



รายงานการวิจัย

เรื่อง

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

อนุรักษ์ นวพรไพศาล

สันต์ชัย เปี่ยมมูดา

กริทยายุทธ เฟื่องใหญ่

สมคิด รักษาทรัพย์

รายงานการวิจัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย
ที่ได้รับงบประมาณเงินรายได้ ประจำปี 2555

มีนาคม 2556

เลขที่ ๖๕๘ ๔๐๙๒
๐ ๑๕๔๗
เลขที่ ๓๐๔๖ ๕.๒
วันที่ เดือน ปี ๒ ๖ มี.ค. ๒๕๕๑

รายงานการวิจัยฉบับนี้
ได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ประจำปี ๒๕๕๕



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
ประกาศคุณูปการ	ค
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
กรอบแนวคิดของการวิจัย	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์	5
ความสำคัญของภาพลักษณ์	6
ลักษณะของภาพลักษณ์	7
องค์ประกอบของภาพลักษณ์	8
คุณลักษณะของภาพลักษณ์	10
ประเภทของภาพลักษณ์	11
การเกิดภาพลักษณ์	13
ความเข้าใจในกระบวนการเกิดและการสร้างภาพลักษณ์	14
การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี	14
ภาพลักษณ์องค์กร	15
ตอนที่ 2 แนวคิดการประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์	18
หลักการประชาสัมพันธ์	18
หลักสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน	19
องค์ประกอบภาพลักษณ์องค์กร	20
ทฤษฎีของผู้บริหารว่าด้วยการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์	21
การวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์	22
การประเมินภาพลักษณ์องค์กร	22
ตอนที่ 3 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ	24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตอนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
3 วิธีดำเนินการวิจัย	28
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	28
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	28
การเก็บรวบรวมข้อมูล	30
การวิเคราะห์ข้อมูล	30
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	31
5 สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	50
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	50
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	50
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	50
การเก็บรวบรวมข้อมูล	50
การวิเคราะห์ข้อมูล	51
สรุปผลการวิจัย	51
อภิปรายผล	55
ข้อเสนอแนะ	56
บรรณานุกรม	58
ภาคผนวก	60
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบเครื่องมือ	61
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ กลั่นกรองงานวิจัย	63
ภาคผนวก ค เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	65
ภาคผนวก ง ประวัติผู้วิจัย	83

บัญชีตาราง

ตารางที่		หน้า
1	สถานภาพทั่วไปของอาจารย์ที่ให้ข้อมูลจำแนกตามเพศ คณะวิชา ระดับการศึกษา และพื้นที่ทำงานประจำ	31
2	สถานภาพทั่วไปของนักศึกษาที่ให้ข้อมูลจำแนกตามเพศ คณะวิชา ระดับชั้นปี และพื้นที่ที่ศึกษาเป็นประจำ	32
3	ความคิดเห็นของอาจารย์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านต่าง ๆ จำนวน 10 ด้าน	33
4	ความคิดเห็นของอาจารย์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านระบบการบริหารจัดการ	34
5	ความคิดเห็นของอาจารย์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านคุณภาพของบัณฑิต	34
6	ความคิดเห็นของอาจารย์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน	35
7	ความคิดเห็นของอาจารย์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านอาคารเรียนและห้องเรียน	36
8	ความคิดเห็นของอาจารย์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านคุณภาพของนักศึกษา	37
9	ความคิดเห็นของอาจารย์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านวิทยบริการ	37
10	ความคิดเห็นของอาจารย์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านระบบงานทะเบียน	38
11	ความคิดเห็นของอาจารย์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านบรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย	38
12	ความคิดเห็นของอาจารย์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ	39
13	ความคิดเห็นของอาจารย์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านระบบรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ	39
14	ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านต่าง ๆ 11 ด้าน	40
15	ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านระบบการบริหารจัดการ	41

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
16	ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านอาจารย์ผู้สอน	41
17	ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านนักศึกษา	42
18	ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านอุปกรณ์การเรียนการสอน	43
19	ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านงานกิจการนักศึกษา	43
20	ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านอาคารเรียนและห้องเรียน	44
21	ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านวิทยบริการ	45
22	ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านระบบงานทะเบียน	45
23	ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านบรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย	46
24	ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ	46
25	ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ	47
26	ความคิดเห็นของอาจารย์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านต่าง ๆ 11 ด้าน จำแนกตามพื้นที่	48
27	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของอาจารย์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลกรุงเทพ ในด้านต่าง ๆ	49

ชื่อเรื่อง : ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
 ผู้วิจัย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์อนุรักษ์ นวพรไพศาล อาจารย์สมคิด รักษาทรัพย์
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์สันต์ชัย เปี่ยมขุดา และผู้ช่วยศาสตราจารย์กรีฑายุทธ เพ็งใหญ่
 ปีที่ทำวิจัย : 1 ตุลาคม 2554 – 31 มีนาคม 2556

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ตามทัศนของอาจารย์และนักศึกษาในด้านต่าง ๆ จำนวน 11 ด้าน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นอาจารย์สังกัดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ จำนวน 220 คน และนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ จำนวน 620 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) รวมกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยทั้งสิ้น 840 คน ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ สามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้ คิดเป็นร้อยละ 100 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) พร้อมทั้งแปลความหมายข้อมูลผลการวิจัยพบว่า

1. อาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านต่าง ๆ โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านระบบการบริหารจัดการ ด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน ด้านคุณภาพของนักศึกษา ด้านวิทยบริการ ด้านระบบงานทะเบียน ด้านบรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยในระดับปานกลางเช่นกัน ส่วนด้านคุณภาพของบัณฑิต มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยในระดับมาก และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และด้านระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถที่มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยในระดับน้อย

2. นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านต่าง ๆ โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านระบบการบริหารจัดการ ด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน ด้านงานกิจการนักศึกษา ด้านอาคารเรียนและห้องเรียน ด้านวิทยบริการ ด้านบรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย ด้านระบบงานทะเบียน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และด้านระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยในระดับปานกลางเช่นกัน ส่วนด้านอาจารย์ผู้สอน และด้านนักศึกษา มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยในระดับมาก

Title: The Image of Rajamangala University of Technology Krungthep

Researchers: Assist. Prof. Anurag Navapornpisal

Assist. Prof. Sunchai Baemukda

Mrs. Somkid Raksasup

And Assist. Prof. Kreethayut Perngyal

Research duration: October 1, 2011-March 31, 2013

Abstract

The purpose of this research was to study the image of Rajamangala University of Technology Krungthep on 11 aspects. The sample was 840 respondents comprising the University's 220 instructors and 620 students. 840 sets of questionnaire were distributed and collected by the researchers, and 100% of them was perfectly completed. Then the collected data was analyzed by using "percentage", "mean" and "standard deviation" after that data interpretation was done.

The results were founds as follows:

1. The overall instructors' satisfaction towards the 11 aspects of image of Rajamangala University of Technology Krungthep was found at medium level. When looking at individual aspect, it was found that the following aspects: administration and management, teaching materials and texts, students' quality, academic service, registration system, and the University's atmosphere were also found at medium level. The aspect of the graduates' quality was found at high level. While the aspects of facilities, security system and car park were found at low level.

2. The overall students' satisfaction towards the 11 aspects of image of Rajamangala University of Technology Krungthep was found at medium level. When considering individual aspect, it was found that the following aspects: administration and management, teaching materials and texts, students' affairs, buildings and classrooms, academic service, University atmosphere, registration system, facilities, and security system and car park were also found at medium level. While the aspects of instructors' quality, and students' quality were found at high level.

ประกาศคุณูปการ

งานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ที่ได้อนุมัติงบประมาณเงินรายได้ ประจำปี 2555 ให้ดำเนินการวิจัยโดยได้รับความอนุเคราะห์จากอาจารย์ และ นักศึกษาทุกคณะวิชาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม ทำให้งานวิจัยใน ครั้งนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณอาจารย์กัลยา เพชรเพริศ ที่ช่วยแปลบทคัดย่อภาษาอังกฤษ (Abstract) และขอขอบคุณ คุณนิภา ทองเนื้อแปด ในการจัดพิมพ์งานวิจัยจนทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

อนุรักษ์ นวพรไพศาล และคณะ



ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พุทธศักราช 2545 มาตรา 6 (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. 2545 : 5 – 6) ระบุว่า “การจัดการศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้และคุณธรรม มีจริยธรรมและวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข และในกระบวนการเรียนรู้ต้องมุ่งปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องเกี่ยวกับการเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข รู้จักรักษาและส่งเสริมสิทธิ หน้าที่ เสรีภาพ ความเคารพกฎหมาย ความเสมอภาค และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ มีความภาคภูมิใจในความเป็นไทย รู้จักรักษาผลประโยชน์ส่วนรวมและของประเทศชาติรวมทั้งส่งเสริมศาสนา ศิลปวัฒนธรรมของชาติ การกีฬา ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาไทย และความรู้อันเป็นสากล ตลอดจนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมีความสามารถในการประกอบอาชีพ รู้จักพึ่งตนเอง มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ใฝ่รู้และเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่องและตามมาตรา 8 ในการจัดการศึกษาให้ยึดหลักดังนี้

- (1) เป็นการศึกษาตลอดชีวิต สำหรับประชาชน
- (2) ให้สังคมมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา
- (3) การพัฒนาสาระและกระบวนการเรียนรู้ให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง

มาตรา 9 การจัดระบบโครงสร้างและกระบวนการจัดการศึกษาให้ยึดหลัก ดังนี้

- (1) มีเอกภาพด้านนโยบาย และมีความหลากหลายในการปฏิบัติ
- (2) มีการกระจายอำนาจไปสู่เขตพื้นที่การศึกษา สถานศึกษาและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- (3) มีการกำหนดมาตรฐานการศึกษา และจัดระบบการประกันคุณภาพการศึกษาทุกระดับและ

ประเภทการศึกษา

- (4) มีหลักการส่งเสริมมาตรฐานวิชาชีพ คณาจารย์และบุคลากรทางการศึกษาและการพัฒนา ครู คณาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษาอย่างต่อเนื่อง

- (5) ระดมทรัพยากรจากแหล่งต่าง ๆ มาใช้ในการจัดการศึกษา

- (6) การมีส่วนร่วมของบุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์กรชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เอกชน องค์กรเอกชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถานประกอบการ และสถาบันสังคมอื่น

มาตรา 16 การศึกษาในระบบมีสองระดับ คือ การศึกษาขั้นพื้นฐานและการศึกษา ระดับอุดมศึกษา

ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542 ดังกล่าว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล กรุงเทพมหานคร เป็นสถาบันการศึกษา ในสังกัด สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา เมื่อปี พ.ศ. 2548 จัดการศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ ใน 6 คณะ และ 1 วิทยาลัยนานาชาติ รับนักศึกษาโดยวิธี

ระบบโควตา วิธีสอบตรง และวิธีสอบผ่านสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (Admission) ประกอบกับ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพเป็นมหาวิทยาลัยที่เกิดจากการรวมตัวของ 3 วิทยาเขต คือ วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพ วิทยาเขตปทุมวัน มหาเมฆ และวิทยาเขตพระนครใต้ ซึ่งมีวัฒนธรรมองค์กร และ ระบบการบริหารจัดการของแต่ละแห่งเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ตลอดจนภาพลักษณ์องค์กรของแต่ละแห่งแตกต่างกัน

ในปัจจุบัน ภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการบริหารจัดการตามภารกิจหลักของสถาบันอุดมศึกษา 4 ด้าน ได้แก่ การเรียนการสอน การวิจัย การให้บริการวิชาการแก่สังคม และการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม และส่งผลต่อการบริหารจัดการในองค์กรและการผลิตบัณฑิตออกสู่ตลาดแรงงาน ซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีสามารถสร้างความน่าเชื่อถือศรัทธาให้แก่ผู้ที่เข้าศึกษาต่อ ประชาชน ผู้ปกครอง และนักศึกษาของมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ได้ตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นในการสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นและศรัทธาแก่ผู้ที่เข้าศึกษาต่อและนักศึกษาของมหาวิทยาลัยตลอดจนผู้ใช้บัณฑิต จึงได้ศึกษาพัฒนาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุง พัฒนาและประชาสัมพันธ์ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและถูกต้องให้เกิดขึ้นกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ตามทัศนะของอาจารย์และนักศึกษา ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ระบบการบริหารจัดการ คุณภาพของบัณฑิต คุณภาพของนักศึกษา อาจารย์ ผู้สอน อุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน งานกิจการนักศึกษา อาคารเรียนและห้องเรียน วิทยบริการ ระบบงานทะเบียน บรรณารักษ์ภายในมหาวิทยาลัย สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- (1) ใช้เป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนา การเสริมสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- (2) มหาวิทยาลัยแห่งอื่น สามารถนำผลการวิจัย ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาภาพลักษณ์สถาบันอุดมศึกษาของตนเองต่อไปให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- (1) ศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ตามความเห็นของอาจารย์ และนักศึกษา ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ระบบการบริหารจัดการ การจัดการเรียนการสอน กิจกรรมพัฒนานักศึกษา

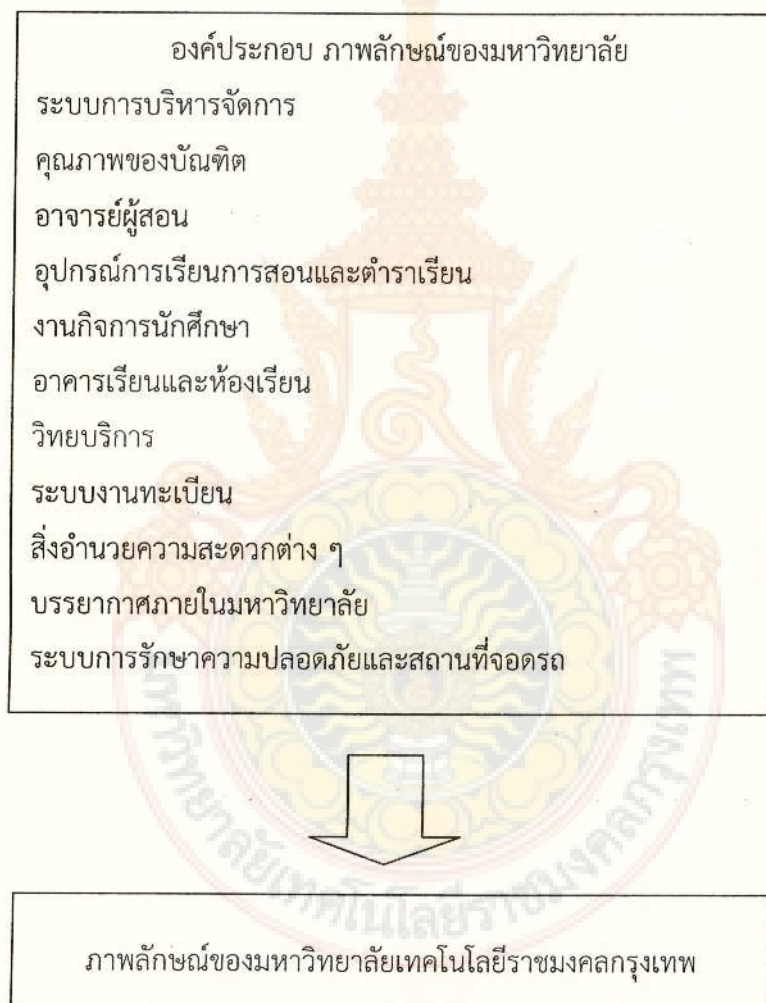
การวิจัย การบริการวิชาการแก่สังคม การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม คุณภาพของบัณฑิต สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และบรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย

(2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยอาจารย์และนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ผู้วิจัยวิเคราะห์จาก การศึกษาเอกสารต่าง ๆ การสัมภาษณ์ พูดคุย เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

กรอบแนวคิดของการวิจัย



นิยามศัพท์เฉพาะ

ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์กรหรือสถาบัน ภาพในใจของบุคคลนั้น ๆ อาจจะได้มาจากทั้งประสบการณ์ทางตรงและประสบการณ์ทางอ้อมของตัวเอง เช่น การได้ประสบกับตนเอง การได้ยินได้ฟังมาจากคำบอกเล่าของบุคคลอื่นหรือจากการเปิดรับข่าวสาร

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของ อาจารย์และนักศึกษาที่มีต่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพในด้านระบบการบริหารจัดการ คุณภาพของบัณฑิต อุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน อาคารเรียนและห้องเรียน คุณภาพของนักศึกษา วิทยบริการ บรรณารักษ์ภายในมหาวิทยาลัย ระบบงานทะเบียน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และระบบการรักษาความปลอดภัย

อาจารย์ผู้สอน หมายถึง อาจารย์ประจำหรืออาจารย์พิเศษที่รับผิดชอบในการเรียนการสอนในระดับปริญญาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

นักศึกษา หมายถึง นักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ซึ่งมี 3 เขตพื้นที่ คือ พื้นที่เขตเทคนิคกรุงเทพ พื้นที่บพิตรพิมุข มหาเมฆ และพื้นที่พระนครใต้



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

ความสำคัญของภาพลักษณ์

ลักษณะของภาพลักษณ์

องค์ประกอบของภาพลักษณ์

คุณลักษณะของภาพลักษณ์

ประเภทของภาพลักษณ์

การเกิดภาพลักษณ์

ความเข้าใจในกระบวนการเกิดและการสร้างภาพลักษณ์

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

ภาพลักษณ์องค์กร

ตอนที่ 2 แนวคิดการประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์

หลักการประชาสัมพันธ์

หลักสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน

องค์ประกอบภาพลักษณ์องค์กร

ทฤษฎีของผู้บริหารว่าด้วยการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์

การวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์

การประเมินภาพลักษณ์องค์กร

ตอนที่ 3 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ตอนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

ความหมาย

คำว่า ภาพลักษณ์ เป็นคำที่ถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน โดยเฉพาะองค์กรต่าง ๆ เรื่องภาพลักษณ์นั้นถือเป็นเครื่องมือในการบริหารงานในหน่วยงานให้เป็นที่น่าเชื่อถือ ได้รับการยอมรับ และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันทั่วไป โดยมีผู้ให้คำจำกัดความของคำว่า ภาพลักษณ์ ไว้แตกต่างกันออกไป คือ

จิราภรณ์ สีขาว (ม.ป.ป.) อาจารย์สถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษา ให้ข้อมูลเกี่ยวกับคำนิยามของคำว่า ภาพลักษณ์ ไว้ว่า เป็นภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ของบุคคลตามความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อองค์กร สถาบัน บุคคล

หรือการดำเนินงาน ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจนี้อาจเป็นผลมาจากการได้รับประสบการณ์โดยตรง หรือ ประสบการณ์โดยอ้อมที่บุคคลนั้นรับรู้มา

นอกจากนี้ยังให้คำนิยามของคำว่า “ภาพลักษณ์องค์กร” (Corporate Image) ไว้ว่า เป็นภาพรวมทั้งหมดขององค์กรที่บุคคลรับจากประสบการณ์ หรือมีความรู้ ความประทับใจ ตลอดจนความรู้สึกที่มีต่อหน่วยงานหรือสถาบัน โดยการทำหรือพฤติกรรมองค์กร การบริหารผลิตภัณฑ์ การบริหาร และการประชาสัมพันธ์ จะเข้ามามีบทบาทต่อภาพลักษณ์องค์กรด้วย

คำนิยามของภาพลักษณ์ในแวดวงการบริหารธุรกิจสมัยใหม่และการตลาด มีผู้เชี่ยวชาญได้ให้ไว้แตกต่างกันดังนี้ คือ

Kolter (2000 : 553) ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดอธิบายถึงคำว่า ภาพลักษณ์ (Image) ว่าเป็นองค์รวม ความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งทัศนคติและการกระทำใด ๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้น จะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงที่สุดกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ

ส่วน Jefkins (อ้างในเสรี วงษ์มณฑา. ๒๕๔๐) นักประชาสัมพันธ์ชาวอังกฤษ ได้อธิบายภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจไว้ว่า ภาพลักษณ์ของบริษัทหรือภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจ (Corporate Image) หมายถึง ภาพขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง ซึ่งหมายรวมทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับองค์กรที่ประชาชนรู้จัก เข้าใจ และได้มีประสบการณ์ในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นส่วนหนึ่ง การกระทำได้โดยอาศัยการนำเสนอสัญลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) ซึ่งปรากฏแก่สายตาคนทั่วไปได้ง่าย เช่น สัญลักษณ์ เครื่องแบบ ฯลฯ

วิรัช ลภีรัตนกุล (2540 : 81-82) ได้อธิบายว่าภาพลักษณ์ของหน่วยงาน (Corporate Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชนที่มีต่อบริษัทหรือหน่วยงานธุรกิจแห่งใดแห่งหนึ่งหมายรวมไปถึงด้านการบริหาร หรือการจัดการของบริษัทแห่งนี้ด้วย และหมายรวมไปถึงผลิตภัณฑ์ (Product) และการบริการ (Service) ที่บริษัทนั้นจำหน่าย ฉะนั้น คำว่าภาพลักษณ์ของบริษัทจึงมีความหมายค่อนข้างกว้าง โดยครอบคลุมทั้งตัวหน่วยงานธุรกิจ ฝ่ายจัดการ และสินค้าหรือบริการของบริษัทแห่งนั้นด้วย

นอกจากนี้ กาญจนา นาคสกุล (2547 : 109) ได้ให้ความหมายว่า ลักษณะของคน องค์กร หน่วยงาน ธุรกิจ รัฐบาล ฯลฯ ที่ปรากฏแก่สังคม เป็นภาพที่คนในสังคมเห็นเมื่อนึกถึงบุคคล องค์กร หน่วยงาน ธุรกิจ รัฐบาล ฯลฯ นั้น ปัจจุบันสื่อมวลชนมีพลังมากในการสร้างภาพลักษณ์ของบุคคลหรือองค์กรต่าง ๆ

ความสำคัญของภาพลักษณ์

การประชาสัมพันธ์จะสร้างความเข้าใจและทัศนคติที่ดี ซึ่งจะทำให้เกิดผล คือ จะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี อันจะนำไปสู่สัมพันธภาพที่ดี นำไปสู่การสนับสนุนและการให้ความร่วมมือและภาพลักษณ์ที่ดีต่อสถาบัน หน่วยงานและผลิตภัณฑ์ งานที่ยากของการประชาสัมพันธ์ คือ การที่จะจูงใจบุคคลทั่วไปประเมินหน่วยงานในจุดที่หน่วยงานนั้นมีความเด่น มีความดี และมองข้ามจุดที่ด้อยหรือไม่ดี ซึ่งเป็นงานที่ยากของการประชาสัมพันธ์

จากคำกล่าวที่ว่า “ไม่มีใครสมบูรณ์แบบ ไม่มีผลิตภัณฑ์ใดที่สมบูรณ์แบบ ไม่มีหน่วยงานใดที่สมบูรณ์แบบ” แต่การที่จะถูกมองว่าเป็นหน่วยงานที่ดี ผลิตภัณฑ์ที่ดี และคนที่ดี ก็สามารถเป็นจริงได้ หากคนที่

พิจารณาเลือกที่จะมองหน่วยงานในจุดเด่น จุดที่ดีและสามารถที่จะยอมรับหรือมองข้าม หรือให้อภัยในจุดที่ด้อย จุดที่ไม่ดีตามแนวคิดของเสรี วงษ์มณฑา (2542 : 83) ภาพลักษณ์มีความสำคัญ ดังนี้

