปรียบเสมือนการกำหนดเป้าประสงค์ของตนเองเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์นั้นๆ ด้วย

สำหรับค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ที่เป็นจริงของบัณฑิต มทร. พระนคร (mean = 3.81) ส่วนหนึ่งมาจากบุคลิกภาพของบัณฑิต เนื่องจากการเกิดภาพลักษณ์ในปัจจุบันบุคคลนั้น เกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับเหตุการณ์จากภายนอกเข้ามาในตัวเอง แต่เหตุการณ์นั้นยังไม่สามารถสร้างให้เป็นภาพได้ทันที แต่ต้องมีขั้นตอน คือ สิ่งแวดล้อม ช่องทางการสื่อสาร องค์ประกอบเฉพาะบุคคล การรับรู้และความประทับใจประกอบกัน ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยของดวงพร จำปาศรี (2547) เรื่อง “ภาพลักษณ์ของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ไทย” ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเสนอภาพลักษณ์ของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร คือ ปัจจัยภายใน ได้แก่ ภูมิหลังและบุคลิกภาพ ส่วนปัจจัยภายนอก ได้แก่ การเป็นพรรคการเมืองน้องใหม่และนโยบายของพรรค นอกจากนี้การสื่อสารยังเป็นอีกส่วนหนึ่งที่จะบ่งบอกถึงภาพลักษณ์ได้ โดยญาติสภาพ กาญจนวิศิษฐ์ ศึกษาพบว่า ปฏิบัติการทางวาทกรรมในรายการนายกฯ ทักษิณคุยกับประชาชน ได้แสดงบทบาทในการสร้างอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ อันนำมาซึ่งการยอมรับ ความไว้วางใจ และความเชื่อถือจากประชาชนได้ (ญาติสภาพ กาญจนวิศิษฐ์, 2547)

ดังนั้นปัจจัยในการเกิดภาพลักษณ์ที่เป็นจริงของบัณฑิต มทร. พระนคร ในความคิดเห็นของสถานประกอบการจึงเกิดจากการแสดงออกของบัณฑิต บุคลิกภาพ และการสื่อสารด้วย ทั้งนี้ภาพลักษณ์ของบุคคลจะเป็นอย่างไรนั้น สังคมจะเป็นผู้ตัดสินตามหลักเกณฑ์หรือขนบธรรมเนียมประเพณีที่ได้ปฏิบัติสืบต่อกันมา และภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นได้ ด้วยองค์ประกอบต่างๆ คือ บุคลิกภาพส่วนตัวที่เหมาะสม การวางแผนและกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ เทคนิคที่ใช้ในการสร้างภาพลักษณ์ และการมีมนุษยสัมพันธ์ดี (เกรียงศักดิ์ โลหะชาละ, 2540: 83-84) ซึ่งปรากฏงานวิจัยของนิตยา สุขดี (2541) เรื่อง “การต่างประเทศของรัฐบาลนายอานันท์ ปันยารชุน: กรณีการกู้ภาพลักษณ์ของประเทศ” พบว่า ปัจจัยที่ผลักดันให้การดำเนินนโยบายต่างประเทศของรัฐบาลนายอานันท์ ปันยารชุน ประสบความสำเร็จในการกู้ภาพลักษณ์ของประเทศได้นั้น เนื่องจากการดำเนินงานของรัฐบาล โดยเฉพาะบทบาทของนายกรัฐมนตรี นายอานันท์ ปันยารชุนเอง ซึ่งตามทฤษฎีภาพลักษณ์และปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ที่นายอานันท์มีความสามารถในการจัดการและแก้ไขปัญหของประเทศในยามวิกฤตได้ และมีบุคลิกภาพแบบประชาธิปไตย เปิดกว้าง และยืดหยุ่น

นอกจากนี้การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงเข้าทำงานทางการเมือง” ยังพบว่า บุคคลในวงการบันเทิงที่เข้าทำงานทางการเมืองสามารถเปลี่ยนภาพลักษณ์ให้เกิดความน่าเชื่อถือได้ ทั้งนี้ต้องมีการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพก่อนและหลังเข้าทำงานทางการเมือง (สุภาภรณ์ สุธรรม โสภล, 2547) ดังนั้นก่อนที่นักศึกษาจะเข้ารับการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ หรือก่อนที่บัณฑิตจะจบออกจากมหาวิทยาลัยเพื่อเข้าสู่ระบบของสถานประกอบการ ควรจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อมให้กับนักศึกษาหรือบัณฑิตก่อน เพื่อการสร้าง

ภาพลักษณ์ที่ดีต่อตัวบัณฑิตและสะท้อนถึงภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรด้วย ซึ่งข้อสังเกตนี้สอดคล้องกับ งานวิจัยเรื่อง “แนวทางความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและสถานประกอบการในการจัดการฝึกงานสำหรับนักศึกษาโรงเรียนเชิงใหม่เทคโนโลยี” ซึ่งพบว่า เจ้าของสถานประกอบการต้องการให้สถานศึกษาเน้นให้นักศึกษามีประกันชีวิตมากที่สุด เน้นการสอนทักษะเพิ่มเติมด้านคุณธรรมจริยธรรม และการจัดสัปดาห์แนะแนวอาชีพหรือตลาดแรงงาน ส่วนผู้ควบคุมการฝึกงานให้ข้อเสนอแนะว่า นักศึกษาขาดทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และยังขาดความมั่นใจในงานที่ได้รับมอบหมาย จึงต้องการให้สถานศึกษาเน้นในด้านทักษะให้มากขึ้น (นัฐวุฒิ อัมพรศักดิ์, 2542)

ดังนั้นภาพลักษณ์ที่เป็นจริงของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จึงมีภาพลักษณ์ของบัณฑิตที่มีความสามารถด้านการปฏิบัติ มีสุขภาพกายและจิตใจดี ตลอดจนมีภาพลักษณ์ที่ขยันหมั่นเพียร และมีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี ซึ่งอาจเนื่องมาจากมหาวิทยาลัยเป็นสถาบันอุดมศึกษาด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี ที่มีวัตถุประสงค์ ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูงที่เน้นการปฏิบัติ โดยให้ผู้สำเร็จอาชีวศึกษามีโอกาสในการศึกษาต่อด้านวิชาชีพเฉพาะทางระดับปริญญาเป็นหลักด้วย