1. ในด้านจิตวิทยา ภาพลักษณ์เปรียบประดุจทางเสือกกำหนดทิศทาง พฤติกรรมของปัจเจกชนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่อยู่รอบตัว จะมีแนวโน้มที่แสดงพฤติกรรมเชิงบวก แต่ถ้าหากเขามีภาพลักษณ์เชิงลบต่อสิ่งเหล่านั้น เขาก็จะมีแนวโน้มจะแสดงพฤติกรรมเชิงลบออกมาเช่นกัน และสิ่งสำคัญคือ ภาพลักษณ์นั้นก่อให้เกิดอคติ (Bias) ในการพิจารณาพฤติกรรมของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เคยมีภาพลักษณ์มาก่อนหน้านี้ เพราะภาพลักษณ์เป็นเรื่องฝังใจยากที่จะแก้ไขภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ค่อนข้างถาวร หากไม่มีข้อมูลเด่นชัดเข้าไปมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์ก็ไม่เปลี่ยนแปลง เพราะภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงยาก ถ้ามองว่าอะไรเป็นสิ่งที่ดีทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับสิ่งนั้นก็จะถูกมองว่าดีไปด้วย แม้แต่สิ่งที่ไม่ดีจะถูกมองว่าดีและถ้ามองว่าอะไรเป็นสิ่งที่ไม่ดี ทุกสิ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับสิ่งนั้นก็ไม่ดีไปหมด แม้แต่สิ่งที่ดีก็อาจถูกมองด้วยความเคลือบแคลงสงสัยไม่แน่ใจว่าดีจริงหรือไม่ เป็นต้น

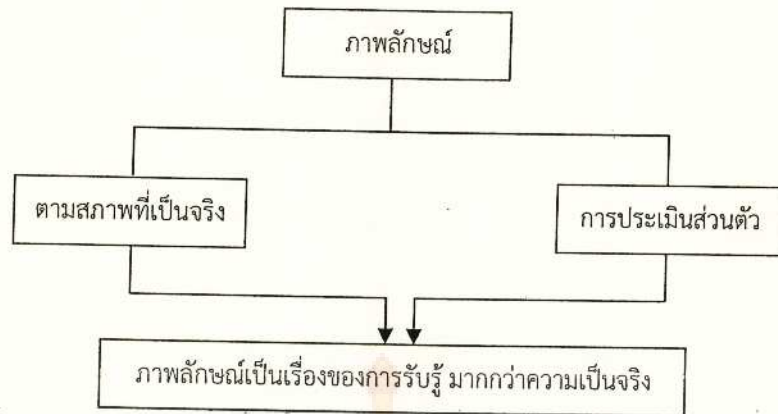
2. ในด้านธุรกิจ ภาพลักษณ์ในด้านนี้ถือว่าเป็นคุณค่าเพิ่ม (Value Added) ที่มีกับผลิตภัณฑ์และหน่วยงานซึ่งถือว่าเป็นผลประโยชน์เชิงจิตวิทยา ที่มีอยู่ในตัวสินค้าเป็นตัวที่ทำให้ตัวสินค้าหลายชนิดตั้งราคาได้สูงกว่าคุณภาพทางกายภาพ และนับวันยังมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ ฉะนั้นในเชิงธุรกิจในปัจจุบัน ภาพลักษณ์กลายเป็นเครื่องมือสร้างคุณค่าเพิ่ม

จากการให้คำนิยามของผู้เชี่ยวชาญหลาย ๆ ด้าน จะเห็นได้ว่าภาพลักษณ์มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อองค์กรทุกแห่ง เพราะภาพลักษณ์เป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่การตอบรับและสนับสนุน ต่อองค์กรจากประชาชน ภาพลักษณ์จะเป็นภาพแรกที่เกิดขึ้น เมื่อกล่าวถึงองค์กร และการที่จะทำให้ประชาชนเกิดภาพลักษณ์ที่ดีหรือไม่ดีต่อหน่วยงานหรือองค์กรนั้น ก็ขึ้นอยู่กับการประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้น ๆ นั้นเอง

ลักษณะของภาพลักษณ์

เสรี วงษ์มณฑา (2540 : 27-28, 30-31) กล่าวไว้ว่า ลักษณะของภาพลักษณ์ (Image) คือ องค์ประกอบระหว่างข้อเท็จจริง (Objective Fact) กับการประเมินส่วนตัว (Personal Judgment) ภาพลักษณ์เป็นผลรวมระหว่างข้อเท็จจริงกับการประเมินส่วนตัว ทำให้เกิดภาพลักษณ์ซึ่งเกิดจากการรับรู้ (Perceptual) ของบุคคลที่ไม่ใช่ข้อเท็จจริง เกิดภาพลักษณ์ค่อนข้างแน่นอน เกือบจะตายตัวเป็นภาพที่ฝังลึกในใจเปลี่ยนแปลงค่อนข้างยาก ซึ่งเกิดจากการรับรู้ของคนทั่วไป

จากคำนิยามข้างต้น ทำให้สามารถสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์เป็นเรื่องของการรับรู้หรือความคิดคำนึง ซึ่งภาพลักษณ์ที่คิดคำนึงอาจจะตรงกับความเป็นจริงหรือไม่ตรงกับความเป็นจริงก็ได้ ดังนั้นภาพลักษณ์จึงอยู่ในขอบข่ายความคิดคำนึงมากกว่าความเป็นจริง ดังภาพ 1



ภาพที่ ๑ แสดงลักษณะของภาพลักษณ์

ปรับจาก : เสรี วงษ์มณฑา (๒๕๔๐ : ๒๘)

องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์

องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ มีดังนี้

1. ภาพลักษณ์นั้นสามารถเสริมแรงได้ (Reinforce) หมายถึง การทำให้ภาพพจน์เดิมที่มีอยู่แล้วแข็งแกร่งขึ้น
2. ภาพลักษณ์นั้นสามารถสร้างได้ (Build) หมายถึง สาธารณชนไม่มีภาพเป็นบวก หรือลบเกี่ยวกับบริษัทหรือองค์กร จึงต้องสร้างภาพพจน์ที่ดีขึ้น
3. ภาพลักษณ์ที่สามารถเปลี่ยนได้ (Change) หมายถึง การทำในสิ่งที่ไม่ดีให้ดีขึ้น

องค์ประกอบของภาพลักษณ์

องค์ประกอบของภาพลักษณ์ อาจแยกได้เป็น 4 ส่วนแต่ในความเป็นจริงองค์ประกอบทั้งสี่ส่วนจะมีความเกี่ยวข้องเป็นปฏิสัมพันธ์ต่อกันไม่สามารถจะแยกเป็นส่วนต่าง ๆ ได้อย่างเด็ดขาดดังนี้

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) เป็นสิ่งที่บุคคลจะได้รับการสังเกตโดยตรง สิ่งที่ถูกสังเกตนั้นจะเป็นสิ่งที่นำไปสู่การรับรู้ หรือมีสิ่งที่ถูกรับรู้นั่นเอง ซึ่งอาจจะบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิดหรือวัตถุสิ่งของต่าง ๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ โดยผ่านการรับรู้
2. องค์ประกอบเชิงความคิด (Cognitive Component) ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เป็นความรู้สึกเกี่ยวกับลักษณะประเภท คุณสมบัติ (Attribute) ความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ที่ได้รับการสังเกตสิ่งที่ถูกรับรู้
3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกผูกพัน ยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ
4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Behavioral Component) เป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความมุ่งหมายหรือเจตนาที่จะเป็นแนวทางปฏิบัติตอบโต้สิ่งเร้าอันเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึก องค์ประกอบเชิงการรับรู้ เรียนรู้ ความรู้สึก และเชิงการกระทำนี้จะผสมผสานกันเป็นภาพของโลกที่บุคคลได้มีประสบการณ์มา

การเกิดภาพลักษณ์ในเชิงของการสื่อสารตามแนวคิดของโบลตัง มุ่งพิจารณาในสาระของลักษณะ การรับรู้ข่าวสารที่มีส่วนสัมพันธ์หรือมีผลต่อองค์ประกอบต่าง ๆ ของภาพลักษณ์เป็นสำคัญลักษณะการก่อตัว ของภาพลักษณ์ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดเมื่อพิจารณาจากความสัมพันธ์ขององค์ประกอบแล้วจะก่อตัวขึ้นจากการ ผสมผสานขององค์ประกอบเชิงการรับรู้ เรียนรู้ ความรู้สึก และการกระทำ จนเกิดเป็นภาพของโลกที่บุคคลมี ประสบการณ์มา กล่าวคือ จะมีสิ่งที่ถูกสังเกตซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกรับรู้ผ่านเข้ามาทางการรับรู้ซึ่ง ได้แก่สัมผัสทั้ง 5 ของบุคคลอาจเป็นการสังเกตจากประสบการณ์โดยตรงหรือโดยอ้อม ทั้งที่ผ่านสื่อมวลชนและสื่ออื่น ๆ ในรูป ต่าง ๆ จากข้อมูลที่ได้หรือจากการสังเกตที่ผ่านมา โดยกระบวนการของการรับรู้ ซึ่งต้องมีการให้ความหมาย แก่สิ่งที่ถูกสังเกตนั้นด้วยการนำไปสู่การสร้างความรู้ที่มีการแยกแยะลักษณะประเภทและความแตกต่างของ สิ่งต่าง ๆ นั้น เป็นความรู้สึกที่สร้างขึ้นจากการตีความและให้ความหมายด้วยตัวเราเอง แต่สิ่งที่ถูกสังเกต ความรู้ที่สร้างมานี้เองได้ไปเกี่ยวข้องกับพื้นฐานประสบการณ์เดิม เช่น ทศนคติ ค่านิยม เกิดเป็นความรู้สึกที่มี ต่อสิ่งที่ถูกสังเกตนั้น ๆ แล้วพัฒนาเป็นความผูกพันที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ และ ความรู้สึกนี้อาจจะแสดงออกก็ได้ แต่เป็นความรู้สึกที่มีความพร้อมที่จะแสดงออกและเป็นการกระทำที่มี ทิศทางด้วย

เมื่อภาพลักษณ์ที่มีอยู่แล้วได้รับการกระทบจากสิ่งที่ได้รับรู้เข้ามาใหม่ เกิดการกระทบต่อภาพลักษณ์ อาจมีสิ่งหนึ่งหรือหลายสิ่งใน 3 ประการต่อไปนี้เกิดขึ้นได้ คือ

1. ภาพลักษณ์เดิมยังคงเดิมไม่ถูกกระทบกระเทือนแต่อย่างใด
2. ข้อมูลใหม่ที่รับเข้ามามีทิศทางเดียวกับภาพลักษณ์เดิม และสามารถเรียกร้องความสนใจ ทำให้เกิด การประมวลคุณค่า และอาจทำให้ภาพลักษณ์เดิมเปลี่ยนแปลงไปบ้าง แต่จะสามารถให้คำอธิบายได้ชัดเจนขึ้น
3. ข้อมูลใหม่ในสารทำให้ภาพลักษณ์เดิมถูกเปลี่ยนแปลงโดยสิ้นเชิง ในกรณีที่บางครั้งอาจก่อให้เกิด การเปลี่ยนแปลงต่อโครงสร้างที่ค้ำจุนภาพลักษณ์นั้นอยู่

โครงสร้างของความรู้ของแต่ละคนหรือภาพลักษณ์ของปัจเจกบุคคล ไม่เพียงแต่ประกอบไปด้วย ข้อเท็จจริง (Fact) เท่านั้น แต่ยังประกอบด้วยจินตนาการอีกด้วย

เมื่อบุคคลมีภาพลักษณ์ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในความรู้สึกนึกคิดของตนแล้วภาพลักษณ์นี้ก็ ย่อมจะมีอิทธิพล พฤติกรรมของบุคคล ภาพลักษณ์ที่ได้ก่อตัวหรือถูกสร้างขึ้นแล้ว ย่อมมีแนวโน้มที่จะไปเหนี่ยวนำพฤติกรรมของ ผู้บริโภคและสาธารณะชนให้คล้อยตามไปในทิศทางเดียวกันได้เช่นกันโดยเฉพาะ ภาพลักษณ์เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะ เปลี่ยนแปลงได้ยาก เพราะว่าการเปลี่ยนแปลงของภาพลักษณ์อาจต้องไปกระทบกระเทือนโครงสร้างของ พฤติกรรมมากมาย การสร้างภาพลักษณ์ถึงแม้จะยากแต่ก็ง่ายกว่าการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ที่สูญเสียไปแล้ว การพยายามสรรหาข้อมูลให้แก่บุคคลเพื่อเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของเขานั้น ข้อมูลอาจจะถูกปฏิเสธได้ หาก ข้อมูลดังกล่าวไปขัดแย้งกับความคิดเห็นตามความเชื่อเดิม ทศนคติ หรือค่านิยมของบุคคล ข้อมูลใหม่ที่ให้ไป นั้นอาจจะถูกคิดว่าผิดหรือเป็นการบิดเบือนได้ดังนั้นถึงแม้ว่าภาพลักษณ์ของสิ่งหนึ่งสิ่งใดจะไม่หยุดนิ่งก็ตาม แต่ การเปลี่ยนแปลงก็กระทำได้ยาก

คุณลักษณะของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์เป็นความคิดที่ดี มองเห็นสิ่งต่าง ๆ ดีเลิศ ซึ่งความเป็นจริงแล้วจะดีเลิศอย่างนั้นเป็นไปไม่ได้ ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เราสร้างขึ้นมา เห็นได้ เชื่อถือได้ มองเห็นได้ชัดเจน ง่ายแก่การเข้าใจ ซึ่งภาพลักษณ์นี้มีคุณลักษณะ 6 ประการ คือ

1. An image is synthetic ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกสังเคราะห์ขึ้นมาโดยมีการวางแผนการสร้างสรรค์ขึ้นมาให้บรรลุวัตถุประสงค์และรู้สึกประทับใจ

2. An image is believable ภาพลักษณ์ คือ ความน่าเชื่อถือ ภาพลักษณ์เป็นการสร้างภาพในใจของคนเราเกี่ยวกับสถาบันหรือบุคคลให้มั่นคงเป็นที่ยอมรับ การสร้างภาพลักษณ์จะไม่มีประโยชน์ ถ้าไม่มีความน่าเชื่อถือในสถาบันหรือบุคคลนั้น

3. An image is passive ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่คงอยู่และถูกสมมติขึ้นมาให้มีความเหมาะสม กับสภาพเหตุผลและความเป็นจริง ที่ผู้สร้างภาพลักษณ์ถูกคาดหวังว่าจะสามารถทำให้ได้ตามภาพลักษณ์นั้นและผู้รับก็คาดหวังว่าภาพลักษณ์จะเป็นไปตามที่ได้รับนั้น

4. An image is vivid and concrete ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม

5. An image is simplified ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกทำให้เข้าใจได้ง่าย

6. An image is ambiguous ภาพลักษณ์มีความคลุมเครือ ความคลุมเครือนั้นล่องลอยอยู่ระหว่างจินตนาการและความรู้สึก และอยู่ระหว่างความคาดหวังกับความเป็นจริง

ภาพที่มนุษย์ใจสร้างขึ้น โดยเริ่มตั้งแต่เหตุการณ์เทียมซึ่งก็หมายถึงสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อจำลองเหตุการณ์ ซึ่งไม่ได้เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ บัสดินกล่าวถึงลักษณะของเหตุการณ์เทียมไว้ดังนี้ คือ

1. ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ แต่เกิดขึ้นเพราะว่ามีผู้วางแผนไว้

2. มีการเสนอซ้ำ

3. ความน่าสนใจของเหตุการณ์เทียมจะอยู่ที่ความกำกวมของเหตุการณ์ที่ถูกนำเสนอ ยังมีความเคลือบแคลงเท่าไร ก็ยังน่าสนใจเท่านั้น

4. เป็นการคาดเดาสิ่งที่น่าจะเกิดขึ้นในอนาคตจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

ดังนั้น ภาพลักษณ์ ก็คือ อุดมคติเทียมนั่นเอง ซึ่งมีคุณลักษณะ ดังนี้

1. เป็นสิ่งไม่จริงสร้างขึ้นเพื่อสนองต่อวัตถุประสงค์และสร้างความประทับใจบางอย่าง

2. ภาพลักษณ์จะไม่ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ได้เลย ถ้าหากคนไม่เชื่อถือ ภาพลักษณ์จะอยู่ได้ก็ต่อเมื่อไม่ขัดกับกฎของสามัญสำนึก ภาพลักษณ์ที่ดีต้องน่าเชื่อถือ

3. ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกกระทำ เพราะภาพลักษณ์ถูกกำหนดว่าจะต้องเหมาะสมกับความจริง ภาพลักษณ์ต้องเหมาะสมกับหน่วยงานหรือองค์กรและผู้รับ (คนดูหรือลูกค้าของหน่วยงานหรือองค์กรในที่นี้หมายถึง นักศึกษา) ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้คือ ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกทำให้สอดคล้องกับบุคคลหรือผู้สร้างภาพลักษณ์และผู้รับ

4. ภาพลักษณ์จะต้องเข้าใจง่าย โดยเลือกกล่าวถึงข้อดีบางอย่างของผลิตภัณฑ์ บุคคล สถาบันหรือองค์กร

5. ภาพลักษณ์มีลักษณะเรียบง่าย การง่ายและเด่นทำให้คนจำได้

6. ภาพลักษณ์มีสองนัย อยู่ระหว่างจินตนาการ และความรู้สึกระหว่างความคาดหวัง และความจริง

อาจกล่าวได้ว่าภาพลักษณ์เป็นภาพที่คนส่วนใหญ่รับรู้ ที่มีพื้นฐานความคิดจากข้อเท็จจริงที่ได้รับ บวกกับความรู้สึกนึกคิด และทัศนคติส่วนบุคคลเข้าไปด้วย ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เป็นามธรรมและไม่คงทน มีการเพิ่ม - ลด เปลี่ยนแปลงได้เสมอ แต่อาจทำได้ยากหากมีการยึดติดกับภาพลักษณ์เดิมไปแล้ว ฉะนั้นองค์กรจะต้องพึงระลึกภาพลักษณ์ขององค์กรเสมอเมื่อจะกระทำการปรับเปลี่ยน เปลี่ยนแปลงสิ่งใด เพราะหากการเปลี่ยนแปลงนั้นๆ ไม่เป็นที่พอใจหรือเห็นด้วยของคนส่วนใหญ่ ภาพลักษณ์ขององค์กรจะเปลี่ยนไปในทางลบหรือถูกต่อต้าน การปรับเปลี่ยนด้านต่าง ๆ ขององค์กร จึงควรต้องทำการศึกษาล่วงหน้าก่อนจึงจะเป็นผลดีต่อองค์กร

ประเภทของภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ที่กล่าวถึงกันในวงการธุรกิจ การตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์พอจะจำแนกได้ดังนี้ (พรทิพย์ วรกิจโกศาท, 2537 : 124-125, 129)

1. ภาพลักษณ์เชิงซ้อน (Multiple Image)

เป็นภาพลักษณ์ที่ตั้งมาจากสมมติฐานว่าบุคคลในสังคมนั้นมาจากร้อยพ่อพันแม่ มาจากแหล่งต่างๆ มีความรู้ ความเชื่อ ฐานะทางเศรษฐกิจสังคม การศึกษาและอื่น ๆ ที่ต่างกัน โดยเฉพาะมีความรู้และประสบการณ์ต่อองค์กรต่างกัน ดังนั้นจะหวังว่า สมาชิกในสังคมจะมีภาพลักษณ์ขององค์กรหนึ่งเหมือนกันจึงเป็นไปได้ยากไปกว่านี้ในตัวบุคคลหนึ่งก็อาจมีทั้งภาพลักษณ์ในทางบวก (ต่อเรื่องหนึ่ง) และภาพลักษณ์ในทางลบ อีกเรื่องหนึ่งได้เช่นกัน

2. ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image)

เป็นภาพลักษณ์ตามความเป็นจริงในปัจจุบัน ซึ่งอาจเป็นภาพลักษณ์เชิงลบหรือเชิงบวกก็ได้ จะเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดมาโดยธรรมชาติหรือโดยเจตนาก็ตาม หน้าที่ของผู้บริหารจะต้องหาภาพลักษณ์ปัจจุบันให้ได้ เมื่อพบภาพลักษณ์ที่ไม่ดีจะได้ปรับเปลี่ยนให้ดีขึ้น หรือพบภาพลักษณ์ที่ผิดเพี้ยนจากสิ่งที่ต้องการ ก็อาจนำไปพิจารณาตัดสินใจต่อไปได้

3. ภาพลักษณ์กระจกเงา (Mirror Image)

เปรียบเทียบกับเวลาที่คนเราส่องกระจกเขาก็จะเห็นภาพของตัวเองในกระจก ในภาพนั้นเขาอาจจะมองว่าสวย สง่างามดี หรือตรงกับลักษณะใดก็ได้ตามความนึกคิดของเขา ในกรณีนี้ก็เช่นกัน ผู้บริหารอาจมองว่าองค์กร ได้ทำโน่นทำนี่ดีมากแล้ว ดังนั้นภาพลักษณ์ขององค์กรจึงน่าจะเป็นภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งความเป็นจริงจะเป็นเช่นไร ก็เป็นอีกกรณีหนึ่ง ทั้งนี้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายอาจมองอะไรที่แตกต่างจากผู้บริหารก็ได้

4. ภาพลักษณ์พึงปรารถนา (Wish Image)

เป็นภาพลักษณ์ผู้บริหารหรือพนักงานมีความต้องการจะให้องค์กรของตนเป็นเช่นนั้น เช่น เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นองค์กรที่มีความเจริญรุ่งเรือง เป็นองค์กรที่ให้คำตอบที่ยุติธรรมแก่พนักงาน

เป็นต้น การกำหนดความปรารถนา เปรียบเสมือนการกำหนดเป้าประสงค์ของงานที่เราจะได้ เพื่อบรรลุเป้าประสงค์นั้น ๆ

5. ภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ (Optimum Image)

หมายถึงภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้น จากการตระหนักในความจริงและการมีความเข้าใจ การรับรู้ของผู้รับข่าวสาร อุปสรรคของการใช้สื่อมวลชน และสื่อที่เราควบคุมได้ และสภาพแวดล้อมที่ยากจะควบคุม และอื่นๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาได้ ดังนั้นภาพลักษณ์ชนิดนี้จึงเป็นภาพลักษณ์ที่ผู้เกี่ยวข้องรู้จักประมาณตนและตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจนไม่ทำให้การกำหนดเป้าหมายของงานที่เราจะได้ เพื่อบรรลุเป้าประสงค์นั้น ๆ

6. ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง (Correct and Incorrect Image)

เป็นภาพลักษณ์อีกลักษณะหนึ่ง ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นไม่ตรงกับความเป็นจริง อาจเป็นเพราะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ เช่น ข่าวลือ อุบัติเหตุ เป็นต้น และหรือกระบวนการสื่อสารและหรือการรับรู้ข่าวสาร และเมื่อเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องแล้วก็จำเป็นต้องมีการแก้ไขภาพลักษณ์ให้ถูกต้องต่อไป ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องนี้คล้ายกับภาพลักษณ์ปัจจุบัน แต่จะต่างกันที่ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องได้มีการปรับเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องมาก่อนระยะหนึ่งแล้ว

7. ภาพลักษณ์สินค้า / บริการ (Product / Service Image)

สินค้าหรือบริการก็มีภาพลักษณ์ของตัวเองเช่นเดียวกับองค์กรสินค้า หรือบริการบางอย่าง อาจมีภาพลักษณ์ที่ไม่ค่อยดี แต่สินค้าหรือบริการบางอย่างกลับมีภาพลักษณ์ในทางตรงกันข้ามเมื่อสินค้าหรือบริการที่องค์กรมี ไม่ว่าจะมีความภาพลักษณ์เชิงลบหรือบวก หรือกลาง ๆ ก็ยังมีความจำเป็นที่จะต้องปรุงแต่งให้มีภาพลักษณ์ที่มีเอกลักษณ์ เป็นที่ยอมรับมากขึ้นจากสังคม นอกจากนี้ภาพลักษณ์ขององค์กรจะเป็นเช่นไร ภาพลักษณ์สินค้านี้ก็จะมีความเกี่ยวพันเป็นอย่างมาก

8. ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image)

เป็นภาพลักษณ์ที่มีลักษณะคล้ายกับภาพลักษณ์สินค้าเพียงกรณีนี้เป็นตราสินค้า ยี่ห้อสินค้า หรือสัญลักษณ์ (logo) ดอกบัว เป็นต้น

9. ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image)

เป็นภาพลักษณ์ขององค์กรใดองค์กรหนึ่ง โดยเน้นภาพรวมทั้งหมดขององค์กร โดยรวมถึงสินค้า ยี่ห้อสินค้า ระบบการบริหารบริษัท ความมั่นคง การมีบุคลากรที่มีคุณภาพมีความรับผิดชอบต่อสังคม ฯลฯ

10. ภาพลักษณ์สถาบัน (Institutional Image)

ซึ่งคล้ายกับภาพพจน์องค์กรข้างต้น เพียงแต่มุ่งมองเฉพาะตัวบริษัท หรือตัวสถาบันความรับผิดชอบต่อสถาบันที่มีต่อสังคม ความเป็นสถาบันที่มั่นคง เจริญก้าวหน้า แต่ทั้งนี้จะไม่มุ่งมองในเชิงธุรกิจ

การเกิดภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์อาจเกิดขึ้นได้โดยสามารถแยกพิจารณาได้เป็น 4 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1. เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม

คนเรานั้นเป็นสมาชิกของสังคม ซึ่งในสังคมนี้ก็จะเกิดเหตุการณ์ทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การศึกษา และอื่นๆ เกิดขึ้นมากมาย เพียงบางส่วนของเหตุการณ์ หรือบางเหตุการณ์เท่านั้นที่คนเราจะรับเข้ามายังตัวเราได้ และในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลายนี้จะมีคุณค่าด้านดี หรือเลว จะสำคัญหรือไม่ จะมีความหมายอะไร คงจะไม่เกิดขึ้นจากตัวเราเพียงอย่างเดียว แต่สภาพแวดล้อมที่อยู่กับเหตุการณ์โดยรอบเรา กลับมีอิทธิพลในการกำหนดคุณค่าเหล่านั้น ทั้งก่อนและหลังการรับรู้ ตลอดจนมีอิทธิพลต่อความสมบูรณ์หรือการทลาย และระยะเวลาของความจำในเหตุการณ์นั้น ๆ ด้วย

2. ช่องทางการสื่อสาร

ในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลาย จะสามารถเข้ามาสู่ตัวเราได้ โดยช่องทางการสื่อสาร ซึ่งได้แก่ การได้ยิน ได้เห็น ได้สัมผัส ได้ลิ้มรส และได้กลิ่น ซึ่งแต่ละช่องทางเหล่านี้ก็มีประสิทธิภาพทางด้านการรับความสมบูรณ์ของเหตุการณ์ซึ่งมีผู้จัดส่งมานี้ก็มีความสัมพันธ์กับช่องทางการสื่อสารด้วย กล่าวโดยสรุป ช่องทางการสื่อสารจะเป็นประตูด่านแรกของการรับรู้เหตุการณ์ ซึ่งประสิทธิภาพและประสิทธิผลในขั้นตอนนี้ คุณสมบัติของ “ข่าวสาร” และตัว “สื่อ” ย่อมมีความสำคัญสูงสุด

3. องค์ประกอบเฉพาะบุคคล

เกี่ยวกับคุณภาพและประสิทธิภาพของการสื่อสาร โดยเฉพาะการรับรู้ของผู้รับสารนั้น องค์ประกอบทั้ง 5 ของแต่ละบุคคลคือ ทักษะของการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ระบบสังคมและวัฒนธรรม ต่างก็มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร เราจะมองเห็นภาพเป็นรูปร่างเช่นไร จะเป็นภาพที่มีความหมายไม่เหมือนคนอื่น หรือมีความนิยมชมชอบหรือไม่น่าสนใจ หรืออะไรก็ตามขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทั้ง 5 นี้ ดังนั้น ถึงแม้ว่าเหตุการณ์จากภายนอกจะผ่านช่องทางสื่อสารและเข้ามาสู่ตัวเราแล้วก็ตาม จะมีความหมายอะไรหรือไม่ องค์ประกอบเหล่านี้จะเป็นคำตอบที่ดีมากกว่าอย่างอื่น

4. การรับรู้และความประทับใจ

ภาพลักษณ์จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ทันที เมื่อเหตุการณ์ได้ผ่านเข้ามาทางช่องทางการสื่อสาร และองค์ประกอบเฉพาะบุคคลทั้งห้า จะเป็นตัวพิจารณาเหตุการณ์นั้นก่อน โดยการรับรู้ (Perception) ซึ่งตัวแปลงเหตุการณ์ให้เป็นไปใน ความหมายตามความคิดของบุคคลนั้น ส่วนความประทับใจ (Impression) มีความสำคัญในการรับรู้อีกลักษณะหนึ่ง โดยจะเกี่ยวพันกับคุณภาพและปริมาณของความทรงจำ ถ้าประทับใจมากไม่ว่าจะบวกหรือลบ ก็จะมี ความทรงจำและจดจำได้มากและนานและเมื่อสร้างเป็นภาพลักษณ์อะไรขึ้นได้แล้ว ก็จะเป็นภาพลักษณ์เท็จอาจได้ซ้ำกว่าการที่มีความประทับใจน้อยหรือไม่มีความประทับใจเลย

ภาพลักษณ์ประเภทต่างๆ ที่กล่าวถึงกันในวงการธุรกิจ การตลาด การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์เกิดขึ้นได้ด้วยปัจจัยต่าง ๆ กัน ซึ่งหากเกิดภาพลักษณ์ต่อองค์กรหรือหน่วยงานแล้วจะค่อนข้างเปลี่ยนแปลงได้ยากจะต้องอาศัยปัจจัยหลาย ๆ ด้าน ที่จะช่วยให้ภาพลักษณ์ที่เป็นลบกลับมาเป็นบวกได้

ความเข้าใจในกระบวนการเกิดและการสร้างภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์เกิดขึ้นได้ใน 2 กรณี คือเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ ตามสภาพแวดล้อม โดยที่องค์กรไม่ได้ดำเนินการใด ๆ และเกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์ โดยผ่านกระบวนการสร้างภาพ ที่องค์กรปรารถนาจะให้ เป็น (ดวงพร คำคุณวัฒน์ และวาสนา จันทรสว่าง, 2536 : 83) ภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นต่อเมื่อผู้รับหรือผู้บริโภคมีการสรุปความคิดรวบยอดจากการรับรู้ข้อมูล ข้อมูลนั้นต้องชัดเจนมุ่งประเด็นที่เป็นภาพลักษณ์จำนวนมากพอ มาจากหลายช่องทางอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอจนทำให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจ คิดและรู้สึกได้ว่าองค์กร สินค้า และบริการนั้นเป็นอย่างไร หากมีการสื่อสารที่ดี ภาพนั้นจะชัดเจนขึ้นเรื่อย ๆ จนเกิดความมั่นใจและเกิดเป็นภาพลักษณ์ ดังนั้นภาพลักษณ์จะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยการสื่อสารข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ และระยะเวลาที่ยาวนานเพียงพอ สำหรับการสื่อสารในลักษณะซ้ำหลายครั้งและผ่านสื่อหลายช่องทาง

ส่วนการสร้างภาพลักษณ์ต้องอาศัยกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจึงจะสำเร็จได้ การสื่อสารในที่นี้รวมการสื่อสารในขั้นตอนต่อไป (วาสนา จันทรสว่าง และคณะ, 2541 : 117-118)

1. เมื่อตัดสินใจได้ว่าจะใช้ข้อดีข้อเสียเป็นจุดแข็งในการสร้างภาพลักษณ์ โดยใช้หลักการสร้างภาพลักษณ์ที่มีความสำคัญประการหนึ่ง คือ การแยกแยะความแตกต่าง (Differentiation) ขององค์กรสินค้า และบริการจากผู้อื่นแล้ว จึงสร้างภาพลักษณ์ให้ชัดเจนเป็นรูปธรรม โดยผู้สร้างต้องมีความสามารถในการสื่อสาร เลือกใช้ภาษาพูด ภาษาเขียน ภาพ สัญลักษณ์ สัญลักษณ์ ฯลฯ ที่สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนไม่อ้อมค้อมให้ต้องตีความเป็นภาษาที่น่าสนใจ (Attraction) เหมาะสมกับสภาพการณ์ โดยการสร้างภาพ ในขั้นตอนนี้ต้องอาศัยความคิดและการกระทำในลักษณะที่เป็นความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) จึงจะทำให้ภาพลักษณ์มีความเด่นและน่าสนใจ

2. การเผยแพร่ภาพลักษณ์สู่สาธารณชน เป็นอีกขั้นตอนหนึ่งที่มีความสำคัญ โดยจะต้องมีการเผยแพร่ภาพลักษณ์นั้นผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ด้วยจังหวะเวลาที่เหมาะสม เพื่อให้เข้าถึงผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดการยอมรับในที่สุด การกระจายภาพนั้นสื่อมวลชนเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องทำให้สื่อมวลชนยอมรับและเห็นด้วยกับภาพลักษณ์นั้นตั้งแต่ในเบื้องต้น เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการเผยแพร่ภาพลักษณ์สู่มวลชนต่อไป

นอกจากนี้ การสำรวจภาพลักษณ์อย่างสม่ำเสมอ นำผลการสำรวจมาเปรียบเทียบความเปลี่ยนแปลง และใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการดำเนินงานสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ จะเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ทำให้การดำเนินงานภาพลักษณ์เป็นไปอย่างสมบูรณ์ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรอย่างแท้จริง

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

ชัยนันท์ นันทพันธ์ (2535) กล่าวว่า การที่องค์กรทราบเกี่ยวกับสิ่งที่องค์กรกระทำยังไม่เพียงพอ องค์กรควรทราบและเข้าใจถึงทัศนคติ ความต้องการของแต่ละกลุ่ม ตลอดจนการรับรู้ของกลุ่มคนที่มีความต้องการ ซึ่งจะมี ความสำคัญมากกว่า เพราะเป็นแนวทางให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อความต้องการได้อย่างถูกต้อง อันจะทำให้แต่ละกลุ่มมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร จึงอาจกล่าวได้ว่า การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรนั้น นอกจากจะกำหนดภาพลักษณ์ส่วนรวมขององค์กรแล้ว จะต้องกำหนดภาพลักษณ์ที่ต้องการในสายตาของคนแต่ละกลุ่มด้วย

การสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นบวก (Positive Image) ทำได้ดังนี้

1. ค้นหาข้อดี และข้อเสีย หรือจุดอ่อนขององค์กรที่มีอยู่ในปัจจุบัน เพื่อศึกษาวิเคราะห์และหาทางวางแผนดำเนินงานในขั้นต่อไป การค้นหาอาจทำได้โดยการรวบรวมทัศนคติ ท่าที และความรู้สึกนึกคิดของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงอาจใช้การสำรวจวิจัยเข้าประกอบด้วยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริง
2. วางแผนและกำหนดขอบเขตภาพลักษณ์ที่องค์กร หรือสถาบันต้องการให้เกิดขึ้นในใจของประชาชน เช่น อาจถามตนเองว่าสถาบันคือใคร ทำอะไร จุดยืนของสถาบันคืออะไร และหน่วยงานหรือสถาบันต้องการจะให้ประชาชนมีภาพลักษณ์เป็นไปในด้านใด หรือต้องการให้รู้สึกนึกคิดและมีท่าทีต่อหน่วยงาน หรือสถาบันของเราอย่างไรบ้าง เป็นต้น จากนั้นก็นำมาพิจารณาประกอบการวางแผนเพื่อดำเนินงานต่อไป
3. คิดแนวเรื่องต่าง ๆ เพื่อใช้ในการสร้างภาพลักษณ์แก่ประชาชน ซึ่งหัวข้อเหล่านี้คือ เนื้อหาข่าวสารที่เราจะใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อกลุ่มประชาชนอาจใช้คำขวัญ (Slogan) หรือข้อความสั้น ๆ ที่ได้ใจความกินใจ และชวนให้จดจำได้ง่าย สิ่งที่สำคัญคือ หัวข้อเหล่านี้ต้องมีอิทธิพลโน้มน้าว ชักจูงใจประชาชนให้เกิดภาพพจน์ตามที่เรากำลังต้องการ
4. ใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ เข้าช่วย ในการดำเนินงานสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นไปอย่างกว้างขวาง เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ เป็นต้น

ภาพลักษณ์องค์กร

การกำหนดภาพลักษณ์ขององค์กรที่พึงปรารถยานั้น องค์กรควรควบคุมเนื้อหาไว้ดังนี้

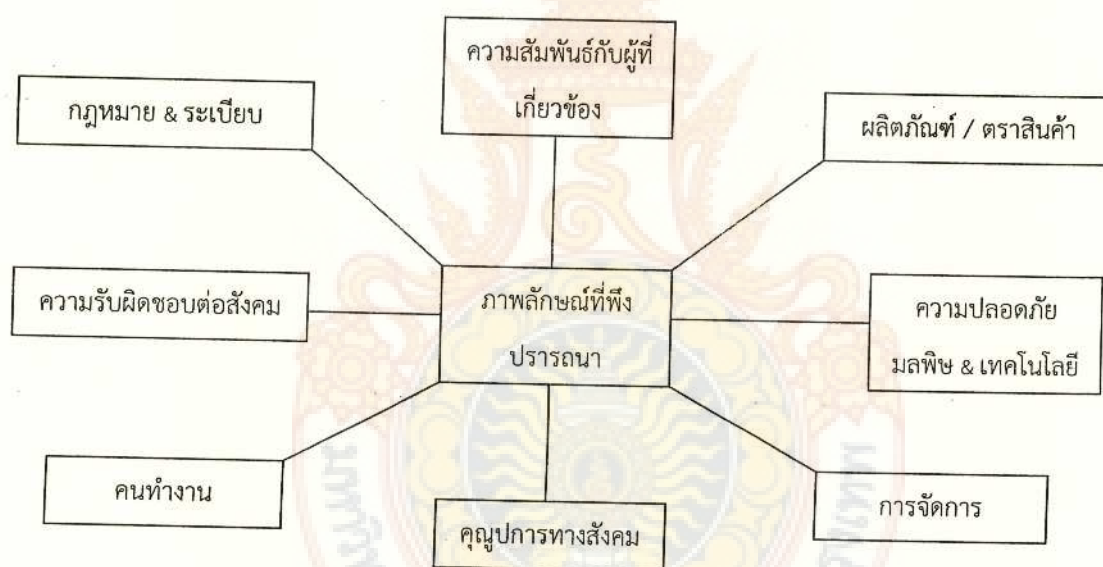
1. ความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง กล่าวคือองค์กรน่าจะมีการสร้างภาพลักษณ์ในการเป็นเพื่อนที่ดี ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนในฐานะผู้ขาย หรือเพื่อนร่วมดำเนินธุรกิจเดียวกัน โดยอาจเน้นภาพของความซื่อสัตย์ สุจริต การให้ความร่วมมือ และการมีส่วนร่วมพัฒนาความเจริญรุ่งเรืองแก่ธุรกิจประเภทนั้น
2. สินค้าหรือตราสินค้า ทุกองค์กรย่อมมีธุรกิจไม่ว่าจะขายสินค้าหรือขายบริการ โดยหลายกรณีเชื่อว่า ถ้าหากต้องการจะสร้างภาพลักษณ์ให้แก่สินค้าหรือบริการนั้น ๆ แล้ว ก็ควรพิจารณาถึงตราสินค้าของบริษัทด้วย ตัวอย่างภาพลักษณ์ของสินค้าอาจเป็นสินค้าของแม่บ้านสมัยใหม่ สินค้าที่ให้ความสะดวกรวดเร็ว หรือในกรณีของตราสินค้า/ยี่ห้อ อาจเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่มีคุณภาพคงทน ภาพลักษณ์ของสินค้าที่ทำด้วยมือ เป็นต้น
3. ความปลอดภัย มลภาวะ และเทคโนโลยี ในส่วนนี้จะเป็ณคุณลักษณะที่จะเป็นสำหรับองค์กรทั่วไปว่า ในปัจจุบันอาจมีการเน้นแตกต่างกัน แต่มักจะพูดกันมากในปัจจุบัน คือ ความปลอดภัย การไม่มีมลภาวะ และควรนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในระบบการทำงาน หรือใช้ในกระบวนการผลิตสินค้า
4. การมีส่วนร่วมเสริมสร้างเศรษฐกิจและสังคม การที่องค์กรเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ก็ย่อม มีหน้าที่สร้างความเจริญรุ่งเรืองให้แก่สังคม ส่วนภาพพจน์ที่นิยมสร้างกันมากเป็นเรื่องของ การสร้างงาน พัฒนาสภาพความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น การมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างความมั่นคง และเจริญก้าวหน้าของเศรษฐกิจ ประกอบกัน

5. พนักงาน ภาพลักษณ์เกี่ยวกับพนักงานค่อนข้างจะมีความสำคัญมาก เพราะองค์กรจะไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ ถ้าไม่มีพนักงาน และก็ไม่สามารถจะเจริญเติบโตได้ถ้าปราศจากพนักงาน ส่วนภาพลักษณ์ที่สร้างมักเป็นเรื่องของค่าตอบแทนที่ยุติธรรม การมีสวัสดิการที่ดี ฯลฯ

6. ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นการสร้างภาพลักษณ์ว่าองค์กรนี้เป็นสมาชิกที่ดีของสังคม นั่นคือการมีความรับผิดชอบต่อช่วยเหลือเมื่อเกิดสาธารณภัย หรือเข้าร่วมโครงการรณรงค์ของชมรมสร้างสรรค์ไทย เช่น ตาวิเศษ หรือรักแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นต้น

7. การจัดการ การจัดการนี้ถือว่าเป็นระบบที่จะให้องค์กรเจริญรุ่งเรืองก้าวหน้า และทำให้องค์กร มีผลผลิตที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ ดังนั้น หากองค์กรใดมีการบริหารที่มีคุณภาพ แน่แน่นอนว่า องค์กรนั้นก็ย่อมมีภาพลักษณ์ที่ดี

8. กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ องค์กรที่จะเป็นที่ยอมรับแก่สมาชิกของสังคมได้ องค์กรนั้นจะต้องมีความประพฤติในกรอบของกฎหมายหรือขนบธรรมเนียมที่ดีของสังคม ดังนั้นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องในเรื่องนี้จึงมีความจำเป็นเช่นกัน



ภาพที่ 3 แสดงเนื้อหาของภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา

ในการมองภาพลักษณ์ขององค์กรแต่ละองค์กรว่าดีหรือไม่นั้น ย่อมต้องมีหลักเกณฑ์ในการมอง ซึ่งแต่ละคนอาจมีหลักในการมองภาพลักษณ์ขององค์กรที่แตกต่างกันออกไป ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร (รัตนา ปัญญาดี, 2541 : 28) ได้กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร คือ

1. ภาพของความรู้
2. ภาพของดีและความสุภาพอ่อนน้อม
3. ภาพของความขยันขันแข็ง

4. ภาพของความทันสมัย
5. ภาพของประสิทธิภาพในการทำงานและการให้บริการ
6. ภาพของความรับผิดชอบต่อลูกค้าประชาชน
7. ภาพของความรับผิดชอบต่อสังคม

นอกจากนี้ยังกล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์อาจเป็นไปในทางลบได้ทั้ง ๆ ที่องค์กรไม่มีเจตนาที่จะเสริมสร้างขึ้นมา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ

1. พฤติกรรมขององค์กรเป็นไปในทางลบจริง ๆ ไม่สามารถควบคุมหรือปรับปรุงให้ดีขึ้นภายในเวลาอันสมควร เช่น การบริหารงานไม่มีประสิทธิภาพ การบริหารไม่สะดวกทันใจ ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของพนักงาน เป็นต้น
2. พฤติกรรมขององค์กรอาจจะดี แต่ข่าวสารบางอย่างที่ออกไปบางอย่างอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ก่อให้เกิดข่าวลือ หรือข่าวร้ายที่ไม่เป็นความจริง
3. พฤติกรรมขององค์กรดี แต่ไม่เป็นไปหรือไม่ถึงขนาดที่ประชาชนคาดหวัง เช่น บริการดีแล้ว แต่พนักงานยังขาดอัธยาศัยไมตรี ทำให้รู้สึกที่ไม่เต็มใจบริการ เป็นต้น
4. พฤติกรรมขององค์กรดี แต่อาจมีคู่แข่งที่ไม่ปรารถนาดีคอยปล่อยให้ข่าวในทางกลับแง่หรือทางลบ
5. สื่อมวลชนประสงค์จะได้ข่าวจากองค์กรแต่องค์กรไม่ให้ข่าว สื่อมวลชนอาจใช้วิธีลงข่าว เพื่อหวังที่จะให้มีการแถลงหรือแก้ข่าว

ภาพลักษณ์ขององค์กรในแต่ละองค์กรย่อมมีความแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพการดำเนินการและจุดยืน (Position) ขององค์กรนั้น ๆ เช่น อำนาจ วิรจวรรณ (2527:7) ท่านผู้มีประสบการณ์ทำงาน ทั้งภาครัฐและเอกชนได้กล่าวถึงภาพลักษณ์ที่องค์กรที่ดีพึงมีไว้ ดังนี้

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

ภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ และเกิดจากการสร้างสรรค์โดยกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ตามที่ต้องการอยากให้เป็น ซึ่งการสร้างภาพลักษณ์นั้นจะต้องอาศัยกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ จึงจะสามารถสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ให้เป็นไปอย่างที่ต้องการได้ การสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นด้านบวกนั้นจะต้องมีการสำรวจ ศึกษา และวางแผนอย่างรอบคอบ รัดกุมมอบผลในทุก ๆ ด้าน เพราะบางครั้งอาจเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่พึงประสงค์หรือเป็นไปในทางลบได้โดยที่องค์กรไม่ได้เจตนา และการตัดสินใจว่าองค์กรใด ๆ มีภาพลักษณ์ไปในทิศทางใดนั้นเกิดจากหลักการมองที่แตกต่างออกไป

ตอนที่ 2 แนวคิดการประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์มีความสำคัญต่อการดำเนินงานธุรกิจขององค์กร เพราะการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ขององค์กร มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของหน่วยงาน สถาบันหรือองค์กรให้มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อความรู้สึกนึกคิดต่อประชาชนเพื่อชื่อเสียง เกียรติยศ ความเชื่อถือ ศรัทธาต่อประชาชนที่มีต่อหน่วยงาน สถาบันหรือองค์กร และยังสามารถใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินผลความสำเร็จของการดำเนินงานธุรกิจขององค์กรด้วย การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรจึงสามารถส่งเสริมการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในด้านอื่น ๆ ด้วย