2.2 อภิปรายผลการวิจัยตามแนวคิด

แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

การประชาสัมพันธ์ที่ดี องค์กรต้องสร้างภาพลักษณ์ที่แท้จริง (True image) ให้เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนเพื่อผลทางด้านความประทับใจ (Bernays, 1961) สำหรับภาพลักษณ์บุคคลก็เช่นเดียวกัน ภาพลักษณ์ที่เรามีต่อใครคนใดคนหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นคนหรือกลุ่มบุคคล ย่อมมีทั้งภาพลักษณ์ที่ดีและไม่ดี การเกิดภาพในความคิดของคนเราอาจเกิดขึ้นจากการสร้างขึ้นเองหรือองค์กรเป็นผู้สร้างให้ ซึ่งในหลักการประชาสัมพันธ์ องค์กรมักเป็นผู้สร้างขึ้นเพื่อกำหนดให้ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายมีความคิด และมีภาพขององค์กรตามวัตถุประสงค์ที่องค์กรกำหนด

ทั้งนี้ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรต้องอาศัยระยะเวลายาวนาน การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจึงไม่อาจสร้างได้ในระยะเวลาอันสั้น เนื่องจากภาพลักษณ์ คือภาพที่เกิดขึ้นทีละเล็กละน้อย และสะสมเพิ่มพูนขึ้นจนฝังรากฐานมั่นคงอยู่ในจิตใจ และทัศนคติ ตลอดจนความรู้สึกนึกคิดของประชาชน กระบวนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรหรือบุคคล เพื่อให้ประชาชนมีความประทับใจ จึงเป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยระยะเวลาพอสมควร และเมื่อภาพลักษณ์ที่ดีนั้นตราตรึงอยู่ในจิตใจของประชาชนแล้ว ผลที่ตามมา คือ ชื่อเสียง เกียรติคุณ ความนิยมชมชอบ ความเชื่อถือ ศรัทธา ต่อ

องค์การหรือบุคคลนั้น และประทับแน่นอยู่ในความทรงจำของประชาชนตราบนานเท่านาน (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2540: 78-79)

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า บัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมี ภาพลักษณ์เป็นบัณฑิตที่มีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใสมากที่สุด รองลงมาบัณฑิตเป็นผู้มี คุณธรรม จริยธรรมที่ดี และบัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร ซึ่งเป็นจุดเด่นของบัณฑิต แต่บัณฑิตมี ความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศน้อยที่สุด ซึ่งจะเห็นได้ว่าบัณฑิต มทร. พระนคร มี ภาพลักษณ์ที่ดีทางด้านทักษะนอกเหนือวิชาการมากกว่าทักษะทางด้านวิชาการ หากมหาวิทยาลัย ตระหนักถึงบทบาทของภาพลักษณ์แล้ว มหาวิทยาลัยควรสร้างจุดยืนที่เป็นตัวตนที่แท้จริงของ มหาวิทยาลัยเพราะการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์จำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์ที่แท้จริงแก่ ประชาชน เนื่องจากภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่เป็นรูปธรรม ประชาชนจะสามารถจับต้องได้และ ภาพลักษณ์นั้นจะมีความคงทนถาวรกว่าภาพลักษณ์ที่เป็นนามธรรมนั่นเอง

แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบุคคล

ภาพลักษณ์เป็นเรื่องของภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของบุคคลที่มีต่อบุคคลอื่น วัตถุ หรือสถาบัน โดยได้รับอิทธิพลมาจากการรู้จัก การมีประสบการณ์ ทั้งนี้จะต้องมีความประทับใจเพียงพอที่จะ สร้างเป็นภาพอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นไปในทางบวกหรือในทางลบก็ได้ โดยภาพลักษณ์ สามารถเกิดขึ้นได้ 2 ทางคือ ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และไม่ได้มีการปรุงแต่ง กับ ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการปรุงแต่ง (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2540: 75)

นอกจากนี้ภาพลักษณ์ขององค์การยังมีผลมาจากภาพลักษณ์ของบุคลากรในองค์การด้วย ฉะนั้นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์การจึงไม่ใช่หน้าที่ของฝ่ายประชาสัมพันธ์แต่เพียงฝ่ายเดียว แต่เป็นหน้าที่ของสมาชิกทุกคนที่จะต้องให้ความร่วมมือด้วยดี มิฉะนั้นองค์การจะไม่สามารถสร้าง ภาพลักษณ์ได้สำเร็จ ภาพลักษณ์ที่ดีของบุคคลจึงมีส่วนช่วยเสริมสร้างให้องค์การมีภาพลักษณ์ที่ดี ในความรู้สึกรักใคร่ของประชาชน และส่งผลต่อความเชื่อถือ ศรัทธา จากประชาชนที่มีให้กับ องค์การสืบไป (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2540: 83-84)

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า บัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครมีความรู้ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศน้อยที่สุด รองลงมาเป็นผู้ใฝ่รู้ ค้นคว้า และพัฒนาตนเองน้อย และเป็นผู้คิดและปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบได้น้อย ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวอาจส่งผลสะท้อนเป็น ภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อมหาวิทยาลัยได้ ดังนั้นนอกจากจะเป็นหน้าที่ของมหาวิทยาลัยในการช่วยเสริม เดิมทักษะต่างๆ ให้กับบัณฑิตแล้ว ตัวบัณฑิตเองก็ควรตระหนักถึงภาพลักษณ์ขององค์การด้วย โดย

บัณฑิตแต่ละคนมีหน้าที่แก้ไขข้อบกพร่องของตนเอง และพร้อมที่จะพัฒนาตนเองเพื่อภาพลักษณ์แห่งตนและภาพลักษณ์ขององค์กรต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร

ภาพลักษณ์ของบริษัทหรือภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจ หมายถึง ภาพขององค์กรใด องค์กรหนึ่ง ซึ่งหมายรวมถึงทุกอย่างเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนรู้จัก และมีประสบการณ์ต่อ องค์กร สำหรับการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร สามารถทำได้โดยอาศัยอัตลักษณ์ขององค์กร เพื่อปรากฏแก่สายตาของประชาชนทั่วไป (Jefkins, 1993 อ้างถึงใน สุภารัตน์ ม่วงศิริ, 2547: 19) โดยภาพลักษณ์องค์กรที่ได้รับการยอมรับประกอบด้วย คุณภาพและระบบการบริหารงานและ บริหารคนของฝ่ายจัดการ คุณภาพที่ดีของสินค้าและบริการ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ หรือ สินค้าใหม่ การมีความมั่นคงทางการเงิน การสร้างมูลค่าโดยการลงทุนในระยะยาว การมีความ รับผิดชอบต่อชุมชนและสภาพแวดล้อม การมีความสามารถเลือกคนดีมีฝีมือมาร่วมทีม มีการ ฝึกอบรมพัฒนาและมีความสามารถรักษาคณก่ง คนดีไว้ และการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ของ บริษัทหรือองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด (สมชาติ กิจบรรยง, 2540: 79 อ้างถึงในสุภารัตน์ ม่วงศิริ, 2547: 27)

ดังนั้นหากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ต้องการมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตา ของประชาชน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเน้นคุณภาพและระบบการบริหารงานและบริหารคนของฝ่าย จัดการ สร้างบัณฑิตที่ดีมีคุณภาพที่ดี สามารถบริการหรือรับใช้สังคมได้ พัฒนาองค์กรให้มีความ คิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ หลักสูตรใหม่ที่ทันต่อความต้องการของตลาด การสร้างมูลค่าโดย การลงทุนในระยะยาวจากทุนเดิมที่มีอยู่ การสร้างกิจกรรมมีความรับผิดชอบต่อชุมชนและ สภาพแวดล้อม การปรับปรุงระบบให้สามารถเลือกคนดีมีฝีมือมาร่วมงาน ตลอดจนระบบในการรับ นักศึกษาและผลิตนักศึกษาตามวัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัย และสร้างระบบการฝึกอบรม พัฒนา และรักษาคณก่ง คนดีไว้ให้อยู่กับมหาวิทยาลัย ซึ่งภาพที่เกิดขึ้นเหล่านี้จะสะท้อนเป็นภาพลักษณ์ที่ดี ของมหาวิทยาลัยได้

ผู้บริหารสูงสุดกับการบริหารภาวะวิกฤต

การบริหารภาวะวิกฤต (Crisis Management) หมายถึง ปรากฏการณ์เชิงลบอันรุนแรงที่ เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด และอาจส่งผลเสียในระยะยาวต่อภาพลักษณ์ และชื่อเสียงขององค์กร ผู้บริหารสูงสุดควรใช้เทคนิคของการนำเสนอข้อมูล และไม่ควรให้มีสิ่งที่ไม่ดีค้างอยู่ในจิตใจของ ผู้รับฟัง ไม่ควรป่ายความผิดให้ผู้อื่น ควรแก้ไขในส่วนที่ต้องแก้ โดยไม่ต้องไปพูดถึงความผิดพลาด

ของคนอื่น และต้องรับผิดชอบให้ความช่วยเหลือผู้เสียหายทั้งในระยะสั้นและระยะยาวอย่างชัดเจน
จริงใจ หากต้องแถลงข่าว ควรนำเสนอข่าวสารที่ไม่ส่งผลในการสร้างภาพที่เสียหายให้กับองค์กร
กรณีของวิกฤตการณ์ใดๆ ก็ตาม ต้องเผชิญหน้ากับสื่อมวลชน โดยตรงอย่างสุภาพและเป็นมิตร

การบริหารภาวะวิกฤตเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน ซึ่งผู้บริหารสูงสุดต้องให้ความสำคัญและ
เตรียมการกับการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า หรืออย่างช้าก็เมื่อมีสัญญาณบอกเหตุ อย่าคิดว่าเป็นเรื่อง
เล็กน้อย และอย่าด่วนสรุปว่าจะจบได้เอง ตลอดจนอย่ามองชีวิตและสวัสดิภาพของคนเป็นสิ่งที่ไร้ค่า
ผู้บริหารสูงสุดควรใช้ความพยายามและความตั้งใจในการแก้ไขภาวะวิกฤตด้วยสติ โดยคำนึงถึง
ภาพลักษณ์ระยะยาวอย่างรอบคอบ โดยเฉพาะข้อมูลข่าวสารและการกำหนดประเด็นที่จะนำมา
ชี้แจงในยามวิกฤตซึ่งจะต้องสามารถนำเสนอข้อเท็จจริงที่สามารถสื่อสารได้ตรงกันหมด ไม่ว่าจะ
สื่อสารจากส่วนใดขององค์กร (พจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2548: 119-125)

สำหรับผลการวิจัยครั้งนี้ พบข้อมูลที่ส่งผลวิกฤตต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระ
นคร ด้านการศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริงพบว่า ค่าเฉลี่ยของความรู้ ความสามารถด้าน
ภาษาต่างประเทศของบัณฑิต มทร. พระนครอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ 2.71 ค่าคะแนนอยู่ในระดับ
ปานกลาง และแม้ว่าภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ของสถานประกอบการต่อบัณฑิต มทร. พระนครใน
ด้านภาษาต่างประเทศจะอยู่ในระดับน้อยที่สุด คือ 3.57 แต่ค่าคะแนนดังกล่าวอยู่ในระดับมาก

ดังนั้นวิกฤตด้านความรู้ ความสามารถทางภาษาต่างประเทศของบัณฑิต จึงเป็นวิกฤตที่
บัณฑิตและมหาวิทยาลัยต้องเผชิญในอนาคตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากสถานประกอบการ
ต่างๆ มีแนวโน้มที่จะต้องการบุคลากรที่สามารถสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศมากขึ้น เนื่องจาก
ต่อไปจะเป็น “ศตวรรษแห่งเอเชีย” ที่จีนและอินเดียจะมีบทบาทสำคัญ (เกื้อ วงศ์บุญสิน และสุวณิ
สุรเสียงสังข์, 2547) ดังนั้นหากพบว่าบัณฑิต มทร.พระนครประสบปัญหาด้านการพัฒนา
ภาษาต่างประเทศ หรือในอนาคตวัดค่าคะแนนได้ต่ำลง มหาวิทยาลัยควรมีนโยบายเร่งด่วนในการ
แก้ไขหลักสูตรให้เข้มข้นขึ้น ตลอดจนต้องสามารถสื่อสารกับสังคมได้ว่าปัญหาดังกล่าวมีสาเหตุมา
จากสิ่งใด

นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครควรตระหนักถึงบัณฑิตในอนาคตที่
ต้องพบกับการเปลี่ยนแปลงทั้งในมิติการใช้ชีวิต การเรียนรู้ ครอบครัวยุคใหม่ ภาวะเสี่ยงต่างๆ ซึ่ง
มีผลจากการเปลี่ยนทางสังคมภายหลังยุคอุตสาหกรรมและความทันสมัย ดังนั้นมหาวิทยาลัยควร
เป็นผู้นำที่สามารถวิเคราะห์ได้ ปฏิบัติได้ บนฐานทรัพยากรภูมิสังคม สร้างความรู้ใหม่ให้เกิดผลเป็น
รูปธรรม ทั้งระดับบุคคล ครอบครัวยุคใหม่ ชุมชน พื้นที่ องค์กร และภาคการผลิต (สำนักงาน
คณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2551) บนพื้นฐานหลักคิดของเศรษฐกิจพอเพียงที่มุ่งเน้นให้คน
พึ่งตนเองได้ สร้างสังคมเข้มแข็ง แล้วจึงก้าวสู่การพัฒนาประเทศระดับสากล

3. ข้อเสนอแนะสำหรับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2548 กำหนดให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นสถาบันอุดมศึกษาด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี มีวัตถุประสงค์ให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูงที่เน้นการปฏิบัติ ทำการสอน ทำการวิจัย ผลิตครู วิชาชีพ ให้บริการทางวิชาการในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแก่สังคม ทะนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยให้ผู้สำเร็จอาชีวศึกษามีโอกาสในการศึกษาต่อด้านวิชาชีพเฉพาะทางระดับปริญญาเป็นหลัก

ดังนั้นมหาวิทยาลัยจึงมุ่งเน้นผลิตบัณฑิตด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นหลัก เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการแรงงานของประเทศ ซึ่งจากผลการศึกษาวิจัย พบว่า ภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการอยู่ในระดับพึงประสงค์มาก โดยสถานประกอบการพึงประสงค์บัณฑิตผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดีมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์แยกหน่วยงานภาคเอกชนและหน่วยงานราชการ พบว่า บริษัทเอกชนพึงประสงค์บัณฑิตผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดีมากที่สุด ส่วนหน่วยงานราชการพึงประสงค์บัณฑิตที่มีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใสและบัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวมมากที่สุด

จากผลการศึกษาเห็นได้ว่านอกจากการสร้างเสริมทักษะทางวิชาการให้แก่บัณฑิตแล้ว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครควรมุ่งเน้นเสริมทักษะนอกเหนือวิชาการให้แก่บัณฑิตด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านคุณธรรม จริยธรรม สุขภาพจิต วุฒิภาวะทางอารมณ์และจิตสาธารณะ การเสียสละเพื่อส่วนรวม

สำหรับการสร้างเสริมทักษะนอกเหนือวิชาการดังกล่าวนี้ มหาวิทยาลัยควรแทรกไว้ในหลักสูตรการเรียนการสอนเพื่อสร้างจุดเด่นให้แก่บัณฑิต มทร.พระนคร รวมถึงการจัดกิจกรรมภายในมหาวิทยาลัยและการให้บริการแก่สังคม เพื่อฝึกทักษะวิชาชีพไปพร้อมกับสร้างความรับผิดชอบต่อชุมชนใกล้เคียงมหาวิทยาลัย ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะช่วยเสริมให้บัณฑิตเข้าใจและเข้าถึงชุมชนได้ และสามารถนำองค์ความรู้ไปปรับใช้ในการทำงานในอนาคต ส่งผลให้บัณฑิต มทร. พระนครมีทักษะการใช้ชีวิต การแก้ปัญหา การอยู่ร่วมในสังคมได้อย่างเหมาะสมต่อไป

นอกจากนี้ ด้านภาพลักษณ์ที่เป็นจริงของบัณฑิต มทร. พระนคร ผลการศึกษา พบว่า บัณฑิต มทร.พระนครมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใสมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ดังนั้น มหาวิทยาลัยควรสร้างภาพลักษณ์ดังกล่าวให้เป็นจุดเด่นของบัณฑิต และประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ดังกล่าวสู่สาธารณชน ส่วนภาพลักษณ์ของบัณฑิตด้านวิชาการที่มีภาพลักษณ์ไม่เด่นชัดนั้น มหาวิทยาลัยควร

สร้างระบบการพัฒนาทักษะวิชาการก่อน เมื่อสัมฤทธิ์ผลจึงจะสามารถประชาสัมพันธ์ได้ และสามารถสร้างภาพลักษณ์ดังกล่าวได้ เนื่องจากภาพลักษณ์นั้นมี 2 ประเภทคือภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และภาพลักษณ์ที่องค์การสร้างขึ้น หากมหาวิทยาลัยสร้างภาพลักษณ์ทางทักษะวิชาการ โดยที่ความจริงยังไม่สามารถสร้างให้เป็นจุดแข็งได้ อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อ ความศรัทธาต่อภาพลักษณ์ทางวิชาการในระยะยาวได้ ดังนั้นการสร้างภาพลักษณ์ทางวิชาการจึงจำเป็นต้องอาศัยระยะเวลาหนึ่งในการสร้างคุณภาพให้กับบัณฑิต รวมถึงคุณภาพด้านการบริหารการศึกษาระบบของมหาวิทยาลัยประกอบกันจึงจะสามารถสร้างภาพลักษณ์ดังกล่าวได้

4. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ที่ใช้ระเบียบวิธีการสำรวจ (Survey research) ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป อาจเพิ่มกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงสำรวจเป็นหน่วยงานทั่วไป และอาจเพิ่มในมิติของภาคประชาชนด้วย เพื่อให้ได้ผลวิจัยในแง่ของความต้องการของภาคประชาชน นอกจากนี้งานวิจัยอาจเสริมด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้บริหารองค์กร (In-depth- Interview) เพื่อให้ได้ผลวิจัยจากผู้บริหารองค์กรโดยตรง ซึ่งจะช่วยให้ผลการวิจัยมีความลึกของข้อมูลมากขึ้น

นอกจากนี้การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปน่าจะศึกษาเพิ่มเติมภาพลักษณ์เชิงวิชาชีพของผู้เรียนในสายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อนำผลวิจัยมาปรับแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารต่อสาธารณชนถึงภาพลักษณ์ที่แท้จริงของบัณฑิต ตลอดจนน่าจะศึกษานโยบายของภาครัฐ (Document research) รวมถึงความต้องการของชุมชนเพื่อวิเคราะห์แนวทางการสร้างกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์และรัฐบาลสัมพันธ์ ซึ่งน่าจะเป็นกิจกรรมหลักของมหาวิทยาลัยได้และสอดคล้องกับความเป็นตัวตนที่แท้จริงของบัณฑิตเอง ทั้งนี้กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์และรัฐบาลสัมพันธ์จะช่วยให้ภาพลักษณ์ที่แท้จริงของบัณฑิต มทร.พระนคร เค้นชัดขึ้น และส่งผลต่อภาพลักษณ์เชิงบวกของมหาวิทยาลัยในระยะยาว