หลักการประชาสัมพันธ์

วิวัฒนาการของการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยได้กำเนิดขึ้นอย่างเป็นทางการ เกินกว่ากึ่งศตวรรษแล้ว โดยเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2476 เมื่อรัฐบาลได้ก่อตั้ง “กองโฆษณาการ” (กรมประชาสัมพันธ์ในปัจจุบัน) เพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยและเพื่อเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ของทางราชการให้แก่ประชาชน จากนั้นการประชาสัมพันธ์ก็ได้พัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ ได้เริ่มขยายด้วยการตั้งโรงเรียนการประชาสัมพันธ์ เพื่อสอนและอบรมให้มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในงานด้านนี้ไปปรับใช้กับสังคมมากขึ้น และมีการเปิดสอนระดับปริญญาตรีในสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ บทบาทของการประชาสัมพันธ์จึงมีความสำคัญมากขึ้นเป็นลำดับ ในการที่ช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน ในขณะเดียวกันการประชาสัมพันธ์เปรียบเสมือนประตูที่เปิดรับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อหน่วยงานนั้น ๆ ปัจจุบันงานด้านประชาสัมพันธ์ได้เป็นที่ยอมรับในภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ เอกชนและสมาคมมูลนิธิต่าง ๆ มากขึ้น หน่วยงานระดับกรมหรือเทียบเท่าของภาครัฐทุกสถาบัน ของรัฐวิสาหกิจ หลาย ๆ ธุรกิจเอกชน โดยเฉพาะสถาบันที่มีขนาดใหญ่หรือมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับประชาชนจำนวนมาก ต่างก็มีฝ่ายประชาสัมพันธ์และหรือผู้ปฏิบัติงาน/เจ้าหน้าที่ที่ทำงานทางด้านนี้โดยตรง

อย่างไรก็ตามจากอดีตถึงปัจจุบันการประชาสัมพันธ์สามารถจำแนกได้เป็นสองลักษณะ โดยในอดีตนั้นการประชาสัมพันธ์เป็นเพียงการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจ ข่าวสารข้อมูลและเรื่องราวต่าง ๆ ของสถาบันไปสู่ประชาชนหรืออาจสรุปได้ว่า เป็นการสื่อสารทางเดียวในอันที่จะให้ประชาชนได้รับทราบ มีความรู้ความเข้าใจเกิดความนิยมและศรัทธา แต่ในปัจจุบันบทบาทของการประชาสัมพันธ์ได้เปลี่ยนแปลง นอกจากจะมีความหมายและความสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการตลาดและการขาย มีความสัมพันธ์กับการโฆษณาพร้อม ๆ กับมีบทบาทหน้าที่ในการสร้างบำรุงรักษาและแก้ภาพพจน์ให้แก่สถาบันแล้ว การประชาสัมพันธ์ยังสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันกับประชาชนให้ถูกต้องเหมาะสมยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการตระหนักและเคารพในความรู้ ความคิดเห็นความต้องการและพฤติกรรมของประชาชนที่เกี่ยวข้องมากขึ้น ซึ่งยังส่งผลให้การประชาสัมพันธ์มีลักษณะของการสื่อสารแบบยุควิถีหรือสื่อสารสองทางไป - กลับ (two way communication) ที่สมบูรณ์ขึ้น

ความหมายของการประชาสัมพันธ์

คำว่า “การประชาสัมพันธ์” มาจากคำว่า “ประชา” กับ “สัมพันธ์” ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า “public relations” หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “PR” ตามคำศัพท์นี้หมายถึง การมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับ ประชาชน ตาม

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 หมายถึง การติดต่อสื่อสาร เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน และถ้าจะขยายความหมายให้เป็นรูปธรรมยิ่งขึ้นจะหมายถึง “ความพยายามที่มีการวางแผนและเป็นการกระทำที่ต่อเนื่อง ในอันที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของประชาชน กลุ่มเป้าหมายโดยการกระทำสิ่งที่ดีที่มีคุณค่าให้กับสังคม เพื่อให้ประชาชนเหล่านี้เกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานกิจกรรม และบริการ หรือสินค้าของหน่วยงานนี้ และเพื่อที่จะได้รับการสนับสนุนและร่วมมือที่ดีจากประชาชนเหล่านี้ในระยะยาว” อย่างไรก็ตาม ได้มีผู้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้ดังตัวอย่างต่อไปนี้

เสรี วงษ์มณฑา (2540) ให้ความหมายว่า “การประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในการที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง โดยกระทำสิ่งที่ดีที่มีคุณค่ากับสังคม เพื่อให้สาธารณชนเหล่านั้นมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน องค์กร บริษัท ห้างร้าน หรือสมาคม ตลอดจนมีภาพพจน์ที่ดีเกี่ยวกับหน่วยงานต่าง ๆ เหล่านั้น เพื่อให้หน่วยงานได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือที่ดีจากสาธารณชนที่เกี่ยวข้องในระยะยาวต่อเนื่องกันไปเรื่อย ๆ”

สุพิน ปัญญาภัก อธิบายไว้ว่า “ความพยายามที่มีแผน ที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดและทัศนคติของประชาชน เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างประชาชนกับหน่วยงาน”

สก๊อต เอ็ม. คัทลิป (Scott M. Cutlip) และแอลเลน เอช.เซ็นเตอร์ (Allen H.Center) ผู้ซึ่งมีอิทธิพลต่อวิชาการประชาสัมพันธ์ในช่วง 20 กว่าปีนี้ได้ให้ความหมายไว้ว่า “เป็นความพยายามที่มีการวางแผนในอันที่จะมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชน โดยให้ยอมรับการดำเนินธุรกิจของสถาบันและเป็นสื่อสารสองทาง”

จอร์น อี. มาร์ลตัน (John E. Maraton) นักวิชาการชาวอเมริกันที่มีชื่อเสียงมากผู้หนึ่งกล่าวว่า “การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการสื่อสารที่โน้มน้าวใจ โดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่สำคัญ”

สถาบันการประชาสัมพันธ์ (The Institute Public Relations) ของประเทศอังกฤษได้ให้ความหมายของการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ว่า “เป็นความพยายามที่สุจริตรอบคอบมีการวางแผนและมีการติดตามผลเพื่อเสริมสร้างและรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างองค์กรกับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย”

หลักสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงาน องค์กร สถาบัน นักประชาสัมพันธ์ และผู้ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ ควรยึดถือหลักดังต่อไปนี้

1. ค้นหา จุดดี จุดด้อย : ค้นหาจุดดีและจุดบกพร่องหรือจุดอ่อนแห่งภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่มีอยู่ ซึ่งจะเป็นการศึกษาวิเคราะห์หาจุดทาง และการวางแผนการดำเนินงานในขั้นต่อไป การค้นหานี้อาจทำได้โดยการรวบรวมทัศนคติ ท่าที และความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มประชาชนเป้าหมาย รวมถึงอาจใช้การสำรวจวิจัยเข้าประกอบด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริง

2. วางแผนและกำหนดขอบเขตของภาพลักษณ์ ที่องค์กรสถาบันจะต้องสร้างให้เกิดขึ้นในจิตใจของประชาชน เช่น ถามตนเองดูว่า สถาบันคือใคร? ทำอะไร? จุดยืนของสถาบันคืออะไร? อยู่ที่ไหน? และต้องการให้ประชาชนมีภาพลักษณ์ต่อหน่วยงานองค์กรสถาบัน เป็นไปในทางใด หรือต้องการให้มีความรู้สึกนึกคิด ท่าที ต่อ

หน่วยงาน สถาบันของเราอย่างไรบ้าง เป็นต้น หลังจากนั้นก็นำมาพิจารณาประกอบการวางแผน เพื่อดำเนินงาน
ขั้นต่อไป

3. คิดหัวข้อ (Themes) เพื่อใช้ในการสร้างภาพลักษณ์แก่ประชาชน ซึ่งหัวข้อเหล่านี้ก็คือเนื้อหาข่าวสาร
ที่เราจะใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ต่อกลุ่มประชาชน อาจใช้เป็นคำขวัญ (Slogan) หรือข้อความสั้น ๆ ที่กิน
ความและชวนให้จดจำได้ง่าย สิ่งสำคัญก็คือ หัวข้อเหล่านี้จะต้องมีประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจ และ
อิทธิพลโน้มน้าวชักจูงประชาชนให้เกิดภาพลักษณ์ตามที่เราต้องการ

4. ใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ เข้าช่วย ในการทำงานสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพเข้าถึง
ประชาชนเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งอาจใช้สื่อมวลชนต่าง ๆ เข้าช่วย เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์
 เป็นต้น รวมทั้งการใช้การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public Relation Advertising) สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่นจุล
สาร โปสเตอร์ แผ่นพับ เป็นต้น การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่หน่วยงานเป็นหน้าที่ของสมาชิกทุกคนในองค์กร

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ประชาชน หน่วยงานสถาบัน จะไม่มีวันสำเร็จได้เลย ถ้าหากปราศจากความ
ร่วมมือ จากบรรดาสมาชิกของหน่วยงาน พนักงาน เจ้าหน้าที่ คนงานทุกคน ซึ่งบุคคลเหล่านี้ต้องติดต่อกับ
ประชาชน และมีบทบาทมากในการที่จะสร้างความประทับใจ หรือภาพลักษณ์ต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นต่อความรู้สึกนึก
คิด และจิตใจของประชาชนผู้มาติดต่องานด้วยกับองค์กร

ภาพลักษณ์ (Image) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้และเปลี่ยนแปลงได้เสมอ กล่าวคือ อาจเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่
ดีเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ดี หรืออาจเปลี่ยนแปลงจากภาพลักษณ์ที่ไม่ดีมาเป็นภาพลักษณ์ที่ดี ฉะนั้นภาพลักษณ์จึง
เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นได้ การประชาสัมพันธ์จะมีบทบาทอย่างมากในการเสริมสร้างและเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์
นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์ที่ดีมีประสิทธิภาพ ยังช่วยส่งเสริมและรักษาภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร สถาบัน ให้
ดำรงยั่งยืนถาวรต่อไป ซึ่งทั้งนี้ย่อมต้องอาศัยปัจจัยอื่น ๆ เข้าประกอบด้วย

องค์ประกอบภาพลักษณ์องค์กร

องค์ประกอบของภาพลักษณ์องค์กรตามแนวความคิดของเสรี วงษ์มณฑา (2542 : 96) มีดังนี้

1. ผู้บริหาร (Executive) องค์กรจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับผู้บริหาร ซึ่งต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ
ถ้าองค์กรใดมีผู้บริหารที่มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์ดี มีนโยบายการบริหารดี ซื่อสัตย์ไม่เอาเปรียบ องค์กรนั้นก็จะมี
ภาพลักษณ์ที่ดี

2. พนักงาน (Employee) องค์กรที่ดีจะต้องมีบุคลากรที่มีความสามารถ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีมีวิสัย
ของการให้บริการ

3. สินค้า (Product) ต้องเป็นสินค้าที่ดีมีคุณภาพ มีประโยชน์ตรงกับข้อความโฆษณาที่เผยแพร่ออกไป

4. การดำเนินธุรกิจ (Business Practice) องค์กรควรมีการคืบกำไรสุจริตเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ
หน่วยงาน ดังนั้นองค์กรทั้งหลายจะต้องให้ความสำคัญกับการคืบกำไรแก่สังคม

5. กิจกรรมสังคม (Social Activities) คือการดูแลเอาใจใส่สังคมร่วมกิจกรรมการกุศล หรือสร้าง
ประโยชน์ให้กับสังคม เนื่องจากเป็นยุคที่เน้นการตลาดเพื่อสังคม

6. เครื่องมือ เครื่องใช้ หรืออุปกรณ์สำนักงาน (Artifacts) หน่วยงานองค์กรต้องมีสิ่งที่แสดงสัญลักษณ์ของหน่วยงานหรือองค์กร เช่น เครื่องแบบพนักงาน วัสดุสิ้นเปลือง (ปากกา ยางลบ ดินสอ ไม้บรรทัด กระดาษ ฯลฯ) ควรมีโลโก้ขององค์กรแสดงอยู่ด้วย

ผู้มีหน้าที่ในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร

การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่ายภายในองค์กร ซึ่งจะต้องประกอบด้วยกลุ่มคนดังนี้ (พิชราภรณ์ เอี่ยมสุทธา, 2541 : 263)

1. ผู้บริหาร ควรให้ความสำคัญ ให้ความสำคัญ สนับสนุน และให้ความร่วมมือในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์
2. พนักงาน ควรมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร จงรักภักดีต่อองค์กร และมีความชื่นชอบในนโยบายกิจกรรมสินค้าหรือบริการ โดยสามารถเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวแก่ญาติสนิท มิตรสหายอย่างกว้างขวาง
3. ฝ่ายประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่เลือกข่าวสาร กำหนดวิธีการนำเสนอและเสริมกิจกรรม

ทฤษฎีของผู้บริหารว่าด้วยเรื่องการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์

ทฤษฎีของผู้บริหารว่าด้วยเรื่องการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ มีดังนี้ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542 : 91-95)

1. ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสภาพแวดล้อม
2. ผู้บริหารจะต้องทำงานอยู่ในกรอบขององค์กรเพื่อพัฒนาแนวทางแก้ปัญหาใหม่ ๆ ให้กับองค์กร
3. ผู้บริหารจะต้องคิดในเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างยุทธศาสตร์เชิงบวกตลอดเวลา
4. ผู้บริหารต้องพร้อมที่จะวัดผลการทำงานในด้านการประชาสัมพันธ์
5. การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีนั้น ผู้บริหารต้องเข้าใจว่าเขามีหน้าที่สร้างอิทธิพลต่อความคิดของสาธารณชน การที่จะมีอิทธิพลต่อสาธารณชน องค์กรควรปฏิบัติดังนี้

5.1 ยิ่งสาธารณชนรู้จักองค์กรมากเท่าใด เขาก็ยิ่งชื่นชอบองค์กรมากขึ้นเท่านั้น

5.2 การปรับปรุงองค์กรให้เป็นที่ยอมรับของสาธารณชนง่ายกว่าการปรับสาธารณชนให้ยอมรับองค์กร

5.3 การพูดภาษาของการกระทำ คือการแสดงให้เห็นว่าเราเป็นเช่นไรด้วยการกระทำแทนที่จะเอาแต่พูดหรือให้คำมั่นสัญญา เพราะการพูดแล้วไม่ทำตามก็อาจจะทำลายความน่าเชื่อถือขององค์กรแล้ว กลายเป็นความเสียหายระยะยาว องค์กรใด ๆ ก็ตามต้องปฏิบัติตนให้สาธารณชนเห็นว่ามี ความห่วงใยใส่ใจ และประพฤติดีกับสาธารณชน

5.4 ผู้ที่ทำงานประชาสัมพันธ์ห้ามเบื่อกการทำงาน ถ้าหากองค์กรทำดีตลอดแล้ว วันใดวันหนึ่งเกิดเบื่อก็อย่าทำขึ้นมาคงจะไม่ได้ ผู้คนสงสัยว่าเกิดอะไรขึ้น สงสัยในความดีที่ทำมาตลอด และอาจจะทำให้เสียภาพพจน์ เงินที่ลงทุนไปก็จะสูญเปล่า ดังนั้นสิ่งใดที่องค์กรทำแล้วเป็นประโยชน์ คนชื่นชมก็ควรทำต่อไป เป็นการรักษาภาพลักษณ์ของความดีไว้ให้นาน

5.5 ความจริงนั้นบริหารจัดการได้ แต่การโกหกหลอกลวงนั้นทำให้เกิดพายุใหญ่ นั่นคือ ไม่ควรโกหก สื่อมวลชนหรือสาธารณชน

5.6 องค์กรต้องทำประชาสัมพันธ์กับตลาดหรือกลุ่มเป้าหมายขององค์กรจริง ๆ กล่าวคือ ถ้าทำประชาสัมพันธ์แล้วไม่ได้ช่วยธุรกิจในแง่ใดแง่หนึ่งก็ไม่น่าจะทำ

5.7 ต้องคำนึงถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายไม่ใช่ความต้องการขององค์กร

5.8 คนมีความสนใจในคนด้วยกันมากที่สุด ในการทำประชาสัมพันธ์โดยการใช้คนเป็นผู้นำเสนอ (Presenter) เป็นโฆษก (Spokesman) มักจะได้ผลมากกว่าการทำประชาสัมพันธ์ที่เป็นเพียงเรื่องเล่าที่ไร้ผู้นำเสนอ

5.9 สิ่งที่เห็นเป็นขอนไม้อาจกลายเป็นจระเข้ หมายความว่า ในบางสิ่งบางอย่างที่นักประชาสัมพันธ์ทำลงไปแล้วเกิดปัญหา เห็นว่าไม่เป็นไร เป็นเรื่องเล็กน้อยไม่ต้องใส่ใจมองข้ามได้ (เปรียบเหมือนขอนไม้ที่ตายแล้ว) แต่ถ้าเรื่องดังกล่าวมีคนอื่นมองเห็นเป็นเรื่องสำคัญ เรื่องนั้นก็จะเป็นเรื่องราวยักษ์โตขึ้นมา จนกลายเป็นปัญหาทำให้ภาพลักษณ์เสียหายได้

การวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์

การวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ หมายถึง ความพยายามของหน่วยงานในการจูงใจให้สาธารณชนมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร การมองเห็นองค์กรมีคุณค่า มีความเชื่อถือน่าศรัทธาควรแก่การติดต่อคบหาด้วยความสนใจ ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์ให้สาธารณชนสนับสนุนองค์กรให้ดำเนินงานตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ (พัชราภรณ์ เอี่ยมสุธา, 2541 : 262)

นักวางแผนควรกำหนดขั้นตอนในวางแผนสร้างภาพลักษณ์ให้ชัดเจน (วิจิตร อวากุล, 2541 : 190 – 191) ดังนี้

1. จำแนกวิเคราะห์โครงสร้างของสถาบัน เพื่อป้องกันภาพลักษณ์เชิงลบและเสริมสร้างภาพลักษณ์เชิงบวก
2. กำหนดเป้าหมายในการสร้างภาพลักษณ์ให้เหมาะสมกับสภาพและกลุ่มเป้าหมาย
3. กำหนดวิธีการและสื่อ ตลอดจนกิจกรรมที่จะดำเนินการ
4. ใช้การโฆษณาสถาบัน ตลอดจนระบบการประชาสัมพันธ์เข้าเสริม
5. ใช้อุปกรณ์ตลอดจนประสานสื่อสารมวลชนอย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพ
6. ทำการสำรวจประเมินท่าทีความรู้สึก ทัศนคติของประชาชนเพื่อการดำเนินการปรับปรุงแก้ไข

การประเมินภาพลักษณ์องค์กร

พัชราภรณ์ เอี่ยมสุธา (2541 : 263) ได้สรุปในการสัมมนาหัวข้อ “Image Marketing” ว่านักประชาสัมพันธ์สามารถตรวจสอบหรือประเมินผลภาพลักษณ์ขององค์กรอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้การประเมินผลภาพลักษณ์สามารถกระทำได้ 4 ลักษณะ ดังนี้

1. Public Relations Audit หมายถึง การตรวจสอบผลของการประชาสัมพันธ์ กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจภาพลักษณ์ขององค์กรตรงกับที่องค์กรสื่อออกไปหรือไม่
2. Communication Audit หมายถึงการตรวจสอบการสื่อสารที่กลุ่มเป้าหมายได้รับจากสื่อ ทั้งสื่อที่ผลิตเอง (Controlled Media) หรือสื่อมวลชนที่มีประสิทธิภาพเพียงใด ต้องปรับปรุงหรือไม่

3. Social Audit หมายถึงตรวจสอบรับใช้สังคม ทุกหน่วยงานในองค์กรแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมเพียงใด องค์กรปฏิบัติได้ดีเพียงพหรือไม่

4. Environmental Monitoring Audit หมายถึง การตรวจสอบสิ่งแวดล้อมขององค์กร การติดตามสภาพสังคม เศรษฐกิจ เพื่อหาโอกาสที่จะจัดกิจกรรมเพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรในสถานการณ์นั้น ๆ

โดยทั่วไปแล้ว การประเมินภาพลักษณ์จะนิยมโดยการเปรียบเทียบจากตัวอย่างในภาพ 4 แสดงการเปรียบเทียบของ 3 บริษัท ซึ่งแสดงว่า บริษัท B นั้น ภาพลักษณ์ไม่ดีเลย เมื่อเทียบกับบริษัท A และ C บริษัท A นั้น ก็มีปัญหาด้านการให้บริการและการส่งของ นอกนั้นถือว่ามีภาพลักษณ์ที่ดีที่สุด เมื่อมองจากบริการที่ให้แก่ลูกค้า การจัดส่งสินค้า การออกแบบหีบห่อ ราคา ความเชื่อถือได้ ความทันสมัยและการค้นคว้า วิจัย เป็นต้น (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2537 : 17 – 19)

ในส่วนของข้อมูลที่จะนำมาใช้เพื่อบอกภาพลักษณ์ของหน่วยงาน สามารถจำแนกได้เป็น 2 อย่างคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Date) คือข้อมูลที่จัดหามาเพื่อประโยชน์ของการประเมินโดยตรง ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการสอบถาม ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือข้อมูลที่เป็นเอกสารต่าง ๆ ที่ผู้ทำไม่มีจุดมุ่งหมายที่จะนำมาใช้ประเมินเราโดยตรง ข้อมูลเหล่านี้ ได้แก่ ข่าวจากหนังสือพิมพ์ รายงานของฝ่ายการตลาด จดหมายวิพากษ์วิจารณ์ บัตรสนเท่ห์ เป็นต้น

การประเมินภาพลักษณ์ โดยปกตินิยมใช้ข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งอาศัยการเก็บข้อมูลโดยการออกแบบสอบถาม หรือการสัมภาษณ์ แต่การใช้ข้อมูลทั้งสองประเภทเข้าด้วยกัน ถูกต้อง สอดคล้องหรือขัดแย้งกันของผลการประเมินจากข้อมูลทั้งสอง ถ้ามีความสอดคล้องไม่ว่าจะในทางบวกหรือทางลบ จะเป็นการยืนยันความเชื่อถือได้ ทำให้รัดกุม ก็จะสรุปและนำผลการประเมินไปประยุกต์ใช้ต่อไป

สำหรับกลุ่มเป้าหมายของการประเมินถือว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งของการประเมินโดยปกติการประชาสัมพันธ์มักจะแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. กลุ่มประชาชนในสถาบัน หมายถึง บุคคลที่ทำงานในสังกัดหน่วยงานนั้น

2. กลุ่มประชาชนภายนอก หมายถึง บุคคลที่อยู่ภายนอกหน่วยงานนั้น ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 3 กลุ่มคือ

2.1 กลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องโดยตรง เป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องโดยตรงในหน่วยงานนั้น แต่สามารถให้คุณหรือโทษแก่หน่วยงานได้ ได้แก่ ผู้ถือหุ้นบริษัท ลูกค้า นักการเมือง ข้าราชการที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

2.2 กลุ่มประชาชนท้องถิ่น หมายถึง กลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นเดียวกับหน่วยงานนั้นตั้งอยู่