บรรณานุกรม

หนังสือภาษาไทย

- ก้องเกียรติ โอภาสวงการ. 2531. กลยุทธ์การสร้างภาพพจน์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด.
- เกื้อ วงศ์บุญสินและสุวณี สุรเสียงสังข์. 2547. ทักษะแรงงานไทยในอนาคตที่พึงประสงค์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิรพร ศรีวัฒนานุกุลกิจ. 2531. แนวโน้มของตลาดแรงงานของผู้ประกอบธุรกิจการค้าและบริการกับการผลิตแรงงานธุรกิจการค้าและบริการระดับอุดมศึกษา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่. สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และคณะ. 2543. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิงอักษร.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2542. องค์การกับการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นุกูล ชูทอง และอัญชุลี เข้มจินดา. 2550. สภาพการจัดการศึกษาและปัญหาการบริหารของ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. (รายงานวิจัย).
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. 2548. ยุทธวิธีการสร้างภาพลักษณ์ผู้บริหารด้วยการจัดการสื่อสารและประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: บริษัทฐานการพิมพ์ จำกัด.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. 2546. กรุงเทพมหานคร: บริษัทนานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์จำกัด.
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. (บรรณาธิการ). 2540. ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. พิมพ์ครั้งที่ 4. สำนักพิมพ์ประกายพริก.
- รัตนาวดี ศิริทองถาวร. 2548. การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจิตร อาวะกุล. 2539. การประชาสัมพันธ์ หลักและวิธีปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- วาสนา จันทรส์ว่าง และคณะ. 2541. ภาพลักษณ์กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สามเจริญพาณิชย์ (กรุงเทพ) จำกัด.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. 2540. การประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย. 2546. การใช้สื่อในการเมืองยุคใหม่. หนังสือรายงานประจำปี 2546.
- สมชาติ กิจบรรจง. 2543. การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: วังอักษร.
- สมพร ศิลป์สุวรรณ. 2537. การศึกษาความต้องการของนายจ้างที่มีต่อมหัพัตติต คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. 2551. กรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2551-2565). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2542. การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- สุพรรณิ ไชยอำพร และสนิท สัมครการ. 2537. ภาพการณ์มีงานทำและคุณภาพในการทำงานของผู้จบการศึกษาระดับอุดมศึกษา: เฉพาะมหาวิทยาลัยประเภทจำกัดรับ. โครงการวิจัย. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- อมรา รัตตากร และคณะ. 2544. รายงานการวิจัย เรื่อง การศึกษาความต้องการของชุมชนด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และบริการทางการศึกษาระดับอุดมศึกษา ของสถาบันราชภัฏจันทรเกษมช่วงปี 2545-2549. สถาบันราชภัฏจันทรเกษม.
- อัญญา วัฒนานุกิจ, วีระพงษ์ สิริกรวุฒิพงศ์ และสุธี นิรัตน์พันธุ์. 2532. การคาดคะเนกำลังคนระดับปริญญา. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. โครงการจัดทำแผนอุดมศึกษาระยะยาวทบวงมหาวิทยาลัย.

หนังสือภาษาอังกฤษ

- Bernays, Edward L., 1961. **Your Future in Public Relations**. New York: Richard Rosen Press, Inc.
- Boulding, Kenneth E., 1975. **The Image: Knowledge in Life and Society**. Michigan: The University of Michigan.
- Harrison, Shirley. 1995. **Public Relations**. London and New York: Routledge.

วารสารวิชาการ

รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. ม.ป.ป. กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจ. รวม
บทความวิชาการ นิเทศศาสตร์การตลาด แนวคิดและกรณีศึกษา : 34-44.

วิทยานิพนธ์

- กรกนก วิโรจศรีสกุล. 2546. ภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในสายตาประชาชนเขต
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตลาวัลย์ บุนนาค. 2539. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในสายตาของนักเรียนชั้น
มัธยมศึกษาตอนปลาย. วิทยานิพนธ์ศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชานิเทศศาสตร์
พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชลรัตน์ ชลมารค. 2546. ภาพลักษณ์โรงเรียนเอกชนในจังหวัดชลบุรี ตามการรับรู้ของผู้ปกครอง.
ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาบริหารการศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ญาณิศาภาท กาญจนวิศิษฐ์. 2547. กระบวนการสร้างความหมาย และบทบาทวาทกรรม “รายการ
นายกฯ ทักฉันคุยกับประชาชน”. วิทยานิพนธ์ศาสตรมหาบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ญาณี สุทินเผือก. 2544. การรับรู้และทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของพรรคความหวังใหม่ เปรียบเทียบ
ระหว่างประชาชนในกรุงเทพมหานครและประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สํารวจ
ในช่วงการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2544. วิทยานิพนธ์ศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐวุฒิ โสภณเสถียร. 2546. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และภาพลักษณ์ของกองบัญชาการทหาร
สูงสุด ในสายตาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศาสตรมหาบัณฑิต.
สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงพร จำปาศรี. 2547. ภาพลักษณ์ของ พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร ที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ไทย.
วิทยานิพนธ์ศาสตรมหาบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิตยา สุขดี. 2541. การต่างประเทศของรัฐบาลนายอานันท์ ปันยารชุน: กรณีการกู้ยืมเงินของ
ประเทศ. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- พินิจ พิชญางศ์. 2535. ระบบการจ้างงานและการพัฒนาฝีมือแรงงานในธุรกิจเอกชน. ปรินญาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วงเดือน สุนันดา. 2544. ภาพลักษณ์ตนเองเชิงวิชาชีพของพยาบาลวิชาชีพที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลจิตเวช. ปรินญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการบริหารการพยาบาล บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุภาภรณ์ สุธรรมโกศล. 2547. การสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของบุคคลในวงการบันเทิงเข้าทำงานทางการเมือง. ปรินญานิติศาสตรมหาบัณฑิต. คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภรัตน์ ม่วงศิริ. 2547. การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ ของโรงเรียนอนุบาลสังกัดสำนักบริหารงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้บริหาร และผู้ปกครอง. ปรินญาครุศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอกสารอื่นๆ

- นัฐวุฒิ อัมพรศักดิ์. 2542. แนวทางความร่วมมือระหว่างสถานศึกษาและสถานประกอบการในการจัดการฝึกงานสำหรับนักศึกษา โรงเรียนเชียงใหม่เทคโนโลยี. การค้นคว้าอิสระตามหลักสูตรปรินญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาอาชีวศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. 2548. เรื่อง ข้อสังเกต และข้อเสนอแนะของคณะกรรมการการศึกษา เรื่องมาตรฐานการจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษา. (สำเนาหนังสือที่ ศช 0506 (3) / ว 1610 ลงวันที่ 17 พฤศจิกายน 2548).
- สำนักงานเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. 2547. มติคณะรัฐมนตรี. (เอกสารมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 28 ธันวาคม 2547).
- สุชาติ ธาธาธารงเวช, ลลิตา ฤกษ์ สำราญ และครรชิต มาลัยวงศ์. 2534. อาชีวและเทคนิคศึกษากับการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศ. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. (เอกสารประกอบการสัมมนาทางวิชาการ).
- สำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (Copyright, 2006). <http://www.nesdb.go.th>.

24 May, 2007.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก.

สูตรการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ของ Taro Yamane (1967)

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น





งานสารบรรณ
คณะวิศวกรรมศาสตร์
เลขรับที่ 1503
วันที่ - 5 มิ.ย. 2551
เวลา 11.50 น.

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มวลชน ฝ่ายวิชาการและวิจัย โทร. ๐-๒๒๘๒-๕๐๐๕-๑๕ ต่อ ๖๔๐๖
ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๔/๑๖๐๗ วันที่ ๑๖ พฤษภาคม ๒๕๕๑
เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ขอข้อมูลสถานที่ฝึกงาน

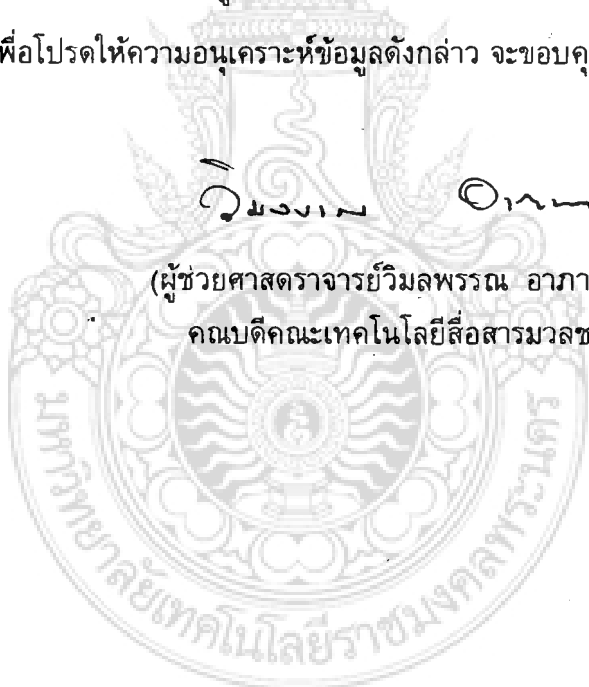
เรียน คณบดีคณะวิศวกรรมศาสตร์

ตามที่อาจารย์ณัฐภณ สุเมธธิดม บุคลากรของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มวลชน ได้รับ
ทุนอุดหนุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เรื่อง "การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริง
และที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถาน
ประกอบการ" นั้น ขณะนี้ผู้วิจัยประสงค์จะเก็บข้อมูลภาคสนามซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย ดังนั้นจึง
จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการขอข้อมูลสถานที่ฝึกงานของนักศึกษาในปีล่าสุดด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว จะขอบขอบคุณยิ่ง

วิมลพรรณ อามาเวท

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิมลพรรณ อามาเวท)
คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มวลชน



สารบรรณ 02-913-2424 - 109
วิชาการ 118 113
/ 02-913-2486



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
รับที่ 00782
วันที่ - 1 ส.ย. 2551
เวลา 13.30 น.

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ฝ่ายวิชาการและวิจัย โทร.0-2282-5935-15 ต่อ 6406
ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๔/๑๒๗/๑ วันที่ ๑๗ พฤษภาคม ๒๕๕๑
เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ขอข้อมูลสถานที่ฝึกงาน

เรียน คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

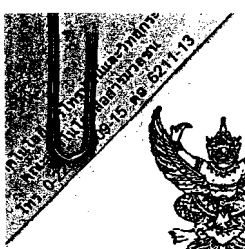
ตามที่อาจารย์ณัฐภณ สุเมธธิดม บุคลากรของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ได้รับ
ทุนอุดหนุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เรื่อง "การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริง
และที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถาน
ประกอบการ" นั้น ขณะนี้ผู้วิจัยประสงค์จะเก็บข้อมูลภาคสนามซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย ดังนั้นคณะฯ
จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการขอข้อมูลสถานที่ฝึกงานของนักศึกษาในปีล่าสุดด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว จะขอบขอบคุณยิ่ง

วิมลพรรณ อนัน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิมลพรรณ อภาเวท)
คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ





คณะกรรมการอุตสาหกรรม
เลขที่รับ..... 1653
วันที่..... -2 มิ.ย. 2551
ผู้รับ..... เวลา 10.00 น.
102

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ฝ่ายวิชาการและวิจัย โทร.๐-๒๒๘๒-๙๐๐๙-๑๕ ต่อ ๖๔๐๖
 ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๔/๑๖๖๘ วันที่ ๒๐ พฤษภาคม ๒๕๕๑
 เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ขอข้อมูลสถานที่ฝึกงาน

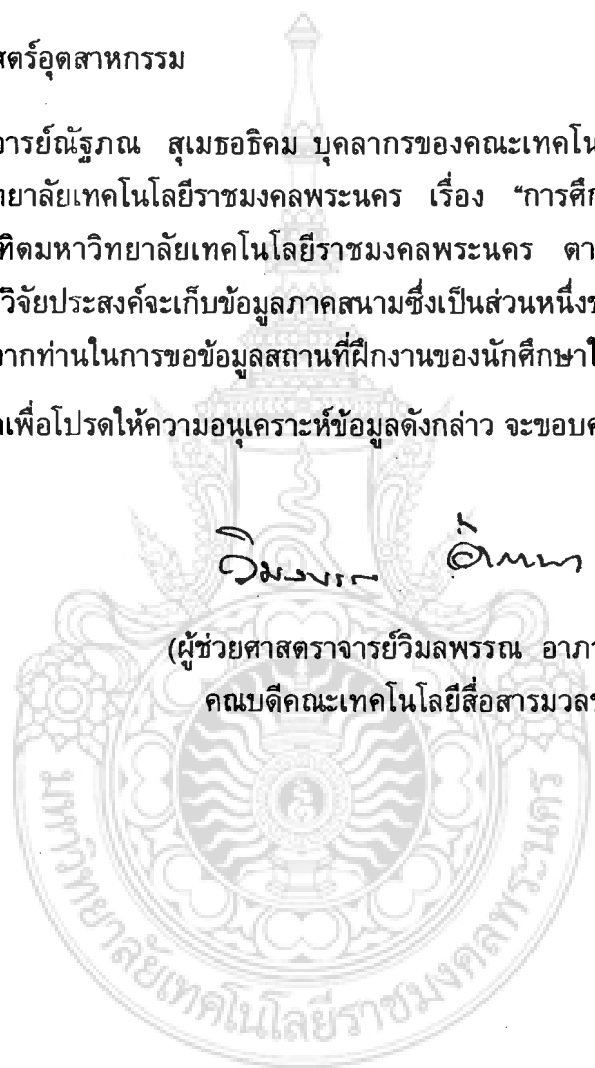
เรียน คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