2.3 กลุ่มประชาชนทั่วไป หมายถึง กลุ่มประชาชนที่นอกเหนือจากข้อ 2.1 และ 2.2 แต่มีความสัมพันธ์กับหน่วยงานในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งมีอิทธิพลในแง่ความนิยม ความเป็นมิตร ความเข้าใจ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของหน่วยงานนั้น

การประเมินภาพลักษณ์นั้น ลำดับแรกจะต้องรู้จักเข้าใจกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ให้ชัดเจนและต้องนำมาพิจารณากับสถานภาพของหน่วยงาน แล้วจะต้องสามารถจำแนกตามลำดับของความสำคัญหรือการมีอิทธิพลของกลุ่มเป้าหมายให้แน่ชัด ทั้งนี้เพราะหลักของการประเมินภาพลักษณ์ในแต่ละครั้งนั้น เป็นการทำงานที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด และเพื่อให้งบประมาณ เวลา และกำลังคนให้มีประสิทธิภาพที่สุด

ตอนที่ 3 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ประวัติความเป็นมาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เกิดขึ้นตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พ.ศ. 2548 เหตุผลโดยที่ มาตรา ๓๖ แห่งพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๒ บัญญัติให้สถานศึกษาของรัฐที่จัดการศึกษาระดับปริญญาเป็นนิติบุคคล เพื่อให้สถานศึกษาของรัฐดำเนินการได้โดยอิสระสามารถพัฒนาระบบบริหาร และการจัดการที่เป็นของตนเอง มีความคล่องตัว มีเสรีภาพทางวิชาการ และอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสถานศึกษา ดังนั้น สมควรจัดตั้งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล จำนวน ๙ แห่ง ขึ้นแทนสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล เพื่อให้มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลเป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐด้านวิชาชีพและเทคโนโลยีที่มีวัตถุประสงค์ ให้การศึกษา ส่งเสริมวิชาการและวิชาชีพชั้นสูงที่มุ่งเน้นการปฏิบัติ ทำการสอน ทำการวิจัย ผลิตครูวิชาชีพ ให้บริการทางวิชาการในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม โดยให้ผู้สำเร็จการอาชีวศึกษามีโอกาสในการศึกษาต่อด้านวิชาชีพเฉพาะทางระดับปริญญาเป็นหลัก จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้ มีผลให้เกิดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล 9 แห่ง คือ

1. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY THANYABURI
2. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY KRUNGTHAP
3. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY TAWAN-OK
4. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PHRANAKHON
5. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY RATTANAKOSIN
6. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY LANNA
7. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY SRIVIJAYA
8. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY SUVARNABHUMI
9. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY ISAN

ปรัชญาการจัดการศึกษา

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ เป็นสถาบันอุดมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล พุทธศักราช 2548 เมื่อวันที่ 19 มกราคม 2548 เป็นการรวมตัว 3 วิทยาเขต คือ วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพ วิทยาเขตบพิตรพิมุข มหาเมฆ และวิทยาเขตพระนครใต้ จัดการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษา หลักสูตรปริญญาตรีหลายสาขาวิชา ยึดมั่นในอุดมการณ์และปรัชญาการจัดการศึกษา เพื่อผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติตอบสนองความต้องการของสังคม โดยเชื่อมั่นว่าเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา เป็นกระบวนการศึกษาที่จำเป็นในการเสริมสร้างมาตรฐานคุณภาพ เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ จัดการศึกษามุ่งเน้นการพัฒนาบัณฑิตให้มีความเชี่ยวชาญเชิงปฏิบัติการ ความเจนจัดทางวิชาการและคุณสมบัติที่จำเป็นตามลักษณะอาชีพ พร้อมทั้งทำงาน และสามารถปรับปรุงตนเองให้ก้าวหน้าทันต่อวิวัฒนาการทางเทคโนโลยี รวมทั้งปลูกฝังความมีระเบียบวินัย ความประณีต ความสำนึกในจรรยาอาชีพ คุณธรรม และความรับผิดชอบต่อหน้าที่และสังคม

พื้นที่การศึกษา 3 แห่งมีดังนี้

• สำนักงานอธิการบดี – เทคนิคกรุงเทพ

ตั้งอยู่เลขที่ 2 ถนนนางลิ้นจี่ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2459 บนเนื้อที่ 145 ไร่ 1 งาน 62 ตารางวา เปิดทำการสอนมากกว่า 50 ปี เริ่มต้นจากวิทยาลัยเทคนิคกรุงเทพฯ ในรัฐบาลสมัย จอมพล ป. พิบูลสงคราม ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลสหรัฐอเมริกา เป็นสถานศึกษาด้านเทคนิคแห่งแรกของประเทศไทย เริ่มการเรียนการสอนด้านช่างอิเล็กทรอนิกส์ ช่างไฟฟ้า ช่างยนต์ ช่างก่อสร้าง เลขานุการ การบัญชี คหกรรม จากวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ มาเป็นสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ และเป็นมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ จัดเป็นมหาวิทยาลัยระบบใหม่แห่งแรกและแห่งเดียวที่รวมวิชาชีพทางช่างเทคนิคและบริหารไว้ครบทุกสาขา

• บพิตรพิมุข มหาเมฆ

ตั้งอยู่เลขที่ 878 ถนนอาคารสงเคราะห์ แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120 เป็นวิทยาเขตที่แยกการบริหารจัดการมาจากวิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ เมื่อปี พ.ศ. 2526 โดยคณะรัฐมนตรีมีมติให้ใช้ที่ดินราชพัสดุ ที่แขวงทุ่งมหาเมฆ เขตสาทร กรุงเทพฯ บนเนื้อที่ 18 ไร่ 1 งาน 98 ตารางวา และอนุมัติงบประมาณแผ่นดินจำนวน 10 ล้านบาท เมื่อปี พ.ศ. 2519 ให้สร้างอาคารเรียนจำนวน 1 หลัง เพื่อจัดการเรียนการสอนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ แผนกวิชาธุรกิจ สาขาวิชาการเลขานุการและการบัญชี และแผนกธุรกิจ สาขาวิชาภาษาต่างประเทศ (ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ภาษาอังกฤษ) โดยเริ่มเปิดเรียนเมื่อวันจันทร์ที่ 5 มิถุนายน 2521 (บริหารจัดการร่วมกับวิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ)

นับจากนั้นเป็นต้นมา วิทยาเขตได้มีส่วนในการขยายโอกาสทางการศึกษาให้กับชุมชน ในบริเวณทุ่งมหาเมฆ สาทร สีลม และจังหวัดใกล้เคียงตลอดมา อีกทั้งยังจัดการเรียนการสอนในระดับที่สูงขึ้น ทั้งในระดับ

ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (พ.ศ. 2527) และระดับปริญญาตรี (พ.ศ. 2536) ในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต และศิลปศาสตรบัณฑิต ตามลำดับ ทั้งนี้เพื่อรองรับความต้องการของประชาชนทางด้านการศึกษามีสูงขึ้น

● พระนครใต้

ตั้งอยู่เลขที่ 149 ถนนเจริญกรุง เขตสาทร กรุงเทพฯ วิทยาเขตพระนครใต้ได้ก่อตั้งขึ้นภายใต้ชื่อ โรงเรียน การช่างสตรี เป็นแห่งแรกของประเทศไทย เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2465 และพัฒนามาเป็นโรงเรียนสตรีบ้านทวาย วิทยาลัยอาชีวศึกษาพระนครใต้ และเป็นวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา วิทยาเขตพระนครใต้ โดยเปิดสอน ระดับปวช. ปวส. และประกาศนียบัตรประโยคครูมัธยม (ป.ม.)

ต่อมาเปิดสอนระดับปริญญาตรี สายวิชาคหกรรมศาสตร์ สายวิชาศิลปกรรม สายวิชาบริหารธุรกิจ ภายใต้ชื่อสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตพระนครใต้ พัฒนาด้านวิชาการและศักยภาพของคณาจารย์อย่างต่อเนื่องเพื่อนักศึกษาที่เรียนจะได้รู้อย่างเต็มที่สำเร็จการศึกษาอย่างมีคุณภาพ

ปัจจุบันมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ จัดการศึกษาใน 7 คณะ ประกอบด้วย คณะ วิศวกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์ คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอ และวิทยาลัยนานาชาติ

ตอนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อภิชาต พุกสวัสดิ์ (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์นตามความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่มีต่อภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์นในด้านต่าง ๆ ตามความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานครนั้น ภาพลักษณ์เด่นที่สุดของมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น คือมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์นเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป รองลงมา คือ ภาพลักษณ์ความทันสมัยแบบคนรุ่นใหม่ การรณรงค์ป้องกันยาเสพติด ความเหมาะสมในเรื่องทำเลที่ตั้ง ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชน

พรพิชชา ภัทรการ (2545) ศึกษาเรื่อง “การรับรู้ภาพลักษณ์โรงพยาบาลรัฐในกรุงเทพมหานครของผู้ใช้บริการ” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลรัฐ และการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโรงพยาบาลรัฐในกรุงเทพมหานครของผู้ใช้บริการ ตลอดจนการรับรู้ภาพลักษณ์โรงพยาบาลรัฐของผู้ใช้บริการจากโรงพยาบาลรัฐในกรุงเทพมหานคร โดยลักษณะภาพที่รับรู้คือ เป็นโรงพยาบาลที่มีประสิทธิภาพการรักษาพยาบาล การรับรู้ภาพลักษณ์บุคลากรในโรงพยาบาลรัฐส่วนใหญ่ผู้ให้บริการมีความเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของแพทย์อยู่ในด้านบวกมากที่สุด พยาบาลอยู่ในด้านบวกมากที่สุด สำหรับภาพลักษณ์ของเจ้าหน้าที่แผนกต่าง ๆ อยู่ในด้านบวกมากที่สุด

อดิษฐ์ นิมิตรสถาพร (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของศาลปกครองในสายตาประชาชน เขต กรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสารของประชาชน และช่องทางการสื่อสารที่นำความรู้เกี่ยวกับศาลปกครองไปสู่ประชาชน เพื่อศึกษาถึงความรู้ของประชาชนเกี่ยวกับศาลปกครอง เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนที่มีต่อศาลปกครอง เพื่อศึกษาถึงภาพลักษณ์ที่มีต่อศาลปกครอง และเพื่อศึกษาตัวแปรที่มี

ประสิทธิภาพในการอธิบายภาพลักษณ์ต่อศาลปกครองมากที่สุด พบว่าความรู้เกี่ยวกับศาลปกครองมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ศาลปกครองในสายตาประชาชน ทักษะคดีของประชาชนต่อศาลปกครองมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ศาลปกครองในสายตาประชาชน และทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับศาลปกครองเป็นตัวแปรอิสระที่มีประสิทธิภาพในการอธิบายภาพลักษณ์ศาลปกครองในสายตาประชาชนได้มากที่สุด

ภุริดา สีดามา (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ไทยภายหลังร่วมทุนกับธนาคารต่างชาติ” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นของลูกค้า เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ไทยภายหลังร่วมทุนกับธนาคารต่างชาติในสายตาของลูกค้าเขตกรุงเทพมหานครสำรวจการรับรู้ของลูกค้าเกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและบริหารจัดการภายหลังร่วมทุนกับธนาคารต่างชาติ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของลูกค้า เกี่ยวกับการดำเนินงานและการบริการของธนาคารพาณิชย์ไทย ภายหลังร่วมทุนกับธนาคารต่างชาติ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารของลูกค้า เกี่ยวกับธนาคารพาณิชย์ไทยภายหลังร่วมทุนกับธนาคารต่างชาติกับภาพลักษณ์ของธนาคาร และเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ไทยภายหลังร่วมทุนกับธนาคารต่างชาติของแต่ละธนาคารในสายตาลูกค้า ภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ไทยภายหลังร่วมทุนกับธนาคารต่างชาติในสายตาของลูกค้าของแต่ละธนาคารมีความแตกต่างกัน โดยมีความสัมพันธ์กับการให้บริการธนาคารของลูกค้าและการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับธนาคารพาณิชย์ไทยภายหลังร่วมทุนกับธนาคารต่างชาติมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของธนาคาร

ตรึงตรา ทรัพย์สง (2541) ทำการศึกษาเรื่อง “ภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความรู้ ความเข้าใจของประชาชน กลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ รวมถึงทัศนะที่มีต่อภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า กรมประชาสัมพันธ์มีภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านงานบริการ การนำเสนอ บุคลากรหรือผู้บริหาร ออกมาในทางที่ดี ที่เป็นที่ยอมรับ โดยทั่วไป ระดับการศึกษาและอาชีพมีความรู้ ความเข้าใจ และมีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน ยกเว้นด้านเพศและอายุ ควรทำการประชาสัมพันธ์ภายในและทำการวิจัยทัศนะของพนักงานที่มีต่อกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผนดำเนินงานการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ต่อไป

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยตามลำดับดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ อาจารย์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ นักศึกษาทุกคน จำนวน 7 คณะ ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2555

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

1.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอาจารย์ ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่าง แบบหลายขั้นตอนจากทุกคนจำนวน 7 คณะ ตามสัดส่วนของประชากร ตามเกณฑ์ของเครจิจและมอร์แกน (Krejice and Morgan. Random Sampling 1970 : 607 – 610) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 220 คน

1.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ผู้วิจัยเลือกโดยวิธีสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ของเครจิจและมอร์แกน (Krejice and Morgan. Random Sampling 1970 : 607 – 610) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 620 คน รวมกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวนทั้งสิ้น 840 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 การสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยมีลำดับขั้นตอน ดังนี้

- 1) ศึกษาเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของหน่วยงานหรือภาพลักษณ์ขององค์กร ทั้งของรัฐและเอกชน
- 2) ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามวิธีของไลเคิร์ท (Likert) จากหนังสือเกี่ยวกับการสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยของ ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ (2528 : 156-159) และพวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2535 : 114-115)
- 3) ประมวลผลข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

2.2 ลักษณะของแบบสอบถาม

แบบสอบถามเรื่องการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ตามทัศนะของอาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ที่ผู้ตอบสามารถตอบตามสภาพที่เป็นจริงของตนเอง

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านต่าง ๆ รวม 12 ด้าน จำนวน 73 ข้อ ดังนี้

1) ระบบการบริหารจัดการ	จำนวน 7 ข้อ
2) อาจารย์ผู้สอน	จำนวน 7 ข้อ
3) คุณภาพของบัณฑิต	จำนวน 4 ข้อ
4) อุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน	จำนวน 5 ข้อ
5) อาคารเรียนและห้องเรียน	จำนวน 9 ข้อ
6) คุณภาพของนักศึกษา	จำนวน 8 ข้อ
7) วิทยบริการ	จำนวน 7 ข้อ
8) งานกิจการนักศึกษา	จำนวน 5 ข้อ
9) บรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย	จำนวน 5 ข้อ
10) ระบบงานทะเบียน	จำนวน 5 ข้อ
11) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ	จำนวน 6 ข้อ
12) ระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ	จำนวน 5 ข้อ

ผู้วิจัยกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนของข้อคำถามในแบบสอบถามแต่ละข้อดังนี้

คะแนน 1 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด หรือเห็นด้วยน้อยที่สุด

คะแนน 2 หมายถึง ระดับน้อย หรือเห็นด้วยน้อย

คะแนน 3 หมายถึง ระดับปานกลาง หรือเห็นด้วยปานกลาง

คะแนน 4 หมายถึง ระดับมาก หรือเห็นด้วยมาก

คะแนน 5 หมายถึง ระดับมากที่สุด หรือเห็นด้วยมากที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open Ended) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

2.3 การหาคุณภาพของเครื่องมือ

2.3.1 การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบเนื้อหาสาระ โครงสร้างของข้อคำถาม ตลอดจนภาษาที่ใช้ ทั้งนี้เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สามารถนำไปใช้รวบรวมข้อมูลได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นได้นำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้จริง

2.3.2 การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 40 คน โดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบทั้งฉบับ แบบสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach, 1984 : 161) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบทั้งฉบับเท่ากับ 0.92

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้ว ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอาจารย์ และ นักศึกษาของคณะต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ตอบแบบสอบถามด้วยตนเองทั้งหมด พร้อมรับกลับคืนมาได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ของอาจารย์จำนวน 220 ฉบับ และของนักศึกษาจำนวน 620 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามทั้งหมด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป หาค่าร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และแปลความหมายของข้อมูลโดยถือเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับมากที่สุด

4.2 สำหรับคำถามแบบปลายเปิด (Open Ended) ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหา และสรุปประเด็นร่วมเพื่อนำไปใช้ประกอบการนำเสนอภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ



บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ และคณะวิชาที่สังกัด

ตอนที่ 2 เป็นภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ตามทัศนะของอาจารย์และนักศึกษาจำแนกตามคณะ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการศึกษสถานภาพทั่วไปของอาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ที่ให้ข้อมูลจำแนกตามเพศ และคณะวิชาที่สังกัดแสดงในตารางที่ 1 - 2

ตารางที่ 1 สถานภาพทั่วไปของอาจารย์ที่ให้ข้อมูลจำแนกตามเพศ คณะวิชาที่สังกัดระดับการศึกษา และพื้นที่ที่ทำงานประจำ

สถานภาพ		จำนวน	ร้อยละ
เพศ			
	ชาย	84	38.18
	หญิง	136	61.82
คณะที่สังกัด			
	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	12	5.45
	คณะบริหารธุรกิจ	46	20.91
	คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	35	15.91
	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	58	26.36
	คณะวิศวกรรมศาสตร์	39	17.72
	คณะศิลปศาสตร์	22	10.00
	คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอ	8	3.65
ระดับการศึกษา			
	ปริญญาตรี	-	-
	ปริญญาโท	205	93.18
	ปริญญาเอก	15	6.82
พื้นที่ทำงานเป็นประจำ			
	เทคนิคกรุงเทพ	117	53.18
	บพิตรพิมุข มหาเมฆ	68	30.91
	พระนครใต้	35	15.91

จากตารางที่ 1 แสดงว่า อาจารย์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ที่ให้ข้อมูลในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.82 สังกัดคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 5.45 คณะบริหารธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 20.91 คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 15.91 คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 26.36 คณะวิศวกรรมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 17.72 คณะศิลปศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 10.00 และคณะอุตสาหกรรมสิ่งทอ คิดเป็นร้อยละ 3.65 ตามลำดับ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท คิดเป็น 93.18 และระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 6.82 พื้นที่ทำงานประจำ คือ พื้นที่เทคนิคกรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 53.18 รองลงมา คือ บพิตรพิมุข มหาเมฆ คิดเป็นร้อยละ 30.91 และพระนครใต้ คิดเป็นร้อยละ 15.91 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 สถานภาพทั่วไปของนักศึกษาที่ให้ข้อมูลจำแนกตามเพศ คณะวิชา ระดับชั้นปีที่ศึกษา และพื้นที่ที่ศึกษาเป็นประจำ

สถานภาพ		จำนวน	ร้อยละ
เพศ			
	ชาย	286	46.43
	หญิง	334	53.87
คณะที่สังกัด			
	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม	35	5.65
	คณะบริหารธุรกิจ	155	25.00
	คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์	126	20.32
	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	120	19.35
	คณะวิศวกรรมศาสตร์	70	11.29
	คณะศิลปศาสตร์	78	12.58
	คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอ	36	5.81
ชั้นปีที่ศึกษา			
	ชั้นปีที่ 1	125	20.16
	ชั้นปีที่ 2	182	29.35
	ชั้นปีที่ 3	165	26.62
	ชั้นปีที่ 4	148	23.87
พื้นที่ที่เรียนเป็นประจำ (มากที่สุด)			
	เทคนิคกรุงเทพ	361	58.23
	บพิตรพิมุข มหาเมฆ	133	21.45
	พระนครใต้	126	20.32

จากตารางที่ 2 แสดงว่า นักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ที่ให้ข้อมูลครั้งนี้ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 53.87 สังกัดคณะบริหารธุรกิจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมาคือ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 20.32 คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 19.35 คณะศิลปศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 12.58 และคณะวิศวกรรมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 11.29 ตามลำดับ กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.35 รองลงมาคือ ชั้นปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 26.61 ชั้นปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 23.87 และชั้นปีที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 20.16 ตามลำดับ พื้นที่ที่ศึกษาเป็นประจำ คือ เทคนิคกรุงเทพ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.23 รองลงมา บพิตรพิมุข มหาเมฆ คิดเป็นร้อยละ 21.45 และพื้นที่พระนครใต้ คิดเป็นร้อยละ 20.32 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ตามความคิดเห็นของอาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ แสดงในตารางที่ 3 - 26

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ตามความคิดเห็นของอาจารย์ในด้านต่าง ๆ จำนวน 10 ด้าน

ด้านที่	ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
1	ระบบการบริหารจัดการ	3.18	0.79	ปานกลาง
2	คุณภาพของบัณฑิต	3.50	0.59	มาก
3	อุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน	3.00	0.95	ปานกลาง
4	อาคารเรียนและห้องเรียน	2.48	1.03	น้อย
5	คุณภาพของนักศึกษา	2.77	0.73	ปานกลาง
6	วิทยบริการ	3.03	0.81	ปานกลาง
7	บรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย	2.70	0.75	ปานกลาง
8	ระบบงานทะเบียน	2.92	0.68	ปานกลาง
9	สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ	2.11	0.92	น้อย
10	ระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ	2.46	0.79	น้อย
	เฉลี่ยรวม	2.80	0.89	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 แสดงว่า อาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านต่าง ๆ รวม 10 ด้าน โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เกือบทุกด้านมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านคุณภาพของบัณฑิต ที่มีความคิดเห็นในระดับมากและด้านอาคารเรียนและห้องเรียน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ ที่มีความคิดเห็นในระดับน้อย

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นของอาจารย์ที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านระบบการบริหารจัดการ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
1. ระบบการบริหารจัดการ			
(1) ผู้บริหารเป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล	3.64	0.76	มาก
(2) ผู้บริหารมีความซื่อสัตย์ จริงใจ ขยันและอดทน	3.40	0.71	ปานกลาง
(3) ผู้บริหารมีความโปร่งใส	3.16	0.69	ปานกลาง
(4) ผู้บริหารมีความยุติธรรม ยึดมั่นในความถูกต้องดีงาม	3.12	0.78	ปานกลาง
(5) ผู้บริหารเปิดโอกาสให้ประชาคมในสถาบันฯ มีส่วนร่วมในการ บริหารจัดการและตัดสินใจในปัญหาที่สำคัญ	2.80	0.87	ปานกลาง
(6) ผู้บริหารมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ	3.04	0.79	ปานกลาง
(7) ผู้บริหารมีประสิทธิผลในการบริหารจัดการได้ตามเป้าหมาย (มีความคุ้มค่าและมีความพึงพอใจของประชาคมในสถาบันฯ และผู้รับบริการ)	3.08	0.70	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.18	0.79	ปานกลาง

จากตารางที่ 4 แสดงว่า อาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านระบบการบริหารจัดการ โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าเกือบทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ยกเว้นข้อผู้บริหารเป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล ที่มีความคิดเห็นในระดับมาก

ตารางที่ 5 ความคิดเห็นของอาจารย์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านคุณภาพของบัณฑิต