ตามที่อาจารย์ณัฐภณ สุเมธธิตคม บุคลากรของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ได้รับ
 ทุนอุดหนุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เรื่อง “การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริง
 และที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถาน
 ประกอบการ” นั้น ขณะนี้ผู้วิจัยประสงค์จะเก็บข้อมูลภาคสนามซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย ดังนั้นคณะฯ
 จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการขอข้อมูลสถานที่ฝึกงานของนักศึกษาในปีล่าสุดด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว จะขอบคุณยิ่ง

วิมลพร อิ่มนง

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิมลพร อิ่มนง)
 คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ





บันทึกข้อความ

103

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ฝ่ายวิชาการและวิจัย โทร.๐-๒๒๘๒-๘๐๐๙-๑๕ ต่อ ๖๔๐๖

ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๔/๕๖๖๗ วันที่ ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๕๑

เรื่อง ขอลความอนุเคราะห์ขอข้อมูลสถานที่ฝึกงาน

เรียน คณบดีคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ตามที่อาจารย์ณัฐภณ สุเมธธิตม บุคลากรของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ได้รับ
ทุนอุดหนุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เรื่อง “การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริง
และที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถาน
ประกอบการ” นั้น ขณะนี้ผู้วิจัยประสงค์จะเก็บข้อมูลภาคสนามซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย ดังนั้นคณะฯ
จึงใคร่ขอลความอนุเคราะห์จากท่านในการขอข้อมูลสถานที่ฝึกงานของนักศึกษาในปีล่าสุดด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว จะขอบคุณยิ่ง

วิมลวรรณ อามาเวท

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิมลวรรณ อามาเวท)
คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ



๕/๖/๕๑

113 / 115

๑/๖/๕๑ ๐๕๘๑.๐๖/๕๗๗



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ฝ่ายวิชาการและวิจัย โทร.๐-๒๒๘๒-๘๐๐๘-๑๕ ต่อ ๖๔๐๖

ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๔ / ๕๖๐๓ วันที่ ๑๘ พฤษภาคม ๒๕๕๑

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ขอข้อมูลสถานที่ฝึกงาน

เรียน คณบดีคณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น

ตามที่อาจารย์ณัฐภณ สุเมธอริคม บุคลากรของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ได้รับ
ทุนอุดหนุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เรื่อง "การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริง
และที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถาน
ประกอบการ" นั้น ขณะนี้ผู้วิจัยประสงค์จะเก็บข้อมูลภาคสนามซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย ดังนั้นคณะฯ
จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการขอข้อมูลสถานที่ฝึกงานของนักศึกษาในปีล่าสุดด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว จะขอบคุณยิ่ง

วิมลพรรณ อภาเวท

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิมลพรรณ อภาเวท)

คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ

รับทราบแล้ว
๑๗/๕/๕๑
อ.อ.ช.๕๑.

๒๐๐๑ ๒๐๐๐



บันทึกข้อความ

คณะบริหารธุรกิจ
เลขรับ..... 1553
วันที่..... 3 มิ.ย. 2561
เวลา..... 13.00 น.

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ฝ่ายวิชาการและวิจัย โทร.๐-๒๒๘๒-๔๐๐๔-๑๕ ต่อ ๖๔๐๖

ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๔/๑๖๖๕ วันที่ ๑๐ พฤษภาคม ๒๕๕๑

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ขอข้อมูลสถานที่ฝึกงาน

เรียน คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

ตามที่อาจารย์ณัฐภณ สุเมธอริคม บุคลากรของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ได้รับ
ทุนอุดหนุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เรื่อง “การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริง
และที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถาน
ประกอบการ” นั้น ขณะนี้ผู้วิจัยประสงค์จะเก็บข้อมูลภาคสนามซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย ดังนั้นคณะฯ
จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการขอข้อมูลสถานที่ฝึกงานของนักศึกษาในปีล่าสุดด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว จะขอบคุณยิ่ง

วิมลวรรณ อามาเวท

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิมลวรรณ อามาเวท)
คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ



สุนันทา

3 มิ.ย. ๕๑

02-282-9101

วิมลวรรณ

2221



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มวลชน ฝ่ายวิชาการและวิจัย โทร.0-2282-๙๐๐๙-๑๕ ต่อ ๖๔๐๖
ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๔/๑๒ ๗/๖ วันที่ ๒๐ พฤษภาคม ๒๕๕๑
เรื่อง ขออนุมัติขอข้อมูลสถานที่ฝึกงาน

เรียน คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

ตามที่อาจารย์ณัฐภณ สุเมธธิตม บุคลากรของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศได้รับ
ทุนอุดหนุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เรื่อง "การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริง
และที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถาน
ประกอบการ" นั้น ขณะนี้ผู้วิจัยประสงค์จะเก็บข้อมูลภาคสนามซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย ดังนั้นคณะ
จึงใคร่ขออนุมัติขอข้อมูลสถานที่ฝึกงานของนักศึกษาในปีล่าสุดด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว จะขอบคุณยิ่ง

วิมลพร อามา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิมลพร อามาเวท)
คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มวลชน



คุณชมาภรณ์

คุณอภิรัตน์ ๐๒-๒๒๑-๓๓๓๑-๔ ต่อ ๒๑๐๑

วิจัย ๒๑๐๔



คณะกรรมการ
เลขที่รับ..... 0040 0940
วันที่ - 3 ส.ย. 2551
เวลา..... 108.....

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ฝ่ายวิชาการและวิจัย โทร.๐-๒๒๘๒-๘๐๐๘-๑๕ ต่อ ๖๔๐๖
ที่ ศธ ๐๕๘๑.๐๔/๑๑๖๑ วันที่ ๒๗ พฤษภาคม ๒๕๕๑
เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ขอข้อมูลสถานที่ฝึกงาน

เรียน คณบดีคณะศิลปศาสตร์ประยุกต์

ตามที่อาจารย์ณัฐภณ สุเมธธิตม บุคลากรของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ ได้รับ
ทุนอุดหนุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เรื่อง “การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริง
และที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถาน
ประกอบการ” นั้น ขณะนี้ผู้วิจัยประสงค์จะเก็บข้อมูลภาคสนามซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย ดังนั้นคณะฯ
จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการขอข้อมูลสถานที่ฝึกงานของนักศึกษาในปีล่าสุดด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว จะขอบคุณยิ่ง

วิมลพรรณ อภาเวท

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิมลพรรณ อภาเวท)
คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศฯ

ส่งวิทยานิพนธ์ ๒๒-๒๘๒-๑๑๐๒ # 1114

๐๒-๒๘๑-๐๐๑๓

รับทราบแล้ว ศธ. ๐๕๘๑.๐๔
1/๑๐๐

ภาคผนวก ก.