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
2. คุณภาพของบัณฑิต			
(1) มีความสามารถด้านวิชาการและวิชาชีพอย่างเหมาะสม	3.56	0.51	มาก
(2) มีคุณธรรมและจริยธรรมอย่างเหมาะสม	3.28	0.54	ปานกลาง
(3) นำความรู้ไปใช้ในการประกอบอาชีพได้อย่างมีความสุข	3.56	0.65	มาก
(4) อยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข	3.60	0.65	มาก
เฉลี่ยรวม	3.50	0.59	มาก

จากตารางที่ 5 แสดงว่า อาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านคุณภาพบัณฑิต โดยเฉลี่ยรวมในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เกือบทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับมาก ยกเว้น ข้อมีคุณธรรมและจริยธรรมอย่างเหมาะสม ที่มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

ตารางที่ 6 ความคิดเห็นของอาจารย์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้าน
อุปกรณ์การเรียนการสอนและตำรา

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
3. อุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน			
(1) มีอุปกรณ์การเรียนการสอนอย่างเพียงพอ	2.96	1.02	ปานกลาง
(2) มีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย	3.04	0.93	ปานกลาง
(3) มีบริการโสตทัศนูปกรณ์อย่างเหมาะสมและเพียงพอ	2.84	0.99	ปานกลาง
(4) มีเอกสารและตำราเพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้าในวิทยบริการอย่างเพียงพอและเหมาะสม	2.80	0.87	ปานกลาง
(5) มีระบบ Internet เพื่อการศึกษาและค้นคว้าในวิทยบริการอย่างเพียงพอและเหมาะสม	3.36	0.91	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.00	0.95	ปานกลาง

จากตารางที่ 6 แสดงว่าอาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน



ตารางที่ 7 ความคิดเห็นของอาจารย์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้าน
อาคารเรียนและห้องเรียน

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
4. อาคารเรียนและห้องเรียน			
(1) มีการจัดบรรยากาศของห้องเรียนเพื่อการเรียนการสอนอย่างเหมาะสม	3.16	0.75	ปานกลาง
(2) มีการจัดห้องปฏิบัติการสอดคล้องกับลักษณะเนื้อหาวิชา	3.24	0.83	ปานกลาง
(3) ขนาดของห้องปฏิบัติการสอดคล้องกับลักษณะเนื้อหาวิชา	3.12	0.97	ปานกลาง
(4) ห้องเรียนแต่ละห้องในภาพรวมสะอาดและเหมาะสมกับการใช้งาน	2.88	0.97	ปานกลาง
(5) มีห้องสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเอง	2.28	0.98	น้อย
(6) มีมุม/ห้องสำหรับพักผ่อนของนักศึกษา	2.04	0.73	น้อย
(7) มีห้อง/อาคารสำหรับการส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมของนักศึกษา	1.96	0.73	น้อย
(8) ห้องน้ำแต่ละอาคารเพียงพอ	1.92	1.04	น้อย
(9) ห้องน้ำแต่ละอาคารสะอาดพร้อมใช้งาน	1.76	.072	น้อย
เฉลี่ยรวม	2.48	1.03	น้อย

จากตารางที่ 7 แสดงว่าอาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านอาคารเรียนและห้องเรียน โดยเฉลี่ยรวมในระดับน้อย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับน้อย ยกเว้นข้อ มีการจัดบรรยากาศของห้องเรียนเพื่อการเรียนการสอนอย่างเหมาะสม มีการจัดห้องปฏิบัติการสอดคล้องกับลักษณะเนื้อหาวิชา และห้องเรียนแต่ละห้องในภาพรวมสะอาดและเหมาะสมกับการใช้งาน ที่มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

ตารางที่ 8 ความคิดเห็นของอาจารย์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้าน
คุณภาพของนักศึกษา

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
5. คุณภาพของนักศึกษา			
(1) มีความรู้พื้นฐานในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย	2.84	0.69	ปานกลาง
(2) เข้าเรียนตรงเวลา	2.68	0.75	ปานกลาง
(3) มีความรับผิดชอบในการเรียนรู้ของตนเอง	2.64	0.64	ปานกลาง
(4) มีความมุ่งมั่น สนใจไม่เรียนรู้	2.76	0.78	ปานกลาง
(5) การแต่งกายถูกต้องตามระเบียบของมหาวิทยาลัยฯ	2.68	0.75	ปานกลาง
(6) ปฏิบัติตามกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย	2.80	0.71	ปานกลาง
(7) มีกิริยามารยาทที่ดี และสัมาคารวะต่ออาจารย์ผู้สอน	2.88	0.97	ปานกลาง
(8) มีบุคลิกภาพที่ดีโดยรวม	2.88	0.53	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	2.77	0.73	ปานกลาง

จากตารางที่ 8 แสดงว่าอาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านคุณภาพของนักศึกษา โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง เช่นกัน

ตารางที่ 9 ความคิดเห็นของอาจารย์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้าน
วิทยบริการ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
6. วิทยบริการ			
(1) มีจำนวนหนังสือเพียงพอ	2.96	0.79	ปานกลาง
(2) มีจำนวนวารสารเพียงพอ	2.68	0.69	ปานกลาง
(3) มีระบบการสืบค้นที่สะดวกและรวดเร็ว	3.24	0.66	ปานกลาง
(4) มีระบบ Internet ที่รวดเร็วและเหมาะสม	3.40	0.65	ปานกลาง
(5) มีจำนวนโต๊ะ เก้าอี้เพียงพอ	2.92	0.95	ปานกลาง
(6) เจ้าหน้าที่ให้บริการเป็นกันเอง	2.96	0.89	ปานกลาง
(7) สถานที่โดยรวมสะอาดและเป็นระเบียบ เรียบร้อย	3.04	0.89	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.03	0.81	ปานกลาง

จากตารางที่ 9 แสดงว่า อาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านวิทยบริการ โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลางเช่นกัน

ตารางที่ 10 ความคิดเห็นของอาจารย์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ในด้านระบบงานทะเบียน

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
8. ระบบงานทะเบียน			
(1) ขั้นตอนการลงทะเบียนเหมาะสม	2.96	0.61	ปานกลาง
(2) การจัดตารางเรียนในแต่ละภาคเรียนเหมาะสม	2.96	0.68	ปานกลาง
(3) ระบบอาจารย์ที่ปรึกษาเข้มแข็งและเหมาะสม	2.76	0.72	ปานกลาง
(4) มีระบบการชำระเงินในการลงทะเบียน รวดเร็วและเหมาะสม	3.08	0.70	ปานกลาง
(5) การให้บริการของงานทะเบียนโดยรวม	2.84	0.69	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	2.92	0.68	ปานกลาง

จากตารางที่ 10 แสดงว่า อาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านระบบงานทะเบียน โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง เช่นกัน

ตารางที่ 11 ความคิดเห็นของอาจารย์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ในด้านบรรยากาศในมหาวิทยาลัย

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
7. บรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย			
(1) สถานที่สวยงาม ร่มรื่นน่าเข้าศึกษา	2.88	0.78	ปานกลาง
(2) สถานที่สำหรับนั่ง พักผ่อนแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เหมาะสมและเพียงพอ	2.48	0.65	น้อย
(3) มีระบบ wire less Lan ครอบคลุม ทุกจุดในมหาวิทยาลัย	3.00	0.71	ปานกลาง
(4) ความสะอาดของมหาวิทยาลัยโดยรวม	2.60	0.82	ปานกลาง
(5) มีการจัดสิ่งแวดล้อมและบรรยากาศในมหาวิทยาลัยให้เป็นบรรยากาศ แห่งการเรียนรู้	2.52	0.71	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	2.70	0.75	ปานกลาง

จากตารางที่ 11 แสดงว่า อาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านบรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เกือบทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ยกเว้น ข้อสถานที่สำหรับนั่ง พักผ่อนแลกเปลี่ยนเรียนรู้เหมาะสมและเพียงพอที่มีความคิดเห็นในระดับน้อย

ตารางที่ 12 ความคิดเห็นของอาจารย์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
9. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ			
(1) ร้านค้าที่ให้บริการเกี่ยวกับอุปกรณ์การเรียนการสอนตำราเรียน และ ของใช้จำเป็น	1.96	0.89	น้อย
(2) มีร้านถ่ายเอกสารอย่างเพียงพอ	2.16	1.07	น้อย
(3) มีโรงอาหาร สำหรับให้บริการอย่างเพียงพอ	1.80	0.65	น้อย
(4) มีโรงอาหาร สำหรับให้บริการอย่างเหมาะสม	1.72	0.74	น้อย
(5) มีระบบ Internet อย่างเพียงพอและทั่วถึง	2.92	0.70	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	2.11	0.92	น้อย

จากตารางที่ 12 แสดงว่าอาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ โดยเฉลี่ยรวม
ในระดับน้อย ยกเว้นข้อมีระบบ Internet อย่างเพียงพอและทั่วถึงที่มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

ตารางที่ 13 ความคิดเห็นของอาจารย์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ในด้านระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
10. ระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ			
(1) มีจำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัยอย่างเพียงพอ	2.60	0.76	ปานกลาง
(2) พนักงานรักษาความปลอดภัยปฏิบัติหน้าที่อย่างเข้มแข็งและเหมาะสม	2.36	0.70	น้อย
(3) มีระบบการผ่านเข้า – ออกในมหาวิทยาลัยที่ดี	2.56	0.77	ปานกลาง
(4) มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี	2.52	0.77	ปานกลาง
(5) ระบบการจราจรในพื้นที่เทคนิคกรุงเทพเหมาะสม	2.24	0.93	น้อย
เฉลี่ยรวม	2.46	0.79	น้อย

จากตารางที่ 13 แสดงว่าอาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่
จอดรถ โดยเฉลี่ยรวมในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบเกือบทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับน้อย ยกเว้น
ข้อมีจำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัยอย่างเพียงพอ มีระบบการผ่านเข้า – ออกในมหาวิทยาลัยที่ดีและมี
ระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี ที่มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

ตารางที่ 14 ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในด้านต่าง ๆ 11 ด้าน

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
(1) ระบบการบริหารจัดการ	3.37	0.88	ปานกลาง
(2) อาจารย์ผู้สอน	3.93	0.75	มาก
(3) นักศึกษา	3.57	0.93	มาก
(4) อุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน	3.18	0.94	ปานกลาง
(5) งานกิจการนักศึกษา	3.04	0.94	ปานกลาง
(6) อาคารเรียนและห้องเรียน	2.91	1.06	ปานกลาง
(7) วิทยบริการ	3.13	0.98	ปานกลาง
(8) บรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย	2.90	1.01	ปานกลาง
(9) ระบบงานทะเบียน	2.99	1.04	ปานกลาง
(10) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ	2.73	1.12	ปานกลาง
(11) ระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ	3.09	0.97	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.20	1.02	ปานกลาง

จากตารางที่ 14 แสดงว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านต่าง ๆ รวม 11 ด้าน โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าเกือบทุกด้านมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านอาจารย์ผู้สอนและนักศึกษาที่มีความคิดเห็นในระดับมาก

ตารางที่ 15 ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในด้านระบบการบริหารจัดการ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
ระบบการบริหารจัดการ			
(1) ผู้บริหารเป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล	3.51	0.88	มาก
(2) ผู้บริหารมีความซื่อสัตย์ จริ่งใจ ขยันและอดทน	3.44	0.82	ปานกลาง
(3) ผู้บริหารมีความโปร่งใส	3.33	0.88	ปานกลาง
(4) ผู้บริหารมีความยุติธรรมยึดมั่นในความถูกต้องดีงาม	3.39	0.84	ปานกลาง
(5) ผู้บริหารเปิดโอกาสให้ประชาชนในสถาบันฯ มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและตัดสินใจในปัญหาที่สำคัญ	3.19	0.95	ปานกลาง
(6) ผู้บริหารมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ	3.37	0.90	ปานกลาง
(7) ผู้บริหารมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการได้ตามเป้าหมาย (มีความคุ้มค่าและมีความพึงพอใจของประชาชนในสถาบันฯ และผู้รับบริการ)	3.34	0.88	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.37	0.88	ปานกลาง

จากตารางที่ 15 แสดงว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านระบบการบริหารจัดการ โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เกือบทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ยกเว้นข้อผู้บริหารเป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกลที่มีความคิดเห็นในระดับมาก

ตารางที่ 16 ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในด้านอาจารย์ผู้สอน

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
2. อาจารย์ผู้สอน			
(1) มีความรู้ความสามารถตรงกับรายวิชาที่สอน	4.06	0.66	มาก
(2) มีความสามารถในการสอน	4.01	0.66	มาก
(3) มีการเตรียมการสอนที่ดี	3.92	0.74	มาก
(4) มีบุคลิกภาพที่ดี	3.95	0.68	มาก
(5) มีความรับผิดชอบต่อนักเรียน	4.03	0.72	มาก
(6) มีความรักและเข้าใจนักศึกษา	3.69	0.87	มาก
(7) มีสัมพันธภาพที่ดีต่อนักศึกษา	3.82	0.85	มาก
เฉลี่ยรวม	3.93	0.75	มาก

จากตารางที่ 16 แสดงว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านอาจารย์ผู้สอน โดยเฉลี่ยรวมในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ เช่นกัน

ตารางที่ 17 ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในด้านนักศึกษา

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
3. นักศึกษา			
(1) มีความรู้พื้นฐานเพียงพอในการศึกษาต่อ	3.52	0.71	มาก
(2) มีความรับผิดชอบและเข้าเรียนตรงเวลา	3.53	0.86	มาก
(3) แต่งกายถูกต้องตามระเบียบของสถาบันฯ	3.42	1.02	ปานกลาง
(4) มีกิจกรรมยามว่างเรียบร้อย	3.45	0.89	ปานกลาง
(5) มีสัมมาคารวะต่ออาจารย์	3.75	0.84	มาก
(6) มีความมุ่งมั่น สนใจ ใฝ่ศึกษาเล่าเรียน	3.64	0.80	มาก
(7) มีบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับการเป็นนักศึกษา	3.64	0.88	มาก
(8) ปฏิบัติตามกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย	3.53	0.95	มาก
(9) มีความสัมพันธ์ระหว่างรุ่นพี่กับรุ่นน้อง	3.75	1.04	มาก
(10) การรับน้องของรุ่นพี่มีความเหมาะสม	3.38	1.14	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.57	0.93	มาก

จากตารางที่ 17 แสดงว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านนักศึกษา โดยเฉลี่ยรวมในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเกือบทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับมาก ยกเว้นข้อแต่งกายถูกต้องตามระเบียบของสถาบันฯ มีกิจกรรมยามว่างเรียบร้อยและการรับน้องของรุ่นพี่ที่มีความเหมาะสมที่มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

ตารางที่ 18 ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในด้าน
อุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
4. อุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน			
(1) มีอุปกรณ์การเรียนการสอนอย่างเพียงพอ	3.20	0.92	ปานกลาง
(2) มีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย	3.22	0.93	ปานกลาง
(3) มีบริการโสตทัศนูปกรณ์อย่างเหมาะสมและเพียงพอ	3.09	0.89	ปานกลาง
(4) มีเอกสารและตำราเพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้าในวิทยบริการอย่างเพียงพอและเหมาะสม	3.29	0.91	ปานกลาง
(5) มีระบบ Internet เพื่อการศึกษาค้นคว้าในวิทยบริการอย่างเพียงพอและเหมาะสม	3.10	1.04	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.18	0.94	ปานกลาง

จากตารางที่ 18 แสดงว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลางและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน

ตารางที่ 19 ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในด้านงาน
กิจการนักศึกษา

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
5. งานกิจการนักศึกษา			
(1) นักศึกษาได้รับการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมจากงานกิจการนักศึกษา	3.14	0.87	ปานกลาง
(2) สโมสรนักศึกษาจัดโครงการ/กิจกรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาพฤติกรรมด้านคุณธรรมจริยธรรมให้กับนักศึกษาอย่างทั่วถึง	3.00	0.94	ปานกลาง
(3) สโมสรนักศึกษามีการจัดกิจกรรม/โครงการที่ส่งเสริมพัฒนาการทางร่างกายและจิตใจให้กับนักศึกษาอย่างทั่วถึง	2.95	0.94	ปานกลาง
(4) มีการจัดกิจกรรม/โครงการที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษาของมหาวิทยาลัยอย่างเหมาะสม	3.01	0.96	ปานกลาง
(5) กิจกรรมรับน้องที่มหาวิทยาลัยจัดขึ้นมีความเหมาะสม	3.12	0.97	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.04	0.94	ปานกลาง

จากตารางที่ 19 แสดงว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านงานกิจการนักศึกษา โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน

ตารางที่ 20 ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในด้าน
อาคารเรียนและห้องเรียน

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
6. อาคารเรียนและห้องเรียน			
(1) มีการจัดบรรยากาศของห้องเรียนเพื่อการเรียนการสอนอย่างเหมาะสม	3.22	0.84	ปานกลาง
(2) มีการจัดห้องปฏิบัติการสอดคล้องกับลักษณะเนื้อหาวิชา	3.35	0.82	ปานกลาง
(3) ขนาดของห้องปฏิบัติการสอดคล้องกับลักษณะเนื้อหาวิชา	3.32	0.85	ปานกลาง
(4) ห้องเรียนแต่ละห้องในภาพรวมสะอาดและเหมาะสมกับการใช้งาน	3.13	0.94	ปานกลาง
(5) มีห้องสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเอง	3.03	0.99	ปานกลาง
(6) มีมุม/ห้องสำหรับพักผ่อนของนักศึกษา	2.74	1.13	ปานกลาง
(7) มีห้อง/อาคารสำหรับการส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมของนักศึกษา	2.91	0.91	ปานกลาง
(8) ห้องน้ำแต่ละอาคารมีเพียงพอ	2.46	1.14	น้อย
(9) ห้องน้ำแต่ละอาคารสะอาดพร้อมใช้งาน	2.06	1.11	น้อย
เฉลี่ยรวม	2.91	1.06	ปานกลาง

จากตารางที่ 20 แสดงว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านอาคารเรียนและห้องเรียน โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เกือบทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ยกเว้นข้อห้องน้ำแต่ละอาคารมีจำนวนเพียงพอ และห้องน้ำแต่ละอาคารพร้อมใช้งาน ที่มีความคิดเห็นในระดับน้อย



ตารางที่ 21 ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ในด้านวิทยบริการ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
7. วิทยบริการ			
(1) มีจำนวนหนังสือเพียงพอ	3.21	0.88	ปานกลาง
(2) มีจำนวนวารสารเพียงพอ	3.18	0.88	ปานกลาง
(3) มีระบบการสืบค้นที่สะดวกและรวดเร็ว	3.26	0.90	ปานกลาง
(4) มีระบบ Internet ที่รวดเร็วและเหมาะสม	3.02	1.09	ปานกลาง
(5) มีจำนวนโต๊ะ เก้าอี้เพียงพอ	3.09	1.01	ปานกลาง
(6) เจ้าหน้าที่ให้บริการเป็นกันเอง	2.98	1.06	ปานกลาง
(7) สถานที่โดยรวมสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย	3.17	0.99	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.13	0.98	ปานกลาง

จากตารางที่ 21 แสดงว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านวิทยบริการ โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน

ตารางที่ 22 ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในด้านระบบงานทะเบียน

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
9. ระบบงานทะเบียน			
(1) ขั้นตอนการลงทะเบียนเหมาะสม	2.90	0.95	ปานกลาง
(2) การจัดตารางเรียนในแต่ละภาคเรียนเหมาะสม	2.91	0.98	ปานกลาง
(3) ระบบอาจารย์ที่ปรึกษามีประสิทธิภาพและเหมาะสม	3.34	1.03	ปานกลาง
(4) มีระบบการชำระเงินในการลงทะเบียน รวดเร็วและเหมาะสม	2.98	1.05	ปานกลาง
(5) การให้บริการของงานทะเบียนโดยรวมเหมาะสม	2.81	1.09	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	2.99	1.04	ปานกลาง

จากตารางที่ 22 แสดงว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านระบบงานทะเบียน โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน

ตารางที่ 23 ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในด้าน
บรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
8. บรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย			
(1) สถานที่สวยงาม ร่มรื่นน่าเข้าศึกษา	3.08	0.96	ปานกลาง
(2) สถานที่สำหรับนั่ง พักผ่อนแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เหมาะสมและเพียงพอ	2.77	1.04	ปานกลาง
(3) มีระบบ wire less Lan ครอบคลุม ทุกจุดในมหาวิทยาลัย	2.63	1.12	ปานกลาง
(4) ความสะอาดของมหาวิทยาลัยโดยรวม	2.96	0.92	ปานกลาง
(5) มีการจัดสิ่งแวดล้อมและบรรยากาศในมหาวิทยาลัยให้เป็นบรรยากาศ แห่งการเรียนรู้	3.05	0.92	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	2.90	1.01	ปานกลาง

จากตารางที่ 23 แสดงว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านบรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย โดยเฉลี่ย
รวมในระดับปานกลางและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลางทุกข้อ
เช่นกัน

ตารางที่ 24 ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในด้าน
สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
10. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ			
(1) มีร้านค้าที่ให้บริการเกี่ยวกับอุปกรณ์การเรียนการสอน ตำราเรียน และ ของใช้จำเป็น	2.50	1.16	ปานกลาง
(2) มีร้านถ่ายเอกสารอย่างเพียงพอ	2.56	1.10	ปานกลาง
(3) มีโรงอาหาร สำหรับให้บริการอย่างเพียงพอ	2.62	1.06	ปานกลาง
(4) มีโรงอาหาร สำหรับให้บริการอย่างเหมาะสม	2.71	1.07	ปานกลาง
(5) มีระบบการรักษาพยาบาลที่เหมาะสม	3.19	1.04	ปานกลาง
(6) มีระบบ Internet อย่างเพียงพอและทั่วถึง	2.80	1.15	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	2.73	1.12	ปานกลาง

จากตารางที่ 24 แสดงว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ โดยเฉลี่ยรวม
ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน

ตารางที่ 25 ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในด้านระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
11. ระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ			
(1) มีจำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัยอย่างเพียงพอ	3.15	0.92	ปานกลาง
(2) พนักงานรักษาความปลอดภัยปฏิบัติหน้าที่อย่างเข้มแข็งและเหมาะสม	3.07	1.00	ปานกลาง
(3) มีระบบการผ่านเข้า - ออกในมหาวิทยาลัยที่ดี	3.08	0.98	ปานกลาง
(4) มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี	3.12	0.93	ปานกลาง
(5) ระบบการจราจรในพื้นที่เทคนิคกรุงเทพเหมาะสม	3.02	1.02	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.09	0.97	ปานกลาง

จากตารางที่ 25 แสดงว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน



ตารางที่ 26 ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในด้านต่าง ๆ จำนวน 11 ด้าน จำแนกตามพื้นที่

ด้าน	ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	พื้นที่					
		บพิตรพิมุข มหาเมฆ		พระนครใต้		เทคนิคกรุงเทพ	
		$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD	$\bar{x}$	SD
1	ระบบการบริหารจัดการ	3.60	0.73	3.45	0.75	3.33	0.91
2	อาจารย์ผู้สอน	4.16	0.79	3.89	0.78	3.91	0.74
3	นักศึกษา	3.75	0.86	3.36	0.95	3.58	0.92
4	อุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน	3.55	0.87	2.59	0.90	3.22	0.92
5	งานกิจการนักศึกษา	3.20	0.85	2.87	0.88	3.05	0.95
6	อาคารเรียนและห้องเรียน	2.95	0.99	2.48	1.03	2.96	1.05
7	วิทยบริการ	3.27	1.04	2.79	0.91	3.16	0.98
8	บรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย	2.94	1.09	2.53	1.02	2.94	0.99
9	ระบบงานทะเบียน	3.02	1.04	2.92	0.96	3.00	1.05
10	สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ	2.78	1.12	2.23	0.97	2.77	1.13
11	ระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ	3.14	1.12	2.81	0.86	3.12	0.96
	เฉลี่ยรวม	3.34	1.04	2.95	1.03	3.22	1.02

จากตารางที่ 26 แสดงว่านักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านต่าง ๆ จำนวน 11 ด้าน โดยจำแนกตามพื้นที่ต่าง ๆ ใน 3 พื้นที่ ดังนี้

พื้นที่บพิตรพิมุข มหาเมฆ นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพในด้านต่าง ๆ 11 ด้าน โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าเกือบทุกด้านมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านระบบการบริหารจัดการ ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านนักศึกษา และด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน ที่มีความคิดเห็นในระดับมาก

พื้นที่พระนครใต้ นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านต่าง ๆ 11 ด้าน โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เกือบทุกด้านที่มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านอาจารย์ผู้สอน ที่มีความคิดเห็นในระดับมาก

พื้นที่เทคนิคกรุงเทพ นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านต่าง ๆ 11 ด้าน โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง ยกเว้น ด้านอาจารย์ผู้สอนและด้านนักศึกษาที่มีความคิดเห็นในระดับมาก

ตารางที่ 27 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ในด้านต่าง ๆ

ข้อ	ข้อเสนอแนะ	ร้อยละ
1	ควรจัดสถานที่นั่งสำหรับนั่งพักผ่อน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่เหมาะสมและเพียงพอ	21.00
2	ควรมีการจัดสิ่งแวดล้อมและบรรยากาศภายในมหาวิทยาลัยให้เป็นบรรยากาศแห่งการเรียนรู้มากกว่านี้	18.00
3	อาคารเรียนแต่ละอาคารควรทาสีใหม่เพื่อให้ดูสวยงาม สะอาด ไม่รกรุงรัง	15.00
4	ห้องเรียนแต่ละห้องเรียนควรมีความสะอาด พร้อมมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอน	14.00
5	ห้องน้ำแต่ละอาคารยังไม่สะอาดเท่าที่ควร	12.00
6	ควรมีการจัดภูมิทัศน์รอบ ๆ อาคารแต่ละแห่งให้มีความสะอาดและสวยงามมากกว่านี้	10.00
7	ควรมีการประเมินความพึงพอใจระบบการจราจรในพื้นที่เทคนิคกรุงเทพ	6.00
8	ควรเปิดโอกาสให้อาจารย์มีโอกาสประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริการทุกระดับ	4.00

จากตารางที่ 27 แสดงว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านต่าง ๆ ดังนี้ ควรจัดสถานที่นั่งสำหรับนั่งพักผ่อน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่เหมาะสมและเพียงพอมากที่สุด รองลงมาคือ ควรมีการจัดสิ่งแวดล้อมและบรรยากาศภายในมหาวิทยาลัยให้เป็นบรรยากาศแห่งการเรียนรู้มากกว่านี้ อาคารเรียนแต่ละอาคารควรทาสีใหม่ เพื่อให้ดูสวยงาม สะอาด ไม่รกรุงรัง ห้องเรียนแต่ละห้องเรียนควรมีความสะอาด พร้อมมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอน และห้องน้ำแต่ละอาคารยังไม่สะอาดเท่าที่ควรตามลำดับ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ตามทัศนะของอาจารย์และนักศึกษา ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ระบบการบริหารจัดการ คุณภาพของบัณฑิต คุณภาพของนักศึกษา อุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน อาจารย์ผู้สอน งานกิจการนักศึกษา อาคารเรียนและห้องเรียน วิทยบริการ บรรณารักษ์ภายในมหาวิทยาลัย ระบบงานทะเบียน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นอาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ จำนวน 220 คน และนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ จำนวน 620 คน

รวมกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยทั้งสิ้น 840 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นสำหรับอาจารย์และนักศึกษา แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบตรวจคำตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ตามความคิดเห็นของอาจารย์และนักศึกษาในด้านต่าง ๆ รวม 12 ด้าน เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 3 เป็นข้อคำถามแบบปลายเปิด (Open Ended) เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง พร้อมรับกลับคืนมา ได้แบบสอบถามที่เป็นอาจารย์ จำนวน 220 ฉบับ และนักศึกษา จำนวน 620 ฉบับ รวมแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยทั้งสิ้น 840 ฉบับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป หาค่าร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และแปลความหมายของข้อมูลโดยถือเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง เห็นด้วยในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง เห็นด้วยในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง เห็นด้วยในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง เห็นด้วยในระดับมากที่สุด

4.2 สำหรับคำถามแบบปลายเปิด (Open Ended) ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหา และสรุปประเด็นร่วมเพื่อนำไปใช้ประกอบการนำเสนอภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ตามทัศนะของอาจารย์และนักศึกษา สามารถสรุปการวิจัยได้ดังนี้

1. สถานภาพทั่วไปของอาจารย์และนักศึกษา

1.1 อาจารย์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ที่ให้ข้อมูลในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.82 สังกัดคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม คิดเป็นร้อยละ 5.45 คณะบริหารธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 21.91 คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 15.91 คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 26.3 คณะวิศวกรรมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 17.72 คณะศิลปศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 10.00 และคณะอุตสาหกรรมสิ่งทอ คิดเป็นร้อยละ 3.65 ตามลำดับ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท ร้อยละ 93.18 และระดับปริญญาเอก คิดเป็นร้อยละ 6.82 พื้นที่ทำงานประจำ คือ พื้นที่เทคนิคกรุงเทพ คิดเป็นร้อยละ 53.18 รองลงมาคือ บพิตรพิมุข มหาเมฆ คิดเป็นร้อยละ 31.91 และพระนครใต้ คิดเป็นร้อยละ 15.91 ตามลำดับ

1.2 นักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ที่ให้ข้อมูลครั้งนี้ ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.87 สังกัดคณะบริหารธุรกิจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมาคือ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 20.32 คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คิดเป็นร้อยละ 19.35 คณะศิลปศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 12.58 และคณะวิศวกรรมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 11.29 ตามลำดับ กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 2 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.35 รองลงมาคือ ชั้นปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 26.61 ชั้นปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 23.87 และชั้นปีที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 20.16 ตามลำดับ พื้นที่ที่ศึกษาเป็นประจำ คือ เทคนิคกรุงเทพ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.23 รองลงมา บพิตรพิมุข มหาเมฆ คิดเป็นร้อยละ 21.45 และพื้นที่พระนครใต้ คิดเป็นร้อยละ 20.32 ตามลำดับ

2. การศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ตามความคิดเห็นของอาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้

2.1 อาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านต่าง ๆ รวม 10 ด้าน โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เกือบทุกด้านมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านคุณภาพของบัณฑิต ที่มีความคิดเห็นในระดับมากและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และระบบการรักษาความปลอดภัย และสถานที่จอดรถ ที่มีความคิดเห็นในระดับน้อย

2.2 อาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านระบบการบริหารจัดการ โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าเกือบทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ยกเว้นข้อผู้บริหารเป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล ที่มีความคิดเห็นในระดับมาก

2.3 อาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านคุณภาพบัณฑิต โดยเฉลี่ยรวมในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เกือบทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับมาก ยกเว้น ข้อมีคุณธรรมและจริยธรรมอย่างเหมาะสม ที่มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

2.4 อาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน

2.5 อาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านอาคารเรียนและห้องเรียน โดยเฉลี่ยรวมในระดับน้อย และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เกือบทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับน้อย ยกเว้นข้อมีการจัดบรรยากาศของห้องเรียนเพื่อการเรียนการสอนอย่างเหมาะสม มีการจัดห้องปฏิบัติการสอดคล้องกับลักษณะเนื้อหาวิชา และห้องเรียนแต่ละห้องในภาพรวมสะอาดและเหมาะสมกับการใช้งาน ที่มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

2.6 อาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านคุณภาพของนักศึกษา โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง เช่นกัน

2.7 อาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านวิทยบริการ โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลางเช่นกัน

2.8 อาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านระบบงานทะเบียน โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง เช่นกัน

2.9 อาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านบรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เกือบทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ยกเว้น ข้อสถานที่สำหรับนั่งพักผ่อนแลกเปลี่ยนเรียนรู้เหมาะสมและเพียงพอที่มีความคิดเห็นในระดับน้อย

2.10 อาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ โดยเฉลี่ยรวมในระดับน้อย ยกเว้นข้อมีระบบ Internet อย่างเพียงพอและทั่วถึงที่มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

2.11 อาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ โดยเฉลี่ยรวมในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเกือบทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับน้อย ยกเว้นข้อมีจำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัยอย่างเพียงพอ มีระบบการผ่านเข้า - ออกในมหาวิทยาลัยที่ดีและมีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี ที่มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

3. การศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ตามความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้

3.1 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านต่าง ๆ รวม 11 ด้าน โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าเกือบทุกด้านมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านอาจารย์ผู้สอนและนักศึกษาที่มีความคิดเห็นในระดับมาก

3.2 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านระบบการบริหารจัดการ โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เกือบทุกข้อมีความเห็นในระดับปานกลาง ยกเว้นข้อผู้บริหารเป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกลที่มีความคิดเห็นในระดับมาก

3.3 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านอาจารย์ผู้สอน โดยเฉลี่ยรวมในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับมากทุกข้อ เช่นกัน

3.4 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านนักศึกษา โดยเฉลี่ยรวมในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเกือบทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับมาก ยกเว้นข้อแต่งกายถูกต้องตามระเบียบของสถาบันฯ มีกิจกรรมอาสาเรียบร้อยและการรับน้องของรุ่นที่มีความเหมาะสมที่มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

3.5 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลางและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน

3.6 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านงานกิจการนักศึกษา โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน

3.7 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านอาคารเรียนและห้องเรียน โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า เกือบทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ยกเว้นข้อห้องน้ำแต่ละอาคารมีจำนวนเพียงพอ และห้องน้ำแต่ละอาคารพร้อมใช้งาน ที่มีความคิดเห็นในระดับน้อย

3.8 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านวิทยบริการ โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลางและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน

3.9 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านระบบงานทะเบียน โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน

3.10 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านบรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลางและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน

3.11 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน

3.12 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีความคิดเห็นในระดับปานกลางทุกข้อเช่นกัน

3.13 นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านต่าง ๆ จำนวน 11 ด้าน โดยจำแนกตามพื้นที่ต่าง ๆ ใน 3 พื้นที่ ดังนี้

พื้นที่บพิตรพิมุข มหาเมฆ นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพในด้านต่าง ๆ 11 ด้าน โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เกือบทุกด้านมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านระบบการบริหารจัดการ ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านนักศึกษา และด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน ที่มีความคิดเห็นในระดับมาก

พื้นที่พระนครใต้ นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านต่าง ๆ 11 ด้าน โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เกือบทุกด้านที่มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านอาจารย์ผู้สอน ที่มีความคิดเห็นในระดับมาก

พื้นที่เทคนิคกรุงเทพ นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านต่าง ๆ 11 ด้าน โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง ยกเว้น ด้านอาจารย์ผู้สอนและด้านนักศึกษาที่มีความคิดเห็นในระดับมาก

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาภาพลักษณ์ของของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ตามทัศนะของอาจารย์และนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในครั้งนี้สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากผลการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ตามความคิดเห็นของอาจารย์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านต่าง ๆ 10 ด้าน ได้แก่ ด้านระบบการบริหารจัดการ ด้านคุณภาพบัณฑิต ด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน ด้านอาคารเรียนและห้องเรียน ด้านคุณภาพของนักศึกษา ด้านวิทยบริการ ด้านบรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย ด้านระบบงานทะเบียน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และด้านระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า เกือบทุกด้านมีความคิดเห็นในระดับปานกลางเช่นกัน ยกเว้น ด้านคุณภาพของบัณฑิต ที่มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยในระดับมาก และด้านอาคารเรียนและห้องเรียน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้แก่ ร้านค้าที่ให้บริการเกี่ยวกับอุปกรณ์การเรียนการสอน ตำราเรียน จำนวนร้านถ่ายเอกสาร บริการโรงอาหารอย่างเพียงพอและเหมาะสม และระบบ Internet อย่างเพียงพอและทั่วถึง และด้านระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ รวมทั้งระบบการจราจรในพื้นที่เทคนิคกรุงเทพ มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยในระดับน้อย ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่าอาจารย์มององค์ประกอบของภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับตนเองที่พบเห็นเป็นประจำ เพื่อเทียบกับของมหาวิทยาลัยที่ควรจะเป็น จึงมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ส่วนด้านอาคารเรียนและห้องเรียน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้กับนักศึกษา รวมทั้งด้านระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ มีความคิดเห็นในระดับน้อย ที่เป็นเช่นนี้เพราะอาคารเรียนและห้องเรียนของมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่มีอายุค่อนข้างมาก โดยเฉพาะในพื้นที่เทคนิคกรุงเทพ ทำให้มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยในระดับน้อยดังกล่าว ส่วนด้านคุณภาพของบัณฑิต อาจารย์มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่าบัณฑิตของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ หลังจากจบการศึกษาแล้วมีงานทำมากกว่า ร้อยละ 80 จึงคิดว่าเป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพ และมีความคิดว่าการเรียนการสอนของอาจารย์ทุกท่าน มุ่งให้ผู้สำเร็จการศึกษามีคุณภาพมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (2555 - 2559) ที่ระบุว่า “การศึกษาระดับอุดมศึกษามุ่งพัฒนาการศึกษาในระดับปริญญาตรี ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของประเทศ เป็นผู้ผลิตกำลังคน พัฒนาองค์ความรู้ และศาสตร์ทุกสาขา รวมทั้งการวิจัย เผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม พัฒนาผู้เรียนให้เป็นผู้มีปัญญา มีความรับผิดชอบต่อสังคมมีคุณธรรมจริยธรรม และทักษะตลอดจนบุคลิกภาพที่พึงประสงค์ เพื่อให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ” (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. 2555)

2. ผลจากการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ตามความคิดเห็นของนักศึกษาของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในด้านต่าง ๆ 11 ด้าน ได้แก่ ด้านระบบการบริหารจัดการ ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านนักศึกษา ด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน ด้านงานกิจการนักศึกษา ด้านอาคารเรียนและห้องเรียน ด้านวิทยบริการ ด้านบรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย ด้านระบบงานทะเบียน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และด้านระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ โดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าเกือบทุกด้าน มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยในระดับปานกลาง เช่นกัน ยกเว้น ด้านอาจารย์ผู้สอน และด้านนักศึกษา ที่มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยในระดับมาก ซึ่งมีความเห็นสอดคล้องกับความคิดเห็นของอาจารย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ที่มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าทั้งอาจารย์และนักศึกษามองภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในด้านต่าง ๆ ตรงกันว่ามีความคิดเห็นในระดับปานกลางและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความเห็นตรงกันเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านอาคารเรียนและห้องเรียน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และด้านระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ เท่านั้นที่มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยต่างกันเท่านั้น ส่วนด้านอาจารย์ผู้สอน และด้านนักศึกษานั้น นักศึกษามองภาพลักษณ์ในด้านนี้ว่า มีความคิดเห็นในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักศึกษามีความพึงพอใจในตัวอาจารย์ผู้สอนของมหาวิทยาลัย และมีความพึงพอใจในตนเองด้วยเช่นกัน

3. จากผลการศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ตามความคิดเห็นของนักศึกษาในด้านต่าง ๆ ได้แก่ด้านระบบการบริหารจัดการ ด้านอาจารย์ผู้สอน ด้านนักศึกษา ด้านอุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน ด้านงานกิจการนักศึกษา ด้านอาคารเรียนและห้องเรียน ด้านวิทยบริการ ด้านบรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย ด้านระบบงานทะเบียน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และด้านระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ พบว่า มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยรวมในระดับปานกลางทั้ง 3 พื้นที่ คือ พื้นที่ปทุมธานี มหาเมฆ พื้นที่พระนครใต้ พื้นที่เทคนิคกรุงเทพ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักศึกษาพื้นที่ปทุมธานี มหาเมฆ มีความคิดเห็นโดยเฉลี่ยในแต่ละด้านเกือบทุกด้านสูงกว่าพื้นที่เทคนิคกรุงเทพ และพื้นที่พระนครใต้ ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักศึกษาในแต่ละพื้นที่ที่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในแต่ละด้านค่อนข้างแตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่าสภาพพื้นที่แต่ละแห่ง อาจารย์ผู้สอนแต่ละคณะ อุปกรณ์การเรียนการสอนในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน จึงทำให้นักศึกษามองเห็นความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ดังกล่าว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยเรื่อง การศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ตามทัศนะของอาจารย์และนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ แบ่งออกเป็น 2 ประเด็นดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ควรตระหนักในการสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย โดยการพัฒนาและปรับปรุงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ระบบการบริหารจัดการ

อุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน อาคารเรียนและห้องเรียน คุณภาพของนักศึกษา วิทยบริการ งานกิจการนักศึกษา บรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย ระบบงานทะเบียน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ และระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ ให้ดีมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

1.2 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ควรตระหนักในการพัฒนาบุคลากรที่เป็นอาจารย์ผู้สอน ให้ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ โดยเจาะลึกในแต่ละคณะเพื่อจะได้เห็นภาพลักษณ์ของแต่ละคณะได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

2.2 ควรทำวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ



บรรณานุกรม

- กัญญา ศิริกุล. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2540.
- กฤษณ์ รื่นรมย์. การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาดสร้างองค์การให้แตกต่างอย่างเหนือชั้น. กรุงเทพฯ : สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2547.
- คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, สำนักงาน. แผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (2555 - 2559). สำนักนายกรัฐมนตรี. 2555.
- เทคโนโลยีราชมงคล, สถาบัน. พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542. คณะวิศวกรรมและเทคโนโลยีการเกษตร, สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล, 2543.
- เทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, มหาวิทยาลัย. คู่มือการประกันคุณภาพ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2553) สำนักงานประกันคุณภาพการศึกษา, 2553.
- ชัยนันท์ นันทพันธ์. การสื่อสารสถาบันกับการสร้างภาพพจน์ : ศึกษากรณีการเคหะแห่งชาติ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535.
- ดวงพร คำณูวัฒน์ และวาสนา จันทรสว่าง. การสื่อสารการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : ทีพีพรินท์, 2536.
- ตรึงตรา ทรัพย์สงแสง. ภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชนในเขตกรุงเทพฯ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. ภาพลักษณ์กับการประชาสัมพันธ์ในภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537.
- พรพิชชา ภัทรารกร. การรับรู้ภาพลักษณ์โรงพยาบาลรัฐในกรุงเทพมหานครของผู้ใช้บริการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2545.
- พัชรารณณ์ เอี่ยมสุทธา. การวางแผนการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : แผนกตำรา คำสอน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2541.
- ภูวิดา สีดามา. ภาพลักษณ์ธนาคารพาณิชย์ไทยภายหลังร่วมทุนกับธนาคารต่างชาติ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- รัตน ปัญญวดี. ภาพลักษณ์และบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของสำนักงานอัยการสูงสุดในสายตาของประชาชนและสื่อมวลชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- วาสนา จันทรสว่าง และคณะ. ภาพลักษณ์กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : สามเจริญพาณิชย์, 2541.
- เสรี วงษ์มณฑา. การประชาสัมพันธ์เชิงปฏิบัติ. กรุงเทพฯ : เอ เอ็น การพิมพ์, 2540.
- อนุรักษ์ นวพรไพศาล. หลักสถิติ. สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, 2554.
- ราชบัณฑิตสถาน, พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ : บริษัท นามมีบุ๊คส์ จำกัด, 2546.
- อนุรักษ์ นวพรไพศาล. รูปแบบการบริหารแบบมีส่วนร่วมของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล, วิทยานิพนธ์ กศ.ด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2543.

บรรณานุกรม (ต่อ)

อนุรักษ์ นวพรไพศาล. รูปแบบการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความรู้คู่คุณธรรมจริยธรรมในระดับอุดมศึกษา. รายงานการวิจัยอัตสำเนา, 2552.