คำชี้แจง

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิตมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ” ในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้รับทุนอุดหนุนวิจัย งบประมาณประโยชน์ประจำปี 2551 จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของบัณฑิตที่เป็นจริง และภาพลักษณ์ของบัณฑิตที่พึงประสงค์ ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ และเพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์ที่เป็นจริงและที่พึงประสงค์ของบัณฑิต ตามความคิดเห็นของสถานประกอบการ

ดังนั้นเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาบัณฑิตของมหาวิทยาลัย คณะผู้วิจัยขอความร่วมมือจากท่านในการตอบคำถามตามความเป็นจริงทุกข้อ โดยจะไม่มีเปิดเผยข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ประการใด

ขอขอบคุณ

นายฉัฐภณ	สุเมธธิตม	หัวหน้าโครงการวิจัย
นายบุญเกิด	วงษ์บุญงาม	ผู้ร่วมวิจัย
นางสาวอัญชุลี	แย้มจินดา	ผู้ร่วมวิจัย

แบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด และระบุข้อความเพื่อให้ได้คำตอบที่สมบูรณ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ต่ำกว่า 25 ปี 25 - 30 ปี
 31 - 35 ปี 36 - 40 ปี
 41 - 45 ปี 46 - 50 ปี
 51- 55 ปี 56 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี
 ปริญญาตรี
 ปริญญาโท
 สูงกว่าปริญญาโท
4. ลักษณะหน่วยงาน หน่วยงาน/องค์กรราชการ หน่วยงาน/องค์กรรัฐวิสาหกิจ
 หน่วยงาน/องค์กรอิสระ หน่วยงาน/องค์กรมหาชน
 บริษัทเอกชน องค์กร/สมาคม
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. บัณฑิตราชมงคลพระนครที่ท่านรับเข้าฝึกงานหรือรับเข้าทำงาน ศึกษาอยู่ในคณะใด

- คณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
- คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
- คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะบริหารธุรกิจ
- คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
- คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น

ข้อ	รายการ	ระดับความคิดเห็น ต่อภาพลักษณ์ที่เป็นจริง						ระดับความคิดเห็น ต่อภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์				
		5	4	3	2	1		5	4	3	2	1
	2. ทักษะนอกเหนือวิชาการของบัณฑิต											
11	บัณฑิตมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง											
12	บัณฑิตมีสุขภาพจิตดี มีความร่าเริง แจ่มใส											
13	บัณฑิตกล้าแสดงออก และสามารถร่วมกิจกรรมกับ ผู้อื่นได้											
14	บัณฑิตสามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม											
15	บัณฑิตสามารถตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม											
16	บัณฑิตมีภาวะผู้นำ											
17	บัณฑิตสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้											
18	บัณฑิตสามารถทำงานเป็นทีม											
19	บัณฑิตมีความขยันหมั่นเพียร											
20	บัณฑิตสามารถอดทนต่อภาวะวิกฤตได้											
21	บัณฑิตเป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมที่ดี											
22	บัณฑิตเป็นผู้เสียสละต่อส่วนรวม											

7. ความเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

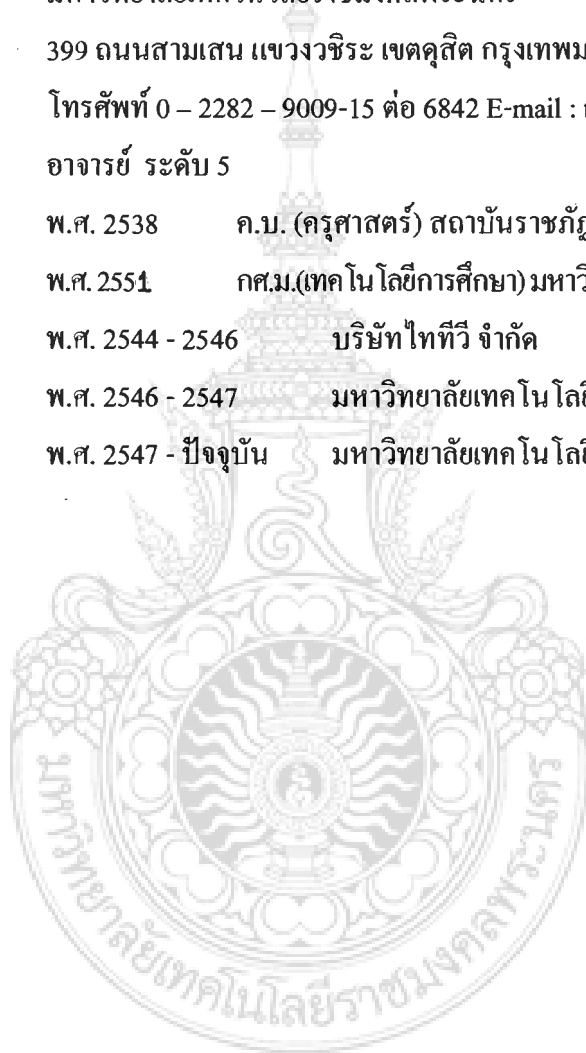
.....

ขอขอบคุณ

คณะผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ – นามสกุล ที่อยู่	นายณัฐภณ สุเมธอริคม คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร 399 ถนนสามเสน แขวงวชิระ เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300 โทรศัพท์ 0 – 2282 – 9009-15 ต่อ 6842 E-mail : tourtor@hotmail.com
ตำแหน่ง	อาจารย์ ระดับ 5
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2538 ค.บ. (ครุศาสตร์) สถาบันราชภัฏจันทรเกษม พ.ศ. 2551 กศ.ม.(เทคโนโลยีการศึกษา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2544 - 2546 บริษัท ไททีวี จำกัด พ.ศ. 2546 - 2547 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พ.ศ. 2547 - ปัจจุบัน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล ที่อยู่	นางสาวอัญชุลี เข้มจินดา คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร 399 ถนนสามเสน แขวงวชิระ เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300 โทรศัพท์ 0 – 2282 – 9009-15 ต่อ 6842 E-mail : puanchulee@hotmail.com
ตำแหน่ง	อาจารย์ ระดับ 6
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2541 ศศ.บ. (นิเทศศาสตร์) สถาบันราชภัฏนครราชสีมา พ.ศ. 2543 นศ.ม. (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2544 – 2546 มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ พ.ศ. 2546 – 2548 สำนักงานสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ พ.ศ. 2548 – ปัจจุบัน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