Cronbach, Lee J. Essentials of Psychological Testing. 4th ed., New York : Harper & Row, 1984.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย



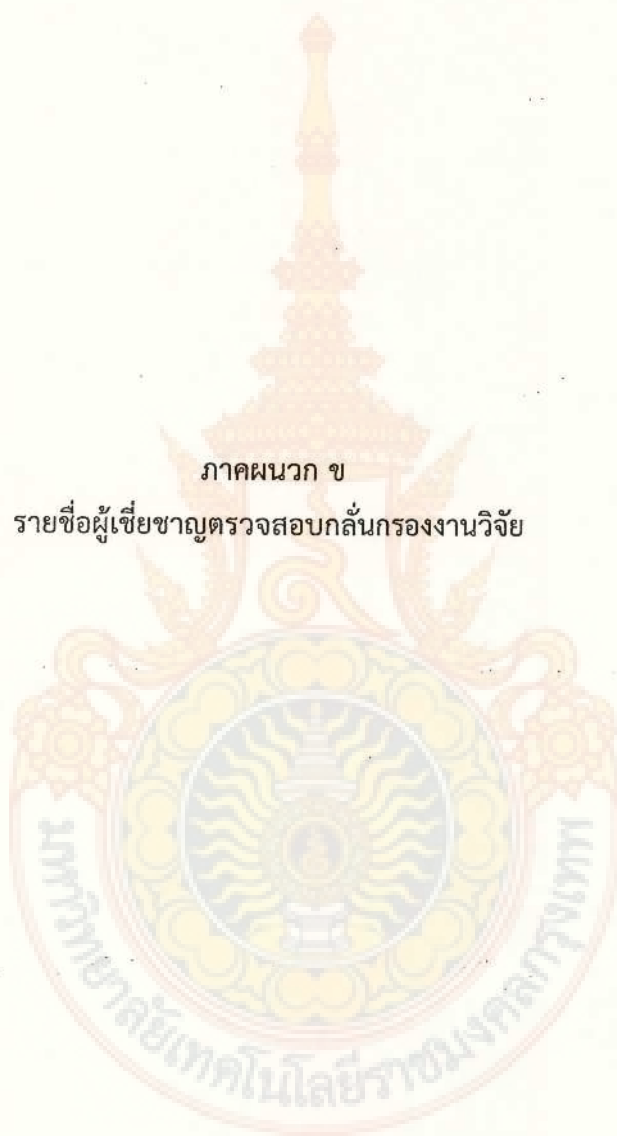
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

- (1) รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ ดวงเดือน
ข้าราชการบำนาญ อดีตรองอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- (2) รองศาสตราจารย์ ดร.พิมล เรือนวัฒนา
กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิสภาวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
- (3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ผดุงชัย ภูพัฒน์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง



ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบกลั่นกรองงานวิจัย



รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบกลับกรองงานวิจัย

- (1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ผดุงชัย ภูพัฒน์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- (2) รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ ดวงเดือน
ข้าราชการบำนาญ อดีตรองอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- (3) นายวิชัย พรหมเมศ
สาขาวิชาคณิตศาสตร์ วิทยาลัยอาชีวศึกษาเอี่ยมละออ



ภาคผนวก ค
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพในทัศนะของอาจารย์และนักศึกษา

(สำหรับอาจารย์)

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในประเด็นต่าง ๆ โดยรวม ตามความคิดเห็นของอาจารย์และนักศึกษาของมหาวิทยาลัยว่ามีความคิดเห็นในแต่ละประเด็นเป็นอย่างไร ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพต่อไป

แบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพในประเด็นต่าง ๆ ตามความเห็นของอาจารย์และนักศึกษา

ตอนที่ 3 เป็นความคิดเห็นและข้อเสนอแนะทั่วไป

ผู้วิจัยขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ ความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ต่อไป

คณะผู้วิจัย



ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย x ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

(1) ชาย

(2) หญิง

2. คณะที่ท่านสังกัด

(1) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

(2) คณะบริหารธุรกิจ

(3) คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

(4) คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

(5) คณะวิศวกรรมศาสตร์

(6) คณะศิลปศาสตร์

(7) คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอ

(8) หน่วยงานอื่น ๆ

3. ระดับการศึกษาของท่าน

(1) ปริญญาตรี

(2) ปริญญาโท

(3) ปริญญาเอก

4. พื้นที่ที่ท่านทำงานเป็นประจำ

(1) เทศนักรุงเทพ

(2) บัทรพมูข มหามม

(3) พระนครไต้



ตอนที่ 2 เป็นความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพในระดับต่าง ๆ
คำชี้แจง ขอให้ท่านพิจารณาข้อความแต่ละข้อ แล้วใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับ
ความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในแต่ละข้อต่อไปนี้

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ระบบการบริหารจัดการ					
(1) ผู้บริหารเป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล					
(2) ผู้บริหารมีความซื่อสัตย์ จริงใจ ขยันและอดทน					
(3) ผู้บริหารมีความโปร่งใส					
(4) ผู้บริหารมีความยุติธรรม ยึดมั่นในความถูกต้องดีงาม					
(5) ผู้บริหารเปิดโอกาสให้ประชาคมในสถาบันฯ มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและตัดสินใจในปัญหาที่สำคัญ					
(6) ผู้บริหารมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ					
(7) ผู้บริหารมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการได้ตามเป้าหมาย (มีความคุ้มค่าและมีความพึงพอใจของประชาคมในสถาบันฯ และผู้รับบริการ)					

หมายเหตุ ผู้บริหาร หมายถึง อธิการบดี รองอธิการบดี ผู้ช่วยอธิการบดี คณบดี และผู้อำนวยการหน่วยงานต่าง ๆ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2. คุณภาพของบัณฑิต					
(1) มีความสามารถด้านวิชาการ และวิชาชีพอย่างเหมาะสม					
(2) มีคุณธรรมและจริยธรรมอย่าง เหมาะสม					
(3) นำความรู้ไปใช้ในการประกอบ อาชีพได้อย่างมีความสุข					
(4) อยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข					
3. อุปกรณ์การเรียนการสอนและ ตำราเรียน					
(1) มีอุปกรณ์การเรียนการสอน อย่างเพียงพอ					
(2) มีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ ทันสมัย					
(3) มีบริการจัดหาวัสดุอุปกรณ์อย่าง เหมาะสมและเพียงพอ					
(4) มีเอกสารและตำราเพื่อ ประกอบการศึกษาค้นคว้าใน วิทยบริการอย่างเพียงพอและ เหมาะสม					
(5) มีระบบ Internet เพื่อ การศึกษาค้นคว้าในวิทย บริการอย่างเพียงพอและ เหมาะสม					

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. อาคารเรียนและห้องเรียน					
(1) มีการจัดบรรยากาศของห้องเรียนเพื่อการเรียนการสอนอย่างเหมาะสม					
(2) มีการจัดห้องปฏิบัติการสอดคล้องกับลักษณะเนื้อหาวิชา					
(3) ขนาดของห้องปฏิบัติการสอดคล้องกับลักษณะเนื้อหาวิชา					
(4) ห้องเรียนแต่ละห้องในภาพรวมสะอาดและเหมาะสมกับการใช้งาน					
(5) มีห้องสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเอง					
(6) มีมุม/ห้องสำหรับพักผ่อนของนักศึกษา					
(7) มีห้อง/อาคารสำหรับการส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรมของนักศึกษา					
(8) ห้องน้ำแต่ละอาคารเพียงพอ					
(9) ห้องน้ำแต่ละอาคารสะอาดพร้อมใช้งาน					

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5. คุณภาพของนักศึกษา					
(1) มีความรู้พื้นฐานในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย					
(2) เข้าเรียนตรงเวลา					
(3) มีความรับผิดชอบในการเรียนรู้ของตนเอง					
(4) มีความมุ่งมั่น สนใจใฝ่เรียนรู้					
(5) การแต่งกายถูกต้องตามระเบียบของมหาวิทยาลัยฯ					
(6) ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของมหาวิทยาลัย					
(7) มีกิริยามารยาทที่ดี และสัมมาคารวะต่ออาจารย์ผู้สอน					
(8) มีบุคลิกภาพที่ดีโดยรวม					
6. วิทยบริการ					
(1) มีจำนวนหนังสือเพียงพอ					
(2) มีจำนวนวารสารเพียงพอ					
(3) มีระบบการสืบค้นที่สะดวกและรวดเร็ว					
(4) มีระบบ Internet ที่รวดเร็วและเหมาะสม					
(5) มีจำนวนโต๊ะ เก้าอี้เพียงพอ					
(6) เจ้าหน้าที่ให้บริการเป็นกันเอง					
(7) สถานที่โดยรวมสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย					
7. บรรยากาศภายในมหาวิทยาลัย					
(1) สถานที่สวยงาม ร่มรื่น น่าเข้าศึกษา					

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
(2) สถานที่สำหรับนั่งพักผ่อน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เหมาะสม และเพียงพอ					
(3) มีระบบ wire less Lan ครอบคลุม ทุกจุดใน มหาวิทยาลัย					
(4) ความสะอาดของมหาวิทยาลัย โดยรวม					
(5) มีการจัดสิ่งแวดล้อมและ บรรยากาศในมหาวิทยาลัยให้ เป็นบรรยากาศแห่งการเรียนรู้					
8. ระบบงานทะเบียน					
(1) ขั้นตอนการลงทะเบียน เหมาะสม					
(2) การจัดการเรียนในแต่ละ ภาคเรียนเหมาะสม					
(3) ระบบอาจารย์ที่ปรึกษา เข้มแข็งและเหมาะสม					
(4) มีระบบการชำระเงินในการ ลงทะเบียน รวดเร็วและ เหมาะสม					
(5) การให้บริการของงานทะเบียน โดยรวม					
9. สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ					
(1) ร้านค้าที่ให้บริการเกี่ยวกับ อุปกรณ์การเรียนการสอน ตำราเรียน และของใช้จำเป็น					
(2) มีร้านถ่ายเอกสารอย่างเพียงพอ					
(3) มีโรงอาหาร สำหรับให้บริการ อย่างเพียงพอ					
(4) มีโรงอาหาร สำหรับให้บริการ อย่างเหมาะสม					

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
(5) มีระบบ Internet อย่างเพียงพอและทั่วถึง					
10. ระบบการรักษาความปลอดภัยและสถานที่จอดรถ					
(1) มีจำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัยอย่างเพียงพอ					
(2) พนักงานรักษาความปลอดภัยปฏิบัติหน้าที่อย่างเข้มแข็งและเหมาะสม					
(3) มีระบบการผ่านเข้า - ออกในมหาวิทยาลัยที่ดี					
(4) มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี					
(5) ระบบการจราจรในพื้นที่เทคนิคกรุงเทพมหานครเหมาะสม					

ตอนที่ 3 เป็นความคิดเห็นและข้อเสนอแนะทั่วไป

โปรดให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่คิดว่าเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนามหาวิทยาลัยในด้านต่าง ๆ

ขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพในทัศนะของอาจารย์และนักศึกษา
(สำหรับนักศึกษา)

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ในประเด็นต่าง ๆ โดยรวม ตามความคิดเห็นของอาจารย์และนักศึกษาของมหาวิทยาลัยว่ามีความคิดเห็นในแต่ละประเด็นเป็นอย่างไร ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพต่อไป

แบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพในประเด็นต่าง ๆ ตามความเห็นของนักศึกษา

ตอนที่ 3 เป็นความคิดเห็นและข้อเสนอแนะทั่วไป

ผู้วิจัยขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ ความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ต่อไป

คณะผู้วิจัย



ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย x ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

(1) ชาย

(2) หญิง

2. คณะที่ท่านสังกัด

(1) คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

(2) คณะบริหารธุรกิจ

(3) คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

(4) คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

(5) คณะวิศวกรรมศาสตร์

(6) คณะศิลปศาสตร์

(7) คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอ

(8) วิทยาลัยนานาชาติ

3. ระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ศึกษา

(1) ชั้นปีที่ 1

(2) ชั้นปีที่ 2

(3) ชั้นปีที่ 3

(4) ชั้นปีที่ 4

4. พื้นที่ที่ท่านศึกษาเป็นประจำ (มากที่สุด)

(1) เทคนิครุงเทพ

(2) บัณฑิตพิเศษ มหาเมฆ

(3) พระนครใต้



ตอนที่ 2 เป็นความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพในระดับต่าง ๆ
 คำชี้แจง ขอให้ท่านพิจารณาข้อคำถามแต่ละข้อ แล้วใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับ
 ความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในแต่ละข้อต่อไปนี้

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ระบบการบริหารจัดการ					
(1) ผู้บริหารเป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล					
(2) ผู้บริหารมีความซื่อสัตย์ จริงใจ ขยันและอดทน					
(3) ผู้บริหารมีความโปร่งใส					
(4) ผู้บริหารมีความยุติธรรม ยึดมั่นในความถูกต้องดีงาม					
(5) ผู้บริหารเปิดโอกาสให้ประชาคมในสถาบันฯ มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและตัดสินใจในปัญหาที่สำคัญ					
(6) ผู้บริหารมีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ					
(7) ผู้บริหารมีประสิทธิผลในการบริหารจัดการได้ตามเป้าหมาย (มีความคุ้มค่าและมีความพึงพอใจของประชาคมในสถาบันฯ และผู้รับบริการ)					

หมายเหตุ ผู้บริหาร หมายถึง อธิการบดี รองอธิการบดี ผู้ช่วยอธิการบดี คณบดี และผู้อำนวยการหน่วยงานต่าง ๆ

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2. อาจารย์ผู้สอน					
(1) มีความรู้ความสามารถตรงกับรายวิชาที่สอน					
(2) มีความสามารถในการสอน					
(3) มีการเตรียมการสอนที่ดี					
(4) มีบุคลิกภาพที่ดี					
(5) มีความรับผิดชอบต่อนักศึกษา					
(6) มีความรักและเข้าใจนักศึกษา					
(7) มีสัมพันธภาพที่ดีต่อนักศึกษา					
3. นักศึกษา					
(1) มีความรู้พื้นฐานเพียงพอในการศึกษาต่อ					
(2) มีความรับผิดชอบและเข้าเรียนตรงเวลา					
(3) แต่งกายถูกต้องตามระเบียบของสถาบันฯ					
(4) มีกิริยามารยาทเรียบร้อย					
(5) มีสัมมาคารวะต่ออาจารย์					
(6) มีความมุ่งมั่น สนใจ ใฝ่ศึกษาเล่าเรียน					
(7) มีบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับการเป็นนักศึกษา					
(8) ปฏิบัติตามกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย					
(9) มีความสัมพันธ์ระหว่างรุ่นพี่กับรุ่นน้อง					

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
(10) การรับน้องของรุ่นที่มีความเหมาะสม					
4. อุปกรณ์การเรียนการสอนและตำราเรียน					
(1) มีอุปกรณ์การเรียนการสอนอย่างเพียงพอ					
(2) มีอุปกรณ์การเรียนการสอนที่ทันสมัย					
(3) มีบริการโสตทัศนูปกรณ์อย่างเหมาะสมและเพียงพอ					
(4) มีเอกสารและตำราเพื่อประกอบการศึกษาค้นคว้าในวิทยบริการอย่างเพียงพอและเหมาะสม					
(5) มีระบบ Internet เพื่อการศึกษาค้นคว้าในวิทยบริการอย่างเพียงพอและเหมาะสม					
5. งานกิจการนักศึกษา					
(1) นักศึกษาได้รับการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมจากงานกิจการนักศึกษา					
(2) สโมสรนักศึกษาจัดโครงการ/กิจกรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาพฤติกรรมด้านคุณธรรมจริยธรรมให้กับนักศึกษาอย่างทั่วถึง					

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
(3) สโมสรนักศึกษา มีการจัดกิจกรรม/โครงการที่ส่งเสริมพัฒนาการทางร่างกายและจิตใจให้กับนักศึกษาอย่างทั่วถึง					
(4) มีการจัดกิจกรรม/โครงการที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างนักศึกษาของมหาวิทยาลัยอย่างเหมาะสม					
(5) กิจกรรมรับน้องที่มหาวิทยาลัยจัดขึ้นมีความเหมาะสม					
6. อาคารเรียนและห้องเรียน					
(1) มีการจัดบรรยากาศของห้องเรียนเพื่อการเรียนการสอนอย่างเหมาะสม					
(2) มีการจัดห้องปฏิบัติการสอดคล้องกับลักษณะเนื้อหาวิชา					
(3) ขนาดของห้องปฏิบัติการสอดคล้องกับลักษณะเนื้อหาวิชา					
(4) ห้องเรียนแต่ละห้องในภาพรวมสะอาดและเหมาะสมกับการใช้งาน					
(5) มีห้องสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเอง					
(6) มีมุม/ห้องสำหรับพักผ่อนของนักศึกษา					

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
(7) มีห้อง/อาคารสำหรับการส่งเสริม คุณธรรมและจริยธรรมของ นักศึกษา					
(8) ห้องน้ำแต่ละอาคารเพียงพอ					
(9) ห้องน้ำแต่ละอาคารสะอาดพร้อม ใช้งาน					
7. วิทยบริการ					
(1) มีจำนวนหนังสือเพียงพอ					
(2) มีจำนวนวารสารเพียงพอ					
(3) มีระบบการสืบค้นที่สะดวก และรวดเร็ว					
(4) มีระบบ Internet ที่รวดเร็ว และเหมาะสม					
(5) มีจำนวนโต๊ะ เก้าอี้เพียงพอ					
(6) เจ้าหน้าที่ให้บริการเป็นกันเอง					
(7) สถานที่โดยรวมสะอาดและ เป็นระเบียบ เรียบร้อย					
8. บรรณารักษ์ภายในมหาวิทยาลัย					
(1) สถานที่สวยงาม ร่มรื่น น่าเข้าศึกษา					
(2) สถานที่สำหรับนั่ง พักผ่อน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เหมาะสม และเพียงพอ					
(3) มีระบบ wire less Lan ครอบคลุม ทุกจุดใน มหาวิทยาลัย					
(4) ความสะอาดของมหาวิทยาลัย โดยรวม					

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
(5) มีการจัดสิ่งแวดล้อมและบรรยากาศในมหาวิทยาลัยให้เป็นบรรยากาศแห่งการเรียนรู้					
9 ระบบงานทะเบียน					
(1) ขั้นตอนการลงทะเบียนเหมาะสม					
(2) การจัดตารางเรียนในแต่ละภาคเรียนเหมาะสม					
(3) ระบบอาจารย์ที่ปรึกษามีประสิทธิภาพและเหมาะสม					
(4) มีระบบการชำระเงินในการลงทะเบียน รวดเร็วและเหมาะสม					
(5) การให้บริการของงานทะเบียนโดยรวมเหมาะสม					
(10) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ					
(1) มีร้านค้าที่ให้บริการเกี่ยวกับอุปกรณ์การเรียนการสอน ตำราเรียน และของใช้จำเป็น					
(2) มีร้านถ่ายเอกสารอย่างเพียงพอ					
(3) มีโรงอาหาร สำหรับให้บริการอย่างเพียงพอ					
(4) มีโรงอาหาร สำหรับให้บริการอย่างเหมาะสม					
(5) มีระบบการรักษาพยาบาลที่เหมาะสม					
(6) มีระบบ Internet อย่างเพียงพอและทั่วถึง					

ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
(11) ระบบการรักษาความปลอดภัย และสถานที่จอดรถ					
(1) มีจำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัยอย่างเพียงพอ					
(2) พนักงานรักษาความปลอดภัยปฏิบัติหน้าที่อย่างเข้มแข็งและเหมาะสม					
(3) มีระบบการผ่านเข้า - ออกในมหาวิทยาลัยที่ดี					
(4) มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี					
(5) ระบบการจราจรในพื้นที่เทคนิคกรุงเทพเหมาะสม					

ตอนที่ 3 เป็นความคิดเห็นและข้อเสนอแนะทั่วไป

โปรดให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่คิดว่าเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนามหาวิทยาลัยในด้านต่าง ๆ

ขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ภาคผนวก ง
ประวัติผู้วิจัย



ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ นายอนุรักษ์ นวพรไพศาล
 เกิดวันที่ 3 เดือนสิงหาคม พุทธศักราช 2501
 สถานที่เกิด ต.ไผ่กองดิน อ.บางปลาม้า จ.สุพรรณบุรี
 สถานที่อยู่ปัจจุบัน 19/114 หมู่บ้านปริญญดา วงแหวน-สาทร แขวงบางแค เขตบางแค กรุงเทพฯ 10160 โทร 02-4542459, 089-770-4827
 สถานที่ทำงานปัจจุบัน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เลขที่ 2 แขวงทุ่งมหาเมฆ กรุงเทพฯ 10120
 ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ระดับ 8 อาจารย์ประจำสาขาวิชา คณิตศาสตร์ นักวิจัยแห่งชาติ รหัสประจำตัว 39-60-0341
 ประวัติการศึกษา
 พ.ศ. 2520 ป.กศ.จากวิทยาลัยครูบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
 พ.ศ. 2523 กศ.บ. (เกียรตินิยม) คณิตศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
 พ.ศ. 2526 ค.ม. (การศึกษาคณิตศาสตร์) จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 พ.ศ. 2532 Cert. in Research Methodology and Technique in Science and Mathematics. SEAMEO RECSAM Center, Malaysia.
 พ.ศ. 2543 กศ.ด. (การอุดมศึกษา) จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

ผลงานวิชาการ

อนุรักษ์ นวพรไพศาล. สถิติ 1. ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, 2546.
 อนุรักษ์ นวพรไพศาล. การวิเคราะห์ธุรกิจเชิงสถิติ. ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, 2550.
 อนุรักษ์ นวพรไพศาล. หลักสถิติ. ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, 2555.
 งานวิจัยที่ได้รับทุนสนับสนุนจาก สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ จำนวน 5 เรื่อง
 งานวิจัยที่ได้รับการสนับสนุนจาก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ / สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล จำนวน 9 เรื่อง

ประวัติย่อของผู้วิจัย

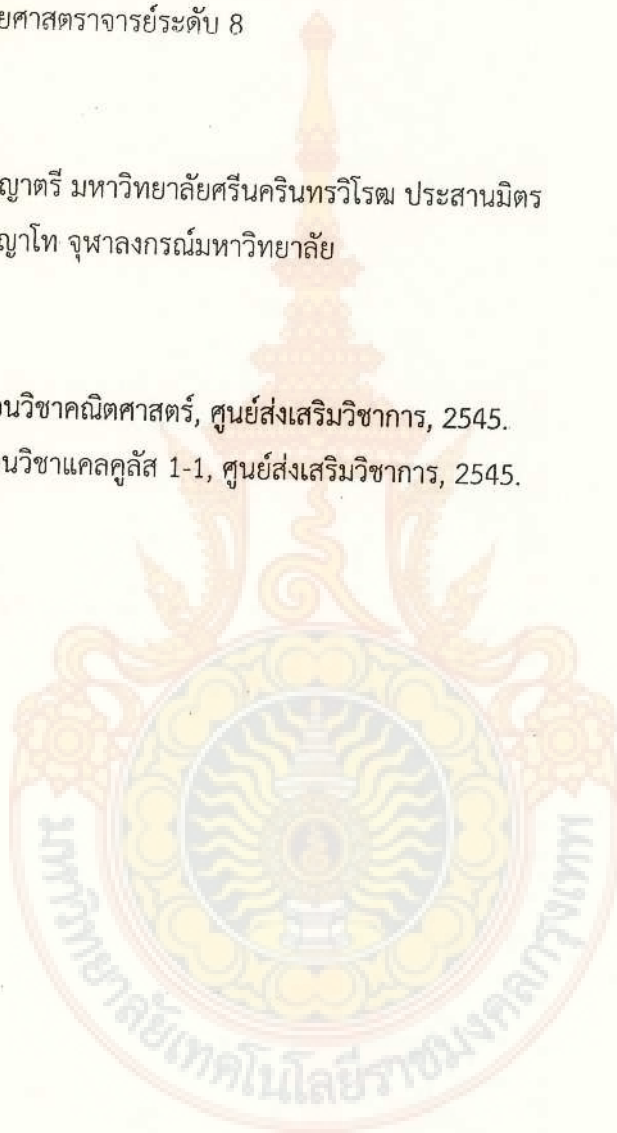
ชื่อ นายสันต์ชัย เปี้ยมขุดา
 เกิดวันที่ 29 เดือนกันยายน พุทธศักราช 2501
 สถานที่เกิด กรุงเทพมหานคร
 สถานที่อยู่ปัจจุบัน 95/1 ซอยนภาศัพท์ แยก 4 แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ
 สถานที่ทำงานปัจจุบัน ภาควิชาคณิตศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
 ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ระดับ 8

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2523 ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
 พ.ศ. 2534 ปริญญาโท จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลงานวิชาการ

หนังสือประกอบการเรียนการสอนวิชาคณิตศาสตร์, ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, 2545.
 หนังสือประกอบการเรียนการสอนวิชาแคลคูลัส 1-1, ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, 2545.



ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ นายกริฑายุทธ เพ็งใหญ่
เกิดวันที่ 19 เดือนกันยายน พุทธศักราช 2501
สถานที่เกิด จ.สุราษฎร์ธานี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน 108/86 ถ.โยธา แขวงตลาดน้อย เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพฯ 10100
สถานที่ทำงานปัจจุบัน สาขาคณิตศาสตร์ ภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
ตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์

ประวัติการศึกษา

กศ.บ. (เกียรตินิยมอันดับ 2) มศว.สงขลา
คม. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลงานวิชาการ

ตำราเรียนวิชาคณิตศาสตร์ ระดับปริญญาตรี



ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย)	นางสมคิด รักษาทรัพย์
ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ)	Mrs. Somkid Rugsasub
วันเกิด	วันที่ 21 กันยายน 2500
เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน	3-2009-00108-94-3
ตำแหน่งปัจจุบัน	อาจารย์สาขาคณิตศาสตร์ ภาควิชาคณิตศาสตร์และวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
หน่วยงาน	ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน
หมายเลขโทรศัพท์ และ e-mail	สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน 081-825-8802 Somkid.r@rmutk.ac.th
ประวัติการศึกษา	
ปริญญาโท	การศึกษามหาบัณฑิต (กศม.) สาขาวิชา การวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปริญญาตรี	ครุศาสตรบัณฑิต (คบ.) วิชาเอกคณิตศาสตร์ วิทยาลัยครูสวนดุสิต

